รายงานวิจัยฉบับก้าวหน้า

รายงานการวิจัยเรื่อง

การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

BUDDHIST COMMUNICATION TO CREATE A CORRUPTION-FREE SOCIETY OF LOCAL ADMINISTRATIVE ORGANIZATIONS IN HUAI YOT DISTRICT, TRANG PROVINCE.

โดย

อาจารย์ ดร.กาญจนา ดำจุติ

ผศ.ดร.ยุทธนา ปราณีต

รศ.อนุภูมิ โซวเกษม

รศ.ดร.เติมศักดิ์ ทองอินทร์

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พ.ศ.2567

ภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

พุทธศักราช 2567

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU RS 256/2567

สารบัญ

เรื่อง		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		
กิตติกรรมประกาศ		
สารบัญ		
สารบัญตาราง		
สารบัญแผนภาพ		
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ		
บทที่ 1	**บทนำ**	**1**
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	1.2 คำถามการวิจัย	5
	1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
	1.4 ขอบเขตของการวิจัย	6
	1.5 สมมุติฐานการวิจัย	6
	1.6 นิยามศัพท์เฉพาะศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	7
	1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	9
บทที่ 2	**แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	**11**
	2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร	11
	2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมไร้คอร์รัปชั่น	40
	2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยม	57
	2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และการตัดสินใจ	70
	2.5 หลักพุทธธรรม	83
	2.6 ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย	85
	2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	87
	2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย	90

สารบัญ (ต่อ)

	เรื่อง	หน้า
บทที่ 3	**วิธีดำเนินการวิจัย**	**92**
	3.1 รูปแบบการวิจัย	92
	3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ	93
	3.2.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	93
	3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	95
	3.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	98
	3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	99
	3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ	99
	3.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	99
	3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	99
	3.2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	100
	3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	100
บทที่ 4	**ผลการวิเคราะห์ข้อมูล**	
	4.1 ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1	
	4.2 ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2	
	4.3 ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 3	
	4.4 องค์ความรู้	
	4.4.1 องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย	
	4.4.2 องค์ความรู้ที่ได้สังเคราะห์จากการวิจัย	
บทที่ 5	**สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ**	
	5.1 สรุปผลการวิจัย	
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย	
	5.3 ข้อเสนอแนะ	

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง **หน้า**

5.3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

5.3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

5.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

บรรณานุกรม 102

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ค่าดัชนี IOC (Index of item Objective Congruence)

ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูลและภาพประกอบการสัมภาษณ์

ภาคผนวก จ การสนทนากลุ่มเฉพาะ

ประวัติผู้วิจัย

คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ

อักษรย่อในรายงานการวิจัยฉบับนี้ ใช้อ้างอิงจากพระไตรปิฎกภาษาบาลี/พระไตรปิฎกภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ส่วนคัมภีร์ อถรรกถาบาลี/ภาษาไทย ใช้ฉบับ มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ.๒๕๓๙

การอ้างอิงพระไตรปิฎก จะระบุ เล่ม/หน้า/ข้อ หลังอักษรย่อชื่อคัมภีร์ เช่น ที.สี. (บาลี) ๙/๒๗๖/๙๗ ที.สี.(ไทย) ๙/๒๗๖/๙๘ หมายถึง ทีฆนิกาย สีลกฺขนฺธวคฺคปาลิ ภาษาบาลี เล่ม ๙ ข้อ ๒๗๖ หน้า ๙๗ ฉบับมหาจุฬาเตปิฏกฺ ๒๕๐๐, ทีฆนิกาย สีลขันธวรรค ภาษาไทย เล่ม ๙ ข้อ ๒๗๖ หน้า ๙๘ ฉบับ มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พ.ศ.๒๕๓๙

ส่วนพระคัมภาร์อรรถกถา จะระบุชื่อคัมภีร์ ลำดับเล่ม (ถ้ามี)/หน้า เช่น ที.สี.อ.(บาลี) ๑/๒๗๖/๒๔๐ หมายถึง ทีฆนิกาย สุมงฺคลวิลาสินี ลีลกฺขนฺธวคฺคอฏฺฐกถา ภาษาบาลี เล่ม ๑ ข้อ ๒๗๖ หน้า ๒๔๐ ฉบับ มหาจุฬาอฏฺฐกถา ตามลำดับดังนี้

๑. คำอธิบายคำย่อชื่อคัมภีร์พระไตรปิฎก

ก. คำย่อชื่อคัมภีร์พระไตรปิฎก

พระสุตตันตปิฎก

คำย่อ		ชื่อคัมภีร์	ภาษา
ขุ.ชา.	=	สุตฺตนฺตปิฎก ขุทฺทกนิกาย มหานิบาต	ภาษาไทย
ที.ม.	=	สุตฺตนฺตปิฎก ทีฆนิกาย มหาวรรค	ภาษาไทย
องฺ.ติก.	=	สุตฺตนฺตปิฎก องฺคุตฺตรนิกาย ติกนิบาต	ภาษาไทย
องฺ.สตฺตก.	=	สุตฺตนฺตปิฎก องฺคุตฺตรนิกาย สัตตกนิบาต	ภาษาไทย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

1.1.1 ความเป็นมา

หลักการสื่อสารทั่วๆไป ในยุคสมัยพระพุทธองคที่ยังไม่มีสื่อและเทคโนโลยีในการสื่อสาร มีเพียงการสื่อสารด้วยการพูดและการเขียนเทานั้น หลักการสื่อสารที่พระองคทรงสั่งสอนจึงเน่นไปที่การพูด การฟง แต่หลักการต่างๆ ที่พระองคทรงสั่งสอนดังที่จะกล่าว ตอไปนี้สามารถนำไปพัฒนาประยุกตใช้ได้กับการสื่อสารในทุกรูปแบบ เชน การรายงานข่าว การโฆษณา การสร้างสัมพันธไมตรี สร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดความสามัคคีกัน ด้วยถ้อยคำที่ดีที่ตนเคยพูดมาเป็นปกติซึ่งวจีกรรมหรือการพูดของหน่วยงานท้องถิ่นโดยเจ้าหน้าที่ หรือผู้นำในท้องถิ่น จะเป็นวจีกรรมที่สุภาพดีงาม ซึ่งมีลักษณะ 4 ประการคือ[1] 1. พูดคำจริง คือ คำพูดแน่นอนและคงที่รักษาคำพูดไม่เปลี่ยนแปลงไปมา 2. พูดคำสมานไมตรี คือ พูดคำผูกไมตรีและพูดคำ ประสานสามัคคีพูดแนะนำคนที่ยังไม่รูจักใหรูจักกันและพูดชักนำคนที่รูจักกันใหชอบพอกัน พูดชักจูงคนที่ชอบพอกันใหสนิทสนมกัน 3. คำไพเราะคือคำพูดที่ดูดดื่มและคำพูดออนหวาน ถ้อยคำออกมาจากน้ำใจใสสะอาดของผู้พูด พูดเร้าใจผู้ฟงใหเห็นควรถือเอาเป็นแบบอย่าง ซึ่งจัดเป็นคำพูดใหกำลังใจ ทำใหผู้ฟงชื่นบาน 4. พูดคำพูดที่มีประโยชนซึ่งพระพุทธองคทรงสอน วาคำพูดมีประโยชนคือคำพูดมีเหตุผล มีหลักฐานยืนยัน ผู้อื่นคัดค้านไม่ได้ พระองคได้ทรงแสดงลักษณะการพูดที่ไม่ดีของคน พาลในจตุกนิบาตอังบุตรนิกายวามีลักษณะดังนี้[2] คือ 1. คนพาลชอบเผยโทษของคนอื่น 2. คนพาลไม่ชอบเผยคุณงามความดีของคนอื่น 3. คนพาลไม่ชอบเผยโทษของตน 4. คนพาลชอบอวดคุณงามความดีของตน หลักธรรมนี้กล่าวง่ายๆ ก็คือ บุคคลไม่พูดคำเท็จทำให้คนอื่นเสียหาย ไม่พูดสอเสียดใหคนอื่นเขาใจผิดทะเลาะ เบาะแว้งกัน ไม่พูดคำหยาบใหเกิดความเสียหายกับผู้อื่น และไม่พูดเพอเจอไรสาระประโยชนการสื่อสารด้วย สัมมาวาจา ยอมกอใหเกิดความ

---

[1]ชัยวัฒน อัตพัฒน, **หลักพุทธศาสนา**, (กรุงเทพมหานคร : คณะมนุษยศาสตรมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523), หนา 165-166.

[2]เรื่องเดียวกัน, หนา 162-163.

เข่าใจกัน (ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของการสื่อสารและเป็นเครื่องชี้วัดประสิทธิภาพและความสำเร็จของการสื่อสาร) ไววางใจ มีจิตใจสงบ[3]

ในการสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอรัปชั่น โดยการนำหลักการสื่อสารเชิงพุทธ และหลักการเมื่อสารซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ต้องยึดหลักพุทธวิธีในการสื่อสาร สาร อาจจะได้จากหลายแหล่งข้อมูล ช่องทางวิธีการสื่อสารในรูปแบบของสื่อหรือกิจกรรมต่างๆ และประชาชนผู้รับสารที่จะต้องมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือ ถึงแม้ว่าในแต่ละพื้นที่มีการสื่อสารมีหลักเกณฑ์ให้ประชาชนร้องเรียนเจ้าหน้าที่ที่กระทำการทุจริตต่อหน้าที่ กระทำผิดต่อตำแหน่งหน้าที่ราชการ เช่น การนำรถประจำตำแหน่งไปใช้ส่วนตัว การละเลยหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดให้ปฏิบัติ การปฏิบัติหน้าที่ล่าช้า การกระทำการนอกเหนืออำนาจหน้าที่ ซึ่งหากไปดูเงื่อนไขยากที่ประชาชนจะเข้าถึงและให้ข้อมูล

การสร้างค่านิยมที่ถูกต้องเกี่ยวกับการคอร์รัปชัน เป็นปัญหาระดับค่านิยมที่เกิดขึ้นในสังคมไทย การแก้ไขการคอร์รัปชันนั้น จะต้องจัดการแก้ไขในระดับคำนิยมโดยการสร้างค่านิยมของคนไทยในเรื่องของการเห็นผลประโยชน์ต่อส่วนรวมมากกว่าการช่วยเหลือพวกพ้องในการทำผิดกฎหมาย หรือการสร้างความสำเร็จในชีวิตด้วยความซื่อสัตย์และมีความเพียรมากกว่าในการได้ทรัพย์สินมาจากการฉ้อราษฎร์หรือคดโกง

ซึ่งสังคมไทยขาดการเชิดชูบุคคลที่มีความซื่อสัตย์และทำความดี แบบอย่างการกระทำนับว่าเป็นสิ่งสำคัญและย่อมมีความหมายมากยิ่งกว่าคำพูด สังคมไทยจะต้องร่วมกันสร้างค่านิยมเชิดชูบุคคล ซึ่งไม่เพียงเชิดชูรูปแบบหรือตามพิธีการเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความซื่อสัตย์และความดีงาม เช่น โดยเริ่มจากที่โรงเรียน สถาบันการทำงาน รวมถึงหน่วยงานของรัฐ หากสังคมไทยเต็มไปด้วยคนต้นแบบแห่งความซื่อสัตย์และทำความดี และมีการสนับสนุนยกย่องแล้วสังคมนั้นจะเต็มไปด้วยคนเลียบนแบบในการทำความดีจะเป็นโครงการที่ส่งเสริม กระตุ้นให้ประชาชน มีส่วนร่วม ร่วมด้วยช่วยกัน ในการสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้คนในสังคมมีการตื่นตัวต่อต้านการ คอร์รัปชันขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นตำบลเขากอบ โดยการสื่อสารที่ประชาชนสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมได้ โดยการสื่อสารตามตามแนวพุทธ ฝึกให้ประชาชนซื่อสัตย์ต่อตนเอง ปกป้องส่วนรวม สร้างความสามัคคีในหมู่คณะ ช่วยกันรักษาผลประโยชน์ของชุมชน ท้องถิ่น และประเทศชาติ เพื่อมุ่งหวังให้ประชาชนในท้องถิ่น โดยใช้กลไกและหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นของมนุษย์ในการดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม

การทุจริตคอร์รัปชันป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ กล่าวคือ การคอร์รัปชันในรูปของบุคคลและสถาบัน ได้แก่ การให้หรือรับสินบน การขู่เข็ญบังคับและให้สิ่งล่อใจ การยอมรับ

---

[3]ฉัตรสุมาลย กบิลสิงห, **ศาสนา**, (กรุงเทพมหานคร : คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2518), หนา 31.

ของขวัญ การไม่กระทำตามหน้าที่แบบตรงไปตรงมาแต่ใช้อิทธิพลของพรรคพวกแทน การใช้อำนาจหน้าที่ในทางที่ผิด การทุจริตการเลือกตั้ง การมีผลประโยชน์ทับซ้อน การบริจาคเพื่อช่วยเหลือ การรณรงค์ที่ผิดกฎหมาย ตลอดจนการคอร์รัปชันในรูปของนโยบาย เช่น การใช้นโยบาย กฎหมาย กฎกณฑ์และข้อบังคับต่างๆ อย่างมีอคติ การใช้นโยบายประชานิยมของผู้บริหารประเทศ การนำเสนอช่องทางและโครงกรที่มีงบประมาณสูงมากขึ้น การแปรรูปเป็นรัฐวิสาหกิจเพื่อให้มีผู้มีผลประโยชน์ได้เข้ามาควบคุมกิจการ การใช้ทรัพยากรของรัฐไปในทางมิชอบ อาทิ การใช้ธนาคารของรัฐในโครงการประชานิยม ซึ่งพฤติกรรมการคอร์รัปชันที่มีความสลับซับซ้อนดังกล่าวนี้เกิดขึ้นเนื่องจากความร่วมมือกันระหว่างนักการเมือง ข้าราชการและนักธุรกิจ

จากกระแส ชัชชาติ สิทธิพันธ์ ที่มีการทำงานที่สร้างความตื่นตา ตื่นใจ ให้กับประชาชนได้ตื่นเต้นรายวัน ทั้งลีลาการทำงานที่ไม่เหมือนใครไม่มีใครเหมือน การออกกำลังกายไปพร้อมกับการตรวจงานในแต่ละพื้นที่ เป็นที่สนใจและได้รับความร่วมมือจากประชาชน เป็นก้าวใหม่ของผู้นำสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแก้ปัญหาที่ทันท่วงที มีนโยบายที่เป็นไปได้จริงเพื่อก้าวข้ามการแตกแยกทางสังคม ด้วยบุคลิกที่ซื่อตรง มีภาพลักษณ์จริงใจสะอาดหมดจด สามารถเข้าได้ทั้งกลุ่มวัยรุ่น คนรุ่นใหม่ คนสูงวัย สร้างความเป็นกันเองกับประชาชน เป็นความหวังของคนรุ่นใหม่หลังเบื่อการเมือง จากนโยบายต้องดูแลเส้นเลือดฝอยเพื่อเส้นเลือดใหญ่ โดยการดูแลความเป็นอยู่พื้นฐานชีวิตประจำวันที่อยู่ใกล้ตัวประชาชน ตามวิถีชีวิตของประชาชน หมวกกันน็อคน้องๆ ได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชน โดยที่ กทม. ไม่ต้องลงทุน และหลายกิจกรรมที่ทำโดยใช้งบประมาณน้อยที่สุดเนื่องจากได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

ส่วนความพยายามในการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันของรัฐบาลในยุคปัจจุบัน คือมีการกำหนดให้กระทรวงมหาดไทยดำเนินการตามนโยบายโดยการจัดตั้งศูนย์ดำรงธรรมขึ้นในแต่ละจังหวัดเพื่อทำหน้าที่ในการรับเรื่องร้องเรียนร้องทุกข์ แก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนทุกเรื่องในทุกพื้นที่ รวมถึงให้บริการข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน และเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือคนในสังคมได้ตื่นตัวและมีส่วนร่วมในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต รวมถึงการตรวจสอบการใช้อำนาจของรัฐในทางมิชอบเพิ่มมากขึ้น และสร้างความเท่าเทียมเสรีภาพในด้านข้อมูลข่าวสารอันเป็นกลไกในการสร้างความโปร่งใสของภาครัฐ จากภาคประชาสังคมเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งสามารถป็นแนวทางในการป้องกันและแก้ปัญหาเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันมิให้เกิดขึ้นในสังคมไทยได้อีกรูปแบบหนึ่งดังนั้น การแก้ปัญหาคอร์รัปชันต้องคำนึงถึงโครงสร้าง ระบบและตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องในทุกฝ่ายเริ่มตั้งแต่เจ้าหน้าที่ของรัฐเป็นระดับผู้ปฏิบัติงานให้บริการโดยตรงต่อประชาชนขึ้นไปถึงผู้บริหารระดับกลางและระดับสูง ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการควบคุมดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ที่ใกล้ชิดกับประชาชนนักการเมืองที่เข้ามามีบทบาทและมีส่วนในการกำหนดนโยบาย กำกับดูแลและตรวจสอบการบริหารราชการและท้ายที่สุดคือประชาชนผู้ได้รับผลกระทบ

จากการกระทำการทุจริตคอร์รัปชัน จึงควรส่งเสริมการต่อต้านคอร์รัปชันจึงควรให้ความรู้ด้านบรรทัดฐานในการไม่ยอมรับคอร์รัปชันแก่สังคมอย่างต่อเนื่อง และต้องกำหนดกรอบบรรทัดฐานทางสังคมของการคอร์รัปชันให้เข้าใจง่ายและถูกต้อง นอกจากนั้นการสื่อสารให้เกิดความรู้สึกถึงความสำคัญของความเท่าเทียมกันระหว่างหญิงและชาย ทั้งในเรื่องทัศนคติ ความคิด ความเชื่อ ก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมต่อต้านคอร์รัปชันได้

1.1.2 ความสำคัญของปัญหา

การทุจริตคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่ทำลายสังคมอย่างรุนแรงและฝังรากลึก เป็นปัญหาที่สะท้อนวิกฤตการณ์ด้านคุณธรรมจริยธรรมของคนในสังคม ซึ่งการที่จะแก้ไขปัญหาได้อย่างยั่งยืนนั้น คนในสังคมต้องมีค่านิยมในการรักความดีและรู้สึกไม่ยอมรับพฤติกรรมทุจริตคอร์รัปชันและการโกงทุกรูปแบบ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน ซึ่งการสร้างค่านิยมที่ถูกต้องนี้จะเป็นรากฐานสำคัญเพื่อทำให้เด็กเติบโตขึ้นเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ และเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหาทุจริตคอร์รัปชันที่ได้ผลที่สุด องค์กรเพื่อความโปร่งใสในประเทศไทย จึงได้ดำเนินกิจกรรมเด็กในทุกรูปแบบเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกในการรักความถูกต้องและมีความกล้าหาญทางจริยธรรมมาตั้งแต่ พ.ศ.2541 เช่น การจัดค่ายอบรมเยาวชนเมล็ดพันธุ์ประชาธิปไตยต้านคอร์รัปชัน การจัดทำหนังสือสำหรับเด็ก การประกวดเรียงความ การประกวดภาพเขียน ละครเด็ก และการโต้วาที เป็นต้น

รายงานวิจัยของ U4 Anti-Corruption Resource Centre เรื่อง Message misunderstood: Why raising awareness of corruption can backfire โดย Caryn Peiffer และ Nic Cheeseman ที่สรุปงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อต่อต้านคอร์รัปชันไว้ได้อย่างน่าสนใจหลายประเด็นว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่ศึกษาผลกระทบของการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องคอร์รัปชันเยอะขึ้นมาก ในหลายประเทศทั่วโลก และการรับสาร หลายงานวิจัยพบว่า ข้อความที่เน้นผลกระทบของคอร์รัปชัน มักจะส่งผลกระทบในทางตรงกันข้าวหรือสวนทางกับที่คาดหวังไว้ ข้อความลักษณะนี้ยิ่งไปทำให้คนรู้สึกว่าคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่ใหญ่เกินแก้ไข แม้กระทั่งข้อความที่พูดด้านบวก เช่น ชื่นชมความคืบหน้าของการต่อต้านคอร์รัปชัน ถ้าไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริงที่คนรู้สึก ก็จะไม่มีประโยชน์อะไรเลย นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่ทดลองสื่อสารด้วยข้อความที่แตกต่างกันออกไปอย่างหลากหลาย ทั้งเชิงลบเชิงบวก ผลกระทบ ชักจูงใจในหลายๆ รูปแบบ กลับพบว่าสื่อสารเหล่านี้จำนวนมากแทบจะไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนเลย เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ และในงานวิจัยยังพบว่าการสร้างความตระหนักและบรรทัดฐานทางสังคมที่ต่อต้านคอร์รัปชันมีความสำคัญ ส่งผลให้การต่อต้านคอร์รัปชันเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ คนที่ชอบความสุนทรีย์ความนุ่มนวล มีความละมุนละม่อม มีแนวโน้มต่อต้านคอร์รัปชันสูงกว่าคนที่ชอบความรุนแรงแข็งกร้าว สะท้อนให้เห็นว่าการใช้ข้อความในการสื่อสารที่สร้างสรรค์ เน้น

การโน้มน้าวใจมากกว่าข้อความที่รุนแรง ดุดัน จะสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีความพร้อมจะเข้าร่วมต่อต้านคอร์รัปชันสูงได้ดีกว่า[4] ดังนั้น การสื่อสารจึงจำเป็น ผู้สื่อสารที่ดีจะต้องมีทักษะพื้นฐานในด้านการสื่อสาร เช่น การใช้ภาษาในการสื่อสาร ในเรื่องการออกเสียง การเข้าใจความหมายของคำ การใช้ประโยค การใช้ถ้อยคำในการส่งสาร การใช้ประโยคในการส่งสาร โดยนำหลักสัปปุริสธรรม[5] และหลักวาจาสุจริต[6] มาเป็นเครื่องกำกับการสื่อสาร

ดังนั้น ในตำบลเขากอบ อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชันขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่น เพิ่มการตื่นตัวเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่น ส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่น จัดกิจกรรมการส่งเสริมการแสดงออกทางสัญลักษณ์เพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นท้องถิ่นพัฒนา ประชาชนไม่ถูกเบียดเบียน

1.2 คำถามของการวิจัย

1.2.1 การสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอรัปชั่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง เป็นอย่างไร

1.2.2 องค์ประกอบของการสื่อสารวิถีพุทธเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีอะไรบ้าง

1.2.3 การสื่อสารวิถีพุทธเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง มีแนวทางอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอรัปชั่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

1.3.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการสื่อสารวิถีพุทธเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

1.3.3 เพื่อนำเสนอพุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

---

[4]ต่อภัสสร์ ยมนาค, “สื่อสารต้านโกงอย่างไร ถึงได้ผล”, **แนวหน้า**, 6 มีนาคม 2567, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://hand.co.th/blog/anticorruption101_202403_ExperimentalResearch [1 มีนาคม 2567].

[5]องฺ.สตฺตก. 37/65/236.

[6]ชัยวัฒน อัตพัฒน, **หลักพุทธศาสนา**, (กรุงเทพมหานคร : คณะมนุษยศาสตรมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523), หนา 165-166.

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัย “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” วิจัยศึกษาเกี่ยวกับ การสื่อสาร สังคมไร้คอร์รัปชั่น และองค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่น

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ได้แก่ พื้นที่การปกครองของอำเภอห้วยยอด แบ่งออกเป็น 16 ตำบล 133 หมู่บ้าน 16 อบต. 3 เทศบาล ได้แก่ 1. ตำบลเขากอบ แบ่งเป็น 12 หมู่บ้าน 2. ตำบลนาวง แบ่งเป็น 11 หมู่บ้าน

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1) ประชากร

ได้แก่ ประชาชนในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จำนวน 94,836 คน คน[7]

2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องในอำเภอห้วยยอด ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 18 คน ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสารสังคมไร้คอรัปชั่น ได้แก่ กลุ่มพระสงฆ์ กลุ่มข้าราชการ กลุ่มนักวิชาการ กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่น กลุ่มผู้นำชุมชน

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในปีงบประมาณ 2564 มีระยะเวลาในการ 8 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 – กันยายน 2567

1.5 สมมติฐานการวิจัย

1.5.1 หลักการสื่อสาร มีอิทธิพลต่อการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

---

[7]สถิติของสำนักงานทะเบียนราษฎร์ ณ เดือนเมษายน 2567, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https:// www.huaiyot.dopatrang.go.th/general1.php [3 พฤษภาคม 2567].

1.5.2 สถาบันทางสังคมในท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

1.5.3 การมีส่วนร่วมภาคประชาชน มีอิทธิพลต่อการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ผู้วิจัยได้ให้ความหมายสำหรับการวิจัยดังนี้

การสื่อสาร หมายถึง การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตรงกัน โดยการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อกัน

สังคมไร้คอร์รัปชั่น หมายถึง สังคมที่มีความโปร่งใสในการบริหารงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน การไม่รับสินบน และประชาชนร่วมต่อต้านการคอร์รัปชัน

ค่านิยม หมายถึง เป็นการยอมรับนับถือและพร้อมที่จะปฏิบัติตามคุณค่าที่คนหรือกลุ่มคนในสังคม มีต่อสิ่งต่างๆ อาจเป็นวัตถุ ความคิดหรือการกระทำในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม ทั้งนี้ ได้มีการประเมินค่าจากทัศนะต่างๆ โดยรอบคอบแล้ว

หลักการสื่อสาร หมายถึง การนำหลักการสื่อสาร ของเบอร์โล (Berio) ทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และผู้รับสาร ในการสร้างสังคมไร้คอร์รัปชัน ดังนี้

1. ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร

2. ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร ในการสร้างสังคมไร้คอร์รัปชัน

3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การเห็น เกี่ยวกับสังคมไร้คอร์รัปชัน

4. ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการถอดความ เป็นผู้ที่มีเจตคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรมเดียวกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล ในการสร้างสังคมไร้คอร์รัปชัน

สถาบันทางสังคมในท้องถิ่น หมายถึง การสื่อสารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เพื่อการปลูกฝังค่านิยมสุจริตและการต่อต้านการทุจริต โดยสถาบันทางสังคมซึ่งประกอบด้วย ด้านสถาบันครอบครัว ด้านสถาบันการศึกษา ด้านชุมชนและกลุ่มเพื่อน ด้านสถาบันศาสนา

1. ด้านสถาบันครอบครัว หมายถึง ครอบครัวเป็นสถาบันหรือแหล่งของการเรียนรู้และทางการเมืองที่สำคัญเป็น แหล่งวัฒนธรรมทางการเมืองอันสำคัญ ได้แก่ ทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมที่เกี่ยวกับการเมืองได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง

2. ด้านสถาบันการศึกษา หมายถึง เป็นสถาบันหรือตัวแทนที่มีบทบาทสำคัญต่อการเรียนรู้ทางการเมืองของนักเรียน ทั้งนี้เพราะในสังคมสมัยใหม่การเรียนรู้ทางการเมืองมักจะเกิดขึ้นในชั้นเรียนโดยผ่านหลักสูตรที่ต่างยอมรับกันว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญเครื่องมือหนึ่งในการให้การเรียนรู้ทางการเมืองกับนักเรียน โดยเฉพาะหลักสูตรวิชาสังคมศึกษาและหลักสูตรหน้าที่พลเมือง

3. ด้านสถาบันศาสนา หมายถึง การอบรมเยาวชนให้เกรงกลัวต่อบาป ด้วยการเล่าถึงนรกยมบาล และการลงทัณฑ์ในอเวจีขุมต่างๆ ทำให้เกรงกลัว รู้สึกผิดกับสังคมอุดมปัญญา มีความละอายใจของเยาวชนในสังคม สามารถคุ้มครองสังคม ให้อยู่ร่มเย็นเป็นสุขได้

4. ด้านชุมชนและกลุ่มเพื่อน หมายถึง มีความใกล้ชิดในการอยู่ร่วมกันในสังคมและการปรับตัวของบุคคล การให้การเรียนรู้ทางการเมืองเป็นที่ยอมรับกันว่ากลุ่มเพื่อนทางการเมือง กลุ่มเพื่อนก็มีอิทธิพลต่อเด็กวัยรุ่นมักจะต่อสู้ตามความเชื่อของกลุ่ม เด็กสามารถเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในโลกแห่งการเมืองได้

สัปปุริสธรรม คุณสมบัติของผู้สื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา อีกประการหนึ่งจะต้องประกอบไปด้วยหลัก 7 ประการคือ

1. **ธัมมัญญุตา** (การรู้จักเหตุ) เป็นผู้รู้ธรรมะ คือหลักการ หลักความจริง เนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสาร รู้แจ้งแทงตลอดไนทฤษฎีและปฏิบัติในศาสตร์และศิลป์ของตนเอง

2. **อัตถัญญุตา** (การรู้จักผล) รู้จักเนื้อหาสาร ความหมาย ความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่แน่นอนชัดเจน

3. **อัตตัญญุตา** (รู้จักตนเอง) รู้ว่าตนคือใคร มีความพร้อมหรือไม่พร้อมอย่างไร การรู้จักตนเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เมื่อเรารู้จักตนเองดีแล้ว จะนำไปสู่การยอมรับตนแล้วจะเปิดเผยตน สามารถสื่อสารภายในตนได้อย่างดียิ่งผู้สามารถสื่อสารภายในได้ดีจะเป็นคนที่สามารถรับรู้ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และมีวิจารณญาณที่สุขุมรอบคอบ มีเหตุมีผลทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่ง

4. **มัตตัญญุตา** (รู้จักประมาณ) รู้จักความพอดี การสื่อสารบางอย่างหากมากเกินไป ผู้รับสารก็รับไม่ได้ หากน้อยเกินไปก็ไม่เพียงพอ การรู้จักประมาณในการสื่อสารคือไม่ส่งสารซ้ำซากมากเกินไป น้อยเกินไป จึงเป็นคุณสมบัติประการสำคัญอีกประการหนึ่งของผู้ส่งสาร

5. **กาลัญญุตา** (รู้จักเวลา) ผู้ส่งสารต้องรู้จักเวลาในการสื่อสารว่าเวลาไหนควรเวลาไหนไม่ควร หากผู้ส่งสารไม่รู้จักเวลาในการสื่อสารแม้ว่าจะเป็นการสื่อสารภายในตน การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารมวลชน

6. **ปริสัญญุตา** (การรู้จักชุมชน) ผู้ส่งสารรู้ว่าไปที่ไหนควรสื่ออย่างไร

7. **ปุคคลัญญุตา** (การรู้จักบุคคล) ผู้ส่งสารจะสื่อกับกลุ่มไหนควรใช้ภาษาระดับใด ใช้สื่อแบบไหนเพื่อให้เหมาะสม

วจีกรรม หมายถึง หลักการสร้างสัมพันธไมตรี สร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดความสามัคคีกัน ด้วยถ้อยคำที่ดีที่ตนเคยพูดมาเป็นปกติซึ่งวจีกรรมหรือการพูดของหน่วยงานท้องถิ่นโดยเจ้าหน้าที่หรือผู้นำในท้องถิ่น จะเป็นวจีกรรมที่สุภาพดีงาม ซึ่งมีลักษณะ 4 ประการคือ[8]

1. พูดคำจริง คือ คำพูดแน่นอนและคงที่รักษาคำพูดไม่เปลี่ยนแปลงไปมา

2. พูดคำสมานไมตรี คือ พูดคำผูกไมตรีและพูดคำ ประสานสามัคคีพูดแนะนำคนที่ยังไม่รูจักใหรูจักกันและพูดชักนำคนที่รูจักกันใหชอบพอกัน พูดชักจูงคนที่ชอบพอกันใหสนิทสนมกัน

3. คำไพเราะคือคำพูดที่ดูดดื่มและคำพูดออนหวาน ถ้อยคำออกมาจากน้ำใจใสสะอาดของผู้พูด พูดเร้าใจผู้ฟงใหเห็นควรถือเอาเป็นแบบอย่าง ซึ่งจัดเป็นคำพูดใหกำลังใจ ทำใหผูฟงชื่นบาน

4. พูดคำพูดที่มีประโยชนซึ่งพระพุทธองคทรงสอน วาคำพูดมีประโยชนคือคำพูดมีเหตุผล มีหลักฐานยืนยัน ผู้อื่นคัดค้านไม่ได้

1.7 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1.7.1 ทำให้ทราบวัฒนธรรมค่านิยมสุจริตและการต่อต้านการทุจริตของเยาวชนในจังหวัดตรัง

1.7.2 ทำให้ทราบปัจจัยการเสริมสร้างวัฒนธรรมค่านิยมสุจริตและการต่อต้านการทุจริตของเยาวชนภายใต้แนวคิด “โตไปไม่โกง”

1.7.3 ทำให้ทราบนำเสนอแนวทางการเสริมสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมสุจริตและการต่อต้านการทุจริตสู่พลเมืองของเยาวชนภายใต้แนวคิด “โตไปไม่โกง” ตามหลักหิริ โอตัปปะ

---

[8]ชัยวัฒน อัตพัฒน, **หลักพุทธศาสนา**, (กรุงเทพมหานคร : คณะมนุษยศาสตรมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523), หนา 165-166.

1.7.4 สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับไปปลูกฝังเยาวชนให้มีจิตสำนึกยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต มีความรับผิดชอบต่อส่วนรวมมีระเบียบวินัย และเคารพกฎหมาย มีความเกรงกลัวและละอายต่อบาป โดยสถาบันต่างๆ ทางสังคม สร้างเยาวชนให้โตไปไม่โกง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดเรื่องค์ประกอบการหลักการสื่อสารที่พระองคทรงสั่งสอนจึงเน่นไปที่การพูด การฟง แต่หลักการต่างๆ ที่พระองคทรงสั่งสอนดังที่จะกล่าว ตอไปนี้สามารถนำไปพัฒนาประยุกตใช้ได้กับการสื่อสารในทุกรูปแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมไร้คอร์รัปชั่น

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยม

2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และการตัดสินใจ

2.5 หลักพุทธธรรม

2.5 ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

2.1.1 ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) มีรากศัพท์ มาจากภาษากรีกว่า Communis แปลว่า ทำให้เหมือน หมายถึงกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสารโดยผ่านสื่อต่างๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่างๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การทำให้มีสภาพร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายที่ตรงกับธรรมชาติของการสื่อสาร คือ การทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตรงกัน กล่าวคือ มนุษย์มีการสื่อสารซึ่งกันและกันก็เพื่อเข้าใจให้ตรงกัน ซึ่งต่อมาได้มีนักวิชาการให้ความหมายของการ

สื่อสารว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการในการแลกเปลี่ยนข่าวสารความคิดเห็น ทัศนคติ ระหว่างบุคคลกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลโดยผ่านทางการพูดการเขียนกิริยาท่าทางการแสดงออกเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับสารมากที่สุด[1] การสื่อสารครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่บุคคลหนึ่งส่งผลต่อความรู้สึกของอีกคนหนึ่งการสื่อสารจึงมิใช่เพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น แต่รวมถึงการแสดงและพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์[2] การสื่อสารหรือวิชาวาทศิลป์ (Rhetoric) คือการจูงใจทุกรูปแบบ โดยการสื่อสารหมายถึงการถ่ายทอดข่าวสาร จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง[3] การสื่อสารคือ การแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้วยการใช้สัญลักษณ์ และระบบสาร (Message Systems)[4] เป็นกระบวนการถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ผ่านสัญลักษณ์ เช่น ภาษา ภาพ ตัวเลข ฯลฯ[5]

กล่าวโดยสรุป การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการในการส่งสาร หรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคล เน้นความสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน การสื่อสารเป็นการสื่อสารความคิดของคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง เพื่อจะให้บุคคลอื่นทราบว่าต้องการอะไรหรือต้องการสื่ออะไร วิธีในการสื่อสารจึงมีการพัฒนามาตลอด และมีความยุ่งยากซับซ้อนมากขึ้นโดยเฉพาะในสังคมปัจจุบัน ซึ่งได้มีการสร้างเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ มากมายเป็นเครื่องมือช่วยทำหน้าที่ในการสื่อสาร การสื่อสารคือกระบวนการของการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่างๆ กระบวนการในการส่งสารหรือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิด ความรู้สึกระหว่างบุคคล เน้นความสัมพันธ์ของมนุษย์ ซึ่งกระบวนการที่เกิดขึ้นนั้นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน

การติดต่อสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคม เพราะนอกเหนือจากความต้องการปัจจัยพื้นฐานในทุกด้านแล้ว มนุษย์ยังต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นๆ นักวิชาการสื่อสารจึงพยายามรวบรวมข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับกิจกรรมและการกระทำหรือแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ ที่มีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นการสื่อสารความหมายโดยอาศัย

---

[1]Everett M. Roger & F. Floyd Shoemaker, **Communication of Innovation**, (New York: The Free Press, 1971), p. 110.

[2]Warren W. Weaver, **The Mathematical Theory of Communication**, (Urbana. Ill: University of Illinois Press, 1949), p. 95.

[3]George A. Miller, **Language and Communication**, (New York: McGraw-Hill, 1996), p. 6.

[4]George Gerbner, "W on Defining Communication: Still another View", **W Journal of Communication**, 16 (June, 1996): 102.

[5]Berelson & Steiner, **Human Behavior**, (New York: Harcourt Brace and World, 1964), p. 15.

กระบวนการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนข่าวสาร ตลอดจนประสบการณ์ระหว่างกัน เพื่อวัตถุประสงค์หลัก คือความเข้าใจตรงกัน การติดต่อสื่อสารเป็นการถ่ายทอดข่าวสารที่มีความหมายตรงกัน การถ่ายทอดจะออกไปในรูปแบบใด หรือใช้สื่อใดก็ได้ โดยที่ข่าวสารไม่จำเป็นต้องเป็นถ้อยคำ หรือตัวหนังสือ แต่อาจเป็นสัญลักษณ์หรือรูปแบบใดก็ได้[6] การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสารโดยผ่านสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการนำสารไปยังมวลชน[7] การสื่อสารเป็นการนำเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น หรือ ความรู้สึก โดยอาศัยเครื่องนำไปโดยวิธีใดวิธีหนึ่งให้ไปถึงจุดหมายปลายทางที่ต้องการ จนทำให้เกิดการกำหนดรู้ความหมายแห่งเรื่องราวนั้นร่วมกันได้[8]

การติดต่อสื่อสารมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ ๗ ประการ คือ

1) ความน่าเชื่อถือ ซึ่งผู้รับสารจะต้องมีความเชื่อมั่นในผู้ส่งสาร

2) ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ความสำคัญของเรื่องนี้อยู่ที่ท่าทาง คำพูด ภาษาที่เหมาะสมนอกเหนือไปจากสังคม วัฒนธรรม หรือสภาพแวดล้อมอื่นๆ

3) เนื้อหาสาระ ข่าวสารที่ดีจะต้องมีความหมายต่อผู้รับข่าวสาร มีลักษณะน่าสนใจ และเป็นเรื่องราวที่อาจจะให้ทั้งความพึงพอใจ ทำความเข้าใจให้มากที่สุด ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างเช่น สถานที่ โอกาสอำนวย นิสัย ความรู้พื้นฐานที่ช่วยให้เข้าใจ เป็นต้น

4) ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอ ต้องมีกรรมวิธีที่สม่ำเสมอ ต่อเนื่อง หรือทำบ่อย มีการย้ำหรือซ้ำเพื่อเตือนความจำ และต้องมีความเที่ยงตรง

5) ช่องการติดต่อสื่อสาร ข่าวสารจะเผยแพร่ได้ดีจะต้องส่งให้ถูกช่องทางการติดต่อสื่อสาร ซึ่งควรเลือกช่องทางที่ได้ผลเร็วที่สุด

6) ความสามารถของผู้รับสาร ต้องคำนึงถึงความสามารถของผู้รับข่าวสาร สะดวกและง่ายต่อการทำความเข้าใจให้มากที่สุด ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น สถานที่ โอกาสอำนวย นิสัย ความรู้พื้นฐานที่ช่วยให้เข้าใจ เป็นต้น

---

[6]วุฒิชัย จำนงค์, **แนวคิดเรื่องพฤติกรรมองค์การ**, (กรุงเทพมหานคร : บำรุงสาส์น, 2520), หน้า 102.

[7]ปรมะ สตะเวทิน, **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี**, (กรุงเทพมหานคร : เลิฟ แอนด์ลิฟ, 2541), หน้า 7.

[8]สวนิต ยมาภัย, **การสื่อสารของมนุษย์**, (กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2538), หน้า 18.

7) ความชัดเจนของข่าวสาร ข่าวสารควรจัดทำขึ้นด้วยถ้อยคำที่เข้าใจง่ายและคำนึงถึงระยะทาง ซึ่งหากข่าวสารอยู่ไกลย่อมมีความคลาดเคลื่อนได้ง่าย[9]

สรุปความได้ว่า องค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร ช่องทางในการสื่อสาร ซึ่งอาจจะเป็นทางคำพูด อักษร สัญลักษณ์ หรือข่าวสาร ให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้เข้าใจในความหมายตามเจตนาที่ต้องการ

การใช้การสื่อสารเชิงบูรณการเพื่อบริหารภาพลักษณ์ขององค์กรท่ามกลางวิกฤตการณ์ทางการเมืองกับการแข่งขันนั้น จำเป็นต้องใช้การสื่อสารทั้งกระบวนการสื่อสาร ที่มีความเข้มข้นประกอบด้วย 4 ปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

1) องค์กรผู้ส่งสาร (Sender) องค์กรแต่ละแห่งต่างมีความพยายามในการส่งสารไปยังลูกค้าและสาธารณชนอย่างต่อเนื่องขึ้นอยู่กับนโยบาย จุดมุ่งหมายที่แตกต่างกัน รวมถึงความเป็นเอกภาพ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรในลักษณะใด องค์กรทั้งภาครัฐ เอกชน ต่างต้องกำหนดคุณลักษณะเฉพาะ ภาพลักษณ์ของตนเองที่ชัดเจน รู้ว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค สิ่งใดจะเป็นสิ่งเสริมภาพลักษณ์ให้มั่นคงแข็งแรง รู้ว่าภาพลักษณ์สิ่งใดที่ต้องมีการแก้ไข หรือปรับปรุงเป็นการด่วน สิ่งใดต้องกำหนดให้เป็นการสื่อสารเร่งด่วนในระยะสั้น หรือสิ่งใดต้องขับเคลื่อนในระยะยาว

2) เนื้อหาประเด็นที่ใช้ในการสื่อสาร (Message) ข่าวสารและเนื้อหาที่นำเสนอมีผลต่อภาพลักษณ์แก่องค์กร ที่ผู้ส่งสารทั้งในด้านของการรับรู้และการตลาด ด้วยการกำหนดเป็นประเด็น ได้แก่ ด้านการบริหาร ด้านบริการ การตลาด ส่งเสริมการขายแบบบทบาทสังคม ที่ส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญต่อการนำเสนอความเคลื่อนไหว ทั้งในด้านทิศทางการบริหารทรัพยากร ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการ การส่งเสริมการขายและกิจกรรมขององค์กรในด้านต่างๆ มีการบริหารติดตามและประเมินวิเคราะห์ทุกสื่อ ทุกขั้นตอน

3) สื่อและช่องทางการสื่อสาร (Media/Channel) ในกระบวนการสื่อสารนั้น ขั้นตอนและรูปแบบในการถ่ายทอดเนื้อหาหรือข่าวสารจากผู้ส่งไปถึงผู้รับทั้งที่เป็นสื่อสารทางตรงและสื่อสารทางอ้อม เนื้อหาที่ปรากฏผ่านสื่อสารมวลชน เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อใหม่และสื่อสารทางสังคม เนื่องจากการเติบโตทางเทคโนโลยี จากวิธีการสื่อสารทางการตลาดมีหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างฐานลูกค้าใหม่ รักษาฐานลูกค้าเดิม การสร้างการยอมรับในการมีส่วนร่วมของสังคม

4) ผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งถือได้ว่ามีผู้รับสารมีอิทธิพลต่อกระบวนการสื่อสาร เพราะจะนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจ ซึ่งผู้รับสารสามารถจำแนกได้หลายกลุ่ม ผู้รับสารที่เป็นลูกค้าปัจจุบัน

---

[9]สุธา พงศ์ถาวรภิญโญ, นันทิดา โอฐกรรม และ ดุษฎี นิลคำ, **หลักการสื่อสารองค์กร**, (กรุงเทพมหานคร : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, ๒๕๔๘), หน้า ๓๙.

และลูกค้าเป้าหมายจะเป็นประชากร กลุ่มที่แต่ละองค์กรต้องการสื่อสารมากที่สุด ทั้งในด้านความเชื่อถือ ความเชื่อมั่นต่อชื่อเสียงและการดำเนินงาน การให้ข้อมูลบริการ เงื่อนไขรายละเอียด ตลอดจนการตัดสินใจใช้สินค้าบริการ และความพึงพอใจ

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่ากระบวนการสื่อสารทั้งกระบวนเป็นสิ่งจำเป็น ขณะที่ผลสะท้อนกลับของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร จากสารที่ผู้ส่งได้ส่งผ่านช่องทางสื่อสารด้วยวิธีการและรูปแบบต่างๆ ซึ่งนอกจากจะสามารถสะท้อนถึงการเลือกใช้กลยุทธ์ทางด้านการสื่อสารของผู้ส่งสารแต่ละรายและผลสัมฤทธิ์ของการสื่อสารดังกล่าวแล้ว ยังสามารถสะท้อนให้เห็นภาพลักษณ์ในตราสินค้าขององค์กรแต่ละแห่ง ในฐานะผู้ส่งสารได้อย่างชัดเจนด้วย นอกจากนี้การสะท้อนกลับจาก Social Network ที่ไม่อาจควบคุมได้ การนำมาซึ่งความเห็นที่ไม่อาจควบคุมได้ หรือไวรัส เหล่านี้จำเป็นต้องมีการบริหารทั้งด้านเนื้อหาและด้านเทคนิคควบคู่กันไป[10]

นักวิชาการท่านหนึ่งได้อธิบายไว้ว่า กระบวนการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบันสามารถพิจารณาได้จากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารและโทรคมนาคม รวมทั้งทุนนิยมแบบโลกาภิวัฒน์ได้ส่งผลให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย ความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ก่อให้เกิดวิถีชีวิตแบบใหม่ของคนในสังคมรวมไปถึงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ดังนั้นกระบวนการสื่อสารทางการเมืองในยุคโลกาภิวัฒน์จึงมีความเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยกระบวนการดังกล่าวได้ถูกผสมผสานเข้ากับสื่ออิเล็กทรอนิกส์รูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเตอร์เน็ต วิทยุ และโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมตรงต่อผู้ชม การส่งข้อความผ่านสั้นผ่านโทรศัพท์ เป็นต้น

ปัจจุบันสถานการณ์สังคมการเมืองปัจจุบัน สื่อ คือเครื่องมือสำคัญในการช่วงชิงหรือการมีส่วนร่วมและการครอบครองสื่อ นับว่าเป็นหัวใจในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ องค์การราชการ รวมกระทั่งการเมืองภาคพลเมืองหรือการเมืองภาคประชาชน ก็นับว่าเป็นหัวใจสำคัญในการเคลื่อนไหว ดังนั้น การเคลื่อนไหวทางการาชการทางสังคมการเมือง จึงมีความปรารถนาเหมือนกันนั่นคือ ความต้องการมีสื่อในครอบครอง ซึ่งหมายถึงมีเครื่องมือหรือมีช่องทางในการสร้างความรู้ความเข้าใจ การประชาสัมพันธ์และการโฆษณาชวนเชื่อกับสาธารณะจะเห็นได้ว่าผลกระทบต่อสังคมอันเกิดจากอิทธิพลของสื่อสารมวลชนในการสื่อสารทางการเมืองมีอยู่หลายประการ เช่น ผลกระทบต่อโครงสร้างต่อสังคม การจัดระเบียบสารสนเทศทางการเมือง ชนชั้นใหม่ในการสื่อสารทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและบทบาทของอำนาจอธิปไตย รวมทั้งกระแสโลกาภิวัตน์ เป็นต้น

---

[10]พจน์ ใจชาญสุขกิจ, “นวัตกรรมการประชาสัมพันธ์กับประเด็นการสื่อสารขององค์กรระดับโลกท่ามกลาง Social Network”, [ออนไลน์], แหล่งข้อมูล: <www.drphot.com> [14 มกราคม 2567].

ปัจจุบันการสื่อสารทางการเมืองในประเทศไทยได้มีความเข็มข้นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น กระบวนการสื่อสารทางการเมืองที่เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยและกลยุทธ์การสื่อสารแบบใหม่ คือ การใช้อินเตอร์เน็ต โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม VDO Link, Phone in Social Network ต่างๆ เป็นต้น ได้นำเป็นเครื่องมือในการต่อสู้ทางการเมืองของแต่ละฝ่าย ดังนั้น ประชาชนที่ได้รับสื่อทางการเมืองหรือการสื่อสารในปัจจุบันต้องมีการพิจารณาอย่างพินิจพิเคราะห์ข้อมูลด้วยความมีเหตุมีผล และรู้เท่าทันข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริงทางการเมือง โดยไม่หลงเชื่อกระบวนการโฆษณาชวนเชื่อในการปลุกระดมเพื่อก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประเทศชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งรัฐบาล สื่อมวลชน ควรมีการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ภาคประชาชนในเรื่องเกี่ยวกับประชาธิปไตยอย่างถูกต้อง และเสริมสร้างการเมืองภาคพลเมืองให้มีความเข็มแข็งและรู้เท่าทันนักการเมืองและพรรคการเมืองหรือกลุ่มทางการเมืองในแต่ละฝ่ายที่ขับเคลื่อนและต่อสู้ทางด้านความคิดและอุดมการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน และทำอย่างไรจึงจะนำไปสู่ความสามัคคีของประชาชนรวมทั้งส่งเสริมการบวนการพัฒนาและเรียนรู้ประชาธิปไตยในสังคมไทย[11]

สรุปได้ว่า การสื่อสาร คือ การแลกเปลี่ยนสัญลักษณ์หรือข้อความใดๆ เพื่อสร้างการสร้างตัวทางการเมือง โดยที่เนื้อหานั้นมีนัยสำคัญทางการเมือง ทุกวันนี้มีช่องทางการสื่อสารผ่าน Social Network นำมาเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญต่อการขับเคลื่อนขององค์กรอย่างจริงจัง ด้วยการพัฒนาการรับรู้ข่าวสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในองค์กรเอกชน หรือรัฐบาล และประชาชน ผ่านช่องทาง Social Network ต่างๆ ให้ทันกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนวิถีการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน ที่อยู่ใน Social Network มากยิ่งขึ้น ซึ่งทำให้เป็นทิศทางของการสื่อสารขององค์กรระดับโลกที่มีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น ครบถ้วนตามองค์ประกอบ คือ ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม เนื้อหา ความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอ ช่องการติดต่อสื่อสาร ความสามารถของผู้รับสาร ความชัดเจนของข่าวสาร

2.1.2 ความสำคัญของการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ช่วยสืบทอด

---

[11]บาว นาคร, “การสื่อสารทางการเมืองไทยในสถานการณ์ความขัดแย้งของสังคมไทย”, [ออนไลน์], แหล่งข้อมูล: <www.oknation.net> [14 มกราคม 2567].

วัฒนธรรมประเพณี สะท้อนให้เห็นภาพความเจริญรุ่งเรือง วิถีชีวิตของผู้คน ช่วยธำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

การสื่อสารมีความสำคัญ ดังนี้

1. ความสำคัญต่อชีวิตประจำวัน การสื่อสารมีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อชีวิตประจำวัน ในวันหนึ่งเราใช้การสื่อสารตลอดเวลา ทั้งการสื่อสารกับตนเอง การสื่อสารกับผู้อื่น ตั้งแต่บุคคลในครอบครัว กลุ่มเพื่อน ผู้ร่วมงาน และทุกกิจกรรมในการดำรงชีวิต จึงสรุปได้ดังนี้

1) การสื่อสารทำให้เราสามารถรับรู้ความรู้สึกนึกคิดและความต้องการของบุคคลอื่นได้

2) การสื่อสารทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพราะการสื่อสารเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ตั้งแต่การสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว และบุคคลต่างๆ ในสังคม

3) การสื่อสารทำให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ ความสุนทรีย์ การผ่อนคลายอารมณ์ และเกิดความเพลิดเพลินทางจิตใจ และความสุขในชีวิต

4) การสื่อสารช่วยในการสร้างเอกลักษณ์ของบุคคล ทำให้เข้าใจตนเองและผู้อื่น รู้จักแสดงออกพฤติกรรมในด้านต่างๆ รวมทั้งทำให้รู้จักบทบาทของตนเองและผู้อื่น

5) การสื่อสารทำให้เกิดการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ ส่งผลต่อการพัฒนา ด้านสติปัญญา ความถนัด ความสนใจ ทักษะต่างๆ ในการดำเนินชีวิต และมีโลกทัศน์มากขึ้น

6) การสื่อสารช่วยให้เกิดแรงจูงใจ ทำให้เกิดความหวัง การสร้างกำลังใจและการสร้างเป้าหมายในชีวิต

7) การสื่อสารช่วยสอดส่องดูแลสิ่งแวดล้อมและทำให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นข้อมูลหรือข่าวสาร แล้วมีการนำมาเผยแพร่หรือแลกเปลี่ยนกัน ที่จะทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูล และปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งยังเป็นการร่วมช่วยกันดูแลและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย

2. ความสำคัญต่อความเป็นสังคม มนุษย์รวมตัวกันเป็นกลุ่มสังคมได้ตั้งแต่สังคมเล็กระดับครอบครัวจนถึงสังคมระดับประเทศและระดับโลกได้ ก็เพราะอาศัยการสื่อสารเป็นพื้นฐานเมื่อมนุษย์อยู่รวมกัน และดำเนินชีวิตร่วมกันมีข้อตกลงร่วมกัน โดยกำหนดเป็นระเบียบ กติกาต่างๆ เพื่อใช้เป็นกฎเกณฑ์ทางสังคม ทำให้สังคมนั้นๆ ดำรงอยู่ได้ และมนุษย์ก็ใช้การสื่อสารทำให้เกิดความเข้าใจกันอันดีต่อกัน และการที่สังคมมนุษย์ได้รับการพัฒนามาตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่อง ก็เพราะใช้การสื่อสารเป็นสายใยแห่งการสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี ความรู้สึกนึกคิดของคนรุ่นหนึ่งมาสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง

3. ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ ภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจตั้งแต่ขั้นตอนการตลาด การขาย การจัดหา วัตถุดิบ การวางแผนการผลิต การผลิต การเงิน การบัญชี และการบริหารงานบุคคล ต้องใช้การสื่อสารทุกขั้นตอน นับตั้งแต่การสื่อสารกันระหว่างบุคคล จนกระทั่งถึงการสื่อสารกับมวลชน เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะในปัจจุบันการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญและกลายเป็นเรื่องจำเป็นมากด้านธุรกิจ รวมทั้งได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการสื่อสาร

4. ความสำคัญต่อการปกครอง การปกครองไม่ว่าจะเป็นการปกครองระดับใด หรือการปกครองระบอบใดก็ตามผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง จะต้องมีการตกลงร่วมกันในกฎเกณฑ์หรือระเบียบต่างๆ ผู้ปกครองต้องเผยแพร่ข่าวสารเหล่านี้ให้ผู้ถูกปกครองทราบทั้งทางตรงและทางอ้อม รวมทั้งประชาชนหรือผู้ถูกปกครองก็จะต้องสื่อสารเรื่องต่างๆ ไปยังผู้ปกครองด้วย เพื่อความสงบสุขของบ้านเมืองเป็นสำคัญ

5. ความสำคัญต่อการเมืองและเศรษฐกิจ ทุกประเทศมีการติดต่อสื่อสารกันทั้งทางด้านการเมือง และเศรษฐกิจ และปัจจุบันมีหน่วยงานหรือองค์กรของแต่ละประเทศ ที่ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารข่าวการเมืองและเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ เพื่อการสร้างเครือข่ายหรือพันธมิตร ซึ่งการสื่อสารมวลชนก็เข้ามามีบทบาทร่วมด้วยเช่นกัน

การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี สะท้อนให้เห็นภาพความเจริญรุ่งเรือง วิถีชีวิตของผู้คน ช่วยธำรงสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทั้งตัวบุคคลและสังคม พัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรม จริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้งศาสตร์ในการสื่อสารจำเป็นต้องพัฒนา ให้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในด้านต่างๆ

โดยมีวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ดังนี้

การที่บุคคลจะมาสื่อสารกันนั้นจะพบว่าแน่นอนทั้ง 2 ฝ่าย ต่างก็จะต้องมีจุดมุ่งหมายในการที่จะมาทำการแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกลุ่มเล็ก การสื่อสารสาธารณะหรือการสื่อสารมวลชนก็ตาม เปรียบกันง่ายๆ ก็เหมือนกับการรวมตัวกันของคนที่บุคคลที่มารวมตัวกันนั้นย่อมมีวัตถุประสงค์ว่ามารวมตัวกันเพื่ออะไร สามารถผู้ส่งสารและผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

ก. วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) ในการทำการสื่อสาร ผู้ทำการสื่อสารควรมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please of Entertain) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียนหรือการแสดงกิริยาต่างๆ

4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

5. เพื่อเรียนรู้ (Learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสาร ในกรณีนี้มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสารที่ผู้ทำการสื่อสารถ่ายทอดมาถึงตน

6. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) ในการดำเนินชีวิตของคนเรามีสิ่งหนึ่งที่ต้องกระทำอยู่เสมอก็คือ การตัดสินใจกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจนั้นอาจได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจของเราจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น

ข. วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร

ในส่วนของผู้รับสารนั้นเมื่อได้เข้าร่วมในกิจกรรมทางการสื่อสารกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารระดับใดก็ตาม ผู้รับสารก็จะมีวัตถุประสงค์หรือความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างจากการสื่อสารนั้นๆ ซึ่งโดยทั่วไปผู้รับสารจะมีวัตถุประสงค์หลักๆ ในการทำการสื่อสารดังนี้

1. เพื่อทราบ (Understand) ในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการสื่อสารนั้นผู้รับสารมีความต้องการที่จะทราบเรื่องราว ข่าวสาร ข้อมูล เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นๆ ที่มีผู้แจ้งหรือรายงานหรือชี้แจงให้ทราบ หากข่าวสารที่ได้รับทราบนั้นเป็นของใหม่ก็จะทำให้ผู้รับสารได้ข่าวสารเพิ่มเติม หากข่าวสารที่ได้รับทราบเป็นสิ่งที่เคยได้รับทราบมาก่อน ก็จะเป็นการยืนยันความถูกต้องของข่าวสารที่ตนมีอยู่ให้เกิดความมั่นใจยิ่งขึ้น ตรงกันข้ามหากข่าวสารที่ได้มาใหม่ขัดแย้งกับข่าวสารที่ตนมีอยู่เดิม ผู้รับสารก็จะได้ใคร่ครวญว่าข่าวสารใดมีความน่าเชื่อถือ หรือมีความถูกต้องมากกว่ากัน

2. เพื่อเรียนรู้ (Learn) หมายถึง การแสวงหาความรู้ของผู้รับสารจากการสื่อสาร ลักษณะของสารในกรณีนี้ มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้และวิชาการ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติม และเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาสาระในการสอนของผู้ส่งสาร

3. เพื่อหาความพอใจ (Enjoy) เป็นเรื่องปกติที่คนโดยทั่วไปแล้วจะทำการสื่อสารเพื่อให้ทราบข่าวคราว เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม และทำการสื่อสารเพื่อศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมให้กับตนเองแล้ว คนเรายังมีความต้องการในเรื่องของความบันเทิงด้วย เพราะความบันเทิงสามารถช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด ช่วยสร้างความสบายใจหรือเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ผู้รับสารอาจจะทำการสื่อสารด้วยการฟังเพลง ฟังละครวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์หน้าบันเทิง คอลัมน์บันเทิงต่างๆ ชมรายการโทรทัศน์บ้าง เกมโชว์บ้าง เป็นต้น

4. วัตถุประสงค์ของผู้รับสารในการทำการสื่อสาร ใช้ในการตัดสินใจหรือเพื่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในการตัดสินใจนั้น มักจะได้รับการเสนอแนะหรือชักจูงให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ เพราะฉะนั้นในการที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไปย่อมจะมีการศึกษาทางเลือกว่าทางเลือกไหนจะดีกว่ากัน ซึ่งทางเลือกในการตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับว่าข้อเสนอแนะนั้นๆ มีความน่าเชื่อถือและมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด แต่อย่างไรก็ตามนอกเหนือจากข้อเสนอแนะและการชักจูงจากบุคคลอื่นๆ แล้ว การตัดสินใจของคนเรายังจะต้องคำนึงถึงการรับข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ และความเชื่อของแต่ละบุคคลที่ได้สั่งสมกันมาด้วย

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็มีวัตถุประสงค์และความต้องการของตนเอง เมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้ง 2 ฝ่ายสอดคล้องต้องกัน การสื่อสารครั้งนั้นก็จะประสบผลสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามเมื่อใดก็ตามที่วัตถุประสงค์หรือความต้องการของทั้ง 2 ฝ่าย ไม่สอดคล้องต้องกันหรือขัดแย้งกันการสื่อสารก็จะประสบความล้มเหลว ซึ่งเป็นการพิจารณากันในด้านความหมายที่ว่าการสื่อสารเป็นการส่งสารเพื่อก่อให้เกิดผลตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารที่ใช้กันอยู่ทั่วไป แต่ถ้าหากมองกันในอีกความหมายหนึ่งที่ว่า เป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ก็ถือว่ามีการสื่อสารเกิดขึ้นแล้ว ยิ่งหากว่ารวมไปถึงการรับสาร ปฏิกิริยาตอบกลับ (feedback) และปฏิกิริยาที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีต่อกัน (Interaction) แล้วมีลักษณะของ Two - way Communication แม้วัตถุประสงค์ไม่สอดคล้องต้องกัน ก็ไม่ถือว่าเป็นการสื่อสารที่ล้มเหลว แต่ถือว่ามีการสื่อสารเกิดขึ้นแล้วเช่นเดียวกัน

2.1.3 หลักการสื่อสาร

หลักการสื่อสาร ของเบอร์โล (Berio) ทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย

1. ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (encode) เนื้อหาข่าวสาร มีเจตคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

2. ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึงการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การเห็น

4. ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถใน “การถอดรหัสสาร” (decode) เป็นผู้ที่มีเจตคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรม เช่นเดียวหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งสารจึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

2.1.4 องค์ประกอบของการสื่อสาร

1. บุคคล 2 ฝ่าย

บุคคล 2 ฝ่าย ในที่นี้ประกอบด้วย

1.1 ผู้ส่งสาร หมายถึง ผู้เริ่มการติดต่อสื่อสารโดยผู้ส่งสารจะเป็นบุคคลที่มีความต้องการส่งข้อมูลให้ทราบและมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารไปยังผู้อื่น แหล่งกำเนิดสารอาจเป็นบุคคลทีมงานองค์การ สถาบัน หรือคณะบุคคลที่เป็นผู้กำหนดสาระ ความรู้ และความคิดที่จะส่งไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารเพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย[12] ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย

1.1.1 ความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดของข้อมูลที่ต้องการสื่อสาร

1.1.2 ความตั้งใจของการส่งสาร

1.1.3 ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

1.1.4 ความมีเสน่ห์ดึงดูดของผู้ส่งสาร

1.1.5 ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับกลวิธีการสื่อสาร

1.2 ผู้รับสาร หมายถึง บุคคลที่ใช้ประสาทสัมผัสอย่างหนึ่งหรือมากกว่าของประสาทสัมผัสทั้งห้าในการรับข่าวสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคล กลุ่มคนหรือมวลชนเป้าหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจให้รับสาร โดยหน้าที่สำคัญของผู้รับสารคือ การถอดรหัสข้อมูล ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเป็นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย

1.2.1 ประสบการณ์และภูมิหลังของผู้รับสาร

---

[12]จุฑามาศ แหนจอน, **พลวัตกลุ่มและภาวะผู้นำ**, (ชลบุรี : ภาควิชาวิจัยและจิตวิทยาประยุกต์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 2562), หน้า 134-135.

1.2.2 ความพร้อมของผู้รับสาร

1.2.3 ความสามารถในการแปลความหมายและการถอดรหัสข้อมูล

1.2.4 เจตคติต่อการรับข้อมูลและรับรู้ข้อมูล

ซึ่งโดยปกติบุคคลทั้ง 2 ฝ่าย สามารถสลับบทบาทการเป็นผู้รับสารและผู้ส่งสารกันอยู่เสมอ[13]

2. สื่อและวิธีการสื่อสาร

สื่อและวิธีการสื่อสารคือ รูปแบบหรือวิธีการต่างๆ ที่จะทำให้ผู้รับสารได้รับทราบถึงข้อมูลหรือสิ่งต่างๆ ที่เรียกว่าสาร วิธีการติดต่อสื่อสารนั้นอาจใช้วิธีการพูด วิธีการเขียน หรือวิธีนำเสนอในลักษณะต่างๆ เช่น รูปภาพ แผนภูมิ รูปจำลอง เสียงตามสาย รายการวิทยุ รายการโทรทัศน์ โทรพิมพ์โทรสาร สื่อโซเชียลมีเดีย รวมทั้งเทคโนโลยีชั้นสูงต่างๆ สัญญาณดาวเทียม คอมพิวเตอร์ เพื่อกระตุ้นการรับรู้ข้อมูลด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ประการ ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่นการรับรส เพื่อลดหรือไม่ให้เกิดสิ่งรบกวนการรับข้อมูลโดยทั่วไปการสื่อสารมักใช้สื่อและวิธีการสื่อสารหลายลักษณะพร้อมกันไป เช่น การสื่อสารระหว่างครูกับผู้เรียนในการจัดการเรียนรู้ ต้องใช้ทั้งหนังสือ กระดานดำ ภาพ แผนภูมิ เกม ตลอดจนโสตทัศนูปกรณ์ต่างๆ นอกเหนือจากคำพูดของครู ดังนั้นครูจึงให้ความสำคัญต่อการใช้สื่อ เทคนิคและทักษะการจัดการเรียนรู้ วิธีการ รูปแบบการสอน สัมพันธภาพ และบรรยากาศการจัดการเรียนรู้เพื่อบริหารจัดการชั้นเรียนและพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียน สื่อและวิธีสื่อสารจึงเป็นองค์ประกอบมีความสำคัญต่อการสื่อสาร[14]

3. สาร

สารคือ เรื่องราวที่รับรู้ร่วมกันไม่ว่าจะเป็นข้อเท็จจริง ข้อแนะนำ ข้อทักท้วง ความคิด ความปรารถนาดี ความห่วงใย การหยอกล้อ ความรู้สึก โดยเนื้อหาสาระเหล่านี้อาจเป็นผลที่เกิดจากการเข้ารหัส เช่น การแสดงกิริยาท่าทาง การสื่อความหมายด้วยแววตา หรือการถ่ายทอดข้อมูลด้วยคำพูดสารจึงเป็นสิ่งที่มีอยู่ในความคิด ความทรงจำ ความรู้สึกของมนุษย์ ไม่อาจมองเห็น ได้ยิน หรือแตะต้องได้ ต้องอาศัยสิ่งอื่นแทนความคิด ความจำ หรือความรู้สึกเสียก่อน จึงจะสามารถแสดงออกมาให้เป็นที่รับรู้ได้ สิ่งที่แทนความคิดความจำความรู้สึกที่ใช้กันอยู่เป็นปกติเกือบตลอดเวลา อาทิ ภาษา สารจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสร้างความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารใน

---

[13]รัตนา กาญจนพันธุ์, **มนุษยสัมพันธ์ทางการบริหารการศึกษา**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2558), หน้า 71.

[14]นิฤมล มณีสว่างวงศ์, **การสื่อสารในองค์การ**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2562), หน้า 12-13.

กระบวนการสื่อสาร[15] ทั้งนี้ นักวิชาการนิยมจำแนกประเภทของสารออกเป็น 2 ประเภท คือ สารที่มีลักษณะวาจาและสารที่มีลักษณะไม่ใช่วาจา โดยสารหรือข้อมูลที่ดีต้องประกอบด้วยความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาความกลมกลืนและสอดคล้องของสาร ความต่อเนื่องและชัดเจนของสาร เป็นต้น

4. การตอบสนองและข้อมูลย้อนกลับ

การสื่อสารนั้นมื่อผู้ส่งสารทำการส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารย่อมแสดงปฏิสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อเป็นการรับรู้ว่าได้รับสารนั้นแล้ว บางครั้งการตอบสนองนี้ก็ทำให้ผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารให้ผู้ที่ส่งสารเดิมนั้นรับทราบ เพื่อให้ผู้ส่งสารทราบถึงผลของการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสาร ปฏิกิริยานี้อาจเกิดขึ้นทันทีหรือหลังจากได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร

5. สถานการณ์กาลเทศะ

การสื่อสารแต่ละครั้งนั้นสื่อและวิธีการสื่อสาร และสารอาจทำให้การสื่อสารไม่สมบูรณ์ได้ถ้าหากผู้ส่งสารไม่รู้จักวิเคราะห์สถานการณ์และบริบทรอบด้านเพื่อจะได้ปฏิบัติตนขณะสื่อสารได้อย่างถูกต้อง[16]

ดังนั้น การสื่อสารที่ถูกต้องตามสถานการณ์กาลเทศะจะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเมื่อองค์ประกอบทั้ง 5 ประการที่กล่าวมาข้างต้น เกิดขึ้นจะทำให้เกิดกระบวนการสื่อสารโดยหากขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งการสื่อสารจะไม่เกิดขึ้น อาทิ บุคคลสามารถส่งสารแต่หากไม่มีผู้รับสาร การสื่อสารก็จะไม่เกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นอย่างไม่มีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารตามแนวคิด "S > M > C > R" ของ David K. Berlo ที่จะต้องเริ่มจาก ผู้ส่งสาร (Sender) ทำการส่งข่าวสารออกไป (Message) ด้วยวิธีการหรือใช้สื่อเป็นตัวกลาง (Channel) ในการนำสารไปสู่ ผู้รับสาร (Receiver)[17] แนวคิดของ Berlo เป็นแบบจำลองที่ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบของการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารโดยทั่วไป มีความเหมาะสมที่จะเป็นพื้นฐานให้แก่นักวิชาการด้านการสื่อสารทางการเมืองนำไปพัฒนาต่อยอดให้มีความเฉพาะเจาะจงต่อการศึกษาการสื่อสารทางการเมืองมากขึ้น Michael Gurevich and Jay G. Blumler ได้พัฒนาองค์ประกอบและกระบวนการสื่อสารขึ้นมา มีจุดเด่นอยู่ที่การนำสื่อมวลชนมาเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองร่วมกับฝ่ายการเมืองหรือนักการเมือง ซึ่งโดยปกติแล้วสื่อมวลชนมักถูกจัดให้เป็น

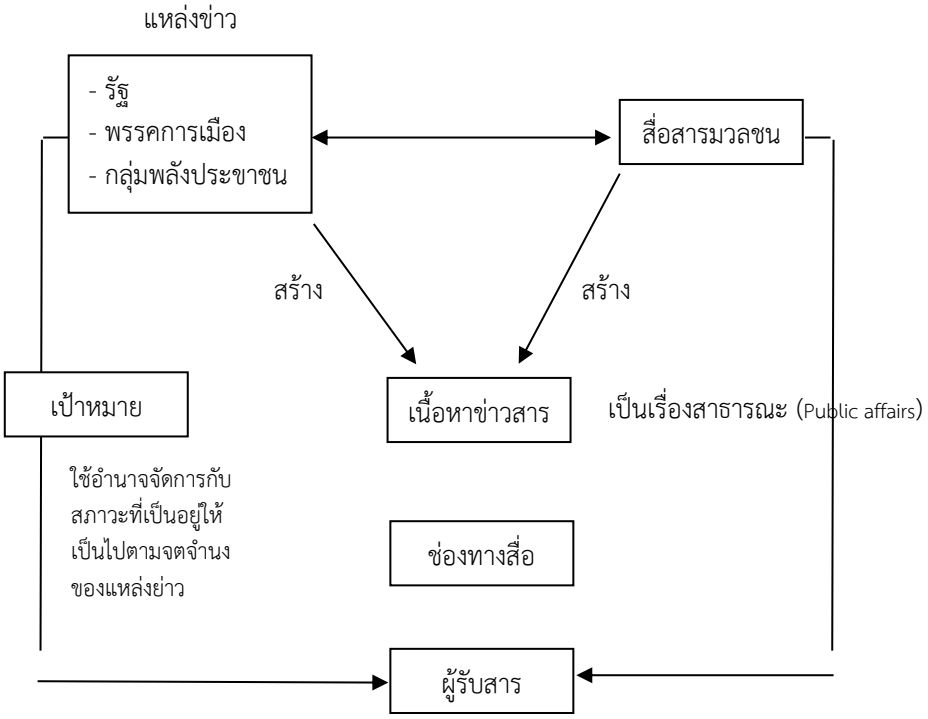
---

[15]ทักษิณา ชัยอิทธิพรวงศ์, **การออกแบบและผลิตนิตยสาร จากสื่อสิ่งพิมพ์สู่สื่อดิจิทัล**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560), หน้า 8-14.

[16]ทักษิณา ชัยอิทธิพรวงศ์, **การออกแบบและผลิตนิตยสาร จากสื่อสิ่งพิมพ์สู่สื่อดิจิทัล**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560), หน้า 8-14.

[17]สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, **การสื่อสารกับการเมือง**, พิมพ์ครั้งที่ 6, (กรุงเทพมหานคร : ประสิทธิ์ภัณฑ์แอนด์ พริ้นติ้ง, 2545), หน้า 27.

ช่องทาง (Channel) ในกระบวนการสื่อสารและเพิ่มความเป็นการเมืองเข้าไปในกระบวนการสื่อสารด้วยการกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารให้ชัดเจนมากขึ้น ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงองค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสารทางการเมืองตามทัศนะของ Michael Gurevitch and Jay G. Blumler[18] ดังภาพที่ 2.1



แผนภาพที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารทางการเมืองของ Gurevitch & Blumler

ผู้ส่งสาร ประกอบด้วยบุคคล 2 กลุ่ม คือ แหล่งข่าว ซึ่งได้แก่รัฐบาล เจ้าหน้าที่รัฐพรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มผลักดันฝ่ายประชาชน ฯลฯ และอีกกลุ่มหนึ่งคือสื่อมวลชน ในบางกรณีสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นเพียงช่องทางนำเสนอข่าวสาร แต่ในหลายกรณีสื่อมวลชนก็สามารถแสดงบทบาทเป็นผู้ส่งสารทางการเมืองได้ เช่น บทวิเคราะห์ทางการเมือง การตั้งฉายานาม เป็นต้น

เนื้อหาของข่าวสาร มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมืองในความหมายของการจัดสรร การต่อสู้ การแย่งชิงปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวกับส่วนรวม เช่น การเลือกตั้ง การแก้ไขกฎหมาย การทำงานของหน่วยงานรัฐ ฯลฯ ดังนั้นตัวบุคคลที่

[18]กาญจนา แก้วเทพ, **การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค**, พิมพ์ครั้งที่ 4, (กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์, 2552), หน้า 186-187.

ปรากฏในข่าวสารจึงมีสถานะเป็นบุคคลสาธารณะและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก็เป็นผลประโยชน์ของส่วนรวม

ช่องทาง แบ่งได้เป็น ช่องทางที่ได้มาของข่าวสาร และช่องทางเผยแพร่ของข่าวสาร ประกอบด้วยช่องทางที่เป็นทางการ เช่น การแถลงข่าวของพรรคการเมือง การให้สัมภาษณ์ของนายกรัฐมนตรี การแถลงผลงานของรัฐบาล ฯลฯ และช่องทางที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถควบคุมช่องทางได้ เช่น การเจาะข่าวด้วยการค้นคว้าจากเอกสาร หรือการเลือกสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์

เป้าหมายของการส่งสาร การสื่อสารทางการเมืองเป็นเครื่องมือของการใช้อำนาจเข้ามาจัดการกับสภาวะที่เป็นอยู่ให้เป็นไปตามเจตจำนงของผู้กระทำการ จึงทำให้เป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อ "โน้มน้าวใจ" (Persuasion) ผู้รับสาร ในแบบจำลองนี้ผู้รับสาร คือ เป้าหมายของผู้ส่งสารที่เป็นตัวแสดงทางการเมืองและกลุ่มสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ส่งผลให้เป็นการสื่อสารทางการเมืองแบบทางเดียว(One-way Communication) ที่ให้ความสำคัญต่อผู้ส่งสาร[19]

การสื่อสารทางการเมืองเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ คือ

1. องค์กรทางการเมือง (Political organizations) ประกอบด้วย พรรคการเมือง องค์กรสาธารณะ (Pubic organizations) กลุ่มกดดัน องค์กรก่อการร้าย และรัฐบาล องค์กรเหล่านี้ เป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีวัตถุประสงค์ อุดมการณ์ หรือผลประโยชน์ที่คล้ายคลึงกัน และต้องการ ใช้อำนาจหน้าที่หรืออิทธิพลผ่านองค์กรของตนเพื่อบรรลุเป้าประสงค์ที่ต้องการ

2. สื่อ (Media) เป็นทั้งผู้ส่งสารและตัวกลางในการแลกเปลี่ยนข้อเรียกร้อง ความต้องการ และความคิดเห็นระหว่างองค์กรทางการเมืองไปและกลุ่มพลเมือง ส่งผลให้ตัวแสดงทางการเมืองทั้งหลายรวมถึงข้อเรียกร้อง ความต้องการ และความคิดเห็น เกิดมีตัวตนขึ้นในทางการเมืองผ่านการนำเสนอและการรับรู้ข่าวสาร ส่งผลให้ความจริงทางการเมือง (Political reality) แบ่งออกเป็น 3 มุมมอง คือ 1) มุมมองของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงๆ (Objective poltical reality) 2) มุมของเหตุการณ์จากการรับรู้ของบุคคล (Subjective poltical reality) และ 3) มุมมองที่สื่อผลิต สร้างขึ้นมาซึ่งมีผลต่อการเกิดมุมมองในแบบที่ 2 (Constructed political reality)

3. ผู้รับสารหรือผู้ฟัง (Audience) คือ ประชากรกลุ่มเป้าหมายซึ่งการสื่อสารทางการเมืองมุ่งเข้าไปมีอิทธิพลต่อการรับรู้เพื่อหวังให้เกิดผลลัพธ์ตามที่ผู้ส่งสารได้ตั้งใจไว้ ทั้งนี้ บทบาท

---

[19]นันทนา นันทวโรภาส, **สื่อสารการเมือง : ทฤษฎีและการประยุกต์ใช้**, หน้า 126.

ผู้รับสารไม่ได้ถูกจำกัดอยู่ที่ประชาชนเสมอไป เนื่องจากประชาชนสามารถแสดงความคิดเห็นหรือร้องเรียนผ่านสื่อไปยังองค์กรทางการเมืองได้[20]

ทัศนะของ Darren G. Lilleker ซึ่งเห็นว่าการสื่อสารทางการเมือง ในบริบทสมัยใหม่ควรให้ความสำคัญกับปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 3 ตัวแสดง ดังนี้

1. พื้นที่ทางการเมือง (Political sphere) หมายถึง รัฐและตัวแสดงทางการเมืองของรัฐซึ่งมีหน้าที่สื่อสารเกี่ยวกับการดำเนินการในเรื่องต่างๆ ของตนให้สังคมรับรู้เพื่อให้ได้รับความชอบธรรมและความยินยอมจากประชาชน

2. ตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ (Non-state actors) หมายถึง องค์กรต่างๆ ที่มีแรงจูงใจทางการเมืองและผู้มีสิทธิ์เลือกตั้ง ซึ่งส่งสารเข้าสู่พื้นที่ทางการเมืองโดยหวังว่าจะสามารถมีอิทธิพลต่อพื้นที่ทางการเมืองไม่มากก็น้อย

3. สื่อต่างๆ (Media Outlets) ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ สิงพิมพ์ อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อเหล่านี้ทำหน้าที่สื่อสารในประเด็นทางการเมืองซึ่งสามารถมีอิทธิพลต่อประชาชนได้ เช่นเดียวกับตัวแสดงในพื้นที่ทางการเมือง[21]

2.1.5 บทบาทของการสื่อสาร

การสื่อสารมีส่วนสำคัญในการค้ำจุนระบบการเมืองให้ดำรงอยู่และไม่ว่าประเทศนั้นๆ จะมีการปกครองรูปแบบใดก็ตาม การสื่อสารทางการเมืองจะแสดงบทบาทหน้าที่ 3 ประการดังต่อไปนี้

1. ประชาสัมพันธ์ทางการเมืองหรือนโยบายของรัฐบาล

รัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ จะดำเนินการเผยแพร่ข่าวสาร ชี้แจงนโยบาย การดำเนินงานและผลงานไปยังประชาชน ผ่านสื่อสารมวลชน โดยการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลมักมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในเหตุกรณ์ตลอดจนประเด็นทางการเมืองการปกครองให้ประชาชนรับทราบ เพื่อส่งสริมความเข้าใจอันดีในหน่วยงานหรือระหว่างองค์กรทางการเมืองกับประชาชน ช่วยทำให้ประชาชนและรัฐบาลมองเห็นทิศทางในการขับเคลื่อนประเทศได้อย่างสอดคล้องต้องกัน

2. กล่อมเกลาทางการเมือง

การดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาลผ่านสื่อมวลชนในอีกด้านหนึ่งคือการสร้างรับรู้และการเรียนรู้ในแนวทางการปกครอง ผ่านการเน้นย้ำและส่งต่อค่านิยม แนวคิด และอุดมการณ์ที่เป็นที่ยอมรับภายใต้ระบอบการปกครองที่เป็นอยู่ให้แก่ประชาชน ซึ่งสามารถก่อให้เกิดทัศนคติและจิตสำนึกทางการเมือง อันจะนำไปสู่การเตรียมพร้อมประชาช นให้

---

[20]Brian McNair, **An Introduction to Political Communication**, (London: Routledge, 1995), pp. 5-13.

[21] Darren G. Lilleker, **Key Concept in Political Communication**, (London: Sage Publications, 2006), pp. 1-6.

เป็นพลเมืองที่ดีตามแนวทางการปกครอง เช่น มีส่วนร่วมทางการเมืองโดยการสนับสนุนภารกิจของรัฐบาล เคารพกฎหมาย ไม่ละเมิดคำนิยมของสังคม และเป็นการสร้างเสถียรภาพให้แก่ระบบการเมือง โดยป้องกันไม่ให้สมาชิกของสังคมหันเหไปสู่แนวทางการเมืองอื่น

3. สร้างภาพลักษณ์ทางการเมือง

ภาพลักษณ์ที่ดีทางการเมืองเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้คณะรัฐบาลสามารถทำงานได้อย่างราบรื่นและมีเสถียรภาพ การสื่อสารทางการเมืองจึงถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ประชาชนให้เกิดความรู้สึกและรักษาไว้ซึ่งความนิยมชมชอบ การยอมรับในสถานภาพและคุณงามความดีของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมือง นโยบาย กฎหมาย ตลอดจนการตัดสินใจทางการเมืองต่างๆ อย่างไรก็ตาม ในความเป็นจริงหากผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองไม่เป็นที่ยอมรับหรือคณะรัฐบาลมีผลงานไม่โดดเด่นเท่าที่ควร แต่สามารถใช้สื่อมวลชนเน้นประชาสัมพันธ์เพียงด้านดีและกลบจุดด้อยเพื่อสร้างการยอมรับให้มีมากขึ้นก็นับว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ได้เช่นกัน ดังนั้นภาพลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการประกอบสร้างความจริงซึ่งประกอบด้วยข้อเท็จจริงประสานกับการรับรู้ที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของประชาชน[22]

นักวิชการได้กล่าวถึงบทบาทของการสื่อสารทางการเมืองไว้ดังนี้

1. สร้างทัศนคติทางการเมือง

การเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ตหรือการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในหมู่ประชาชนเกี่ยวกับการทำงานของรัฐบาลเหตุผลของการออกกฎหมาย นโยบาย การดำเนินโครงการ และผลงาน ช่วยทำให้ประชาชนเกิดทัศนคติต่อระบบการเมือง กล่าวคือ ข้อมูลข่าวสารจะกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรู้สึกนึกคิดอันเป็นการประเมินคุณค่าต่อรัฐบาล องค์กรทางการเมือง นักการเมือง กลุ่มกดดันฯ ตลอดจนสถานการณ์ทางการเมืองในขณะนั้น ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะมีผลต่อการแสดงออกทางการเมืองของประชาชน

2. สร้างความสนใจในการเมือง

การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเมือง เช่น การได้รับรู้ว่ารัฐบาลกำลังทำอะรหรือจะทำอะไรใช้งบประมาณท่าใด และจะเกิดผลดีผลเสียต่อใคร อย่างไร หรือการได้รับรู้ความคิดเห็นหรือท่าทีของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองในประเด็นต่างๆ มีส่วนกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจในการเมือง เนื่องจากเห็นความเชื่อมโยงว่าการตัดสินใจทางการเมืองของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองหรือสถาบันทางการเมืองสามารถส่งผลต่อคุณภาพชีวิตหรือผลประโยชน์ของตนเองได้อย่างไร

3. สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการเมือง

---

[22]ศุภชัย ยาวะประภาษ และ ปิยากร หวังมหาพร, **การสื่อสารทางการเมืองภาครัฐ** ใน ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสารการเมือง หน่วยที่ 8-15, หน้า 8-9.

การสื่อสารทางการเมืองไม่เพียงแต่สร้างความสนใจในการเมืองเท่านั้นหากแต่ยังสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระบอบการปกครอง ระบบกฎหมาย ระบบเศรษฐกิจ ระบบการศึกษา ฯลฯ ของประเทศที่เกิดขึ้นจริงในขณะนั้น ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนสามารถทำความเข้าใจความเป็นไปของประเทศในปัจจุบันและส่งผลต่ออนาคต ดังนั้นแหล่งสารทางการเมืองจึงมีส่วนสำคัญในการควบคุมสังคมผ่านการกำหนดว่าประชาชนควรรู้อะไรและอย่างไร เช่น การเน้นย้ำโดยสื่อบุคคลหรือสื่อสารมวลชนที่เชื่อมโยงระบอบประชาธิปไตยเข้ากับเลือกตั้งที่ทุจริตคดโกงเพียงด้านเดียวเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาชนเข้าใจว่าระบอบประชาธิปไตยไม่ดีและไม่เหมาะสมกับคนไทย ส่งผลให้ประชาชนมีใจโน้มเอียงไปสู่การปกครองในรูปแบบอื่นได้ง่ายต่อไป

4. สร้างบทบาททางการเมือง

บทบาทของการสื่อสารทางการเมืองทั้ง 3 ประการข้างต้นนำมาสู่การสร้งบทบาททางการเมืองให้แก่ประชาชน โดยประชาชนจะแสดงบทบาททางการเมืองหรือมีส่วนร่วมทางการเมืองของตนได้เหมาะสมและได้มากเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับการตระหนักถึงสิทธิและหน้าที่ของตนในฐานะสมาชิกของระบบการเมืองและระบอบการปกครองที่เอื้ออำนวย อย่างไรก็ตามการแสดงบทบาททางการเมืองของประชาชน เช่น การเลือกตั้ง การเดินขบวนประท้วง การร้องเรียนการวิพากษ์วิจารณ์ การลงประชามติ การลงสมัครรับเลือกตั้ง การเป็นสมาชิกพรรคการเมือง ฯลฯ ล้วนเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสื่อสารความต้องการไปถึงผู้ปกครอง ส่งผลให้ระบบการเมืองสามารถทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

5. นำรัฐบาลเข้าไปใกล้ชิดประชาชน

การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนสามารถสร้างความรู้สึกเสมือนจริงว่าผู้บริหารประเทศได้มาพบปะกับประชาชนด้วยตนเองถึงที่พำนักอาศัย ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ประชาชนรับรู้ความเคลื่อนไหวของรัฐบาลของตนได้ทันท่วงทีไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนหรือเวลาใดพร้อมทั้งสามารถมองเห็นสีหน้า ท่าทาง และได้ยินเสียงได้ในเวลาเดียวกันอีกด้วย ทั้งนี้ด้วยลักษณะการสื่อสารที่ไร้พรมแดนจึงทำให้ประชาชนภายในรัฐหนึ่ง 1 สามารถพบปะกับบุคคลสำคัญทางการเมืองและได้รับรู้ถึงแนวความคิดทางการเมืองจากหลากหลายประเทศ ซึ่งกระตุ้นหรือกดดันให้รัฐบาลของแต่ละประเทศต้องตื่นตัวเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนให้เป็นไปตามมาตรฐานของสากล

6. รับรองสถานภาพของฝ่ายการเมือง

ไม่เพียงแต่บุคคลที่ดำรงตำแหน่งทางการเมืองเท่านั้นที่ต้องการการยอมรับในสถานภาพแม้แต่องค์กร/สถาบันทางการเมือง การใช้อำนาจบัญญัติกฎหมายการดำเนินงานตามนโยบายหรือโครงการต่างๆ ของรัฐบาลก็ต้องการการยอมรับด้วยเช่นกันการสื่อสารทางการเมืองผ่านสื่อมวลชนจึง

เป็นเครื่องมือทางการเมืองที่สำคัญในการนำเสนอบุคคลองค์กร กฎหมาย นโยบาย และโครงการให้เป็นที่รู้จักถึงคุณสมบัติที่ดีหรือให้เกิดมีความสำคัญจำเป็นขึ้นในสังคม เพื่อจูงใจให้ประชาชนยอมรับสนับสนุน ซึ่งย่อมส่งเสริมให้บุคคลหรือองค์กรสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างราบรื่น ช่วยให้การบังคับใช้กฎหมาย การดำเนินงานตามนโยบาย หรือโครงการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ หากรัฐบาลใดสามารถสร้างการยอมรับได้มากก็ย่อมเอื้อต่อการมีความชอบธรรมทางการเมืองที่ช่วยให้การครองอำนาจเป็นไปอย่างมีเสถียรภาพ[23]

Gabriel A. Almond and G. Bingham Powel ได้อธิบายถึงบทบาทของการสื่อสารทางการเมืองที่มีต่อระบบการเมืองในเชิงโครงสร้าง-หน้าที่ (Structural-functional) โดยกล่าวว่า การสื่อสารทางการเมือง คือ สะพานเชื่อมระหว่างภาคส่วนต่างๆ ในระบบการเมืองผ่านการนำข้อมูลข่าวสารจากโครงสร้างหนึ่งไปสู่อีกโครงสร้างหนึ่งภายในระบบการเมือง ซึ่งช่วยค้ำจุนให้ระบบการเมืองดำรงอยู่และสามารถทำหน้าที่นำข้อเรียกร้อง ความต้องการ ความคิดเห็นฯ จากประชาชนเข้าสู่ระบบการเมืองให้รัฐบาลหรือองค์กรทางการเมืองรับทราบ แล้วแปรเปลี่ยนเป็นนโยบาย โครงการ กฎหมาย หรือการตัดสินใจ เพื่อเผยแพร่หรือตอบสนองต่อความต้องการของประชาชน และประชาชนจะส่งข้อมูลย้อนกลับเข้าสู่ระบบการเมืองอีกครั้งจนเป็นวัฏจักรของระบบทางการเมือง ซึ่งตัวแสดงที่รับหน้าที่สำคัญนี้ก็คือ สื่อมวลชน นั่นเอง[24] ดังนั้นในอีกแง่หนึ่ง การสื่อสารทางการเมือง จึงเปรียบเสมือน "เส้นประสาทของการเมืองการปกครอง" หรือที่ Karl W. Deutsch เรียกว่า The nerves of government เนื่องจากเห็นว่าโครงสร้างของระบบการเมืองมีลักษณะเป็นโครงข่ายของระบบการสื่อสาร ข้อมูลข่าวสารและกระบวนการสื่อสารเป็นพื้นฐานของทุกกิจกรรมทางการเมืองและช่วยประสานส่วนต่างๆ ของระบบการเมืองเข้าไว้ด้วยกัน[25]

กระบวนการสื่อสารยังทำหน้าที่ในการขยายความรู้สึกของปัจเจกชนให้กลายเป็นความรู้สึกของสังคมได้ ซึ่งการขยายตัวของความรู้สึกดังกล่าวจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับกระบวนการของการสื่อสาร กระบวนการทางการเมืองและกระบวนการสื่อสารมีความใกล้ชิดกัน

---

[23]เสรี วงษ์มณฑา, **การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร** ใน เอกสารการสอนชุดวิชา หลักและ ทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15, พิมพ์ครั้งที่ 13 (นนทบุรี : สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540), หน้า 721-724.

[24]สุภาภรณ์ ติ่งอินทร์, “กลยุทธ์การสื่อสารการเมืองของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) ที่เคยดำรงตำแหน่งกำนัน”, หน้า 18.

[25]ชวนะ ภวกานันท์, **ทฤษฎีการสื่อสารทางการเมือง** ใน ประมวลสาระชุดวิชาการสื่อสาร การเมือง หน่วยที่ 1-7, พิมพ์ครั้งที่ 3, (นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2557), หน้า 42.

มนุษย์ต้องเกี่ยวข้องกับระบบการสื่อสารเพื่อเตรียมตัวให้เข้าใจถึงข้อความทางการเมืองที่ต้องการสาระสำคัญทางการเมืองมักจะเข้ามาทางองค์กรของกระบวนการสื่อสาร นอกจากนี้กระบวนการสื่อสารยังมีหน้าที่ในการเตรียมพื้นฐาน อันจำเป็นในการใช้เหตุผลของการเมืองแบบมหาชน ประชาชนจะสามารถถกเถียงกันในกิจการส่วนรวม (Collective Action) ได้ก็ต่อเมื่อประชาชนได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสารกัน กระบวนการสื่อสารจะให้ข้อมูลแก่ประชาชนว่าผู้นำของตนมีการมองการณ์ไกลหรือไม่ พาย ได้อธิบายว่า การสื่อสาร มีหน้าที่ที่สำคัญ 6 ประการในทางการเมือง กล่าวคือ

1) การสื่อสารจะต้องถูกใช้เพื่อส่งเสริมความรู้สึกเป็นชาติ (Nationness) เดียวกัน

2) การสื่อสารจะต้องถูกใช้เสมือนเป็นเสียงสะท้อนของประชาชนต่อของแผนพัฒนาแห่งชาติ

3) การสื่อสารจะต้องถูกใช้ในการช่วยสอนทักษะที่จำเป็นแก่ประชาชนในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

4) การสื่อสารจะต้องถูกใช้เพื่อการขยายตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

5) การสื่อสารจะต้องถูกใช้เพื่อช่วยประชาชนในการเตรียมตัวเพื่อรับบทบาทใหม่ในการพัฒนาประเทศ

6) การสื่อสารจะต้องถูกใช้เพื่อเตรียมประชาชนในการรับบทบาทในฐานะส่วนหนึ่งของชาติ ที่ต้องแข่งขันกับชาติอื่นๆ[26]

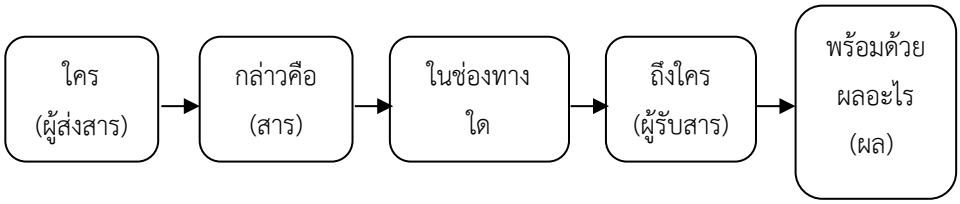
ความสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง ที่มีผลต่อระบบการเมือง ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ตามการเมืองเชิงโครงสร้างหน้าที่ (Structural-Functional) ว่าเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของระบบการเมืองในกระบวนการแปรสภาพ ปัจจัยนำเข้าไปสู่ปัจจัยนำออก และโครงสร้างสำคัญที่รองรับการทำหน้าที่ดังกล่าวได้แก่ สื่อมวลชน ซึ่งจะมีบทบาทในการถ่ายทอดข่าวสารภายในระบบการเมืองจากโครงสร้างหนึ่งไปสู่อีกโครงสร้างหนึ่ง หรือระบบการเมืองกับสภาพแวดล้อม การสื่อสารทางการเมืองจึงเป็นตัวเชื่อมระหว่างส่วนต่างๆ ภายในระบบ เนื่องจากมีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างประชาชนกับรัฐบาล หรือเป็นช่องทางในการเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการตัดสินใจและนโยบายของรัฐบาลให้ประชาชนได้รับรู้ ขณะเดียวกันก็เป็นกระบวนการเชื่อมโยง ในการนำเอาข้อเรียกร้องและความต้องการของประชาชนไปสู่รัฐบาล เพื่อพิจารณากำหนดนโยบายและข้อตกลงใจสนองตอบต่อประชาชน[27]

---

[26]Pye, Lucian W., **Introduction in Communication and Political Development**, (New Jersey, NJ: Princeton University Press, 1972), pp. 4-42.

[27]สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, **การสื่อสารกับการเมือง**, (กรุงเทพมหานคร : ประสิทธิ์ภัณฑ์ แอนด์ พริ้นติ้ง, 2545), หน้า 18.

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารและการเมือง สามารถพิจารณาจากกระบวนการสื่อสารตามแบบ จำลองการสื่อสารของ ฮาโรลส์ ดี ลาสเวลล์ นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกัน[28] ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2.2 แสดงแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ ค.ศ. 1948 พร้อมด้วยส่วนประกอบของการสื่อสารที่สอดคล้องกัน

ในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองปัจจุบันจะพบว่า ประชาชนมิได้เป็นเพียงผู้รับสารจากแหล่งข่าว (รัฐ-สื่อมวลชน) แต่เพียงฝ่ายเดียวอีกต่อไป แต่ประชาชนได้มีการสื่อสารจากล่างขึ้นด้านบนภายในกรอบของสังคม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็นของประชาชนได้อย่างเสรีมากขึ้น ซึ่งปฏิกิริยาการสื่อสารของประชาชนอาจมีการแสดงออกที่มีความรุนแรงมากขึ้นตามช่องทางสื่อสารที่เปิดโอกาส เช่น การโทรศัพท์แสดง ความคิดเห็นในรายการคุยข่าว การส่งจดหมาย หรือ forward mail

การใช้สื่อใหม่ เช่น Facebook Line YouTube แสดงความคิดเห็นทางการเมือง หรืออาจเป็นการเดินประท้วงรวมตัวเพื่อกดดันรัฐบาล ฯลฯ การสื่อสารกับการเมืองจึงมีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างใกล้ชิด ทั้งในเชิงศาสตร์และทางปฏิบัติ พัฒนาการทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยได้รุดหน้าไปควบคู่กับพัฒนาการทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร รวมถึงการพัฒนาด้านความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในทางการเมืองของประชาชน ส่งผลให้ “การสื่อสาร” (communication) มีความสลับซับซ้อนและทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมทางการเมืองเกือบทั้งหมด โดยเฉพาะในประเทศที่การเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตย พัฒนาก้าวหน้าไปมาก จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ไม่ลักษณะใดก็ลักษณะหนึ่ง “การสื่อสาร” จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญในทางการเมืองมาตั้งแต่อดีต โดยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดและขยายแนวความคิด ตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากผู้ปกครองไปยังประชาชนในปกครอง เพื่อโฆษณาชวนเชื่อ และจูงใจให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบ ความศรัทธาเชื่อมั่น และความจงรักภักดีต่อผู้ปกครอง จนทำให้ เกิดการพัฒนาองค์ความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง “การสื่อสารทางการเมือง” (Political Communication) ขึ้น แม้ว่าในอดีต

---

[28]สุภาภรณ์ ติ่งอินทร์, **กลยุทธ์การสื่อสารของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) ที่เคยดำรงตำแหน่งกำนัน**, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553), หน้า 1.

จะมีข้อจำกัดทางเทคโนโลยีที่ไม่เท่าเทียมกับในปัจจุบัน แต่จุดมุ่งหมายของการสื่อสารทางการเมืองนั้นก็มิได้แตกต่างไปจากเป้าหมายของการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบัน[29] ที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อการถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมือง รวมทั้งการเผยแพร่ปลูกฝังความเชื่อทางการเมืองแต่อย่างใด

แม้ว่ากาลเวลาจะผ่านพ้นมาหลายศตวรรษแล้ว แต่การสื่อสารทางการเมืองในสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะในสังคมไทยยังคงมีลักษณะเหมือนสมัยกรีกโบราณ คือ การใช้วาทวิทยา การโฆษณาชวนเชื่อผสมผสานในการสื่อสารเพื่อผลสัมฤทธิ์ทางการเมือง และการสื่อสารทางการเมืองยังทำหน้าที่สร้างทัศนคติทางการเมืองที่คับแคบ ในรูปแบบวัฒนธรรมทางการเมืองแบบคับแคบ-ไพร่ฟ้าหรือไพร่ฟ้า-มีส่วนร่วม สร้างความรู้ความเข้าใจทางการเมืองแบบอำนาจนิยม “ประชาธิปไตยแบบไทยๆ” ข้ามไม่พ้นการเมืองแบบน้ำเน่า การทุจริตคอร์รัปชัน การสมคบคิดระหว่างผู้มีอำนาจกับนายทุนแย่งชิงทรัพยากรงบประมาณ และทรัพยากรธรรมชาติจากประชาชน โดยอ้าง “ทำเพื่อชาติ” หรือ “เพื่อความมั่นคง” เป็นสำคัญ

ในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองปัจจุบันจะพบว่า ประชาชนมิได้เป็นเพียงผู้รับสารจากแหล่งข่าว (รัฐ-สื่อมวลชน) แต่เพียงฝ่ายเดียวอีกต่อไป แต่ประชาชนได้มีการสื่อสารจากล่างขึ้นด้านบนภายในกรอบของสังคม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความคิดเห็นของประชาชน ได้อย่างเสรีมากขึ้น ซึ่งปฏิกิริยาการสื่อสารของประชาชนอาจมีการแสดงออกที่มีความรุนแรงมากขึ้นตามช่องทางสื่อสารที่เปิดโอกาส เช่น การโทรศัพท์แสดงความคิดเห็นในรายการคุยข่าว การส่งจดหมาย หรือ forward mail

การใช้สื่อใหม่ เช่น Facebook Line YouTube แสดงความคิดเห็นทางการเมือง หรืออาจเป็นการเดินประท้วงรวมตัวเพื่อกดดันรัฐบาล ฯลฯ การสื่อสารกับการเมืองจึงมีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างใกล้ชิด ทั้งในเชิงศาสตร์และทางปฏิบัติ พัฒนาการทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยได้รุดหน้าไปควบคู่กับพัฒนาการทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร รวมถึงการพัฒนาด้านความรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมในทางการเมืองของประชาชนส่งผลให้ “การสื่อสาร” (communication) มีความสลับซับซ้อนและทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมทางการเมืองเกือบทั้งหมด โดยเฉพาะในประเทศที่การเมืองการปกครองในระบอบประชาธิปไตยพัฒนาก้าวหน้าไปมาก จะมีส่วนเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ไม่ลักษณะใดก็ลักษณะหนึ่ง “การสื่อสาร” จึงถูกใช้เป็นเครื่องมือหรือกลไกสำคัญในทางการเมืองมาตั้งแต่อดีต โดยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดและขยายแนวความคิดตลอดจนอุดมการณ์ทางการเมืองจากผู้ปกครองไปยังประชาชนในปกครอง เพื่อโฆษณาชวนเชื่อ และจูงใจให้ประชาชนเกิดความนิยมชมชอบ ความศรัทธาเชื่อมั่น และความจงรักภักดีต่อผู้ปกครอง จนทำให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้และแนวคิดเกี่ยวกับเรื่อง “การสื่อสารทาง

[29]เรื่องเดียวกัน, หน้า 26-27.

การเมือง” (Political Communication) ขึ้น แม้ว่าในอดีตจะมีข้อจำกัดทางเทคโนโลยีที่ไม่เท่าเทียมกับในปัจจุบัน แต่จุดมุ่งหมายของการสื่อสารทางการเมืองนั้นก็มิได้แตกต่างไปจากเป้าหมายของการสื่อสารทางการเมืองในปัจจุบัน[30] ที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อการถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมือง รวมทั้งการเผยแพร่ปลูกฝังความเชื่อทางการเมือง

สำหรับยุคแห่งโลกาภิวัตน์เช่นในปัจจุบัน นับว่าเป็นยุคแห่งการปฏิวัติการสื่อสารที่มีความเจริญรุดหน้าอย่างก้าวกระโดด อันก่อให้เกิดพัฒนาการในเรื่องเทคโนโลยีที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ การผสมผสาน รวมตัวกันของคอมพิวเตอร์ การสื่อสารโทรคมนาคม และการสื่อสารมวลชน การสร้างหน่วยประมวลผลขนาดเล็ก (chip) และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ทำงานเชื่อมต่อกับสายโทรศัพท์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง (Hi-Speed Internet) และดาวเทียม ทำให้การสื่อสารของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปในทุกมิติ และมีศักยภาพอย่างมหาศาล[31] การสื่อสารทางการเมืองในยุคโลกาภิวัตน์จึงได้เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ มากมาย เป็นต้นว่า การถ่ายทอดสดทางโทรทัศน์ หรือรายงานข่าวเกี่ยวกับการรณรงค์การเลือกตั้ง และการสัมภาษณ์ บรรดานักการเมืองเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ ของตนเอง นอกจากที่กล่าวมาแล้ว การสื่อสารทางการเมือง ยังรวมถึงการรณรงค์ทางด้านการให้ข้อมูลสาธารณะ การจัดการสื่อ และการจัดการภาพลักษณ์ในนามของตัวพวกนักการเมือง

การดำเนินกิจกรรมทางการเมืองได้มีการวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรงว่าเปรียบเสมือน “การดำเนินธุรกิจแบบทุนนิยมที่ส่งเสริมให้ต้องอาศัยปัจจัยทางการเงินเข้ามาสนับสนุน” เนื่องจากสังคมปัจจุบันเป็นสังคมแบบทุนนิยม การดำเนินการสื่อสารทางการเมืองจึงต้องอาศัยทุนในการดำเนินการด้วย แม้จะมีกฎหมายจำกัดวงเงินงบประมาณในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งสำหรับผู้สมัครและพรรคการเมืองใช้งบประมาณในการหาเสียงเลือกตั้ง เพียงแต่ความแตกต่างในการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งของทั้งผู้สมัครและพรรคการเมืองก็ยังปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน การเมืองในหลายยุคหลายสมัยที่ผ่านมา จึงมีความสัมพันธ์และผูกพันอย่างใกล้ชิดกับธุรกิจ และมีความผูกพันแน่นแฟ้นยิ่งขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในการลงทุนทางการเมือง โดยการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งด้วยการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดหลายๆ รูปแบบ เพื่อหวังให้ได้รับชัยชนะการเลือกตั้ง และเข้าไปมีส่วนในการจัดตั้งรัฐบาล[32]

---

[30]สุภาภรณ์ ติ่งอินทร์, **กลยุทธ์การสื่อสารของสมาชิกวุฒิสภา (ส.ว.) ที่เคยดำรงตำแหน่งกำนัน**, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553), หน้า 26-27.

[31]รจิตลักษณ์ แสงอุไร, **การสื่อสารของมนุษย์**, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), หน้า 171.

[32]วัชรา ไชยสาร, **การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง: กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา http://www.thaitopic.com/mag/ pol/imc01.htm [15 มกราคม 2567].

แม่แบบของประชาธิปไตยยุคใหม่ ในการเลือกตั้งประธานาธิบดีก็ยังใช้แนวคิดการตลาดในการรณรงค์หาเสียง ซึ่งมีผู้กล่าวไว้ว่า “การเลือกตั้งประธานาธิบดีเป็นธุรกิจใหญ่ที่สลับซับซ้อน และต้องใช้เทคโนโลยีสูง”[33] นักการเมืองต่างหันไปใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและวิธีการวิจัย หรือทำโพลล์ (Polls) เพื่อช่วยในการรณรงค์หาเสียงหรือดำเนินการสื่อสารการเมืองให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ทำให้พรรคการเมืองต่างๆ พยายามนำเสนอข้อมูลข่าวสาร นั่นก็คือ การนำเสนอผู้สมัครและการสร้างพรรคการเมืองที่มีคุณภาพ ตลอดจนการส่งเสริมให้พรรคการเมืองทำงานเป็นทีม เพื่อให้สามารถทำการสื่อสารทางการเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้ได้รับชัยชนะในการเลือกตั้ง แต่ในอีกแง่มุมหนึ่งการเมืองไม่ใช่สินค้าที่จัดจำหน่ายโดยทั่วไป เช่น สินค้าในตลาด แต่การเมืองโดยเฉพาะการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นการนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาให้แก่ประเทศ และประชาชน การสื่อสารทางการเมืองโดยอาศัยการสื่อสารการตลาดเป็นเครื่องมือในการหาเสียงเพื่อให้ชนะเลือกตั้ง ซึ่งเป็นการใช้กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการน้าวโน้มหรือจูงใจประชาชนให้ลงคะแนนเสียงให้ผู้สมัครและพรรคการเมือง โดยไม่คำนึงถึงคุณภาพที่แท้จริงของตัวสินค้า คือ ตัวนักการเมืองและพรรคการเมืองนั้นๆ แล้วก็จะก่อให้เกิดผลกระทบในเชิงลบต่อระบบการเมือง

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความเห็นว่า การสื่อสารการตลาดอาจช่วยให้ผู้สมัครและพรรคการเมืองได้รับชัยชนะในระยะสั้นเท่านั้น[34] ซึ่งจะไม่เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับพรรคการเมืองในระยะยาวได้และที่สำคัญที่สุด คือ การไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ในทางสร้างสรรค์ต่อประเทศชาติและประชาชน เนื่องจากพรรคการเมือง คือ สถาบันหลักของประชาธิปไตยและเป็นสมบัติของสาธารณชน

ดังนั้น การใช้เงินและการนำการตลาดมาชี้นำการเมืองทุกสิ่งทุกอย่าง หรือใช้การสื่อสารการตลาด เพื่อการเมืองโดยมุ่งหวังเพียงเพื่อ “ชัยชนะ” และ “กำไร” ทางการเมือง จึงไม่อาจนำไปสู่การพัฒนาประชาธิปไตยอย่างยั่งยืน ในทางตรงข้ามกลับกลายเป็นการผสมผสานให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่าง “ทุนกับการเมือง” เกิดภาวะของการเมืองที่เงินเป็นใหญ่ และการต่างตอบแทนระหว่างกลุ่มธุรกิจที่ให้การสนับสนุนทุนในการหาเสียงกับนักการเมืองที่ได้รับเลือกตั้งเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมือง ที่เรียกว่า ธุรกิจการเมือง หรือ ธนาธิปไตย (Plutocracy) ในท้ายที่สุด อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยไม่อาจหลีกพ้นกระแสโลกาภิวัตน์และกระแสทุนนิยม ที่มีเครื่องมือสำคัญ คือ “กลไกการตลาด” มากำหนดการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการสื่อสารการตลาดทางการเมืองที่ถูกนำมาใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองด้วย การจะบังคับให้นักการเมืองหยุดหรือชะลอการนำกลยุทธ์ การ

---

[33]เสถียร เชยประทับ, **ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารทางการเมืองในสหรัฐอเมริกา**, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 346.

[34]วัชรา ไชยสาร, “การรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง : กลยุทธ์การสื่อสารการตลาด”, [ออนไลน์] แหล่งข้อมูล http://www.thaitopic.com/mag/ pol/imc01.htm [18 มกราคม 2567].

สื่อสารมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่ยากยิ่งนัก มีเพียงแต่การกำหนดกรอบ กติกา และจริยธรรม ให้นักการเมืองและพรรคการเมืองปฏิบัติตามเท่านั้นที่น่าจะเป็นไปได้ ดังนั้น การนำกลยุทธ์การสื่อสารทางการเมืองมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการเมืองจึงเป็นกลวิธีที่มีผลกระทบในทางลบ หากประชาชนไม่สามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารนั้นได้ว่า ผู้แทนหรือพรรคการเมืองนั้น มีคุณภาพจริงหรือไม่ นโยบายที่นำเสนอมีความสมเหตุสมผล หรือมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด หรือว่าเป็นเพียงการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อให้ชนะการเลือกตั้งเท่านั้น

ในภาวะเช่นนี้ การให้ความรู้ ความเข้าใจ การสร้างวิธีคิดที่มีเหตุมีผลอยู่กับความจริงที่เป็นไปได้ และการสร้างวิสัยทัศน์ทางการเมือง รวมถึงการรวมกลุ่มของภาคประชาชนที่มิใช่กลุ่มผลประโยชน์ของพรรคการเมืองใด เพื่อร่วมกันศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละพรรคการเมืองจะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อให้ประชาชนสามารถศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ตนได้รับ และให้การตัดสินใจ สนับสนุนผู้สมัครคนใดคนหนึ่ง หรือพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่งของประชาชน เกิดขึ้นเนื่องจาก ความดี ผลงาน และคุณภาพของผู้สมัครและพรรคการเมืองนั้น เป็นเหตุจูงใจให้เลือกอย่างแท้จริง มิใช่เนื่องจากการนำกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่น่าสนใจมาใช้เพื่อการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งแต่เพียงเท่านั้น

การศึกษาการสื่อสารกับการเมือง โดยทั่วไปมักอธิบายด้วยการสื่อสารมาประยุกต์ใช้กับทางการเมือง ดังนั้น วิธีการศึกษาการสื่อสารทางการเมืองจึงต้องพิจารณาการสื่อสารทั้งในฐานะที่เป็นศาสตร์และศิลป์ของการสื่อสาร ซึ่งเชื่อมโยงชนชั้นปกครอง คือ รัฐบาลกับชนชั้นใต้ปกครอง คือ ประชาชนเข้าไว้ด้วยกัน

2.1.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

1. ทฤษฎีการเพิ่มความรู้สึก (Sense Extension Theory)

แม็คลูแฮน (Mcluhan) ได้เสนอทฤษฎีการเพิ่มความรู้สึก (Sense Extension Theory) โดยอธิบายว่า สื่อมวลชน ได้สื่อถึงแหล่งเนื้อหาที่มาในสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย หนังสือพิมพ์ได้ตีพิมพ์เหตุการณ์ทางการเมืองที่เป็นปัจจุบันที่เกิดขึ้นทั่วโลก วิทยุและโทรทัศน์ที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์ ก็ได้ติดตามเหตุการณ์ทางการเมืองที่เกิดขึ้น เหล่านั้นต่อไปอีกทั้งที่อยู่ไกลจากผู้รับสื่อ แม็คลูแฮน กล่าวว่าสื่อมวลชนโดยเฉพาะโทรทัศน์ ที่ได้ให้ประสบการณ์แก่ชุมชนโลก และด้วยประสบการณ์นี้ได้นำทางให้ประชาชนมีความรู้สึกร่วมกัน

การสนับสนุนของสื่อต่อกิจกรรมทางการเมือง ไม่เพียงเป็นพื้นฐานสำหรับข้อสันนิษฐานของระดับความเข้มข้นในเหตุการณ์ทางการเมืองเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณค่าทางการเมืองของเหตุการณ์นั้นด้วย ค่านิยม ทางการเมืองยังเกี่ยวข้องกับความสนใจของสื่อต่างๆ และความสนใจของสังคม ซึ่งเป็นผู้เสพสื่อหรือสาธารณชน เหตุการณ์ทางการเมืองสามารถส่งถึงประชาชนในหลายวิธีที่แตกต่างกันโดยสื่อต่างๆ ทั้งการส่งข่าวซ้ำย้ำเหตุการณ์ทางการเมืองเดิมอย่างต่อเนื่องและปริมาณ

ข่าวสารที่ส่งแต่ละครั้ง เนื้อหาของการสื่อสารเช่นนี้จะได้รับการตอบสนองที่แตกต่างกัน มุมมองที่สำคัญของข้อมูลข่าวสารอยู่ที่เป็นปัจจัยที่สามารถเปลี่ยนมติมหาชนได้ การคงอยู่ของมติมหาชนนี้มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่มีต่อประเด็นสำคัญทางการเมืองต่างๆ สื่อมวลชนจึงเป็นแหล่งที่มาสำคัญของการสื่อสารทางการเมือง ไม่เพียงแต่การสื่อสารระหว่างบุคคล แต่ยังสนับสนุนการเติบโตของนักการเมืองและสถาบันการเมือง[35] แสดงว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการสร้างภาพลักษณ์ทางการเมืองไม่มากก็น้อย ซัดโนสกี้ (Czudnowski) มีความเห็นว่า บุคคลสามารถสร้างชื่อเสียงได้ภายใน 15 นาที โดยผ่านโทรทัศน์ การกระตุ้นกระแสความนิยม สื่อเป็นแหล่งที่มาหลักของข่าวสารข้อมูล และกระตุ้นให้เกิดความหมายทางการเมือง มีหลายมุมมองที่เห็นว่าสื่อมวลชนมีความสำคัญต่อชีวิตทางการเมือง ดังนี้

1. อำนาจอันเกิดจากการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารทางการเมืองอย่างไม่มีพรมแดนขวางกั้น ไปสู่ ทุกกลุ่มอายุ ทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชั้นทางเศรษฐกิจ สังคม ในการสร้างกระแสโน้มน้าวไปในทางที่เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางการเมืองในทุกพื้นที่

2. ความสามารถสร้างเนื้อหาให้โดดเด่น เหตุการณ์ทางการเมืองสามารถนำมาตีพิมพ์ซ้ำในสื่อต่างๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ ตลอดจนการส่งต่อในสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมตลอดถึงวิทยุและโทรทัศน์ การสื่อซ้ำนี้ช่วยให้เนื้อหาทางการเมืองที่ต้องการสร้างหรือแต่งเติมขึ้น มีความโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด

3. การวิพากษ์วิจารณ์ของสื่อต่างๆ สามารถโน้มน้าวทัศนะที่มีต่อเหตุการณ์ทางการเมืองต่างๆ ได้ โดยเฉพาะบทบรรณาธิการ หรือบทวิจารณ์ สามารถกำหนดเนื้อหาของเหตุการณ์ทางการเมืองที่มีการรายงานต่อสาธารณชน

4. สื่อมีหน้าที่จัดวาระสำคัญให้กับเหตุการณ์ทางการเมือง โดยไม่มีขีดจำกัด ไม่ว่าเหตุการณ์ทางการเมืองนั้นจะมีการสื่อสารออกไปหรือไม่ หน้าที่ของสื่อต้องทำให้กระจ่างชัด ไม่ว่าเรื่องนั้นจะเป็นวาระสำคัญที่สาธารณชนสนใจหรือไม่

5. การรายงานข่าวเหตุการณ์ทางการเมือง โดยปกติการรายงานข่าวนี้มักสัมพันธ์กับสื่ออื่นๆ จนกลายเป็นสายโซ่ข่าวเหตุการณ์ทางการเมือง และมีอิทธิพลต่อผู้เสพสื่อจำนวนมาก[36]

สังคมสื่อสาร คือ สังคมสารสนเทศที่ประชากรส่วนใหญ่มีเครื่องมือสื่อสารหรือเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) พร้อมที่จะสื่อสารกันได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง อาณา

---

[35]Mcluhan, Marshall, **Understanding media: The Extensions of Man**, (New York: McGrawHill, 1964).

[36]Czudnowski, M. M., **Political Elites and Social Change**, Studies of elite roles and Attitudes, (DeKalb, Ill.: Northern Illinois University Press, 1983), p. 112.

บริเวณของการสื่อสาร ครอบคลุมทุกท้องถิ่นของสังคม และสามารถขยายออกไปได้ทั่วโลกในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalisation)

2. ในช่วงที่สองของทฤษฎีการสื่อสารยุคปัจจุบัน ซึ่งเริ่มตั้งแต่ประมาณกลางทศวรรษ 1990 มาถึงปี 2002 นับว่าเป็นช่วงวิกฤตทางทฤษฎี (Theoritical Crisis) ที่สำคัญมากอีกครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ทฤษฎีการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะถึงแม้โลกจะมีเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะระบบอินเตอร์เน็ตที่สามารถทำให้ทุกองค์กรและทุกสังคมติดต่อเชื่อมโยงกันได้ในอาณาจักรไซเบอร์ (Cyberspace) หรือโลกไซเบอร์ (Cyberworld) แต่โลกภายใต้การบริหารจัดการขององค์กรโลก หรือสหประชาชาติก็ยังอยู่ในสภาพไร้ระเบียบและแตกแยกจลาจลกันจนถึงขั้นทำศึกสงคราม

ทฤษฎีสื่อสารมวลชนในยุคนี้ เป็นยุคที่สื่อมวลชนกลับมามีพลังอำนาจเช่นในยุคที่หนึ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย ทำให้สื่อมวลชนเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้รับสารตลอดเวลา และสื่อมวลชนในยุคนี้สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารได้ จึงทำให้การสื่อสารเกิดขึ้นตามเวลาจริง (Real time) ส่งอิทธิพลในการสร้างการรับรู้และคล้อยตามแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างยิ่ง

2. ทฤษฎีสื่อมวลชนที่ประชาชนมีส่วนเข้าร่วม (Democratic Participant Media Theory)

ทฤษฎีนี้เป็นแนวความคิดมาจากการผสมผสานบางส่วนของทฤษฎีอื่นๆ จุดเน้นของทฤษฎีนี้คือ ผู้รับสารในสังคมการเมืองสมัยใหม่ ควรจะมีสิทธิได้รับข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ มีสิทธิในการตอบกลับ และมีสิทธิใช้วิถีทางการสื่อสารอย่างทั่วถึงกัน ทฤษฎีนี้เห็นว่าการสื่อสารมวลชนในระดับชุมชนที่มีขนาดเล็กและแพร่หลายทั่วไปในระดับท้องถิ่นนั้น จะช่วยให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการจำเป็นความสนใจและความใฝ่ฝันปรารถนาของตนเองได้อย่างเท่าเทียมกันโดยสื่อมวลชนควรจัดเป็นพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สำหรับทุกคนเข้าถึงได้ใช้เป็นช่องทางการสื่อสารได้ หลักการโดยสรุปของทฤษฎีนี้มีดังนี้

1) พลเมืองแต่ละคนและชนกลุ่มน้อยมีสิทธิที่จะใช้สื่อมวลชนเพื่อการสื่อสารและมีสิทธิได้รับการบริการจากสื่อมวลชนตามความต้องการจำเป็น

2) องค์กรสื่อและเนื้อหาสื่อไม่ควรขึ้นอยู่กับการควบคุมทางการเมืองหรือหน่วยงานของรัฐในส่วนกลาง

3) สื่อมวลชนควรจะมีอยู่โดยหลักการสำคัญเพื่อกลุ่มผู้รับสาร ไม่ใช่เพื่อองค์การสื่อมวลชนเอง ไม่ใช่เพื่อวิชาชีพ และไม่ใช่เพื่อลูกค้าหรือผู้อุปการะของสื่อมวลชน

4) กลุ่ม องค์การ และชุมชนในท้องถิ่น ควรจะมีสื่อมวลชนของตนเอง

5) ลักษณะของสื่อมวลชนควรจะมีขนาดเล็ก มีปฏิสัมพันธ์และมีส่วนร่วมกับผู้รับสารมากกว่าที่จะเป็นสื่อมวลชนขนาดใหญ่หรือมีลักษณะเป็นการสื่อสารทางเดียว หรือเป็นวิชาชีพจนเกินไป

6) ความต้องการจำเป็นของสังคมบางอย่างไม่สามารถแสดงออกได้อย่างเพียงพอ จากความต้องการของลูกค้าแต่ละคน หรือจากรัฐและสถาบันหลักของรัฐเท่านั้น แต่ควรมาจากประชาชนผู้รับสารทั่วไปด้วย

7) การสื่อสารของประชาชนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งเกินกว่าที่จะปล่อยให้เป็นหน้าที่ของนักวิชาชีพเท่านั้น

แอลท์ชูลล์ (Altschull) มีความเห็นว่าทฤษฎีสื่อมวลชนดั้งเดิมคืออำนาจนิยม เสรีนิยม ความรับผิดชอบทางสังคม และโซเวียตคอมมิวนิสต์ เป็นการแบ่งตามมุมมองของนักวิชาการอเมริกันในช่วงสงครามเย็น ซึ่งมีการแบ่งค่าย เผชิญหน้ากันระหว่างมหาอำนาจฝ่ายสหรัฐอเมริกากับโซเวียตรัสเซีย ซึ่งเป็นลักษณะการแบ่งเขาแบ่งเรา (us-versus-them) แอลท์ชูลล์เชื่อว่าไม่มีสื่อมวลชนใดเป็นอิสระอย่างแท้จริง แต่เป็น "ตัวแทนของอำนาจ" (agent of power) ของผู้มีอำนาจไม่ว่าจะเป็นอำนาจทางการเมือง ทางเศรษฐกิจ หรือทางสังคมวัฒนธรรม และได้นำเสนอข้อสรุปของสื่อมวลชนมีลักษณะร่วมกัน ดังนี้

1) สื่อมวลชนทุกระบบเป็นตัวแทน (Agent) ของผู้กุมอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ สื่อไม่ใช่ผู้แสดงบทบาท (Actor) ที่เป็นอิสระ แม้ว่ามีศักยภาพที่จะแสดงบทบาทได้อิสระก็ตาม

2) เนื้อหาในสื่อมวลชนมักสะท้อนผลประโยชน์ของผู้อุดหนุนสื่อ

3) ทุกระบบสื่ออยู่บนพื้นฐานความเชื่อในเรื่องการแสดงออกอย่างเสรี (Free expression) แม้ว่าคำนี้จะนิยามกันต่างๆ นานา

4) ทุกระบบสื่อยอมรับในหลักการแห่งความรับผิดชอบทางสังคม ต่างอ้างว่าตนตอบสนองความต้องการจำเป็น ความสนใจ และผลประโยชน์ของประชาชนของรัฐ โดยยินดีที่จะเปิดโอกาสให้ทุกคนเข้าถึงและใช้สื่อได้

5) แต่ละระบบของสื่อต่างอ้างว่าระบบอื่นเบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายที่ควรเป็น

6) สถาบันการสอนวารสารศาสตร์มักจะถ่ายทอดอุดมการณ์และระบบคุณค่าของสังคมที่สถาบันนั้นดำรงอยู่ และมักจะเลี่ยงไม่พ้นที่จะกลายเป็นช่วยให้ผู้มีอำนาจ รักษาอำนาจในการควบคุมสื่อมวลชนต่อไป

7) การปฏิบัติงานของสื่อมวลชนในความเป็นจริงมักไม่เป็นไปตามทฤษฎีบรรทัดฐานที่สื่อมวลชนนั้นดำรงอยู่เสมอไป อาจเบี่ยงเบนแตกต่างไปตามปัจจัยเงื่อนไขต่างๆ บ้างไม่มากก็น้อย[37]

---

[37]Altschull, J.H., **Agents of Power, The Role of News Media in Human Affairs**, (New York: Longman, 1984), p. 15.

ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในสังคมที่พัฒนาแล้วซึ่งสื่อมวลชนมีลักษณะเป็นองค์กรที่ใหญ่โต ซับซ้อนและเป็นทางการจนเกินไปมีการรวมตัวกันเข้าในส่วนกลางมากกว่ากระจายไปตามท้องถิ่น เน้นธุรกิจมากเกินไป ผูกขาดการเป็นเจ้าของโดยบุคคลใดในกลุ่มแคบๆ และอยู่ในระดับเบื้องบนของสังคมมากเกินไป เนื้อหาข่าวสารความคิดไม่ตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นแต่ละแห่ง

3. ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชน (Media Dependency Theory)

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก โดย DeFleur & Ball-Rokeach (1989) ชี้ให้เห็นว่าสื่อมวลชนมีความสำคัญใน 3 ลักษณะคือ

1) สื่อมวลชนเป็นแหล่งในการสร้างและรวมรวมข้อมูล

2) สื่อมวลชนเป็นแหล่งแปรรูปข้อมูล

3) สื่อมวลชนเป็นแหล่งแพร่กระจายข่าวสารข้อมูล

ประชาชนต้องพึ่งสื่อมวลชนเพื่อ

1) ช่วยทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ในสังคม ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

2) ช่วยให้รู้จักแสดงออกอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ

3) ช่วยให้เกิดความบันเทิง ผ่อนคลาย

4) ช่วยวางรูปแบบความคาดหวังในสถานภาพของตน เช่น การคาดหวังต่อนักการเมืองว่าควรเป็นคนอย่างไร เราจึงสมควรที่จะเลือกเข้าไปทำหน้าที่สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร หรือการที่เรามีระดับสติปัญญาขนาดนี้ ควรเลือกที่จะประกอบอาชีพใด[38]

โดยทั่วไปปัจเจกบุคคลจะพึ่งพาสื่อมวลชนมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับระดับการแปรปรวนของสถานการณ์ ยิ่งมีวิกฤติมากก็ยิ่งต้องพึ่งพาสื่อมวลชนมาก และการที่จะพึ่งพาสื่อมวลชนชนิดใดก็ขึ้นอยู่กับศักยภาพในการนำเสนอข้อมูลของสื่อนั้นๆ ในสภาวะปกติ ผู้รับสารที่มีสถานภาพแตกต่างกันก็มีแนวโน้มที่จะพึงพาสื่อมวลชนแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น นักธุรกิจย่อมต้องพึ่งพาสื่อมวลชนมากกว่าเกษตรกร นักการเมืองย่อมต้องพึ่งพาสื่อมวลชนมากกว่านักศึกษา ฯลฯ

นอกจากนี้ หากพิจารณาการสื่อสารทางการเมืองจากทัศนะของ หลุยส์ อัลธูแชร์(Louis Althusser) ในประเด็นกลไกทางอุดมการณ์ของรัฐ เผยให้เห็นว่า แม้ "รัฐบาล" ซึ่งจัดเป็นกลไกด้านการปราบปรามของรัฐมีบทบาทหน้าที่หลัก คือ ใช้ความรุนแรงไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใด เช่น ออก

---

[38]DeFleur, M.L. and S. Ball-Rokeach, **Theories of Mass Communication**, (New York: McKay, 1982, 1989), p. 25.

กฎหมาย นโยบาย หรือโครงการ การบังคับบัญชาและกำกับดูแลให้หน่วยงานปฏิบัติหน้าที่ตามแผนที่ได้วางไว้ การบังคับใช้กฎหมายและการลงโทษผู้ฝ่าฝืน เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันรัฐบาลก็ยังมีบทบาทหน้าที่รองในเชิงอุดมการณ์ (กำหนดกรอบความคิดและการกระทำของคนในสังคม) ควบคู่กับการใช้ความรุนแรงด้วย" ซึ่งในที่นี้ก็คือการใช้สถาบันสื่อมวลชนในการเผยแพร่ ส่งข้อมูลข่าวสารทางการเมือง ตลอดจนค่นิยมแนวความคิดความเชื่อของรัฐ/รัฐบาล ไปสู่ส่วนอื่นของสังคม เช่น เจ้าหน้าที่หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานเอกชน และประชาชน เพื่อให้การกุมอำนาจรัฐเป็นไปอย่างมีเสถียรภาพ แต่กระนั้นการทำหน้าที่เชิงอุดมการณ์ของรัฐบาลมิได้เป็นไปอย่างง่ยดาย หากแต่ต้องเผชิญกับการท้าทายแรงต่อต้านทางความคิดจากผู้ที่ถูกปกครอง ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อการทำหน้าที่เชิงอุดมการณ์ของรัฐบาลเอง

จากการศึกษาแนวคิดการสื่อสารมีหลากหลายมิติองค์ประกอบที่สำคัญในกระบวนการสื่อสารทางการเมืองระดับมวลชน คือ รัฐบาล ซึ่งได้เข้ามาใช้อำนาจบริหารและทรัพยากรการสื่อสารของรัฐแล้วดำเนินการส่งสาร เช่น นโยบาย ผลงาน การดำเนินงาน แนวคิด และค่านิยมทางการเมือง เป็นต้น ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงโดยเฉพาะสื่อมวลชนของรัฐไปสู่ประชาชนเพื่อให้เกิดการยอมรับหรืออย่างน้อยที่สุดไม่คัดค้านในกิจกรรมที่รัฐบาลกระทำทั้งในด้านข่าวสาร นโยบาย การปฏิบัติตามนโยบาย ซึ่งจะมีผลสืบเนื่องต่อการเกิดความชอบธรรมทางการปกครอง

การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการของการ ถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยเครื่องมือวิธีใดวิธีหนึ่งให้ไปถึงเป้าหมายเพื่อให้มี ความเข้าใจร่วมกัน การแสดงออกเพื่อการติดต่อสื่อสารนั้นมนุษย์จำเป็นต้องใช้ภาษาในด้านการพูด การฟัง การอ่าน และการเขียน[39] ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น เรื่องราวต่างๆ จากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารเพื่อให้เกิดความ เข้าใจตรงกัน โดยอาศัยเครื่องนำสื่อสารเป็นตัวกลางถ่ายทอด[40]

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับสังคมไร้คอร์รัปชั่น

แต่เดิมผู้คนมักมองว่า คอร์รัปชันหมายถึงความไม่ซื่อสัตย์ จึงควรแก้ด้วยการสอนให้คนซื่อสัตย์และเป็นคนดี แต่ในปัจจุบันสังคมไทยเริ่มมองเห็นความซับซ้อนคอร์รัปชั่นมากขึ้น มีการนำเอาปัจจัยและบริบทแวดล้อมเข้ามาทำความเข้าใจปัญหา เช่น การต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ยากลำบาก

---

[39] กองวิจัยทางการศึกษา กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2542, หน้า 55)

[40] พิชิต แก้วก่อง (2549, หน้า 20)

ในการเลือกระหว่างความสัมพันธ์ส่วนตัวและผลประโยชน์สาธารณ์ ซึ่งหลายครั้งก็ไม่ได้แบ่งกันชัด เป็นต้น

2.2.1 การสื่อเพื่อสร้างการชวนเชื่อให้มีอุดมการณ์และแนวคิดร่วมเพื่อสร้างสังคมไร้คอรับชั่น

ข่าวพาดหัว ยั่วให้คลิก หรือ คลิกเบท (Clickbait) ข่าวที่ใช้คำหรือรูปภาพพาดหัวที่ทำให้ดูชวนสงสัยใคร่รู้ หรือดึงดูดใจให้ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไปคลิกเข้าไปอ่านผู้สร้างข่าวอาศัยประโยชน์จากความสงสัยโดยให้ข้อมูลเล็กๆ น้อยๆ พอชวนให้ผู้อ่านสงสัย แต่ไม่พอจะขจัดความสงสัยนั้น จนต้องคลิกเข้าไปดูเนื้อหานั้นๆ ทั้งที่เนื้อข่าวอาจไม่คำนึงถึงคุณภาพหรือความถูกต้องของข้อมูล แต่การพาดหัวทำให้คนหลงกลคลิกเข้าไปเพื่อเรียกยอดวิวในเว็บไซต์นั่นเอง

โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) เป็นการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มุ่งชักจูงทัศนคติของผู้รับสารต่ออุดมการณ์หรือมุมมองบางอย่างโดยการนำเสนอการให้เหตุผลเพียงข้างเดียว การโฆษณาชวนเชื่อ มักทำซ้ำและกระจายในสื่อหลายชนิดเพื่อหวังผลให้ผู้รับสารเชื่อและคล้อยตามอุดมการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ

ข่าวแฝงการโฆษณา (Sponsored content, Native Advertising) รูปแบบโฆษณาที่ใช้รูปแบบเนื้อหาแนบเนียนกับเนื้อหาปกติในเว็บไซต์นั้น ๆ หรือแนบเนียนไปกับสิ่งแวดล้อมของแพลตฟอร์มของสื่อนั้น ๆ ที่เป็นอยู่ พร้อมทำหน้าที่ให้เนื้อหาที่คนต้องการรับรู้ หรือรับชม โดยไม่ทราบว่าเป็นโฆษณาจนกว่าจะได้อ่าน/ดูจบ ข่าวแฝงการโฆษณานี้ จะทำการแฝง (Tie-in) เรื่องราวของแบรนด์และสินค้าไม่มากเกินไป ทำให้คนอ่านหรือคนเสพสื่อนั้นรู้สึกว่าไม่ได้อ่านโฆษณาอยู่ เนื้อหาคอนเทนต์นั้น อาจจะเป็นทั้งการผลิตโดยผู้ลงโฆษณา หรือเป็นการร่วมกันผลิตระหว่างผู้โฆษณาและเจ้าของช่องทาง

ข่าวล้อเลียนและเสียดสี (Satire and Hoax) ข่าวที่ดัดแปลงข้อมูลเพื่อมุ่งสร้างอารมณ์ขันให้กับผู้อ่าน ใช้เนื้อหาที่ตลกขบขันเพื่อแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ข่าวในโลกแห่งความเป็นจริงผ่านการล้อเลียนหรือเสียดสี

2.2.2 คอร์รัปชัน ‘โกงแบบไทยๆ’

ประเด็นที่เพิ่งค้นพบเกี่ยวกับการโกงในสังคมไทย พิจารณาจากพื้นที่แต่ละพื้นที่ต่างมีสภาพสังคม ทรัพยากร โครงสร้างประชากร และเงื่อนไขของชุมชนที่แตกต่างกัน การคอร์รัปชันในโครงการพัฒนาในเขตพื้นที่ชนบทที่อยู่บนฐานของการใช้ทรัพยากรธรรมชาติไหนเลยจะเหมือนกับกองทุนสหกรณ์ที่อยู่ในเขตชุมชนพื้นเมืองใหญ่ ความสัมพันธ์ของคนกับคน และคนกับรัฐ ในทั้งสองพื้นที่นั้นแตกต่างกัน ‘พื้นที่’ เป็นโจทย์ที่ช่วยให้มองปัญหาคอร์รัปชันคอร์รัปชันในมุมที่ต่างออกไป การคอร์รัปชันเชิงพื้นที่ไม่เพียงแต่ทำให้เห็นรูปแบบเฉพาะตัวของการคอร์รัปชันของชุมชนหรือพื้นที่

หนึ่งๆ อันจะนำไปสู่การออกแบบกลไกการป้องกันการคอร์รัปชันในพื้นที่นั้น แสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนของวัฒนธรรมคอร์รัปชันในภาพใหญ่ของสังคมไทย[41]

1. **คนแต่ละช่วงอายุเข้าใจคำว่า ‘คอร์รัปชัน’ ไม่เหมือนกัน โดยสังคมก็ไม่เคยให้ความชัดเจน** มีการสอบถามคนไทย 1,200 คน (แทนคนไทยทั่วประเทศได้ตามหลักสถิติ) ด้วยคำถามง่ายๆ ที่ว่า “คอร์รัปชันคืออะไร” โดยให้ตอบเป็นคำพูด ไม่ได้กรอกแบบสอบถาม เพื่อให้ได้คำตอบที่ตรงกับความคิดของผู้คนที่สุด ผลออกมาว่าในกลุ่มคนอายุมากกว่า 30 ปี คนส่วนใหญ่ตอบว่า คอร์รัปชันคือการที่นักการเมืองโกงเงิน โดย 64 เปอร์เซ็นต์ตอบด้วยคำว่า นักการเมือง นักเลือกตั้ง และ ส.ส. ซึ่งตีความเป็นกลุ่มเดียวกัน 53 เปอร์เซ็นต์ตอบว่า ‘โกง’ (71 เปอร์เซ็นต์ใน 53 เปอร์เซ็นต์ จะตามด้วยคำว่า ‘เงิน’)

ส่วนในกลุ่มคนอายุน้อยกว่า 25 ปี ผู้ตอบแบบสอบถาม 64 เปอร์เซ็นต์มองว่า การคอร์รัปชันคือ เจ้าหน้าที่รัฐฉวยโอกาสเอาประโยชน์เข้าตัวเอง มี 51 เปอร์เซ็นต์ที่มองว่า การคอร์รัปชันคือการใช้อำนาจในทางที่ผิด

ตีความได้ว่า คนอายุมากกว่า 30 ปี มองคอร์รัปชันในความหมายแคบกว่าคนอายุน้อยกว่า 25 ปี เพราะมองเฉพาะนักการเมือง แต่ไม่ได้กล่าวถึง ข้าราชการ ทหาร เจ้าหน้าที่ของรัฐ ฯลฯ และมองว่าต้องเป็นการ ‘โกงเงิน’ เท่านั้น จึงจะเรียกว่าเป็นการคอร์รัปชัน โดยไม่ได้กล่าวถึง การช่วยพวกพ้อง การใช้อำนาจในทางที่ผิด ฯลฯ กลุ่มคนอายุน้อยกว่า 25 ปี มองความหมายกว้างกว่า ทั้งผู้กระทำคอร์รัปชัน และครอบคลุมความผิดในหลายรูปแบบ

สาเหตุที่อาจเป็นไปได้ที่ทำให้คนต่างช่วงอายุมองคอร์รัปชันต่างกันคือ (1) คนที่อายุต่ำกว่า 25 ปีตอนนี้ ในชีวิตยังไม่เคยเลือกตั้งเลย ดังนั้นจึงมองไม่เห็นภาพของนักการเมืองคอร์รัปชัน แต่คุ้นกับภาพการคอร์รัปชันของข้าราชการ ทหาร ตำรวจมากกว่า (2) คนอายุน้อยกว่า 25 ปีเพิ่งเรียนจบ ยังไม่ได้เข้าทำงาน หรือพบเจอกับสภาพสังคมจริงๆ จึงอาจตีความไม่เหมือนคนอายุ 30 แต่เมื่อเวลาผ่าน อาจมีการตีความที่ต่างออกไป การจะแก้ปัญหาได้จึงควรทำให้คนแต่ละช่วงอายุเข้าใจคำว่าคอร์รัปชันในความหมายเดียวกันก่อน[42]

2. ภาษาที่เกี่ยวกับคอร์รัปชันมีความละมุนขึ้นจนกลมกลืนกับสังคมไทย

สังคมไทยคุ้นเคยกับคำว่าคอร์รัปชันเพราะอยู่ในชีวิตประจำวันมากขึ้น จากคำว่า ‘โกง’ สู่ ‘ทุจริต’ จนถึง ‘คอร์รัปชัน’ ซึ่งคำแต่ละคำส่งผลต่อความรู้สึกต่างกัน ปัจจุบัน คำว่า ‘คอร์รัปชัน’ ไม่ใช่คำที่มีความหมายรุนแรงที่สุด ยังมีอีกหลายคำที่ถูกนำมาใช้เพื่อให้ความหมายของการคอร์รัปชัน

---

[41]ธานี ชัยวัฒน์, อ้างใน ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชัน ‘โกงแบบไทยๆ’ ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

[42]ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชัน ‘โกงแบบไทยๆ’ ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

บางเบาขึ้น เช่น สินบน สินน้ำใจ ให้ความหมายในทางบวก ไม่ได้ทำให้รู้สึกผิดมาก หรือคำว่า ค่าน้ำร้อนน้ำชา ให้ความหมายกลางๆ เป็นต้น ขณะที่คำว่า คอร์รัปชัน ให้ความหมายถึงการประพฤติมิชอบและเงินใต้โต๊ะ แต่ยังมีความหมายในทางลบไม่เท่ากับคำว่า ‘โกง’ ซึ่งหมายความในทางลบชัดเจนว่าเป็นการทุจริตในหน้าที่ ดังนั้น การใช้คำว่า ‘โกง’ จะให้ความรู้สึกรุนแรงกว่าคอร์รัปชัน แต่ในบางสถานการณ์ บางคำก็สามารถเปลี่ยนจาก ความหมายลบมากเป็นความหมายบวกได้ เช่น ถ้านักธุรกิจขอให้ข้าราชการช่วยเหลือเพื่อลัดขั้นตอน ที่หมายถึงความมีน้ำใจ ช่วยเหลือกัน ซึ่งเป็นความหมายเดียวกับสินน้ำใจ แต่ในความเป็นจริง พฤติกรรมดังกล่าวเป็นการให้เงินพิเศษ โดย 66 เปอร์เซ็นต์ทราบเป็นนัยอยู่แล้ว กลายเป็นรูปแบบของการช่วยเหลือและมีบุญคุณซึ่งกันและกัน กลมกลืนกับสังคมไทยจนแยกไม่ออก นอกจากนี้ยังมีการสร้างคำที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ความเข้าใจต่อการโกงทุจริตและคอร์รัปชันยากขึ้นไปด้วย เช่น การบอกว่านักการเมืองปกปิดบัญชีทรัพย์สิน มีผลประโยชน์ทับซ้อน (conflict of interest) ทำให้คนไม่สามารถตีความได้ว่าเป็นการคอร์รัปชันหรือไม่ และรูปแบบของการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการคอร์รัปชันก็มีความหลากหลายมากขึ้น

3. คนต่างวัยกันมี “ค่านิยม” ที่ไม่เหมือนกัน

จากแบบสอบถาม ถามว่า “ถ้าคุณมีลูก แล้วต้องจ้างพี่เลี้ยงเด็กมาเลี้ยงลูกของคุณ พี่เลี้ยงแต่ละคนที่ให้เลือก จะเลี้ยงลูกของคุณออกมาไม่เหมือนกัน โดยที่พี่เลี้ยงแต่ละคนจะมีลักษณะการเลี้ยงที่ได้ค่านิยมตามที่กระทรวงวัฒนธรรมกำหนด คือ กตัญญูรู้คุณ ขยันหมั่นเพียร ซื่อสัตย์สุจริต และประหยัดอดออม ไม่เหมือนกัน”

พี่เลี้ยงคนที่ 1 จ้างวันละ 500 บาท ให้เลี้ยงลูกแล้วจะได้ลูกที่มีความกตัญญูและความซื่อสัตย์ แต่ไม่ได้ความขยันกับการอดออม

พี่เลี้ยงคนที่ 2 จ้างวันละ 300 บาท ให้เลี้ยงลูกแล้วจะได้ลูกที่มีความประหยัด แต่ไม่ได้อย่างอื่น

พี่เลี้ยงคนที่ 3 จ้างวันละ 500 บาท ให้เลี้ยงลูกแล้วจะได้ลูกที่มีความขยันกับความซื่อสัตย์

จากการทดสอบนี้ พบว่า การให้คุณค่าต่อค่านิยม (norm) มีการเปลี่ยนแปลงในช่วงอายุ 25-30 ปี

ผลออกมาว่า กลุ่มคนอายุ 30 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญกับ ความกตัญญูรู้คุณ (42 เปอร์เซ็นต์) ความขยันหมั่นเพียร (31 เปอร์เซ็นต์) ความซื่อสัตย์สุจริต (23 เปอร์เซ็นต์) ความประหยัดอดออม (4 เปอร์เซ็นต์) ซึ่งสอดคล้องกับอีกหนึ่งคำถามที่ว่า “คุณมีลูกเพื่ออะไร” ส่วนมากตอบว่ามีเพื่อให้ลูกเลี้ยงดูตนเองตอนแก่ แต่มีน้อยมากที่ตอบว่า มีลูกเพื่อทำให้สังคมดีขึ้นในอนาคต, ในช่วงอายุ 15-25 ปี ให้ความสำคัญกับ ความซื่อสัตย์สุจริต (34 เปอร์เซ็นต์) ความขยันหมั่นเพียร (34 เปอร์เซ็นต์) ความกตัญญูรู้คุณ (30 เปอร์เซ็นต์) การประหยัดอดออม (2 เปอร์เซ็นต์)

น่าสังเกตว่าจากค่านิยมดังกล่าวข้างต้น ความซื่อสัตย์เป็นค่านิยมในแนวกว้าง คือการซื่อสัตย์กับคนอื่นๆ และสาธารณะ แตกต่างจากอีก 3 ค่านิยม (ความขยันหมั่นเพียร ความกตัญญูรู้คุณ การประหยัดออดออม) ที่เป็นการทำเพื่อครอบครัวและเพื่อตัวเอง[43]

4. การเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมในการแก้ไขปัญหา ต้องเริ่มจากการตั้งคำถามว่า 'ความเจ็บปวด' (pain) คืออะไร

ปัจจุบันยังมีการมองปัญหาคอร์รัปชันแบบ one size fits all แต่ไม่ได้มองว่าเป็นปัญหาแบบไหน และแก้ให้ใคร ดังนั้นเครื่องมือที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาคอร์รัปชันจะต้องเป็นเครื่องมือที่เหมาะกับคนบางกลุ่ม ในบางเรื่อง

จากผลการศึกษา เด็กอายุน้อยกว่า 25 ปี มองว่าคอร์รัปชันเกิดจากโอกาส ทำให้เขาไม่สนใจเรื่องคอร์รัปชันตราบใดที่ไม่กระทบตัวเขาเอง ดังนั้น เครื่องมือต้องทำให้เห็นว่าเกิดผลกระทบต่อตัวเขาโดยตรง โดยเกิดขึ้นจากสังคมรอบตัวที่เขาอยู่ การแก้ปัญหาจึงต้องดูว่า ความเจ็บปวดในใจของคนแต่ละกลุ่มนั้นเกิดจากอะไร

ยกตัวอย่างเช่น ในโรงเรียน มีความเจ็บปวดที่เกิดจากการปฏิบัติที่ไม่เท่าเทียมกันของครู ผู้ตอบแบบสอบถาม 78 เปอร์เซ็นต์ บอกว่าเคยทำหรือเคยเห็น เช่น ครูมีลูกศิษย์คนโปรดชัดเจน ครูเก็บเงินค่าสอนพิเศษให้เด็ก ครูอยากได้ของฝาก ความไม่เสมอภาคและความไม่เท่าเทียมกัน เป็นประเด็นของความเจ็บปวดได้ ดังนั้นควรเริ่มต้นแก้จากจุดใกล้ตัวเด็กก่อน ที่จะไปพูดเรื่องใหญ่ๆ เช่น การติดสินบนราชการ ซึ่งเด็กไม่เคยทำ จึงไม่สนใจ

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนชุมชนจากบ้านใกล้เรือนเคียง กลายเป็นสังคมที่เกิดขึ้นจากความสนใจร่วมกัน เช่น คนจะสนใจกลุ่มแต่งรถ มากกว่ากลุ่มคนในหมู่บ้าน โดยเฉพาะในเขตเมือง กทม. เมื่อมีการโกงในกรรมการหมู่บ้าน อาจจะไม่ส่งผลต่อความรู้สึกคนเท่ากับการโกงในเรื่องที่พวกเขาสนใจอยู่ ดังนั้นความเจ็บปวดของคอร์รัปชันต้องผูกโยงกับความสนใจอื่น ซึ่งการเคลื่อนไหวของคนจากความสนใจ จะเป็นการเคลื่อนไหวที่มีประสิทธิภาพมากกว่าการเคลื่อนไหวในพื้นที่

5. คอร์รัปชันแต่ละประเภทแก้ปัญหาได้ยากง่ายไม่เท่ากัน ต้องเคลียร์เรื่องง่ายก่อน

ทีมวิจัย SIAM Lab ร่วมกับทีม Opendream บริษัทผลิตเกมออนไลน์ ผลิตเกมชื่อ corrupt the game โดยให้ผู้เล่นแก้ปัญหาในลักษณะนักสืบ เดินตามเรื่องไปเรื่อยๆ แต่ในระหว่างนั้นจะมีการเปิดโอกาสให้คนโกงได้ มีคอร์รัปชัน 2 แบบ คือ จ่ายสินบน และช่วยเหลือเพื่อนในทางที่ผิด เพื่อเข้าใจคนรุ่นใหม่ว่า หากเปิดโอกาสให้โกง พวกเขาจะโกงไหม

---

[43]ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชัน 'โกงแบบไทยๆ' ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

ผลการทดลองพบว่า เมื่อเปิดโอกาสให้จ่ายสินบน คนเล่นเกมประมาณ 24.73 เปอร์เซ็นต์ยอมจ่ายสินบน (1 ใน 4) และเมื่อถูกชักชวนให้ทำอะไรผิดเพื่อพวกพ้อง เกือบ 40 เปอร์เซ็นต์ยอมช่วยเหลือเพื่อนในทางที่ผิด

เมื่อดูระยะเวลาในการตัดสินใจคอร์รัปชัน พบว่า กลุ่มคนอายุน้อยกว่า 30 ปี ใช้เวลาตัดสินใจที่จะจ่ายสินบนนานกว่าไม่จ่ายสินบน กล่าวคือใช้เวลาในการตัดสินใจจ่ายสินบน 6.83 วินาที ขณะที่ใช้เวลาในการตัดสินใจไม่จ่ายสินบน 6.39 วินาที สรุปได้ว่าตัวเลือกแรกที่ผู้เล่นเกมตัดสินใจคือไม่จ่ายสินบน

เปรียบเทียบกับการโกงแบบที่สองคือ การช่วยเหลือเพื่อนในทางที่ผิด พบว่าการช่วยเหลือเพื่อนในทางที่ผิดใช้เวลาตัดสินใจสั้นกว่าการไม่ช่วยเหลือ กล่าวคือใช้ในการตัดสินใจช่วยเหลือเพื่อน 5.29 วินาที ขณะที่ใช้เวลาในการตัดสินใจไม่ช่วย 6.34 วินาที สรุปได้ว่า ตัวเลือกแรกที่ผู้เล่นเกมตัดสินใจคือ ต้องช่วยเหลือ

ดังนั้นการแก้ปัญหาคอร์รัปชันแบบจ่ายสินบน แก้ง่ายกว่า เพราะสัดส่วนน้อยกว่า และคนใช้เวลาคิดนานกว่า เมื่อแก้ได้แล้วจึงค่อยพัฒนาไปสู่ปัญหาที่ยากขึ้น

6. รูปแบบของเครือข่ายความสัมพันธ์ทางการเมืองแต่ละพื้นที่ไม่เหมือนกัน

ยกตัวอย่างการวิจัยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร น่าน นครราชสีมา และสงขลา ซึ่งเมื่อดูความสัมพันธ์ทางการเมืองจะพบความแตกต่าง เช่น ในกรุงเทพฯ มีความสัมพันธ์ของตำแหน่งทางการเมืองในเชิงตระกูลไม่มาก แต่ในน่าน หรือนครราชสีมา คนนามสกุลเดียวกันมีความสัมพันธ์ในตำแหน่งทางการเมืองเยอะมาก หมายถึง การที่ใครคนใดคนหนึ่งในตระกูลเข้าไปทำงานการเมืองแล้วจะสามารถพาคนอื่นๆ ตามเข้ามาได้ โครงสร้างความสัมพันธ์เช่นนี้ส่งผลต่อรูปแบบการต่อสู้ในการแก้ปัญหาคอร์รัปชันของสังคม เพราะการที่คนในตระกูลเดียวกันมีความสัมพันธ์ไขว้ไปมาในตำแหน่งต่างๆ ทำให้การตรวจสอบของระบบการเมืองทำได้ไม่เต็มที่ ซึ่งปัญหานี้อาจจะดีขึ้นเมื่อสังคมไทยพัฒนาและมีการย้ายถิ่นที่สูงขึ้น[44]

7. การทำงานภาคประชาสังคมยังเป็นเรื่องส่วนบุคคล และขาดระบบการจัดการ

คนที่รวมกลุ่มกันเพื่อคอร์รัปชันร่วมมือดีกว่าคนที่ต่อต้านโกง เพราะคนที่มีส่วนได้ส่วนเสียประชุมกันตกลงชัดเจน มีความสัมพันธ์ที่ดีกว่า แต่หน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่ต่อต้านคอร์รัปชัน กลายเป็นกลุ่มที่กระจัดกระจาย ทำงานร่วมกันไม่ชัด

ในปัจจุบัน ภาคประชาสังคมที่ต่อต้านคอร์รัปชันมีประมาณ 26 องค์กร ไม่ได้ทำงานด้วยกัน ยังเป็นการทำงานร่วมกันในระดับบุคคล เพราะฉะนั้นการเชื่อมโยงสร้างพลังในการต่อสู้ยังมีไม่มาก ควรเน้นการเชื่อมโยงให้มีประสิทธิภาพ จัดกลุ่มอุปสรรคกับทรัพยากรเพื่อสร้างความร่วมมือ

---

[44]ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชัน ‘โกงแบบไทยๆ’ ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

ภาคประชาสังคมสามารถทำคดีที่มีมูลค่าสูงจำพวกการจัดซื้อจัดจ้างได้ แต่เดิมขาดข้อมูลและมีต้นทุนในการรวบรวมสูง ถ้าใช้เทคโนโลยี blockchain มาช่วย จะมีข้อมูลและต้นทุนการรวบรวมที่ต่ำ[45]

8. ระบบที่มีอยู่ เช่น การเปิดเผยบัญชีทรัพย์สินและหนี้สิน ต้องการระบบอื่นมาทำงานร่วมกัน

ระบบตรวจสอบบัญชีทรัพย์สินที่มีอยู่ในปัจจุบันของไทย คือ ก่อนรับตำแหน่งนักการเมืองจะยื่นบัญชีทรัพย์สินหนี้สิน ยื่นอีกครั้งหลังออกจากตำแหน่ง และหลังออกจากตำแหน่ง 1 ปี เพราะฉะนั้นถ้านักการเมืองจะโกง ก็สามารถเก็บเงินสดไว้ในบ้าน รอหลังออกจากตำแหน่ง ครบ 1 ปี ยื่นบัญชีทรัพย์สิน และหลัง 1 ปี ค่อยเอาเงินนี้เข้าบัญชีธนาคาร ก็ไม่มีใครสามารถตรวจสอบได้ ถ้าไม่กลับมาเป็นนักการเมืองอีก ผลการวิจัยพบว่า

- นักการเมืองส่วนใหญ่มีทรัพย์สินเปลี่ยนแปลงประมาณ 3 เปอร์เซ็นต์
- ภรรยาหรือสามี มีทรัพย์สินมากกว่าตัวนักการเมือง 10 เท่า แต่ก็เปลี่ยนแปลงเพียง 2 เปอร์เซ็นต์
- นักการเมืองส่วนใหญ่ 60 เปอร์เซ็นต์ มีทรัพย์สินเท่าเดิม หรือลดลง
- ประชาชนตรวจสอบได้เฉพาะทรัพย์สินที่มีการแจ้ง แต่ไม่สามารถตรวจสอบการทรัพย์สินที่ไม่แจ้ง ซึ่งสำคัญกว่า
- เมื่อวิเคราะห์มูลค่าทรัพย์สินของนักการเมืองที่มีระยะเว้นว่างทางการเมือง โดยเปรียบเทียบระหว่าง 1 ปีหลังพ้นจากตำแหน่ง และเมื่อรับเข้าตำแหน่งอีกครั้ง พบว่าโดยเฉลี่ยมีทรัพย์สินเพิ่มขึ้น 20-200 ล้านบาท

เพราะฉะนั้น มาตรการเปิดเผยบัญชีและหนี้สินจึงไม่ได้ผลมากนัก ในหลายประเทศทั่วโลกบังคับให้มีการยื่นบัญชีหรือตรวจสอบภาษีตลอดชีวิต

9. ระบบการจัดซื้อจัดจ้างต้องการเทคโนโลยีเข้ามาช่วยวิเคราะห์

จากฐานข้อมูลของกรมบัญชีกลาง ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ พบว่า ถ้านับจาก 3,000 หน่วยงานภาครัฐ ในการจัดซื้อสิ่งเดียวกัน เราจะเห็นความต่างของราคา ยกตัวอย่างการเปรียบเทียบ เช่น (1) คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก มีราคาต่อเครื่องตั้งแต่ 11,000 – 400,000 บาท (2) คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ มีราคาต่อเครื่องตั้งแต่ 10,000 – 2 ล้านบาท ซึ่งแตกต่างกันมาก

จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเสนอว่า สินค้าประเภทเดียวกันต้องเทียบราคากันได้ ถ้ามีส่วนเพิ่มพิเศษ ให้ใช้ Machine Learning เข้ามาเรียนรู้และกำหนดราคากลางเปรียบเทียบในอนาคต และ

---

[45]ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชัน 'โกงแบบไทยๆ' ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

ในการซื้อควรให้หน่วยงานดำเนินการตรงจากกรมบัญชีกลางโดยใช้ blockchain เพื่อให้มีบุคคลที่สามเข้ามาเป็นผู้จ่ายเงิน

10. จำนวนมาตรการกับภาพลักษณ์คอร์รัปชันไม่สัมพันธ์กัน คงต้องมีปัญหาอะไรบางอย่างเกิดขึ้น

ในการวัดเรื่องการคอร์รัปชัน วัดได้ 2 แบบ คือ (1) Corruption Perceptions Index (CPI) จัดทำโดยองค์กรความโปร่งใสระหว่างประเทศ สำรวจจากทัศนคติของประชาชน และ (2) Control of Corruption Index (CC) วัดจากมาตรการจัดการคอร์รัปชันของรัฐบาล

ผลการวัดคอร์รัปชันทั่วโลก ดัชนี CPI และ CC เป็นไปในทางบวก หมายความว่า เมื่อมีมาตรการแก้ปัญหาคอร์รัปชันเพิ่มขึ้น ทัศนคติของคนที่มีต่อคอร์รัปชันก็ดีขึ้น ขณะที่ประเทศไทย ความสัมพันธ์ (correlation) ของ 2 ดัชนีนี้เป็นไปในทางลบ แปลว่า CPI กับ CC วิ่งสวนทางกัน กว่าคือ ไทยมีมาตรการแก้ปัญหาคอร์รัปชันเยอะมาก แต่ทัศนคติที่มีต่อคอร์รัปชันไม่ดีขึ้น ซึ่งมีไม่กี่ประเทศในโลกที่มีความสัมพันธ์ทางลบ

ตีความเป็น 2 แบบ คือ (1) มาตรการแก้ปัญหาเยอะไปหรือมาตรการใช้ไม่ได้ผล และ (2) คนไม่เชื่อว่ามาตรการที่ออกมาจะใช้ได้ผล แต่คนเชื่อสื่อที่บอกคอร์รัปชันไม่ดีมากกว่า รัฐออกมาตรการเท่าไหร่ก็ไม่รู้สึกว่าดีขึ้น โดยผู้วิจัยเสนอว่า อาจแก้ปัญหาด้วยการลดมาตรการลงมา หรือทำให้มาตรการมีประสิทธิภาพมากขึ้น[46]

ต่างพื้นที่ ต่างปัญหา

ลักษณะคอร์รัปชันของสังคมไทยในภาพรวมแล้ว การเจาะลงไปในแต่ละพื้นที่ก็ช่วยให้เห็นทางแก้ปัญหาชัดเจนขึ้น ใน 3 จังหวัด ประกอบด้วย กรุงเทพฯ นครราชสีมา และน่าน จากการร่วมเสวนาพูดคุยถึงประสบการณ์การทำงานเรื่องกลไกลต้านคอร์รัปชันเชิงพื้นที่

ด้วยสภาพภูมิประเทศ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละที่ ทำให้วิธีคิดของคนในพื้นที่แตกต่างกันไป ด้วยเหตุนี้เอง ทำให้ต้องใช้วิธีแก้ปัญหาในรูปแบบที่ต่างไป เหมือนการหาลูกกุญแจให้ลงล็อก

คำถามสำคัญในการศึกษาคอร์รัปชันเชิงพื้นที่คือ ลักษณะพื้นที่ส่งผลต่อความเข้าใจของคนในพื้นที่อย่างไร วัฒนธรรม โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมการเมืองส่งผลต่อการรวมกลุ่มของคนในพื้นที่อย่างไรบ้าง ช่องทางการร้องเรียนเปิดกว้างแค่ไหน การตอบรับจากหน่วยงานรัฐเป็นแบบใด และท้ายที่สุดแล้ว การศึกษาเจาะจงลงไปเฉพาะพื้นที่ มีความสำคัญต่อการแก้ปัญหาคอร์รัปชันมากน้อยเพียงใด

---

[46]ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชัน 'โกงแบบไทยๆ' ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

กรุงเทพมหานคร ที่เป็นภาพแทนชุมชนเมืองขนาดใหญ่ ปกรณ์สิทธิ ฐานา กล่าวว่า ธรรมชาติของชุมชนกรุงเทพฯ มีคนจากหลายแหล่งมารวมกัน การสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจึงเป็นไปได้ยาก ทั้งจากวิถีชีวิตที่ไม่ตรงกัน และปัญหาเรื่องผู้มีอิทธิพลที่ทำให้คนในชุมชนไม่กล้าเปิดเผยข้อมูลหรือเข้าไปยุ่งในการตรวจสอบคอร์รัปชัน[47]

นครราชสีมา จังหวัดขนาดใหญ่ เป็นภาพแทนชุมชนกึ่งชนบท – กึ่งเมือง จิรพันธ์ รวมพรรณพงศ์ ชูประเด็นเรื่องลักษณะเฉพาะของภูมิศาสตร์ที่มีระยะห่างของแต่ละอำเภอมาก ทำให้มีการรวมกลุ่มของภาคประชาชนน้อย ที่น่าสนใจคือ เนื่องจากเป็นจังหวัดใหญ่ จึงมีงบประมาณมาลงเยอะ ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างกลุ่มทุนสูง เมื่อขัดผลประโยชน์กันขึ้น กลุ่มทุนมักจะเข้าไปแจ้งเบาะแสคอร์รัปชันให้หน่วยงานรัฐเข้าไปตรวจสอบคู่แข่ง[48]

จังหวัดน่าน ภาพแทนสังคมชนบท ผู้คนอยู่กันเป็นชุมชนเกษตรกรรม นิชาภัทร ไม้งาม ฉายภาพให้เห็นว่า ชาวบ้านยังมีความเข้าใจเกี่ยวกับคอร์รัปชันน้อย เพราะเมื่อมีงบประมาณจากภายนอกหรือรัฐส่วนกลางเข้ามาในชุมชน กลับไม่มีการเปิดเผยข้อมูลมากพอ ทำให้ชาวบ้านรู้สึกไม่ไว้ใจและเป็นกังวล เพราะส่วนมากเป็นโครงการเกี่ยวกับธรรมชาติและทรัพยากรในชุมชน[49]

สถานการณ์ความไม่โปร่งใส กับการรับรู้ของคนในพื้นที่

เมื่อเข้าใจสภาพโดยรวมของแต่ละพื้นที่แล้ว สิ่งที่ต้องศึกษาต่อคือ ผู้คนในพื้นที่รับรู้เกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่โปร่งใสแค่ไหน รู้หรือไม่ว่ามีการโกงหรือคอร์รัปชันเกิดขึ้น

ในกรุงเทพฯ ผู้คนส่วนมากรับรู้ว่ามีความไม่โปร่งใส กล่าวคือ ประชาชนรู้ว่ามีการโกงเกิดขึ้น เช่น เงินจากรัฐบาลไม่ได้นำมาพัฒนาชุมชนจริงๆ แต่เกิดการเอื้อประโยชน์ต่อพวกพ้องของคนที่มีอำนาจจัดการเงิน อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านบางส่วนมองว่า การโกงในลักษณะนี้อาจเกิดขึ้นจากระเบียบของราชการที่เอื้อให้เกิดความทุจริตอยู่แล้ว เช่น ระเบียบการเบิกจ่ายที่ไม่สอดคล้องกับการทำงานจริง เป็นต้น สมาชิกในชุมชนมักไม่ได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของส่วนรวมมากนัก และไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง การให้ข่าวสารจึงไม่แน่นอนชัดเจนและไม่เป็นกระบวนการ จนทำให้คนในพื้นที่เข้าใจปัญหาไม่ตรงกับความจริงเท่าใดนัก

---

[47]ปกรณ์สิทธิ ฐานา, “มุมมองคอรัปชั่นในสังคมไทย”, **วารสารธรรมศาสตร์** ปีที่ 33, ฉบับที่ 2 (2557) : 187-208.

[48]จิรพันธ์ รวมพรรณพงศ์, “ประสบการณ์การทำงานเรื่องกลไกต้านคอร์รัปชันเชิงพื้นที่”, งานเสวนา “**จากห้องทดลองสู่โลกจริง : เข้าใจคอร์รัปชันในสังคมไทย**”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://knowledgefarm.tsri.or.th/kftalk4clip [8 มีนาคม 2567].

[49]นิชาภัทร ไม้งาม, ช่วงที่ 2 เสวนา “หลากมิติคอร์รัปชัน หลายประเด็นพฤติโกง : ประสบการณ์จากนักวิจัย”, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://knowledgefarm.tsri.or.th/kftalk4clip [8 มีนาคม 2567].

ในพื้นที่นครราชสีมา ประชาชนค่อนข้างรับรู้เหตุการณ์คอร์รัปชันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะคดีที่เคยเป็นข่าว เช่น โครงการสร้างสนามฟุตซอล หรือโครงการขุดลอกคลอง ฯลฯ ชาวบ้านในพื้นที่มองว่า การทุจริตผ่านการจัดซื้อจัดจ้างยังคงมีอยู่ในปัจจุบัน เพราะมีกลุ่มทุนที่แบ่งผลประโยชน์กับนักการเมืองท้องถิ่นอยู่ พบว่า มีกลุ่มนักการเมืองท้องถิ่นรุ่นใหม่พยายามเปลี่ยนแปลง โดยแยกตัวออกจากนักการเมืองระดับประเทศ แล้วรวมกลุ่มกับภาคประชาสังคม การทำงานอย่างแข็งขันของกลุ่มคนรุ่นใหม่และภาคประชาสังคมทำให้การต่อรองในโครงการต่างๆ ทำไม่ได้ง่ายๆ เหมือนเดิม และเริ่มมีการตรวจสอบมากขึ้น

ส่วนพื้นที่ภาพแทนชนบทอย่างจังหวัดน่าน นิชาภัทร ไม้งาม เน้นประเด็นเรื่องคอร์รัปชันเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งเป็นปัญหาหลักของพื้นที่ เช่น งบปลูกป่า การทำแนวกันไฟ หรือขุดลอกลำน้ำ ฯลฯ ส่วนมากเป็นงบประมาณที่เข้ามาจากรัฐบาลส่วนกลาง เป็นงบจากภายนอกชุมชน ส่งผลให้ชาวบ้านรับรู้ข้อมูลน้อย ไม่สามารถเข้าไปตรวจสอบหรือเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างที่ควรจะเป็น[50]

กลไกหรือช่องทางร้องเรียนคอร์รัปชันต่อภาครัฐของคนในชุมชนและการตอบรับจากหน่วยงานตรวจสอบ

แม้ชาวบ้านจะรับรู้ว่ามีปัญหาคอร์รัปชันอยู่ แต่ท้ายที่สุดแล้ว การแก้ปัญหาย่อมต้องการการร่วมมือจากหลายหน่วยงาน โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐที่จะเข้ามาตรวจสอบและแก้ปัญหา คำถามสำคัญก็คือ คนในชุมชนสามารถเข้าถึงกลไกการร้องเรียนคอร์รัปชันได้มากน้อยแค่ไหน

ขนาดของพื้นที่ ย่อมส่งผลต่อวิธีการเข้าถึงกลไกร้องเรียน ในเขตเมืองใหญ่อย่างกรุงเทพฯ มีการแบ่งชุมชนออกเป็น 3 ระดับตามความเข้มแข็ง ซึ่งส่งผลต่อลักษณะการร้องเรียนของคนในชุมชน (1) ชุมชนเข้มแข็งภายใน มักใช้ผู้นำชุมชนเป็นผู้ไกล่เกลี่ยปัญหา (2) ชุมชนเข้มแข็งน้อยลงมา ใช้ระบบเรียกประชุมคณะกรรมการชุมชน (3) ชุมชนเข้มแข็งน้อย ไม่พึ่งพิงกลไกชุมชน แต่ใช้ตำรวจแก้ไขปัญหา ต่างฝ่ายต่างแจ้งความ ติดตามคดีเอง การตอบสนองต่อคำร้องเรียนของชุมชนที่เข้มเข็งจะรวดเร็วกว่าชุมชนที่ไม่เข้มแข็ง เมื่อเป็นปัญหาส่วนร่วมที่ใช้กลไกภายในแก้ไข จะส่งผลต่อชุมชนในวงกว้างมากกว่า

ส่วนจังหวัดที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่อย่างนครราชสีมา มีปรากฏการณ์ที่น่าสนใจว่า สถิติการร้องเรียนคอร์รัปชันต่อสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ของจังหวัด ตั้งแต่ปี 2555-2559 มีคดีร้องเรียนประมาณ 471 คดี มากที่สุดในประเทศไทย สาเหตุมาจาก มีกลุ่มผลประโยชน์ในพื้นที่ค่อนข้างมาก ซึ่งทำให้การตรวจสอบฝ่ายตรงข้ามเป็นไปอย่างดุเดือด รวมทั้งประชาชนก็เข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบมากด้วย

---

[50]ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชั่น ‘โกงแบบไทยๆ’ ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

ด้วยคดีที่ร้องเรียนไปจำนวนมาก แต่กำลังคนของ ป.ป.ช. มีไม่เพียงพอ จึงเกิดความล่าช้าในการทำคดี การจะผลักดันให้คดีรวดเร็วขึ้นนั้น ต้องใช้สื่อเป็นตัวช่วยดึงความสนใจของคนในสังคม ดังนั้น ความรวดเร็วของการดำเนินคดีขึ้นอยู่กับว่าเป็นที่สนใจของสังคมแค่ไหน

ขณะที่ชุมชนเกษตรกรรมแบบจังหวัดน่าน ก็ใช้เครื่องมือทั่วไปที่มีในจังหวัด เช่น ใช้ ป.ป.ช. จังหวัด หรือ ศูนย์ดำรงธรรม เมื่อไหร่ที่ชาวบ้านรู้สึกไม่ชอบมาพากลกับโครงการที่เข้ามาจากภายนอก จะเริ่มมีการเก็บรวบรวมข้อมูลศึกษาผลกระทบแล้วยื่นให้ ป.ป.ช. ตรวจสอบ นอกจากนี้ยังใช้ช่องทางสื่อสารผ่านสื่อมวลชนที่มาทำข่าว เพื่อให้เสียงกระจายไปได้มากขึ้น ทั้งยังเริ่มมีการสร้างเครือข่าย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันของคนในชุมชน

โดยภาพรวมของน่าน ป.ป.ช. จังหวัด ค่อนข้างเข้าใจปัญหา และเข้ามาดูถึงในพื้นที่ ไม่ได้นิ่งเฉย ยังมีกลไกเข้ามาช่วยดูแลอยู่ ภาพรวมของทุกพื้นที่ก็ยังเห็นว่ามีช่องว่างในการเข้าถึงกลไกการร้องเรียนระหว่างประชาชนกับภาครัฐอยู่พอสมควร[51]

ความฝัน – ความหวัง การแก้ปัญหาคอร์รัปชันเชิงพื้นที่ในสังคมไทย

แม้จะมีปัญหาแตกต่างในเชิงพื้นที่ และการเข้าถึงการแก้ไขตรวจสอบของรัฐบาล ก็ยังมีความหวังที่จะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ในพื้นที่มหาครอย่างกรุงเทพฯ ที่มีคนหลากหลาย และดูเหมือนว่าผู้คนจะไม่ได้มีวิถีชีวิตที่ยึดโยงกันขนาดนั้น แต่สิ่งที่น่าจะช่วยแก้ปัญหาคอร์รัปชันได้ ก็ยังเป็นเรื่องเรื่องการสร้างชุมชนเข้มแข็ง องค์ประกอบชุมชนเข้มแข็งเป็น 3 อย่าง (1) ผู้นำในชุมชนต้องไม่ใช่ผู้นำทางการเมืองอย่างเดียว แต่ต้องมีการกระจายอำนาจไปให้ผู้นำโดยธรรมชาติ ต้องแก้ปัญหาจากการร่วมมือของผู้นำหลายฝ่าย (2) มีพื้นที่ส่วนกลางสำหรับทำกิจกรรมในชุมชน เพื่อให้คนรู้จักมักคุ้นกันมากขึ้น (3) ได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรภายนอก เช่น หน่วยวิจัย มหาวิทยาลัย มูลนิธิ ฯลฯ ให้ความรู้เรื่องการสร้างระบบบัญชี สร้างกิจกรรมการมีส่วนร่วมในชุมชน เพื่อให้เกิดกติกาที่นำไปใช้ในอนาคตได้ เกิดการรับรู้และยอมรับร่วมกันได้ เกิดขึ้นแล้วในชุมชนเข้มแข็งหลายแห่งในกรุงเทพฯ เป็นทางออกที่มีคนทำสำเร็จ และน่าจะเป็นต้นแบบให้ชุมชนอื่นๆ ต่อไปได้

นครราชสีมา ที่ยังเห็นความหวังอยู่มาก เพราะผู้คนมีความตื่นตัวมากอยู่แล้ว ผู้วิจัยเสนอว่า สิ่งที่ควรเพิ่มเติมคือการเข้าถึงข้อมูลโครงการจัดซื้อจัดจ้างได้ง่ายขึ้น มีการเปิดเผยเรื่องการยื่นซองประมูลมากขึ้น ให้คนทั่วไปเข้าไปมีส่วนร่วมมากกว่าแค่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มเดิมเข้ามาตรวจสอบทุกโครงการ น่าจะเป็นกลไกการป้องกันคอร์รัปชันเชิงพื้นที่ที่สำคัญ จังหวัดที่ผู้คนมีความใกล้ชิดกับทรัพยากรธรรมชาติมากอย่างน่าน ควรมีการเปิดเผยข้อมูลโครงการที่เข้าไปทำเกี่ยวกับทรัพยากรในพื้นที่มากขึ้น เพราะเชื่อว่า ข้อมูลข่าวสารจะทำให้ประชาชนตระหนักถึงสิทธิและเปิดพื้นที่รวมกลุ่มมากขึ้น การต่อสู้ในพื้นที่ยังสำคัญ เพราะชาวบ้านเข้าใจปัญหาบ้านตัวเองดีที่สุด ชาวบ้านต้องตระหนัก

---

[51]ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, **มองคอร์รัปชัน ‘โกงแบบไทยๆ’ ที่ไม่เหมือนเดิม**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.the101.world/new-corruption-in-thailand/ [1 พฤษภาคม 2567].

ถึงปัญหาก่อน แล้วค่อยกระจายไปสู่สังคมเพื่อให้ให้คนภายนอกเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้นจนเกิดการสนับสนุนเป็นพลังสังคมขึ้นมา”

โดยสรุป การจะแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันในพื้นที่ได้ ต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนมากขึ้น ถูกต้อง เที่ยงตรง และต้องมีการรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อรับรู้และแก้ไขปัญหาร่วมกัน ทั้งนี้การตอบสนองจากภาครัฐก็ยังเป็นเรื่องที่ต้องพัฒนาให้ทันกับปัญหาคอร์รัปชันที่เกิดขึ้นด้วย

2.2.2 องค์กรเอกชนกับการสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่น

องค์กรเอกชนมีแนวทางในการปฏิบัติเพื่อสร้างองค์กรไร้คอร์รัปชั่น มุ่งมั่นที่จะดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต เป็นธรรม โดยยึดมั่นและให้ความสำคัญในการดำเนินธุรกิจ และรับผิดชอบต่อสังคมและผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ตามหลักจรรยาบรรณทางวิชาชีพ หลักจริยธรรมและคุณธรรมที่ดี หลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน และข้อพึงปฏิบัติในการทำงานอย่างเคร่งครัดในทุกกิจกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ ปฏิเสธและต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชั่นในทุกรูปแบบทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงการปลูกจิตสำนึกให้บุคลากรยึดมั่นในจรรยาบรรณ จริยธรรมและคุณธรรมในการให้บริการ โดยกำหนด “นโยบายและแนวทางการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชั่น” เป็นลายลักษณ์อักษรขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ และพัฒนาสู่องค์กรแห่งความยั่งยืน รวมถึงเป็นการป้องกันการคอร์รัปชั่นกับทุกกิจกรรมทางธุรกิจ สร้างความมั่นใจว่าการตัดสินใจและการดำเนินการทางธุรกิจที่อาจมีความเสี่ยงด้านการทุจริตคอร์รัปชั่นได้รับการพิจารณาและปฏิบัติอย่างรอบคอบ ดังนี้

1. ปฏิบัติตามนโยบายการป้องกันและต่อต้านการทุจริต การให้หรือรับสินบนจรรยาบรรณธุรกิจ รวมทั้ง กฎ ระเบียบ และข้อบังคับ โดยต้องไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการทุจริตคอร์รัปชั่น ในทุกรูปแบบ ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

2. ปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนด้วยความโปร่งใส อันหมายรวมถึงการเตรียมความพร้อมรับการตรวจสอบการปฏิบัติหน้าที่ในกลุ่มหรือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตลอดเวลา

3. กำหนดแนวทางปฏิบัติในการรับหรือให้ของขวัญ ทรัพย์สิน หรือผลประโยชน์อื่นใดที่อาจสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่ง การจ่ายเงินหรือให้สิ่งของมีค่า หรือบริการ เช่น ของขวัญ ความบันเทิง การท่องเที่ยว ให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ เจ้าหน้าที่ของรัฐต่างประเทศ หรือเจ้าหน้าที่ขององค์การระหว่างประเทศ ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม

4. แนวทางปฏิบัติในเรื่องการเลี้ยงรับรอง

5. แนวทางปฏิบัติในเรื่องค่าอำนวยความสะดวก

6. แนวทางปฏิบัติในการบริจาคเพื่อการกุศลและการให้เงินสนับสนุน

7. แนวทางปฏิบัติด้านการสนับสนุนกิจกรรมทางการเมือง

8. แนวทางปฏิบัติด้านการอบรมและการสื่อสาร
9. ช่องทางการแจ้งเบาะแส/ข้อร้องเรียนและมาตรการคุ้มครองผู้รายงาน
10. นโยบายการแจ้งเบาะแสและข้อร้องเรียนการทุจริต
11. การสื่อสารและการเปิดเผยข้อมูลนโยบายการแจ้งเบาะแส/ข้อร้องเรียน
12. มาตรการคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส/ข้อร้องเรียน[52]

2.2.3 บทบาทของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวเพื่อการแก้ปัญหาคอร์รัปชั่น

"คอร์รัปชั่น" ในความหมายกว้างกว่า การทุจริต การฉ้อราษฎร์บังหลวงให้กินความถึงพฤติกรรมที่ไม่ชอบมาพากลหรือมีวาระซ่อนเร้นบางอย่างซึ่งอาจนำไปสู่หรือเป็นสาเหตุในการแสวงหาผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ อาทิ การกำหนดนโยบายการเอื้อประโยชน์ในหมู่พวกพ้อง ครอบครัว หรือมีเป้าหมายแฝงเร้นในเรื่องต่างๆ การหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญ การปกปิดข้อมูลเพื่อหลีกเลี่ยงการตรวจสอบจากสาธารณะ

หน้าที่ในการตรวจสอบคอร์รัปชั่นของสื่อมวลชนโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ มีหลักฐานยืนยันว่า มีมาเป็นเวลานานหลายสิบปี ดูได้จากข่าวหนังสือพิมพ์ที่ส่งเข้าประกวดข่าวยอดเยี่ยมของมูลนิธิ อิศรา อมันตกุล สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยพบว่า ข่าวส่วนใหญ่เป็นข่าวเกี่ยวกับการเปิดโปงการทุจริตคอรัปชั่นทั้งของนักการเมืองและข้าราชการระดับสูงรวม การใช้อำนาจโดยมิชอบของเจ้าหน้าที่รัฐ

ชวรงค์ ลิมป์ปัทมปาณี อดีตเลขาธิการสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยได้รวบรวมข่าวที่เคยได้รับรางวัลข่าวยอดเยี่ยมและรางวัลชมเชยของมูลนิธิอิศรา อมันตกุล ระหว่างปี 2515-2542 จำนวน 40 ข่าวพบว่า เป็นข่าวการปฏิบัติหน้าที่โดยมิชอบของข้าราชการ 11 ข่าว ,ข่าวทำลายสิ่งแวดล้อมและทรัพย์พากรธรรมชาติของนักการเมืองข้าราชการ 10 ข่าว,ข่าวทุจริตคอร์รัปชั่น 9 ข่าว,ข่าวอาชญกรรมทางเศรษฐกิจ 2 ข่าวและข่าวอื่นๆ 8 ข่าว

สื่อมวลชนมีบทบาทเป็นอย่างมากในการแสวงหาข้อมูลมาเปิดเผยให้กับสาธารณะได้รับทราบ และให้ความรู้กับประชาชน รวมทั้งให้ข้อมูลการคอร์รัปชั่นทั้งในวงราชการ และในวงการเมือง บทบาทของสื่อมวลชน จะมีพลังมากยิ่งขึ้นต้องมีการจับมือประสานงานกับเครือข่ายต่างๆ ในสังคม บทบาทของสื่อมวลชน นอกจากจะเป็นพลังที่สำคัญในการแก้ปัญหาคอร์รัปชั่นแล้ว ยังมีส่วนสำคัญที่ทำให้ประชาชนตระหนักรู้เห็นภัยของปัญหาการฉ้อราษฎ์บังหลวงว่า เป็นปัญหาของชาติ ต้องร่วมกันแก้ไขให้หมดไป มีส่วนทำให้ภาคประชาชนมีความรู้และมีความเข้มแข็งในการเป็นแนวร่วมกับสื่อ และเป็นแนวร่วมกับองค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชนยังมีบทบาทในการตรวจสอบ รายงานข้อมูลเชิง

---

[52]**นโยบายการป้องกันและต่อต้านการทุจริต การให้หรือรับสินบน**, [ออนไลน์]ม, แหล่งที่มา : https://www.ch-karnchang.co.th/ajax/pop-05-anti_corruption [1 พฤษภาคม 2567].

ลึก หรือนำข้อเท็จจริงมาตีแผ่ สามารถกดดันบุคคล หน่วยงาน องค์กรที่รับผิดชอบ ส่งผลให้เกิดการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชั่นได้ระดับหนึ่ง

บทบาทของสื่อมวลชน มี 3 ระดับ คือ

1. ระดับเจ้าของกิจการสื่อ ต้องไม่มองว่าสื่อเป็นเพียงสินค้าตัวหนึ่ง แต่เป็นองค์กรธุรกิจที่ตระหนักถึงส่วนรวม มีจิตสำนึกสาธารณะ สร้างความรู้และความเข้าใจให้คนในสังคม

2. ระดับบรรณาธิการข่าว ต้องมีนโยบายในการสร้างสรรค์ข่าวการทุจริตคอร์รัปชั่นอย่างจริงจัง ต้องเปิดพื้นที่เพื่อรองรับการเสนอข่าวคอร์รัปชั่น

3. ระดับนักข่าวในสนามข่าว (ประจำทำเนียบรัฐบาล รัฐสภา กระทรวงต่างๆ) ต้องได้รับการปลูกฝังอุดมการณ์ในการทำงาน ให้ตระหนักรู้ถึงบทบาทที่สำคัญในการทำหน้าที่เพื่อสังคมและส่วนรวม[53]

2.2.4 การใช้เทคโนโลยีในการแก้ปัญหาคอร์รัปชัน

ในปัจจุบันทุกภาคส่วนของสังคมทั้งภาคธุรกิจ ภาคราชการ ภาคการศึกษา และภาคการทำงานเพื่อสังคมก็เริ่มมีการตื่นตัวเรื่องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงาน และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนหลายภาคส่วนแล้ว ไม่เว้นแม้แต่ภาคการเมือง ภาคส่วนที่ทำงานด้านแก้ไขปัญหาคอร์รัปชันในประเทศไทยก็มีความต้องการในการใช้เทคโนโลยีเพื่อการเก็บข้อมูล การสร้างฐานข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การสื่อสาร ยังไม่รวมไปถึงความสามารถในการทำนายผลคาดการณ์ล่วงหน้า และการแก้ปัญหาโดยอัตโนมัติซึ่งสามารถนำมาพัฒนาธรรมาภิบาลและส่งเสริมงานด้านต่อต้านคอร์รัปชันได้อีกมาก จากความท้าทายที่กล่าวมา จึงได้ลองรวบรวมกรอบคิดหรือวิธีการตั้งโจทย์ที่น่าจะเป็นประโยชน์ในช่วงเริ่มต้นการออกแบบหรือนำเทคโนโลยีมาใช้ในการต่อต้านคอร์รัปชั่น ดังนี้

1) การใช้เทคโนโลยีพัฒนางานในเชิงประเด็น สามารถเริ่มโดยการเลือกประเด็นที่สนใจและมีความรู้เกี่ยวกับด้านนั้นๆ เช่น เรื่องสินบนระหว่างภาคราชการกับภาคธุรกิจที่ส่วนมากมีแรงจูงใจจากการซื้อความรวดเร็ว ความสะดวก ซื้อความผิดให้กลายเป็นถูก ซื้อโอกาสทางธุรกิจ จึงอาจสามารถตั้งโจทย์ในการลดสินบนได้ว่า จะทำอย่างไรจึงจะสามารถพัฒนากระบวนงานราชการให้มีความรวดเร็ว ความสะดวก การพิจารณาความจำเป็นของกฎระเบียบข้อบังคับ และเสริมสร้างการแข่งขันอย่างเท่าเทียมด้วยการใช้เทคโนโลยี ตัวอย่างความสำเร็จในการเพิ่มความรวดเร็ว และความสะดวกของราชการ เช่น การทำหนังสือเดินทาง การเลื่อนล้อต่อภาษีรถยนต์ และในช่วงนี้ก็ได้ยินว่าหน่วยงานราชการก็จะไม่ขอสำเนาบัตรประชาชน และทะเบียนบ้าน ทั้งหมดนี้จะเกิดไม่ได้หากข้อมูลไม่ได้ถูกเชื่อมต่อด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

---

[53]ประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธ์ และ อิศรินทร์ หนูเมือง, **บทบาทและบทเรียนสื่อมวลชน ในการแก้ปัญหาคอร์รัปชั่น**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://tja.or.th/view/activities/academic/1233 [2 มกราคม 2567].

2) การใช้เทคโนโลยีกระทบกับตัวแปรที่สำคัญในสมการคอร์รัปชัน จากแนวคิดสมการคอร์รัปชันของศาสตราจารย์โรเบิร์ต คลิตการ์ด (Robert Klitgaard) นักเศรษฐศาสตร์ชาวอเมริกันที่ว่า C=M+D-A หรือ Corruption (คอร์รัปชัน) เท่ากับ Monopoly (การผูกขาด) บวกด้วย Discretion (การใช้ดุลยพินิจ) ลบกับ Accountability (กลไกความรับผิดชอบ) สามารถเป็นการตั้งโจทย์ได้ว่า จะทำอย่างจะสามารถลดการผูกขาด ลดการใช้ดุลยพินิจ และเพิ่มกลไกความรับผิดชอบในพื้นที่ที่เราจะแก้ปัญหาได้

3) การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ปัญหาคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่ต้องอาศัยพลังทางสังคมในการป้องกันและแก้ไข โจทย์ที่ท้าทายคือจะออกแบบเทคโนโลยีอย่างไรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม และจะมีส่วนร่วมในการทำอะไรบ้าง ที่สำคัญต้องนึกถึงความถนัด ทรัพยากรและความหลากหลายที่มีอยู่ในแต่ละบุคคลด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดตอนนี้ เช่น ต้องแฉ หรือ เพจ Mustshare ที่ปัจจุบันใช้ Facebook เป็น platform ประเภท crowdsourcing และยังมีการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอื่นๆ ที่มีเป้าหมายในการสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมอื่นๆ ที่น่าสนใจ เช่น เทใจ (taejai.com) และ Socialgiver (th.socialgiver.com)

4) การใช้เทคโนโลยีสร้างเสริมธรรมาภิบาล หลักธรรมาภิบาลเป็นหลักตั้งต้นที่สำคัญที่จะสามารถป้องกันการเกิดคอร์รัปชันได้ ดังที่กล่าวมา 3 ข้อที่ผ่านมาล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับหลักธรรมาภิบาลทั้งสิ้น แต่ยังมีหลักธรรมาภิบาลอีกข้อที่สำคัญและลืมไปไม่ได้ คือ หลักการเปิดเผย โปร่งใส (Transparency) โดยที่ผ่านมาด้วยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนได้เกิดโครงการความโปร่งใสในการก่อสร้างภาครัฐ (Construction Sector Transparency Initiative หรือ CoST) ซึ่ง ณ ปัจจุบันใช้ facebook เป็น platform เปิดเผยข้อมูลการก่อสร้างของภาครัฐซึ่งสามารถติดตามได้ที่ www.facebook.com/CoSTThailand ส่วนในภาคราชการสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (DGA) หรือ เดิมคือ สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (EGA) เป็นผู้ขับเคลื่อนเรื่อง open data อย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็น data.go.th ที่รวบรวมข้อมูลต่างๆ ของราชการ govspending.data.go.th ที่รวบรวมข้อมูลการใช้จ่ายภาครัฐ อย่างไรก็ดีการเปิดเผยโปร่งใสที่ควรทำคือข้อมูลการประเมินคุณภาพของแต่ละหน่วยงานราชการที่มีการประเมินกันอยู่ทุกปี โดยน่าจะมี platform ที่รวบรวมข้อมูลและแสดงผลไว้เหมือนกับระบบ Citizen Feedback ที่ภาคเอกชนได้พัฒนาโครงการนำร่องไปเมื่อปีที่ผ่านมา โจทย์ที่สำคัญก็คือเมื่อชุดข้อมูลถูกเปิดเผยออกมาแล้ว เราจะสามารถใช้เทคโนโลยีมาวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวให้เกิดประโยชน์อย่างไร ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ นั้นอาจทำให้เราเห็นความผิดปกติที่สามารถนำไปสู่การพบเรื่องคอร์รัปชันได้

5) การใช้เทคโนโลยีพัฒนางานด้านอื่นๆ ในการต่อต้านคอร์รัปชัน การแก้ไขปัญหาในการทำงานต่อต้านคอร์รัปชันเป็นเรื่องสำคัญไม่แพ้กับการแก้ปัญหาคอร์รัปชัน โจทย์ในการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานต่อต้านคอร์รัปชัน เช่น จะเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการ

ยุติธรรมในด้านต่อต้านคอร์รัปชันได้อย่างไร จะลดค่าใช้จ่ายในการขยายผลโครงการต่อต้านคอร์รัปชันในทั่วประเทศได้อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรที่ทำงานด้านต่อต้านคอร์รัปชันอย่างไร จะใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการวัดประเมินผลโครงการต่อต้านคอร์รัปชันได้อย่างไร จะปลูกฝังความรู้เรื่องคอร์รัปชันให้กับเยาวชนทั้งประเทศได้อย่างไรภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากร ฯลฯ ตัวอย่างการใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการปลูกฝังความรู้เรื่องคอร์รัปชันคือ เกม เดอะ คอร์รัป ที่พัฒนาโดยบริษัทโอเพ่นดรีม ซึ่งมีเปิดให้เล่นฟรีในระบบ iOS และ Android ในโทรศัพท์มือถือและระบบ Steam ในคอมพิวเตอร์ อีกหนึ่งการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการทำงานที่น่าสนใจก็คือ การเรียนและการทดสอบในรูปแบบ e-learning ซึ่งโครงการสร้างแนวร่วมปฏิบัติของภาคเอกชนไทยในการต่อต้านการทุจริต (CAC) ได้นำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการรับรองบริษัทขนาดเล็กและขนาดกลาง[54]

การนำเทคโนโลยีมาใช้จริงให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจบริบทของสภาพแวดล้อมและการรับรู้และตอบสนองต่อปัจจัยต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมายของเทคโนโลยีนั้น

2.2.5 โมเดล “ปราบโกง” ทั่วโลก

การสร้างความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลเป็นขั้นแรกที่สำคัญของการแก้ไขปัญหาคอร์รัปชัน ประชาชนไม่สามารถติดตามตรวจสอบการทำงานของภาครัฐ ไม่เคยรู้ว่าเงินภาษีของเราที่จ่ายไปถูกนำไปใช้ทำอะไรบ้าง จะคุ้มหรือเปล่า ย่อมนำไปสู่ปัญหาการคอร์รัปชันได้ ถ้าเป็นอย่างนั้นแล้วเราจะสามารถถามหาความโปร่งใสจากการบริหารของรัฐได้ไหม และถ้าได้ ได้แค่ไหน HAND Social Enterprise วิสาหกิจเพื่อสังคม เปิด 30 โมเดลต้านโกงทั่วโลก เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูลการบริหารของรัฐ และร่วมจับตาการใช้งบประมาณ ด้วยช่องทาง และรูปแบบต่างๆ ชวนถอดรหัสแนวคิดพร้อมสำรวจเครื่องมือต้านโกง ที่แต่ละประเทศนำมาใช้ ว่ามีรูปแบบและวิธีการอย่างไร[55]

ประเทศไทย 5 โมเดล

1. COVID ACT Ai: จับโกงงบโควิด ร่วมติดตามตรวจสอบการใช้งบกู้วิกฤตโควิด-19

---

[54]สุภอรรถ โบสุวรรณ, **เราจะเริ่มใช้เทคโนโลยีในการแก้ปัญหาคอร์รัปชันอย่างไร?**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : http://www.anticorruption.in.th/2016/th/detail/1216/4/เราจะเริ่มใช้เทคโนโลยีในการแก้ปัญหาคอร์รัปชันอย่างไร? [13 พฤษภาคม 2567].

[55]HAND Social Enterprise, **สำรวจโมเดล “ปราบโกง” ทั่วโลก,** [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://theactive.net/data/anti-corruption-model/ [10 พฤษภาคม 2567].

2. CoST Thailand: ติดตามการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ ตรวจสอบส่งเสียงเพื่อความโปร่งใส ในโครงการก่อสร้างของภาครัฐ

3. ปฏิบัติการหมาเฝ้าบ้าน: เฝ้าระวังการทุจริตคอร์รัปชันภาครัฐจากภาคประชาชน

4. ต้องแฉ (Must Share): แจ้งเบาะแสหรือเหตุสงสัยการทุจริตคอร์รัปชัน

อินโดนีเซีย 2 โมเดล

1. LAPOR!: แพลตฟอร์มให้ประชาชนร้องเรียนปัญหาการบริการของหน่วยงานภาครัฐ ผ่านระบบกลางในการบริหารจัดการและส่งต่อเรื่องร้องเรียนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. Qlue – The whole neighborhood, in your hands: ปักหมุดโลเคชัน และอัปโหลดรายงาน ผ่านระบบ Geo-spatial Mapping ซึ่งเป็นการปักหมุดรายงานและพื้นที่เกิดปัญหาแบบ real time

อินเดีย

I Paid a Bribe (IPAB) : แพลตฟอร์มให้ประชาชนรายงานเรื่องรับสินบน โดยไม่ต้องระบุตัวตน

เนปาล

Hello Sarkar: **ช่**องทางร้องเรียนคอร์รัปชั่นกรณีการทำธุรกรรมกับเจ้าหน้าที่รัฐ

จอร์เจียร์

GLASS Fact Check: visualizd data การเข้าถึงข้อมูลที่สะดวกเข้าใจง่าย

ฟิลิปปินส์

Check My School: ลดทุจริตในโรงเรียนด้วยข้อมูลระบบเปิด

เวียดนาม

DA NANG Citizen App: ช่องทางแจ้งข้อมูล ลดโอกาสในการเรียกรับสินบน

ไต้หวัน

mask.pdis.nat.gov.tw: open data ข้อมูลเข้าถึงง่าย มีรายละเอียดให้นำไปวิเคราะห์ ใช้งานได้ทันที

สิงคโปร์

data.gov.sg: data ช่วยบริหารจัดการนโยบาย ซึ่งติดอันดับประเทศที่มีความโปร่งใสลำดับต้นๆ ของโลก เพื่อให้เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้แบ่งปันแลกเปลี่ยนชุดข้อมูลระหว่างหน่วยงาน

สหราชอาณาจักร 2 โมเดล

1) Publish What You Pay (PWYP): เพิ่มความโปร่งใสในอุตสาหกรรมพลังงานและเชื้อเพลิง

2) OpenSpending: visualizd data แพลตฟอร์มออนไลน์แสดงข้อมูลเกี่ยวกับการใช้จ่ายสาธารณะของสหราชอาณาจักรและประเทศต่างๆ

โปแลนด์ 3 โมเดล

1) MamPrawoWiedziec.pl: เป็นแหล่งข้อมูลเปิดที่รวบรวมข้อมูลของนักการเมืองชาวโปแลนด์

2) **Jawnylublin.pl:** เฝ้าระวังความผิดปกติของการบริหารงานด้านงบประมาณและการใช้จ่ายของรัฐบาลท้องถิ่น ที่อาจเกิดการทุจริตหรือใช้จ่ายภาษีของประชาชนได้ไม่คุ้มค่า

3) **mojePaństwo (MyCountry):** แพลตฟอร์มเกี่ยวกับการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางเพื่อไปทำภารกิจทางการเมืองต่างๆ ของสมาชิกผู้แทนราษฎร

ฮังการี

Red Flags**:** วิเคราะห์ความเสี่ยงจากการจัดซื้อจัดจ้างด้วยดัชนีมาตรฐาน[56]

สรุปจากโมเดลปราบโกงจากทั่วโลก เอเชีย ยุโรป อเมริกาเหนือ อเมริกาใต้ ได้โมเดลปราบโกงได้ประมาณ 8 ประเภท ดังนี้ 1) Monitoring Bud get (การติดตามงบประมาณ) 2) Monitoring Public Procurement (การติดตามการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ) 3) Online corruption reporting (การรายงานการทุจริต) 4) Report Corruption (การรายงานการทุจริต) 5) Detect Corruptio etect Cofungion 6) Open Data 7) Public Service delive (การให้บริการสาธารณะช่องทางการร้องเรียน) และ 8) Open Parliament (รัฐสกาเปิด)

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับค่านิยม

2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม

ค่านิยม เป็นความคิด พฤติกรรม และสิ่งอื่นที่คนในสังคมหนึ่งเห็นว่ามีคุณค่า จึงยอมรับมาปฏิบัติและหวงแหนไว้ระยะหนึ่ง ค่านิยมมักเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัยและความคิดเห็นของคนในสังคม[57] ค่านิยมไว้ว่า เป็นการยอมรับนับถือและพร้อมที่จะปฏิบัติตามคุณค่าที่คนหรือกลุ่มคนในสังคม มีต่อสิ่งต่างๆ อาจเป็นวัตถุ ความคิดหรือการกระทำในด้านต่างๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม ทั้งนี้ ได้

---

[56]HAND Social Enterprise, **สำรวจโมเดล “ปราบโกง” ทั่วโลก,** [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://theactive.net/data/anti-corruption-model/ [10 พฤษภาคม 2567].

[57]ก่อ สวัสดิ์พานิช, **มองการศึกษา: เส้นทางที่เท่าเทียมของคนไทย**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535).

มีการประเมินค่าจากทัศนะต่างๆ โดยรอบคอบแล้ว[58] ค่านิยม คือ ความชอบ ความสามารถจำแนกให้ความเห็นความแตกต่างของความชอบกับกับความไม่ชอบได้โดยการประเมินผล[59] ค่านิยมเป็นแรงจูงใจอันสำคัญที่มีต่อจุดมุ่งหมายในชีวิตจุดมุ่งหมายใดของชีวิตได้มาแล้วคุ้มค่า กล่าวได้ว่าจุดมุ่งหมายนั้นมีค่านิยมสูง ถ้าจุดมุ่งหมายใดได้มาแล้วไม่คุ้มค่า จุดมุ่งหมายนั้นมีค่านิยมในระดับต่ำ สิ่งใดที่บุคคลพยายามหลีกเลี่ยง แสดงว่าบุคคลนั้นมีค่านิยมที่ไม่ดีหรือมีค่านิยมในทางลบต่อสิ่งนั้น ค่านิยมจึงมีบทบาทและอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล[60] ค่านิยมเป็นเจตคติและความเชื่อที่ฝังลึกในชีวิตของบุคคลและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในทุกด้าน จากพฤติกรรมที่เห็นได้ง่าย อาทิเช่น การแต่งกายไปจนถึงพฤติกรรมที่ซับซ้อน อาทิเช่น การแสดงความคิดเห็น การเลือกคู่ครอง ความยุติธรรม เป็นต้น[61]

ค่านิยม มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า "Value" และมาจากคำสองคำคือ "ค่า" "นิยม" เมื่อคำสองคำรวมกันแปลว่า การกำหนดคุณค่า คุณค่าที่เราต้องการทำให้เกิดคุณค่า คุณค่าดังกล่าวนี้มีทั้งคุณค่าแท้และคุณค่าเทียม ซึ่งคุณค่าแท้เป็นคุณค่าที่สนองความต้องการในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่วนคุณค่าเทียม หมายถึง คุณค่าที่สนองความต้องการอยากเสพสิ่งปรนเปรอชั่วคู่ชั่วยามค่านิยม หมายถึง ทัศนะของคนหรือสังคมที่มีต่อสิ่งของความคิด และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนา คุณค่าและความถูกต้องของสังคมนั้นๆ เช่น ชาวอเมริกันถือว่า "ประชาธิปไตย" มีค่าสูงสุดควรแก่การนิยมควรรักษาไว้ด้วยชีวิต อเมริกันรักอิสระ เสรีภาพ และความก้าวหน้าในการงานเป็นต้น ส่วนค่านิยมของคนไทยหรือคนตะวันออกโดยทั่วไปนั้นแตกต่างจากค่านิยมในอเมริกันหรือคนตะวันตก เช่น คนไทยถือว่าความสงบสุขทางจิตใจและการทำบุญให้ทานเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา การเคารพเชื่อฟังบิดามารดาและการกตัญญูรู้คุณเป็นสิ่งที่ควรยกย่อง ค่านิยม เป็นสิ่งที่บุคคลพอใจหรือเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า แล้วยอมรับไว้เป็นความเชื่อ หรือความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ค่านิยมจะสิงอยู่ในตัวบุคคลในรูปของความเชื่อตลอดไป จนกว่าจะพบกับค่านิยมใหม่ ซึ่งตนพอใจกว่าก็จะยอมรับไว้ เมื่อบุคคลประสบกับการเลือกหรือเผชิญกับเหตุการณ์ จะต้องตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งเข้าจะนำค่านิยมมาประกอบการตัดสินใจทุกครั้งไป ค่านิยมจึงเป็นเสมือนพื้นฐานแห่งการประพฤติปฏิบัติของบุคคลโดยตรง ค่านิยม หมายถึง การยอมรับและพร้อมที่จะปฏิบัติตามคุณค่าที่คนหรือกลุ่มคนมีอยู่ต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งอาจเป็นวัตถุ ความคิด อุดมคติ รวมทั้งการกระทำในด้านเศรษฐกิจ สังคม จริยธรรม และ

---

[58]พนัส หันนาคินทร์, **การสอนค่านิยมและจริยธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : พิฆเนศ, 2537), หน้า 12.

[59]Phenix M., **Social values**, (New Jersey: Prentice-Hall, 1996), p. 123.

[60]Ruch, **An Introduction to Political Sociology**, (New York: Prentice Hall, 1992), p. 15.

[61]Miller, M. A. , " Culture, Spirituality and Woman's health" , **Journal of Obstetric Gynecologic and Neonatal Nursing**, No.24 (1995): 257 - 263.

สุนทรียภาพ ทั้งนี้ได้กระทำการประเมินค่าจากทรรศนะต่างๆ โดยรอบคอบแล้ว[62] ค่านิยม คือหลักการประพฤติปฏิบัติตนต่อสิ่งต่างๆ ที่บุคคลถือว่าดีงามถูกต้อง และควรแก่การยึดถือ ค่านิยม หมายถึงการให้ค่าแก่สิ่งต่างๆ ว่าสิ่งใดดีหรือไม่ดี อะไรควร ไม่ควร เช่นเราให้ค่าแก่ความซื่อสัตย์ว่าเป็นสิ่งที่ดี เราจะแสดงความซื่อสัตย์ หรือบางคนพอใจจะให้ค่าแก่การมีวัตถุสิ่งของว่าเป็นสิ่งที่ดีไม่ว่าการได้มาซึ่งวัตถุสิ่งของนั้นจะได้มาด้วยวิธีใด บุคคลก็จะสะสมวัตถุสิ่งของเอาไว้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ค่านิยมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลในสังคม[63]

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าค่านิยมเป็นสิ่งที่ยึดถือกันว่า มีคุณค่าแก่ตนเองหรือแก่สังคม เป็นสิ่งที่ควรประพฤติปฏิบัติ ค่านิยมยังเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลในสังคม เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเลือกกระทำ ซึ่งหมายถึงจริยธรรมของแต่ละบุคคลและแต่ละสังคมนั่นเอง

1. ค่านิยมที่ว่าด้วยจริยธรรม (ethical value) เป็นสิ่งที่กล่าวถึงคุณค่าในด้านความประพฤติของมนุษย์ด้านจริยธรรมคำสอนทางศาสนา

2. ค่านิยมที่ว่าด้วยสุนทรียภาพ (esthetical value) เป็นสาขาที่พิจารณาถึงคุณค่าในด้านความงามที่แสดงออกมาโดยสื่อต่างๆ เช่น ศีลปะ ดนตรี การแสดง เป็นต้น

3. ค่านิยมที่ว่าด้วยสังคมการเมือง (social – political value) จะพิจารณาถึงคุณค่าทางสังคม การเมือง (รวมทั้งการเศรษฐกิจ) ที่มีอยู่ในแต่ละสังคม เป็นลักษณะค่านิยมที่เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงง่าย และมักทำให้เกิดปัญหาในเรื่องการพิจารณาค่านิยมอยู่เสมอ[64] ค่านิยมของคนในสังคมไทย

2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องค่านิยมทางสังคม

ค่านิยมทางสังคม เป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญมากสำหรับบุคคล เพราะสามารถที่จะเป็นแรงผลักดันในการก้าวไปสู่จุดหมายในชีวิตที่ได้ตั้งเอาไว้ และเมื่อไปสู่จุดหมายแล้วจะรู้สึกถึงความคุ้มค่าที่ได้มา รู้สึกเป็นที่ยอมรับจากผู้คนในสังคมนั้นๆ ดังนั้น ค่านิยมจึงมีบทบาทเป็นอย่างมาก สำหรับบุคคลในสังคมและมีผลต่อพฤติกรรมของผู้คนเป็นส่วนใหญ่[65] ค่านิยมเป็นเหมือนความเชื่อที่ฝังลึกในใจและการใช้ชีวิตของบุคคล และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลโดยรวมในแทบทุกด้าน เช่น

---

[62]พนัส หันนาคินทร์, **ประสบการณ์ในการบริหารงานบุคคล**, (กรุงเทพมหานคร : พรานนกการพิมพ์. 2542), หน้า 18.

[63]สมพร สุทัศนีย์, **มนุษย์สัมพันธ์**, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554), หน้า 108 – 109.

[64]พนัส หันนาคินทร์, **การสอนค่านิยมและจริยธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : พิฆเนศ, 2537), หน้า 27.

[65]Ruch, **An Introduction to Political Sociology**, p. 16.

เครื่องแต่งกายหรือพฤติกรรมการเลือกคู่ ระบบความคิดเห็นชอบโดยรวม เป็นต้น[66] ค่านิยมทางสังคม เป็นความเชื่อที่ใช้ร่วมกันในเฉพาะวัฒนธรรม หรือกลุ่มคน ลักษณะของความเชื่อไม่มีข้อจำกัดในทางศาสนา เศรษฐกิจ และปัจจัยทางวัฒนธรรม[67] ค่านิยมทางสังคมไว้ว่า เป็นสิ่งที่มีในตัวของบุคคลแต่ละคน และมีอิทธิพลต่อสิ่งที่คิดและสิ่งที่ค่านิยม เป็นสิ่งที่กำหนดให้มีการพัฒนาการไปสู่สิ่งใหม่ๆ เป็นสิ่งบ่งชี้ความต้องการ คนทุกคนหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะมีค่นิยมประจำกลุ่มซึ่งมีแตกต่างกันไป ความแตกต่างกันของค่านิยมเป็นตัวกำหนดความแตกต่าง[68] ความเชื่อมั่นพื้นฐานซึ่งนำสูงพฤติกรรมของบุคคลหรือสังคมหรือความรู้สึกนิยมชื่นชอบเห็นคำในบุคคล สิ่งของ หรือความคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่งค่าหนึ่งมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ด้านบวก หมายถึง สิ่งที่ดีและต้องการ ด้านลบ หมายถึง สิ่งที่ไม่ดีและไม่ต้องการ ค่านิยมช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ในสังคม ค่านิยมของบุคคล เช่น ค่านิยมด้านความมีอิสรเสรี ความพอใจ การเคารพตนเอง ความซื่อสัตย์ การเชื่อฟัง เป็นต้น ค่านิยมของสังคม เช่น ระบบความร่วมมือ สันติภาพ ความเป็นประชาธิปไตย

สรุปได้ว่า ค่านิยมทางสังคมเป็นตัวการกำหนดพฤติกรรมทางสังคมและวิถีชีวิตของบุคคลในสังคม ทั้งนี้เพราะว่าคำนิยมของสังคมนั้น เป็นสิ่งที่บุคคลในสังคมนั้นๆ ถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ต้องปฏิบัติ เป็นสิ่งที่บุคคลยกย่องบูชา ค่านิยมทางสังคมไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของความถูกต้อง หรือความผิด ดีหรือไม่ดี จริงหรือเท็จเท่านั้น แต่ยังรวมถึงเงื่อนไขต่างๆ จากทัศนะต่างๆ เกี่ยวกับความหมายของค่านิยมเมื่อประมวลแล้วสรุปได้ว่า ค่านิยม เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งในการคงอยู่ของสังคมมนุษย์ ค่านิยมมีบทบาทต่อความคิดและการแสดงออกทางพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม ทำให้สังคมมีความโน้มเอียงไปในทางเดียวกันในสังคมนั้นๆ อันจะเป็นแนวทางที่มนุษย์จะประพฤติตนไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่งที่ตัวเองได้พิจารณาไตร่ตรองแล้วว่าเป็นสิ่งที่ดีสำหรับตนหรือสังคมยอมรับนับถือ และปฏิบัติตามแนวคิดนั้นๆ อย่างสม่ำเสมอ แต่อาจเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัย และตามความคิดเห็นของคนในสังคมนั้น

2.2.3 ประเภทของค่านิยม

"ค่านิยม" คือ ความคิด (Idea) ในสิ่งที่ควรจะเป็นหรือสิ่งที่ถูกต้องพึงปฏิบัติมีความสำคัญและคนสนใจ เป็นสิ่งที่คนปรารถนาจะได้ หรือจะเป็นและมีความสุขที่จะได้เป็นเจ้าของ "ค่านิยม" หมายถึง ความเชื่อว่าอะไรดี ไม่ดี อะไรควร ไม่ควร เช่น เราเชื่อว่าการขโมยทรัพย์ของผู้อื่น การฆ่า

---

[66]Miller M. A., “ Culture, Spirituality and Woman's health”, **Journal of Obstetric Gynecologic and Neonatal Nursing**, No.24 (1995): 257 - 263.

[67]Eagly A. H. & Chaiken S, “ The Psychology of Attitudes”, **Psychology**, Vol. 6 No. 13, (October 19, 2015): p. 1.

[68]พัชรา ทิพยทัศน์, **ชุดบทเรียนเพื่อพัฒนาตบเองการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง**, [ออนไลน์], แหล่งข้อมูล : http:/ww.br.ac.thvE-leaminglessons 2html [25 มกราคม 2565].

สัตว์ตัดชีวิต เป็นสิ่งที่ไม่ดี ความกล้าหาญ ความซื่อสัตย์ เป็นสิ่งที่ดี ค่านิยม หมายถึง "ระบบความชอบพิเศษ" เพราะสิ่งที่เราชอบมาก เราจะให้คุณค่ามากกว่าสิ่งที่เราไม่ชอบ ค่านิยมอาจแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ค่านิยมเฉพาะตัว (Individual Value)

2. ค่านิยมสังคม (Social Value)

ค่านิยมทางสังคม เป็นระบบความชอบพิเศษที่คนในแต่ละสังคมมีอยู่ ค่านิยมประเภทนี้เกิดจากการเรียนรู้จากสังคมในระดับต่างๆ ซึ่งจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม เช่น นาย ก ชอบสิ่งใดมากก็จะทำสิ่งนั้นมากเป็นต้น ดังนั้นการสังเกตค่านิยม ของสังคมอาจพิจารณาได้จากพฤติกรรมเด่นๆ ของสมาชิกในสังคมแล้วอนุมานมานว่า สังคมนั้นมีค่านิยมอย่างไร เช่น ค่านิยมสังคมไทยที่เป็นค่านิยมดั้งเดิม คือ ยึดถือตัวบุคคล ความรักสนุก และยึดทางสายกลาง เป็นต้น

หลักความเปลี่ยนแปลงแบ่งค่านิยมไว้เป็นสองประเภท ได้แก่ ประเภทแรก ค่านิยมหลัก ซึ่งเป็นค่านิยมที่มีลักษณะเฉพาะของสังคมใดสังคมหนึ่ง ซึ่งเมื่อเกิดขึ้นแล้ว มีการวางรากลึก ยากที่จะมีการเปลี่ยนแปลง ส่วนอีกประการหนึ่ง ได้แก่ ค่านิยมที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพของสังคมซึ่งเป็นของที่ไม่คงทน[69] ใช้หลักความสนใจและความปรารถนาของบุคคลแบ่งค่านิยมออกเป็น 6 ประเภท คือ

1. ค่านิยมทางสังคม (Social Values) เป็นค่านิยมที่ช่วยให้เกิดความรักความเข้าใจและความต้องการของอารมณ์ของบุคคล

2. ค่านิยมทางวัตถุ (Material Values) เป็นค่านิยมที่ช่วยให้ชีวิตร่างกายของคนเราสามารถดำรงอยู่ได้ต่อไป ได้แก่ ปัจจัยสี่ คือ อาหาร ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า และยารักษาโรค

3. ค่านิยมทางความจริง (Truth Values) เป็นค่านิยมเกี่ยวกับความจริงซึ่งเป็นค่านิยมที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้ที่ต้องการความรู้ และนักวิทยาศาสตร์ที่ต้องการค้นหากฎของธรรมชาติ

4. ค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Values) เป็นค่านิยมที่ทำให้เกิดความรับผิดชอบชั่วดี

5. ค่านิยมทางสุนทรียะ (Aesthetic Values) เป็นความซาบซึ้งใจในความดีและความงามของสิ่งต่างๆ

6. ค่านิยมทางศาสนา (Religious Values) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความปรารถนาความสมบูรณ์ของชีวิต รวมทั้งความศรัทธา และการบูชาในทางศาสนาด้วย จากประเภทต่างๆ ของค่านิยมข้างต้น ค่านิยมความรัก คู่ครอง และการแต่งงาน ค่านิยมจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพทางสังคม

---

[69]อดุลย์ วิเชียรเจริญ, **ค่านิยมของสังคมไทย**, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560), หน้า 25.

วัยรุ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ค่านิยมที่ศึกษาเป็นค่านิยมที่ศึกษาเป็นค่านิยมทางสังคมและทางจริยธรรม[70]

ค่านิยม คือ หลักการประพฤติปฏิบัติตนต่อสิ่งต่างๆ ที่บุคคล ถือว่าดีงาม ถูกต้อง และควรค่าแก่การยึดถือกระบวนการพิจารณาและเสริมสร้างค่านิยมมีจุดมุ่งหมายให้ผู้เรียนค้นพบด้วยตนเองว่า หลักการที่ดีที่ถูกที่ควร ตามทัศนะของตนเป็นอย่างไร[71]

คนไทยจะมีค่านิยมที่คล้ายคลึงกันคือ คนไทยอยู่ใน “สังคมอำนาจนิยม” คือ ยกย่องผู้มีอำนาจ ฉะนั้นคนไทยจึงมีค่านิยมตามลักษณะของสังคมไทยดังนี้

1. ยกย่องผู้มีอำนาจ
2. เคารพเชื่อฟังผู้มีอาวุโส
3. ค่านิยมของความสงบ
4. ค่านิยมของความเกรงใจ
5. ยึดตัวบุคคลมากกว่าหลักการ[72]

ลักษณะของค่านิยมที่แท้นั้นจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เป็นค่านิยมที่บุคคลเลือกหรือยอมรับ โดยไม่ได้ถูกบังคับบุคคลมีเสรีภาพในการตัดสินใจเลือกหรือยอมรับค่านิยมใดก็ได้ที่เห็นว่าเหมาะสมน่าปฏิบัติ

2. เป็นค่านิยมที่บุคคลมีโอกาสเลือกจากตัวเลือกหลายๆ ตัว ไม่ใช่เป็นเพราะมีตัวเลือกจำกัดเพียงสิ่งเดียว จึงทำให้ต้องยอมรับโดยปริยาย

3. เป็นค่านิยมที่ได้รับการกลั่นกรองพิจารณาอย่างรอบคอบจากบุคคลตลอดจนมีการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของตัวเลือกหลายๆ ตัว เมื่อเห็นว่าตัวเลือกใดดีที่สุดเหมาะสมที่สุดหรือมีเหตุผลในการสร้างความพอใจได้มากที่สุดก็จะเลือกตัวเลือกนั้น

4. เป็นค่านิยมที่บุคคลยกย่อง เทิดทูนและภูมิใจ

5. เป็นค่านิยมที่บุคคลสามารถยอมรับอย่างเปิดเผยและพร้อมที่จะสนับสนุนค่านิยมที่ตนยอมรับ

6. เป็นค่านิยมที่บุคคลยึดถือปฏิบัติจริงไม่ใช่เพียงคำพูดเท่านั้น

7.เป็นค่านิยมที่บุคคลปฏิบัติอยู่เสมอๆ บ่อยๆ ไม่ใช่ปฏิบัติเป็นครั้งคราว

ค่านิยมที่พึงประสงค์ของสังคมไทย

---

[70]Phenix, **Social values**, (New Jersey: Prentice-Hall, 1996), p. 11.

[71]Raths and others, ***Values and teaching: Working with values in the classroom,*** *(*Columbus, OH: Charles Merrill, 1966), pp. 30-31.

[72]Thinapan Nakata, **The Problem of Democracy in Thailand: A Study of Political Culture and Socialization of College Students**, (Bangkok: Praepittaya,1975), p. 55.

เนื่องจากค่านิยมเป็นสิ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมและจริยธรรมของคนในสังคม การปลูกฝังค่านิยมที่ดีจึงเป็นสิ่งที่ผู้มีบทบาทหน้าที่ นับตั้งแต่พ่อแม่ ครูอาจารย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารควรปลูกฝังให้เยาวชนและคนในครอบครัว คนในสังคม รวมทั้งผู้ใต้บังคับบัญชา ให้มีค่านิยมที่พึงประสงค์ต่อไปนี้

ค่านิยมที่ควรปลูกฝังเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ อุปนิสัยและพฤติกรรมที่ดีของคนไทย ดังนี้

1. ความมีระเบียบวินัย
2. ความซื่อสัตย์สุจริตและยุติธรรม
3. ขยัน ประหยัด และยึดมั่นในสัมมาชีพ
4. สำนึกในหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคมและประเทศชาติ
5. รู้จักคิดริเริ่ม มีวิจารณญาณ และตัดสินใจอย่างมีเหตุผล
6. กระตือรือร้นในการปกครองแบบประชาธิปไตย รักและเทิดทูนชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์
7. มีพลานามัยสมบูรณ์ ทั้งร่างกายและจิตใจ
8. รู้จักพึ่งตนเองและมีอุดมคติ
9. มีความภาคภูมิใจ และรู้จักทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมไทย และทรัพยากรของชาติ
10. มีความเสียสละ เมตตาอารี กตัญญูกตเวที กล้าหาญ และสามัคคีกัน[73]

ค่านิยมอันพึงประสงค์ของคนไทยในปัจจุบัน โดยชี้ให้เห็นว่าสังคมไทยในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปมากในรอบ 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา อันเนื่องมาจากกระแสโลกาภิวัตน์ สภาพการเมือง เศรษฐกิจ สังคม รวมทั้งเทคโนโลยี การติดต่อสื่อสารระหว่างมวลมนุษย์ ได้ผลักดันให้คนมีการแข่งขันและการร่วมมือกันมากขึ้น มีการเรียนรู้แลกเปลี่ยนค่านิยม ความเชื่อ และบรรทัดฐานในการดำรงชีวิตระหว่างกันสูงขึ้น ยุคโลกาภิวัตน์จึงเป็นยุคที่ผลักดันให้คนต้องมีความเป็น “พลโลก” และ “ทันโลก” เพื่อ “การอยู่ร่วม” และ “การอยู่รอด” ดังนั้นเป้าหมายแห่งการพัฒนาสังคมไทยในปัจจุบัน คือการสร้างความสมดุลระหว่างความมั่นคงทางวัตถุกับความเจริญงอกงามทางจิตใจ และความอาทรต่อธรรมชาติ เพื่อให้คนรุ่นใหม่เป็นคนที่มีความสุขนำทางให้ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมสันติและสิ่งแวดล้อมยั่งยืน จึงจำเป็นต้องกำหนดลักษณะของค่านิยม หรือคุณธรรมจริยธรรมพื้นฐานที่สำคัญดังนี้

1. การมีมารยาท และมีวิธีการปฏิบัติตนทางกาย วาจา ใจ ขั้นพื้นฐาน
2. ความมีสติ สัมปชัญญะ เพื่อการครองตน ไม่กล้าสู้ความชั่ว
3. มีคุณธรรมที่สำคัญ ได้แก่
   - ความมีวินัย รู้คุณค่าแห่งความมีระเบียบ

---

[73]กรมศาสนา, **ศีลธรรมและวัฒนธรรมไทย**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา, 2525), หน้า 2.

- ความกล้าหาญ กล้าทำในสิ่งที่ถูกต้อง
- ความกตัญญู รู้คุณบรรพชน รู้คุณคน รู้คุณธรรมชาติ
- ความมีเมตตา รู้จักให้ ยินดีและเป็นสุขกับการให้
- ความอดทน สู้งาน มีความมุ่งมั่นใฝ่ความสำเร็จ
- ความเสียสละ ไม่เห็นแก่ตัว
- ความสามัคคี ประนีประนอม รักสันติ
- ความซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อครอบครัว ต่อสังคม
- ความขยันหมั่นเพียร ไม่หวังแต่จะหาทางลัดในชีวิตการงาน
- ความเป็นตัวของตัวเอง มั่นใจในตนเอง และรู้จักพึ่งตนเอง
- ความสันโดษ รู้จักพอ ไม่ดิ้นรนแสวงหาจนลืมความเป็นมนุษย์
- ความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่เป็นคนวางก้าม ชอบมีและชอบใช้อำนาจ

4. ความรักในเพื่อนมนุษย์

5. ความรักในธรรมชาติ[74]

ในฐานะที่ค่านิยมเป็นเครื่องนำทางพฤติกรรมของคน และมีลักษณะที่ไม่คงที่ เมื่อประสบการณ์มากขึ้นก็จะมีผลทำให้บุคคลปรับปรุงเปลี่ยนแปลงค่านิยมเดิม เราทราบค่านิยมของคนจากการประพฤติ การปฏิบัติในภาวะต่างๆ โดยผ่านการวินิจฉัยและเลือกสรรเข้าเป็นแบบฉบับในการดำเนินชีวิตของตนจนออกมาในรูปของความคิดที่ว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้อง พึงปรารถนามีคุณค่าควรแก่การประพฤติปฏิบัติต่อไป

ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ ตามนโยบายของ คสช.

1. มีความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์
2. ซื่อสัตย์ เสียสละ อดทน มีอุดมการณ์ในสิ่งที่ดีงามเพื่อส่วนรวม
3. กตัญญูต่อพ่อแม่ ผู้ปกครอง ครูบาอาจารย์
4. ใฝ่หาความรู้ หมั่นศึกษาเล่าเรียนทั้งทางตรง และทางอ้อม
5. รักษาวัฒนธรรมประเพณีไทยอันงดงาม
6. มีศีลธรรม รักษาความสัตย์ หวังดีต่อผู้อื่น เผื่อแผ่และแบ่งปัน
7. เข้าใจเรียนรู้การเป็นประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขที่ถูกต้อง
8. มีระเบียบวินัย เคารพกฎหมาย ผู้น้อยรู้จักการเคารพผู้ใหญ่

---

[74]อำไพ สุจริตกุล และคณะ, **คุณธรรมครูไทย**, (กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), หน้า 134 – 135.

9. มีสติรู้ตัว รู้คิด รู้ทำ รู้ปฏิบัติตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

10. รู้จักดำรงตนอยู่โดยใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รู้จักอดออมไว้ใช้เมื่อยามจำเป็น มีไว้พอกินพอใช้ ถ้าเหลือก็แจกจ่ายจำหน่าย และพร้อมที่จะขยายกิจการเมื่อมีความพร้อม เมื่อมีภูมิคุ้มกันที่ดี

11. มีความเข้มแข็งทั้งร่างกาย และจิตใจ ไม่ยอมแพ้ต่ออำนาจฝ่ายต่ำหรือกิเลส มีความละอายเกรงกลัวต่อบาปตามหลักของศาสนา

12. คำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวม และของชาติมากกว่าผลประโยชน์ของตนเอง[75]

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับหน้าที่ของค่านิยมว่า ค่านิยมเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เนื่องจากว่าค่านิยมที่มนุษย์มีอยู่นั้น ทำหน้าที่มากมายหลายอย่างที่เกี่ยวกับชีวิตของมนุษย์ที่สำคัญคือ

1. ค่านิยมทำหน้าที่เป็นบรรทัดฐาน หรือมาตรฐานของพฤติกรรมทั้งหลายของบุคคล กล่าวคือ ค่านิยมจะเป็นตัวกำหนดการแสดงออกพฤติกรรมของจะทำหรือไม่เราว่า ค่านิยมจะเป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรมของเราว่า บุคคลควรจะทำหรือไม่ควรจะทำสิ่งใด ค่านิยมจะช่วยกำหนดจุดยืนในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและค่านิยมจะทำหน้าที่ประเมินการปฏิบัติการต่างๆ ทั้งของตัวบุคคลเอง และของคนอื่น

2. ค่านิยมทำหน้าที่เป็นแบบแผนในการตัดสินใจ และการแก้ไขข้อขัดแย้งต่างๆ ในบางกรณีบุคคลต้องเจอกับสถานการณ์บางอย่างที่ขัดแย้งกัน ทำให้เขาต้องเลือกทางใดทางหนึ่ง เช่น การปฏิบัติตามคำสั่งของผู้บังคับบัญชาอย่างเคร่งครัด กับความเป็นตัวของตัวเอง หรือรักษาความเป็นอิสระของตัวเอง การปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตแต่ยากจน กับการปฏิบัติงานในที่ไม่สุจริตแต่ทำให้ร่ำรวย บุคคลจะเลือกเดินทางไหนนั้นค่านิยมมีอยู่จะช่วยกำหนดทางเลือกให้เขา

3. ค่านิยมทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจ หรือผลักดันของบุคคล เช่น บุคคลที่มีความนิยมชมชอบในการมีอายุยาวนาน หรือสุขภาพดี ก็จะมีแรงผลักดันให้อยากออกกำลังกายอยู่เสมอ ตลอดจนมีความรอบคอบในการบริโภคอาหาร บุคคล ที่มีความนิยมเกี่ยวกับวัตถุนิยมสูง ก็จะมีความขยันขันแข็ง และเพียรพยายามในการทำงานเพื่อให้ได้มาทำงาน เพื่อเงินทองและสิ่งของที่พึงปรารถนา ค่านิยมจะทำหน้าที่เป็นเกณฑ์ หรือมาตรฐาน ในการแสดงออกของพฤติกรรม ช่วยตัดสินใจในกรณีที่บุคคลได้พบกับสถานการณ์บางอย่างที่ขัดแย้งกันและต้องเลือกเอาอย่างใดอย่างหนึ่งและค่านิยม

---

[75]**ค่านิยมหลักของคนไทย 12 ประการ ตามนโยบายของ คสช.**, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : https://www.nbtc.go.th/News/govnewspartner [15 ตุลาคม 2564].

ยังช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจความสนใจ และความตั้งใจที่จะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยมที่ตัวเองยึด[76]

ธรรมชาติและกระบวนการเกิดค่านิยม อธิบายไว้ว่า แนวคิดและค่านิยมของกรอบทฤษฎีนั้น ตั้งอยู่บนบนฐานที่เกี่ยวกับธรรมชาติแห่งค่านิยมของมนุษย์ 5 ประการ ดังนี้

1. จำนวนของค่านิยมแต่ละคนมีไม่มากนัก และอยู่ในข่ายที่จะนับและศึกษาได้

2. ความแตกต่างของค่านิยมจะแสดงออกในทางระดับ (Degree)

3. ค่านิยมต่างๆ จะสามารถจัดรวมกันได้ เป็นระบบค่านิยม (Values system)

4. ค่านิยมของมนุษย์สามารถสืบไปจนถึงพฤติกรรมของมนุษย์ในเกือบทุกรูปแบบที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

5. ค่านิยมของมนุษย์จะแสดงออกทางเจตคติและพฤติกรรมของมนุษย์ในเกือบทุกรูปแบบที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้[77]

กระบวนการเกิดค่านิยม กระบวนการเกิดค่านิยม มี 5 ลำดับ คือ

1. ความรู้สึก จากสิ่งที่ตนกระทำอยู่หรือเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. ความคิดเห็น แบ่งได้หลายประเภท ได้แก่ เป็นความคิดเห็นอย่างระดับ แบ่งเป็น 7 ระดับ คือ ระดับความจำ การแปลความ การประยุกต์ การตีความ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล แยกเป็นความคิดเห็นแบบวิพากษ์ วิจารณ์

3. การติดต่อสื่อสารและถ่ายทอด สามารถทำได้ทั้งคำพูดหรือทางอื่น อาทิเช่น การเขียน การฟัง การวาดรูป เป็นต้น

4. การเลือกเชื่อและเกิดศรัทธา เป็นการพิจารณาเพื่อหาข้อสรุปจากทางเลือกต่างๆ มีการพิจารณาสิ่งที่เกี่ยวข้องทั้งที่ชอบและไม่ชอบ ทำให้ตนเลือกเชื่อและเกิดศรัทธาในการพึ่งพาตนเองว่า เป็นสิ่งที่ดีและยึดมั่นไว้ในใจ

5. การปฏิบัติ เป็นขั้นตอนที่ทำตามซ้ำกับที่เคยทำมา หรือจากที่เลือกใหม่ ในขั้นนี้จะเกิดความเชื่อและมีศรัทธาในพฤติกรรม พยายามที่จะปฏิบัติ เป็นพฤติกรรมที่สามารถเห็นได้[78]

---

[76]สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งขาติ กระทรวงวัฒนธรรม, **วิถีวัฒนธรรมกับเยาวชนในยุคโลกาภิวัตน์:ค่านิยมและสภาพแวดล้อมที่พึ่งประสงค์ของสั่งคมไทยในสายตาเยาวชน**, (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2547), หน้า 9-10.

[77]Rokeach, M., **Understanding Human Values Individual and Society**, (New York: The Free Press, 1979), p. 61.

[78]สายสุนีย์ อุดมนา, **กระบวนการเกิดค่านิยมค่านิยม**, [ออนไลน์] แหล่งที่มา : http://th.wikipedia.org [15 ตุลาคม 2564].

ส่วนค่านิยมที่เน้นความสามารถของตัวบุคคลนั้นมีจุดรวมอยู่ที่ตัวเอง และดูจะไม่มีส่วนเกี่ยวพันธ์กับความไม่มีจริยธรรม การละเมิดค่านิยมประเภทหลังนี้จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกอายที่ตนขาดความสามารถส่วนตัว ตัวอย่างเช่น การประพฤติอย่างซื่อสัตย์ทำให้บุคคลรู้สึกว่าเขาประพฤติ ตัวอย่างมีจริยธรรม ในขณะที่ถ้าบุคคลใช้สมองและปฏิบัติอย่างมีเหตุผล รวมทั้งมีความเป็นตัวของตัวเอง เขาจะรู้สึกภาคภูมิใจในความสามารถและประสิทธิภาพของตน บุคคลอาจจะมีค่านิยมที่ขัดกันระหว่างค่านิยมทางจริยธรรม 2 ค่านิยม (เช่น ประพฤติอย่าง “ซื่อสัตย์” กับ “เป็นที่รักใคร่เอ็นดู”) หรือค่านิยมจริยธรรมและค่านิยมส่วนความสามารถ (เช่น ประพฤติอย่าง “สุภาพอ่อนน้อม” กับประพฤติอย่าง “กล้าวิจารณ์ด้วยความรู้และเหตุผล”

ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ได้แก่

1) ทะเยอทะยาน

2) ใจกว้าง

3) ความสามารถ

4) ร่าเริง

5) สะอาด ประณีต

6) กล้าหาญ

7) รู้จักการขอโทษผู้อื่น

8) ช่วยเหลือ

9) ซื่อสัตย์

ในความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยของค่านิยมสองชนิดอาจกล่าวได้ว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับหนึ่ง เช่น บุคคลที่ให้ความสำคัญแก่ค่านิยมจุดหมายปลายทางส่วนที่เป็นสังคมสูงจะให้ความสำคัญกับค่านิยมวิถีปฏิบัติในส่วนที่เป็นจริยธรรมสูงหรือไม่นั้นอาจจะเป็นไปได้เพราะมีสายใยร่วมที่แฝงไว้ในค่านิยมทั้ง 3 ชุด แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ควรจะคาดว่ามีความสัมพันธ์ง่ายๆ แบบหนึ่งต่อหนึ่ง (Sample One-to-One Relationship) บุคคลหนึ่งซึ่งมีค่านิยมจุดหมายปลายทางที่เน้นด้านส่วนบุคคล (เช่น “ความสงบสุขทางจิตใจ” หรือ “ความภาคภูมิใจในตน” ฯลฯ) อาจจะให้ค่านิยมทางจริยธรรมสูง (เช่น “ความกตัญญู”หรือ “การรักษาน้ำใจกัน”) ก็เป็นไปได้ หรือบุคคลหนึ่งที่มีค่านิยมจุดปลายทางที่กระเดียดไปทางสังคมมากกว่า (เช่น “ความกว้างขวางในสังคม”) ก็อาจจะให้ค่านิยมวิถีปฏิบัติส่วนที่เน้นความสามารถส่วนบุคคลก็ได้

การสร้างค่านิยมให้กับเยาวชน

ถ้าเด็กหรือเยาวชนในวันนี้เป็นผู้ที่มีคุณค่า มีปัญญาเป็นผู้มีคุณธรรมและสติปัญญาในทางที่ถูกต้องสังคมไทยจะได้ผู้ใหญ่ที่ดีในอนาคต ครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่สำคัญที่สุดในการแต่งแต้ม

คุณธรรมความดีหรือสิ่งที่เลวร้ายให้กับเด็กได้ ดังนั้น การอบรมเยาวชนให้เป็นคนดีสามารถปฏิบัติได้ดังนี้

1. สถาบันครอบครัวสามารถปลูกฝังค่านิยมที่ดีให้เยาวชนได้ โดยพ่อแม่ ผู้อบรมเลี้ยงดูต้องเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับลูกเพื่อให้เขาเติบโตมาอย่างมีคุณภาพทั้งร่างกายและจิตใจ

2. สถาบันการศึกษา ให้การอบรมสั่งสอนในด้านความรู้ คิดเป็น ทำเป็น มีคุณธรรมจริยธรรม โดยครูต้องเป็นแบบอย่างที่ดีต่อศิษย์ เพื่อสร้างเขาให้เป็นคนดี

3. การปลูกฝังทั้ง 2 สถาบัน นอกจากจะอบรมสั่งสอนและเป็นแบบอย่างที่ดีแล้ว ควรปลูกฝังให้เยาวชนรู้จักใช้สติปัญญาในการแก้ไขปัญหาด้วยเหตุผลแห่งความถูกต้อง เพื่อให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติ ที่ว่าสิ่งที่ตนได้ปฏิบัตินั้นเป็นสิ่งที่ดีถูกต้อง[79]

ทฤษฎีค่านิยมของโรคีช (Rokeach)

โรคีช (Rokeach) ให้ความหมายของ ค่านิยมว่าเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งลักษณะยืนยงถาวรซึ่งเป็นแนวทางในการประพฤติ (Mode of conduct) หรือเป็นเป้าหมายในการดำเนินชีวิต (end - state of existence) เป็นสิ่งที่ตนเองหรือสังคมเห็นดี เห็นชอบ สมควรที่จะยึดถือปฏิบัติ ได้จำแนกค่านิยมของมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. คำนิยมที่เป็นแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ เรียกว่า "ค่านิยมวิถีปฏิบัติ" (Instrumental values) เป็นค่านิยมที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบของการกระทำแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 ค่านิยมทางจริยธรรม (Moral values) เป็นค่านิยมที่มีจุดรวมอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหากค่นิยมนี้ถูกละเมิดบุคคลจะสำนึกผิดไม่สบายใจด้วยมโนธรรม

1.2 คำนิยมด้านความสามารถ (Competence values) เป็นค่านิยมที่มีจุดรวมอยู่ที่ตนเอง การละเมิดคำนิยมประเภทนี้จะรู้สึกอับอายที่ตนขาดความสามารถ

2. คำนิยมจุดหมายปลายทาง (Terinal values) เป็นคำนิยมที่อยู่ในตัวบุคคล แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1 คำนิยมระดับบุคคล (Personal values) เป็นคำนิยมที่มีอยู่ในตัวบุคคล

2.2 ค่านิยมระดับสังคม (Social values) เป็นค่านิยมที่มีอยู่นอกตัวบุคคล[80]

นอกจากนี้ โรคีช (Rokeach) ยังได้เสนอว่า กรอบทฤษฎีเรื่องโครงสร้างของคำนิยมนี้ตั้งอยู่บนฐานคติ (Assumption)เกี่ยวกับธรรมชาติแห่งคำนิยมของมนุษย์ 5 ประการ คือ

1. จำนวนของค่นิยมที่แต่ละคนมีจะมีอยู่ไม่มากนักและจะอยู่ในข่ายที่จะนับและศึกษาได้

2. ความแตกต่างของคำนิยมจะแสดงออกทางระดับ (Degree)

---

[79]พนัส หันนาคินทร์, **การสอนค่านิยมและจริยธรรม**, (กรุงเทพมหานคร : พิฆเนศ, 2537), หน้า 12.

[80]Rokeach, M., **The Nature of Human Values & Value Systems**, (New York: Free, 1973), pp. 7-8.

3. ค่านิยมต่างๆ สามารถจะนำมาจัดการรวมกันเข้าเป็นระบบค่านิยมได้

4. บ่อเกิดของคำนิยมก็คือ สังคม วัฒนธรรม และสถาบันทางสังคมต่างๆ จนถึงบุคลิกภาพ

5. ผลที่ตามมา คือ ค่านิยมของมนุษย์จะแสดงออกทางทัศนคติ และพฤติกรรมของมนุษย์ในเกือบทุกรูปแบบที่นักสังคมศาสตร์สนในที่จะศึกษาวิเคราะห์[81]

ทฤษฎีพัฒนาการทางจริธรรม (Moral develoment theory)

โคลเบอร์ก (Kohlberg) เป็นผู้นำคนสำคัญในเรื่องทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมโดยกล่าวว่า พัฒนาการของจริยธรรมเป็นผลของพัฒนาการทางปัญญาจริยธรรม คือ ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความถูกผิด เกิดจากการคิดไตร่ตรองตามเหตุผล ซึ่งต้องอาศัยวุฒิภาวะ โคลเบร์กจึงนำทฤษฎีพัฒนาการทางปัญญาของเพียเจต์มาเป็นหลักในการสร้างทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรม ตามทฤษฎีของเพียเจต์ พัฒนาการทางปัญญาของมนุษย์ มีการพัฒนาเป็นลำดับขั้นตามอายุ เริ่มจากชั้นที่ยังไม่สามารถใช้ภาษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ แล้วจะไปเป็นลำดับขั้นจนสามารถคิดอย่างมีหลักการมีเหตุผล เป็นนามธรรมได้ โคลเบอร์ก จึงแบ่งพัฒนาการทางจริยธรรมเป็น 3 ระดับ และแต่ละระดับยังแบ่งพัฒนาการออกเป็น 2 ขั้น รวมเป็น 6 ขั้น ดังนี้

1. ระดับก่อนมีจริยธรรม (Preconventional level) ระดับนี้บุคคลจะตอบสนองต่อกฎเกณฑ์ซึ่งกำหนดไว้โดยมีผู้มีอำนาจเหนือตน บุคคลจะเลือกทำพฤติกรรมเฉพาะที่เป็นประโยชน์ต่อตนแองโดยไม่คำนึงถึงผลที่จะเกิดต่อผู้อื่นซึ่งมักพบได้ในเด็กอาย 4-10 ปี ในระดับนี้แบ่งเป็น 2 ขั้น

ขั้นที่ 1 การเชื่อฟังเพื่อหลีกเลี่ยงการถูกลงโทษ

ขั้นที่ 2 การแสวงหารางวัลและการแลกเปลี่ยน

2. ระดับมีจริยธรรมตามกฎเกณฑ์ (Conventional level) เป็นระดับที่บุคคลจะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มย่อยที่ตนมีส่วนร่วมอยู่ หรือทำตามกฎหมายและศาสนา โดยไม่คำนึงถึงผลที่ตามมา ในระดับนี้บุคคลยังต้องการการควบคุมจากภายนอก แต่ก็ยังนึกถึงจิตใจผู้อื่นด้วย ระดับนี้เริ่มพัฒนาหลังอายุ 10 ปี และพบมากในวัยรุ่นและผู้ใหญ่แบ่งเป็น 2 ชั้น

ชั้นที่ 3 ใช้การเป็นที่ยอมรับของกลุ่มหรือสังคมเป็นเหตุผลในการตัดสิน

ชั้นที่ 4 ใช้ระเบียบแบบแผนและกฎเกณฑ์ของสังคมเป็นเหตุผลในการตัดสิน

3. ระดับมีจริยธรรมของตนเอง (Post-conventional level) เป็นระดับที่ตัดสินข้อขัดแย้งด้วยการนำมาคิดไตร่ตรอง แล้วตัดสินด้วยตนเองตามค่านิยมที่ตนยึดถือ ระดับนี้เริ่มพัฒนาตั้งแต่อายุ 13-16 ปี ในบางสังคม และอาจไม่ปรากฏเลยในบางสังคม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ขั้น

ขั้นที่ 5 การมีเหตุผลและเคารพตนเอง ใช้สัญญาสังคมเป็นเหตุผลในการตัดสิน

---

[81]Rokeach, **Belief Attitude and Values: A Theory of Organization and Change**, (Sanfancisco: Jossey Press Inc, 1973), pp. 8-16.

ชั้นที่ 6 ใช้หลักการทางจริยธรรมตามทัศนะของ โคลเบอร์ก จริยธรรมแต่ละขั้นเป็นผลของการคิดไตร่ตรองซึ่งต้องอาศัยทั้งความสามารถทางปัญญา การคิด และการสังเกตของบุคคล กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ในทัศนะใหม่โดยเฉพาะจากผู้ที่มีระดับพัฒนาการสูงกว่าตน 1 ขั้น และเมื่อเกิดความขัดแย้งจะเกิดความไม่สมดุลย์ขึ้นทำให้บุคคลนั้นต้องปรับตนเอง โดยการสำรวจและจัดระเบียบความเข้าใจของตนเองใหม่ จำแนกประเด็นต่างๆ และบูรณาการให้เป็นความเข้าใจใหม่ที่สามารถอธิบายสิ่งต่างๆ ได้ดีขึ้น

วิธีการของการกล่อมเกลาทางการเมืองจะเกิดขึ้นกับปัจเจกบุคคลได้ใน 2 กรณี

1. การกล่อมเกลาทางการเมืองทางตรง (Direct Forms of Political Socialization)

2. การกล่อมเกลาทางการเมืองทางอ้อม (Indirect Forms of Political Socialization)

การกล่อมเกลาทางการเมืองทางตรง คือ บุคคลได้มีสัมผัสโดยตรงกับข่าวสาร ค่านิยมและความเชื่อเกี่ยวกับการเมืองโดยตรง อาทิ ได้เรียนรู้เกี่ยวกับวิชาหน้าที่พลเมือง เป็นต้น ในขณะที่การกล่อมเกลาทางการเมืองทางอ้อม มักเกิดขึ้นกับบุคคลเมื่ออยู่ในวัยเยาว์ ซึ่งจะได้รับการอบรมสั่งสอนและเรียนรู้เกี่ยวกับการเมืองจากบิดา มารดา ครู อาจารย์ และเพื่อนสนิทเป็นส่วนใหญ่ โดยที่บุคคลต่างๆ เหล่านี้จะมีส่วนสำคัญในการพัฒนาทัศนคติทางการเมืองให้กับเด็กและเยาวชน ซึ่งจะคงอยู่ตลอดไป เมื่อมีอายุเพิ่มขึ้น และนอกจากนั้น ยังมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการพัฒนาทัศนคติที่สอดคล้องกับค่านิยมของสังคมการเมืองในขณะนั้น ทั้งต่อผู้นำประเทศและสมาชิกคนอื่นๆ ด้วย[82] กระบวนการกล่อมเกลาทางการเมืองโดยทั่วไปคือ การพัฒนาพฤติกรรมของบุคคลซึ่งกระทำต่อกัน และเป็นกระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมทางการเมือง แต่ในกระบวนการกล่อมเกลาทางการเมืองทั่วไปนั้น บุคคลจะเรียนรู้ทั้งสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการเมือง และไม่เกี่ยวข้องกับการเมืองโดยตรง ถึงกระนั้นก็ตามสิ่งต่างๆ เหล่านั้นต่างมีผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมทางการเมืองของบุคคลด้วย[83]

ดังนั้น การกล่อมเกลาทางการเมืองก็คือเครื่องมือของการถ่ายทอดแบบแผนของความคิดและความเชื่อที่เป็นรากฐานในทางการเมืองนั่นเอง

2.4 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้และการตัดสินใจ

2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวลผลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมา ให้ความหมายและได้ภาพชองโลกที่มีเนื้อหา[84] การรับรู้ คือ การะบวนการ

---

[82]ลิขิต ธีรเวคิน, **ปฏิญญาสิทธิเสรีภาพของประชาชนไทย**, (กรุงเทพมหานคร : แม็ค, 2550), หน้า 20.

[83]ทินพันธ์ นาคะตะ, อ้างแล้ว, หน้า 88.

[84]Schiffman & Kanuk, **Consumer Behavior** (7th ed.). (Upper Saddle River, N.J Prentice Hall, 2000), p. 146.

ที่อินทรีย์หรือสิ่งมีชีวิตพยายามทำความเข้าใจสิ่งแวดล้อม โดยผ่านทางประสาทสัมผัสกระบวนการนี้เริ่มต้นจากการใช้วัยวะสัมผัสจากสิ่งเร้าและจัดระบบสิ่งเร้าใหม่ภายในระบบการคิดในสมอง จากนั้นจะแปลสิ่งเร้าที่สัมผัสว่าสิ่งเร้านั้นคืออะไร ขั้นแปลความหมายนี้ เป็นชั้นที่มีประสบการณ์เก่าเป็นพื้นฐานของการแปลความหมาย[85] การรับรู้ หมายถึง การที่บุคคลได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น กรรับรู้แบ่งได้เป็น 2 กิจกรรม คือ การรับข้อมูลและการแปลข้อมูลให้เป็นข้อความตามความเข้าใจ กรรับรู้จะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสารความสนใจและประสบการณ์ จึงสามารถทำให้แปลความถูกต้อง[86] การรู้สึกและการรับรู้ คือ การที่อวัยวะรับความรู้สึกมีหน้าที่รับรู้ข้อมูลที่อยู่รอบๆ ตัวเรา ส่งผ่านเส้นประสาทขึ้นสู่สมองข้อมูลจะอยู่ในรูปของพลังงานต่างๆ เช่น ความร้อน แสง เสียง ฯลฯ อวัยวะรับความรู้สึกแต่ละชนิดจะรับพลังงานได้เฉพาะ เช่น ตารับแสง หูรับเสียง ผิวหนังรับอุณภูมิ สัมผัส ฯลฯ ข้อมูลเร้าอวัยวะรับความรู้สึกให้แปรพลังงานเหล่านี้ เป็นกระแสประสาทเดินทางสู่สมองจะเกิดความรู้สึก เช่น มองเห็น ได้ยิน นั่นคือการรับรู้จึงเป็นขบวนการรับรู้[87] การรับรู้ว่าหมายถึง การที่บุคคลได้รับตีความและตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้นการรับรู้แบ่งได้เป็น 2 กิจกรรม คือ การรับข้อมูลและการแปลข้อมูลให้เป็น ข้อความตามความเข้าใจการรับรู้จะต้องคำนึงถึงความรู้ความเข้าใจในข้อมูลข่าวสาร ความสนใจและ ประสบการณ์จึงสามารถทำให้แปลความถูกต้อง[88]

การรับรู้แบ่งออกเป็น 4 ประการ คือ

1. การรับรู้ทางอารมณ์ หมายถึง การรับรู้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ

2. การรับรู้ลักษณะของบุคคลต้องอาศัยข้อมูลประกอบกัน

3. การรับรู้ลักษณะทางกายภาพ พฤติกรรม และคำบอกเล่า

4. การรับรู้ภาพพจน์ของกลุ่มบุคคล หมายถึง มโนภาพหรือมโนคติของสิ่งต่างๆ ตามที่บุคคลรับรู้เป็นภาพที่อยู่ในความคิดหรือจินตนาการของบุคคลและบุคคลสามารถบอกลักษณะของภาพเหล่านั้นให้ผู้อื่นทราบได้ด้วย[89]

แนวความคิดทฤษฎีการรับรู้ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังต่อไปนี้

---

[85]สิทธิโชค วรานุสันติกูล, **จิตวิทยาสังคม ทฤษฎีและการประยุกต์**, (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ด, 2546), หน้า 84.

[86]บรรยงค์ โตจินดา, **การบริหารงานบุคคล**, (กรุงเทพมหานคร : รวมสาส์น, 2543), หน้า 287.

[87]อุบลวรรณา ภวกานันท์ และคณะผู้เขียน, **จิตวิทยาทั่วไป**, พิมพ์ครั้งที่ 7, (กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธรรมศาสตร์, 2554), หน้า 54.

[88]บรรยงค์ โตจินดา, **การบริหารงานบุคคล**, (กรุงเทพมหานคร : รวมสาส์น, 2543), หน้า 287.

[89]กมลรัตน์ หล้าสุวงศ์, **จิตวิทยาการศึกษา**, (พิมพ์ครั้งที่ 4), (กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการแนะแนวและจิตวิทยาการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2527), หน้า 228-239.

1. การจดจำ (Remembering) หมายถึง พฤติกรรมการรับรูอย่างยาวนาน และสามารถนำการรับรูหรือความรูนั้นกลับมาใหม่ใดหรือการสำนึกได้

2. ความรู้ความเข้าใจ (Understanding) หมายถึง การนึกคิดได้ (อย่างตกผลึก) ถ่องแท้ได้โดยการผ่านการพูดคุย การสอน การดูภาพ (Graphic) การสรุป การเปรียบเทียบ ตลอดจนการอธิบายความ

3. การประยุกต์ใช้ (Applying) หมายถึง การนำองค์ความรู้ วิธีการ กระบวนการ ขั้นตอนขององค์ความรู้นั้นไปลงมือดำเนินการหรือนำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์

4. การวิเคราะห์ (Analyzing) หมายถึง การคิดการมองอย่างเจาะลึกอย่างละเอียดทุกแง่มุม ทุกประเด็นที่สอดคล้องและที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5. การประเมิน (Evaluating) หมายถึง การตัดสินใจหรือเกณฑ์วัดซึ่งมีมาตรฐานภายใต้ระบบเดียวกัน

6. การสร้างสรรค์ (Creating) หมายถึง การนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดที่สอดคล้องสัมพันธ์กันมาดำเนินการหรือมาปรับปรุงพัฒนา ทำให้เกิดผลผลิตใหม่หรือสิ่งใหม่ขึ้นมา[90]

จากความหมายขั้นต้นสรุปได้ว่า การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลได้รับความรู้สึกและแปลความหมายหรือตีความจากสิ่งเร้าที่รับเข้ามา ผ่านการวิเคราะห์โดยอาศัยความจำ ความรู้ ผสมผสานกับประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ออกมาเป็นความรู้และความเข้าใจ

2.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Decision Making)

การตัดสินใจมีลักษณะเป็นกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่ต้องคำเนินไปตามลักษณะขั้นตอน ซึ่งเกี่ยวข้องกับทางเลือกและการเลือกทางเลือกการตัดสินใจเป็นกระบวนการเลือกระหว่างทางเลือกต่างๆ ดังที่ เชสเตอร์ ไอ เบอร์นาร์ด (Chester I. Barnard) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจเป็นเทคนิควิธีการลดจำนวนทางเลือกในการเลือกลงมากล่าวคือ จะใช้เทคนิคหรือวิธีการ ใดในการลดทางเลือกหลายทางให้เหลือเพียงทางเดียว การตัดสินในเป็นกระบวนการที่บุคคลเกิดความรู้สึกต่อปรากฏการณ์ต่างๆ ตามค่านิยมและความเชื่อที่มีอยู่ จึงเกิดพฤติกรรมการเลือก เพื่อนำไปสู่สภาพที่ต้องการหรือพึงปรารถนา ซึ่งเป็นเป้าหมาขของการตัดสินใจสูงสุดให้กับตนเอง[91]

ความหมายของการตัดสินใจ

การตัดสินใจก็คือ การเลือกเอาทางเลือกของวิถีทางการกระทำทางหนึ่งจากหลายๆ ทางที่มีอยู่ ความมุ่งหมายของการตัดสินใจคือ กำหนดวัดถุประสงค์และการทำให้วัตถุประสงค์บรรลุผล

---

[90]Schultz, Block, Pilotta, **Implementing a Media Consumption Model**, (New York: Association of National Advertisers, Inc., 2005), p. 15.

[91]Chester I. Barnard, **The Function of the Excutive**, (Cambridge: Harvard University press, 1986), p. 45.

สำเร็จ ส่วนทางเลือกนั้น หมายถึง โอกาสในการเลือกจากทางเลือกหลายๆ ทาง ถ้าไม่มีทางเลือกการตัดสินใจก็เกิดขึ้นไม่ได้ ฉะนั้น การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการของทางเลือก การตัดสินใจจำนวนไม่น้อยที่ให้โอกาสอย่างกว้างขวางในการเลือกแต่การตัดสินใจบางอย่างอาจมีข้อจำกัดมาจากหลายด้าน ดังนั้น การตัดสินใจจึงมีหลายประการภายใต้สถานการณ์ที่แตกต่างกัน[92]

การตัดสินใจก็คือ การเลือกเอาทางเลือก ชี้ให้เห็นว่า

1. การตัดสินใจอยู่บนพื้นฐานของจิตสำนึกและเหตุผลหรือดุลยพินิจ โดยอาศัยสัญชาติญาณที่ไม่สามารถอธิบายได้ที่อยู่บนพื้นฐานของดุลยพินิจบางอย่าง

2. การตัดสินใจอยู่บนความรอบคอบ โดยอาศัยประสบการณ์ในการประเมินทางเลือกและเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด

3. การตัดสินใจจะต้องมีความมุ่งหมายที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้เกี่ยวกับกระบวนการเลือกแนวทางในการตัดสินใจ[93]

การตัดสินใจว่า หมายถึง การเลือกทางเลือกที่มีอยู่หลายๆ ทางเลือก โดยอาศัยทางเลือกที่ดีที่สุดเพียงทางเดียวที่สามารถตอบสนองเป้าหมายหรือความต้องการของผู้เลือกได้[94] การตัดสินใจว่า เป็นการพิจารณาทางเลือกที่ดีที่สุด จากทางเลือกที่มีอยู่หลายๆ ทางเลือก ผู้นำต้องตัดสินใจด้วยหลักเหตุผลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวเกิดประสิทธิภาพสูงสุด[95]

กล่าวโดยสรุป การตัดสินใจ หมายถึง การพิจารณาโดยใช้ข้อมูลหลักการและเหตุผลวิเคราะห์อย่างถี่ถ้วนในการหาทางเลือกที่ดีที่สุดเหมาะสมที่สุด จากหลายๆ ทางเลือกที่สามารถตอบสนองเป้าหมายของผู้เลือกได้อย่างมีประสิทธิภาพ

องค์ประกอบการตัดสินใจ

กล่าวว่าในการตัดสินใจนั้นจะมีองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้

1. การเลือก หมายถึง โอกาสที่จะเลือกทางเลือกทั้งหลาย ถ้าไม่มีทางเลือกย่อมถือว่าไม่มีการตัดสินใจในการเลือกนี้ผู้เลือกจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และผลที่คาดว่าจะได้รับจากการตัดสินใจนั้น ทั้งยังต้องคำนึงถึงปัจัยอื่นๆ อีกเช่น ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย เป็นต้น

---

[92]Huse (1985), อ้างถึงใน อนันต์ เกตุวงศ์, **หลักและเทคนิคการวางแผน**, 2534), หน้า 15.

[93]Morell (1987), อ้างถึงใน สมยศ นาวีการ, **การบริหาร**, (กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า, 2536), หน้า 20.

[94]วิชัย โถสุวรรณจินดา, **ความลับขององค์การ : พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่**, (กรุงเทพมหานคร : ธรรมนิติ, 2535), หน้า 185.

[95]กวี วงศ์พุฒ, **ภาวะผู้นำ**, พิมพ์ร้งที่ 4, (กรุงเทพมหานคร : บี.เค.อินเตอร์ปรินส์, 2539), หน้า 61.

2. ทางเลือก หมายถึง แนวทางหรือวิถีทางของการปฏิบัติ ถ้าไม่มีทางเลือกย่อมเป็นที่เข้าใจว่าไม่มีการเลือกและการตัดสินใจ คังนั้น จะมีการเลือกหรือมีการตัดสินใจได้ ควรจะต้องใช้เป็นเครื่องพิจารณาทางเลือก

3. วัตถุประสงค์ หมายถึง จุดหมายสุดท้าย หรือภาวะที่ต้องการให้เกิดขึ้น ซึ่งผู้ตัดสินใจจะต้องใช้เป็นเครื่องพิจารณาทางเลือก

4. ผลที่ตามมาของการตัดสินใจ อาจมีมากมายหลายอย่าง ทั้งที่พึ่งประสงค์และไม่พึงประสงค์ หรือทั้งที่ตั้งใจและมิได้ตั้งใจ ซึ่งต้องอาศัยแนวความคิดอันเป็นองค์ประกอบอื่นเป็นเครื่องพิจารณา

5. ผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจ ซึ่งหมายถึงคน แบ่งได้เป็น 2 พวก คือ พวกตัดสินใจด้วยตัวเอง โดยถือว่าการตัดสินใจของตนถูกต้องและมีความเชื่อในตัวเองสูง อีกพวกหนึ่งคือการตัดสินใจเป็นกลุ่ม ซึ่งฟังความคิดเห็นของส่วนรวมก่อนตัดสินใจ

6. สภาพแวดล้อม เป็นส่วนประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการตัดสินใจนอกจากนี้ยังรวมถึงความคิด ความต้องการ กฎหมายข้อบังคับ วัฒนธรรม คำนิชม ตลอดจนลัทธิความเชื่อต่างๆ เป็นต้น[96]

ประเภทของการตัดสินใจ

แบ่งประเภทของการตัดสินใจไว้ 3 ประเภท ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น คือ

1. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่อยู่บนพื้นฐานของผลลัพธ์ที่คาดหมายไว้แล้ว โดยเกิดขึ้นได้เมื่อผู้ตัดสินใจมีข้อมูลเพียงพอและทราบถึงผลของการเลือกแต่ละทางเลือกอย่างแน่นอน ในสถานการณ์เช่นนี้ผู้ตัดสินใจจะพยายามเลือกทางเลือกที่ให้ผลประโยชน์สูงสุด

2. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่เสี่ยง คือ การตัดสินใจที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลลัพธ์ที่แน่นอนน้อยกว่าการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่แน่นอน แต่ยังพอกาดคะเนความเป็นไปได้อยู่บ้าง ทั้งนี้ ผู้ตัดสินใจทราบถึงผลลัพธ์ของทางเลือกต่างๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจแต่โอกาสที่จะเกิดทางเลือกแตกต่างกัน อันเนื่องมาจากปัจจัยบางอย่างที่ไม่แน่นอน

3. การตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน เป็นการตัดสินใจที่ไม่สามารถคาดการณ์ผลลัพธ์หรือความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นได้เลย หรือกล่าวได้ว่าเป็นสถานการณ์ที่มืดแปดด้าน ทั้งนี้เพราะผู้ตัดสินใจในสถานการณ์นี้จะไม่มีโอกาสทราบผลลัพธ์ของแต่ละทางเลือกเนื่องจากไม่มีข้อมูลประกอบการตัดสินใจเพียงพอ ไม่มีโอกาสทราบความนำจะเป็นของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นและมีตัว

---

[96]Huse, E.F. and Cummings, T.G.,**Organizational Development and Change**, (St.Paul, Minn: West, 1985), p. 14.

แปรอื่นที่ควบคุมไม่ได้อยู่ด้วย ดังนั้น การตัดสินใจในสถานการณ์เช่นนี้จึงไม่อาจเลือกโดยใช้ทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนสูงสุดได้ผู้ตัดสินใจต้องใช้ดุลยพินิจและวิจารณญาณช่วยในการตัดสินใจอย่างมาก

กระบวนการของการตัดสินใจมีรายละเอียดที่สำคัญ 5 ประการคือ[97]

1. การตระหนักและการชี้ให้เห็นถึงปัญหา ก่อนอื่นผู้บริหารจะต้องทราบว่าเป้าหมายขององค์กร คือ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจและมองเห็นช่องว่างระหว่างเป้าหมายและความเป็นจริงซึ่งก็คือปัญหานั้นเอง โดยที่มาของปัญหานั้น ได้แก่ แหล่งข้อมูลจากภายในและภายนอกองค์กรนั่นเอง

2. การพัฒนาและประเมินทางเลือก เป็นการรวบรวมความคิดและทรัพยากรต่างๆ เพื่อใช้ในการแก้ปัญหานั้นๆ การพัฒนาทางเลือกก็คือการทำให้เกิดทางเลือกหลายๆ ทาง

3. การเลือกสรรทางเลือกจากหลายๆ ทางเลือก เป็นการนำทางเลือกแต่ละทางมาประเมินเพื่อเลือกทางเลือกที่หมาะสมกับเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับผู้ตัดสินใจ

4. การปฏิบัติการ การตัดสินใจที่เกิดขึ้นจะมีการสื่อสารให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบ ไม่ว่าจะเป็นการบอกกล่าวด้วยวาจา หรือด้วยลายลักษณ์อักษร เพื่อให้เกิดการปฏิบัติและมีผลย้อนกลับ

5. การประเมินผล ในการประเมินผลนั้นมีคำถามอยู่ 3 ประการ สำหรับผู้ที่ประเมินได้แก่ กิจกรรมที่กระทำไปนั้นได้บรรลวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือยัง พนักงานรวมทั้งลูกค้ามีส่วนร่วมในการยอมรับการตัดสินใจนั้นในระยะยาวหรือไม่ อย่างไร คำถามสุดท้ายคือ ได้รับอะไรจากการนำการตัดสินใจนั้นไปปฏิบัติจากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอนหลักๆ ด้วยกันได้แก่ 1. การทราบ การระบุ พิจารณาถึงปัญหา 2. การพิจารณาประเมินทางเลือกให้ได้หลากหลายที่สุด 3. การเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดเพื่อนำไปปฏิบัติ 4. การประเมินผลว่าทางเลือกที่นำไปปฏิบัตินั้นก่อให้เกิดผลเช่นไร หากผู้บริหารเห็นว่าผลที่ได้นั้นยังไม่สมบูรณ์อาจมีผลให้เกิดการกลับมาเริ่มกระบวนการในข้อที่หนึ่งใหม่อีกครั้ง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ Racich ได้กล่าวว่า การแก้ไขปัญหาและการตัดสินใจเป็นกลไกที่เคลื่อนที่อยู่ตลอดเวลาไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ มีปัจจัยมากมายที่ก่อตัวให้เกิดการตัดสินใจ วิธีการตัดสินใจผลสุดท้ายหรือทางเลือกที่มีคุณภาพ สามารถจำแนกออกเป็นกลุ่มใหญ่ของปัจจัยได้ ดังนี้

1. ตัวผู้แก้ปัญหาหรือผู้ตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย

1.1 การรับรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ วิธีการตัดสินใจ

---

[97]วิชัย โถสุวรรณจินดา, **ความลับขององค์การ : พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่**, หน้า 185-186.

1.2 การรับรู้ อคติ คุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น อารมณ์เปลี่ยนแปลง มีความก้าวร้าวรุนแรง การใช้ตัวเองเป็นศูนย์กลาง มีความมั่นใจในตนเอง หรือมีความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นต้น

1.3 ค่านิยม และปรัชญา

2. สถานการณ์ในการตัดสินใจ ซึ่งได้แก่

2.1 ความเร่งด่วนของผลลัพธ์การตัดสินใจ หรือแรงกดดันทางด้านเวลา

2.2 ขนาดความสำคัญของการตัดสินใจ

2.3 การตัดสินใจแบบมีโครงสร้างแน่นอน ไม่แน่นอน เสี่ยง

2.4 ดิ้นทุนและผลประโยชน์ที่เกิดจากการดัดสินใจการตัดสินใจ

3. สิ่งแวดล้อม พิจารณาจาก

3.1 ปัจจัยภายนอก เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรมการแข่งขัน

3.2 ปัจจัยภายใน เช่น วัตถุประสงค์ของหน่วยงาน ภาพพจน์ของหน่วยงาน อำนาจหน้าที่ โครงสร้างของงาน วิชาการที่ใช้ การยอมรับนโยบายปัจัยทั้งสามนี้ได้ให้ความสำคัญกับตัวผู้แก้ปัญหา หรือผู้ตัดสินใจอยู่ใกล้ชิดกับตัวปัญหามากที่สุด

นอกจากประเด็นที่กล่าวข้างต้นแล้ว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 8 ประการ คือ

1. การรับรู้การตัดสินใจการรับรู้ (Perception) จะมีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของบุคคลให้แตกต่างกันไป โดยเฉพาะจะมีอิทธิพลในสถานการณ์การตัดสินใจที่ไม่แน่นอน ข้อมูลในการตัดสินใจไม่เพียงพอ และยังมีบทบาทสำคัญเมื่อจะต้องตัดสินใจเลือกทางที่ไม่มีข้อแตกต่างมากนัก การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตวิทยา ซึ่งรับสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ผ่านอวัยวะรับความรู้สึก เช่น ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง และไปสู่สมองซึ่งประกอบด้วยความจำ ประสบการณ์ในอดีต ทัศนดติ และความรู้สึก บุคคลแต่ละคนจะรับรู้สิ่งต่างๆ แตกต่างกันออกไป ปัจจัยที่กำหนดความสามารถในการรับรู้ ได้แก่ ความคุ้นเคยกับตัวกระตุ้น ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ รวมทั้งบุคลิกภาพ พื้นเพ วัฒนธรรม และลักษณะทางกายภาพของแต่ละบุคคล ดังนั้น บุคคลจะเลือกรับรู้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละบุคคล เช่น นักจิตวิทยาศึกษาวิชาการบริหารในแง่การศึกษาพฤติกรรมของแต่ละคน เป็นต้น ลักษณะของการรับรู้จะมีผลต่อการตัดสินใจ ประสบการณ์ที่แตกต่างกันทำให้แต่ละคนมีการตระหนักในปัญหา การระบุและวิเคราะห์ปัญหา การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการตีความ การประเมินทางเลือกและการตัดสินใจเลือกทางเลือกที่แตกต่างกันออกไป

การรับรู้นั้นอาจมีการบิดเบือนได้ ซึ่งจะมีผลให้การตัดสินใจขาดประสิทธิภาพได้การบิดเบือนการรับรู้มี 4 ชนิด คือ

1) การบิดเบือนแบบ Stereotype เป็นการบิดเบือนที่มาจากประสบการณ์บางอย่าง แล้วเหมาว่าคงเป็นอย่างนั้นไปหมด เช่น เห็นว่าผู้ชายเป็นนักบริหารที่ดีกว่าผู้หญิง เห็นว่าคนที่มีอายุมากขาดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งอาจเป็นจริงในบางคน แต่ไม่เป็นจริงเสมอไปทั้งหมด

2) การบิดเบือนแบบ Halo cfict เป็นการประเมินลักษณะบุคคลจากประสบการณ์ที่เคยประทับใจ เช่น เห็นคนทำงานสม่ำเสมอว่าเป็นคนฉลาด รับผิดชอบ มองคนที่ไม่ค่อยมาทำงานว่าไม่ดี เกิดเป็นปกติและเป็นการปิดบังข้อเท็จจริง ทำให้อาจมีการตัดสินใจที่ผิดพลาด

3) การบิดเบือนแบบ Projection เป็นการ โขนความรู้สึกนึกคิดหรือการกระทำของคนไปให้คนอื่น โดยเหมาเอาว่าคนอื่นมีความรู้สึกนึกคิดหรือพฤติกรรมเช่นเดียวกับตน ซึ่งทำให้เกิดอคติในการมองปัญหาและการตัดสินใจ เช่น เห็นลูกน้องทำงานช้าซาก ขาดความก้าวหน้า ก็คิดว่าลูกน้องคงเบื่อ แต่จริงๆ ลูกน้องอาจจะชอบระบบงานเดิม และไม่ต้องการความก้าวหน้าอีกก็ได้การบิดเบือนแบบนี้รวมไปถึงการซัดทอดสาเหตุแห่งความผิดพลาดไปให้คนอื่นด้วย

4) การบิดเบือน Perceptual dciense เป็นการบิดเบือนที่บุคคลพยายามรักษารูปแบบแนวคิดของตนไว้แม้ว่าข้อเท็จจริงจะแสดงความจริงที่แตกต่างออกไป ก็ไม่ยอมเปลี่ยนแนวคิด ส่งผลให้การรับรู้ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง เช่น เชื่อว่าคนงานไร้ฝีมือจะไม่ฉลาด เพราะถ้าฉลาดจะไม่ใช่คนไร้ฝีมือ แต่เมื่อผลการวิจัยปรากฏว่า คนงานเหล่านี้มีความฉลาดโดยมีคุณสมบัติเฉพาะคนไม่เกี่ยวกับอาชีพ ผู้ที่มีการรับรู้แบบบิดเบือนตามแนวนี้ ก็ยังพยายามรักษาความเชื่อเดิมของตนไว้

2. ค่านิยมกับการตัดสินใจ ค่านิยมของผู้ตัดสินใจแต่ละคนจะมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ค่านิยมจะหมายถึงสิ่งที่คนแต่ละคนคิดว่าควรจะเป็น ไม่ว่าสิ่งนั้นจะดีหรือไม่ก็ตาม และมักจะเป็นสิ่งที่บุคคลในกลุ่มมีความเห็นเหมือนๆ กัน ค่านิยมเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ทำให้ประสบการณ์ของแต่ละคนผิดแตกต่างกันไป

ค่านิยมมีผลต่อการตัดสินใจ ดังนี้

1) ค่านิยมมีคุณสมบัติในการช่วยเลือก และการจัดลำดับความสำคัญของทางเลือกต่างๆ โดยคำนิยมจะเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการของคนที่จะเลือกจากทางเลือกต่างๆ

2) ค่านิยมมีความหลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจเลือกทางเลือกต่างๆ ของแต่ละคนแตกต่างออกไปด้วย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าค่านิยมของแต่ละคนจะแตกต่างกัน ในสังคมหนึ่งๆ มักมีค่านิยมที่คล้ายคลึงกัน

3) ค่านิยมเป็นมรดกตกทอดจากบรรพบุรุษไปสู่ลูกหลานได้ โดยผ่านกระบวนการสะสมทางสังคม เป็นจริยธรรมที่จะมีอิทธิพลในการตัดสินใจ

4) ค่านิยมเปลี่ยนแปลงได้ ถึงแม้ว่าบุคคลจะมีค่านิยมที่มั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลงง่าย ๆ และสะท้อนเป็นบุคลิกภาพของแต่ละคนก็ตาม แต่ค่านิยมก็ยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามประสบการณ์

5) ค่านิยมจะกำหนดเงื่อนไข บทบาท หน้าที่ ความคาดหวังต่อตำแหน่งสถานภาพของแต่ละคน

6) ค่านิยมจะกำหนดมาตรฐานตัวเอง บุคคลมักจะใช้ค่านิยมของคนเป็นมาตรฐานวัดสิ่งต่างๆ

ดังนั้น คำนิยมจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ทั้งในการตระหนักถึงปัญหาการวิเคราะห์ปัญหา การแสวงหาทางเลือก และการตัดสินทางเลือก ซึ่งมักเป็นไปในแนวทางที่สอดคล้องกับค่านิยมของตน นอกจากนั้น ในการนำทางเลือกไปปฏิบัติก็ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของค่านิยมของตน นอกจากนี้ในการนำทางเลือกไปปฏิบัติก็ต้องเป็นไปตามมาตรฐานของค่านิยมที่ผู้บริหารได้กำหนดไว้แล้วด้วย

3. บุคลิกภาพกับการตัดสินใจ บุคลิกภาพ หมายถึง คุณลักษณะของรูปแบบ แต่ละคนที่เป็นการผสมผสานของร่างกาย อารมณ์ สังคม ลักษณะนิสัย การจูงใจที่แสดงออกคือ คนอื่นและสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว บุคลิกภาพจะมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ แรงจูงใจซึ่งเป็นส่วนชักจูงจิตใจให้อยากทำอย่างใดอย่างหนึ่ง การรู้ถึงสิ่งที่อยู่รอบตัว และแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมของแต่ละบุคคลบุคลิกภาพจะมีลักษณะคงทน การเปลี่ยนแปลงจะค่อยเป็นค่อยไป โดยเป็นผลจากความรับรู้และสภาพแวดล้อม บุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น บางคนมีบุคลิกภาพกล้าได้กล้าเสีย บางคนชอบรีรอในการตัดสินใจ บางคนชอบแก้ปัญหา บางคนรอให้ปัญหาเข้ามาเอง บางคนอางมีบุคลิกภาพที่ชอบคิดสร้งสรรค์ ชอบทดลอง เป็นต้น บุคลิกภาพเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น เช่น ผู้มีบุคลิกภาพกล้าเสี่ยงมักชอบการตัดสินใจในสถานกาณณ์ไม่แน่นอนและตัดสินใจได้เร็ว ขณะที่ผู้มีบุคลิกภาพไม่กล้ำเสี่ยงมักชอบการตัดสินใจในสถานการณ์ไม่แน่นอน มักชอบรีรอเพื่อให้ได้ข้อมูลทางเลือกมากที่สุดจึงตัดสินใจ

4. ผลประโยชน์ ซึ่งอาจกระทบต่อการพิจารณาความดีความชอบ การเพิ่มรายได้บุคคลในหน่วยงาน การมีส่วนได้เสียในเรื่องที่ตัดสินใจ

5. บทบาทไม่ชัดเจน ในการจัดองค์การหากไม่มีโครงสร้างที่ดี จะทำให้บทบาทไม่ชัดเจนในการมอบหมายงานนั้น ควรมอบทั้งอำนาจและหน้าที่ จึงจะช่วยให้การตัดสินใจประสบผลสำเร็จ

6. เป้าหมายในการทำงาน หลายคนอาจจะทำงานด้วยความสุข ทำงานด้วยหวังผลตอบแทน ทำงานเพื่อให้สามารถสนองความต้องการของตน การตัดสินใจจึงขึ้นอยู่กับพื้นฐานของแต่ละคนด้วย

7. อำนาจบารมีเดิม เนื่องจากปัจจุบันระบบงานมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการสับเปลี่ยนหรือโยกย้าย ผู้มารับงานใหม่อาจนำบุคคลที่ตนเชื่อถือมาด้วย บางครั้งอาจขัดกับพนักงานคนเดิมที่เคยอยู่ในตำแหน่งดังกล่าว

8. การเปลี่ยนแปลงสภาพการปฏิบัติงาน ทำให้การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงไปซึ่งต้องมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการ เปลี่ยนบุคลากร เปลี่ยนอำนาจในการตัดสินใจ[98]

ปัจจัยค้ำจุน บุคคล มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจ ดังนั้น ในการทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจ จึงต้องพิจารณาผลกระทบของปัจจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจ ซึ่งปัยจัยส่วนบุคคลในการตัดสินใจมีอยู่หลายประการดังนี้

1. การรับรู้ บุคคลตัดสินใจกระทำการบนพื้นฐานของแนวทางที่พวกเขามองสถานการณ์ รับรู้คือ ความคิดเห็นของคนที่มีต่อโลก เมื่อถูกระบายด้วยค่านิยม การรับรู้ของบุคคลสามารถของกระบวนการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลได้

2. การรับรู้ภาพพจน์คือ กระบวนการอย่างหนึ่งที่คุณลักษณะของบุคคลจำนวนหนึ่งถูกคาดคะเนว่าเป็นคุณลักษณะของคนทั้งกลุ่ม การรับรู้ภาพพจน์สามารถนำไปสู่ความเสียหายและการตัดสินใจที่ไม่มีประสิทธิภาพได้

3. การรับรู้ในทางบวก การรับรู้ในทางบวกเกิดขึ้นเมื่อผู้ตัดสินใจยอมให้คุณลักษณะอย่างหนึ่ง บดบังคุณลักษณะอื่นๆ ทุกอย่างในการตัดสินใจ

4. ความมีเหตุผลตามความรู้สึก คำว่าความรู้สึกแสดงให้เห็นเป็นนัยถึงอารมณ์และความลำเอียง ในขณะที่คำว่าความมีเหตุผล แสดงให้เห็นเป็นนัยถึงความถูกต้องเหตุผลและความคงเส้นคงว่า แนวความคิดของความมีเหตุผลตามความรู้สึก เน้นว่าบุคคลอาจใช้เหตุผลในการตัดสินใจอย่างเดียวกันทั้ง 2 คน และยังคงได้ข้อสรุปที่แตกต่างกัน สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นเพราะว่าบุคคลหนึ่งอาจจะให้น้ำหนักกับปัจจัยอย่างหนึ่งมากกว่าปัจจัยอย่างอื่น

5. ความพอใจ ความพอใจอธิบายถึงการตัดสินใจที่ไม่ใช่ที่สุด แต่เป็นการตัดสินใจที่ดีที่เพียงพอ การตัดสินใจที่พอใจสามารถทำให้เกิดความคืบหน้าไปสู่เป้าหมายได้และความคืบหน้าเหล่านี้สามารถทำได้ ในขณะที่เราค้นหาการตัดสินใจที่ดีกว่าอยู่ต่อไปเรื่อยๆ

6. ความมีเหตุผลในขอบเขต ความมีเหตุผลในขอบเขตเป็นเหตุผลอย่างหนึ่งที่ผู้บริหารตัดสินใจแบบพอใจ ความมีเหตุผลในขอบเขตคือ วงจำกัดของความคิด ที่บังคับให้บุคคลจำกัดความเห็นของปัญหาและสถานการณ์ของพวกเขา ความคิดจะถูกจำกัดเพราะว่าสมองของมนุษย์ไม่สามารถคัดเลือกและประมวลข้อมูลเป็นจำนวนมากได้ ดังนั้นผู้ตัดสินใจจะใช้ข้อมูลอย่างจำกัดเท่านั้น[99]

---

[98]วิชัย โถสุวรรณจินดา, **ความลับขององค์การ : พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่**, (กรุงเทพมหานคร : ธรรมนิติ, 2535), หน้า 193.

[99]สมยศ นาวีการ, **การบริหาร**, (กรุงเทพมหานคร : ดอกหญ้า, 2536), หน้า 23.

ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

สัมพันธภาพระหว่างบุคคลอันจะมีผลต่อการกระทำ และความคิดของบุคคล พบว่าสัมพันธภาพระหว่างบุคคลอันมีผลต่อความรู้สึกนึกคิดและการกระทำของบุคคลขึ้น

1. อยู่กับความเข้าใจต่อบุคคลอื่น (Perceiving the other person)

2. ความเข้าใจต่อบุคคลอื่น (The other person on perceiver)

3. การวิเคราะห์ปัจจัยหรือการกระทำในขณะสัมพันธภาพ (The naive analysis of action)

4. การมีผลตอบแทนในขณะมีสัมพันธภาพ (Desire and pleasure) คือมีความปรารถนาและความพึงพอใจ

5. สิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสัมพันธภาพ (Environment at effect)

6. อารมณ์ ความรู้สึก เจตสิก (Sentimental)

7. ความคาดหวังและคำนิยม (Ought and value)

8. การต่อรองหรือการบังคับที่มีผลต่อสัมพันธภาพระหว่างบุคคล (Request and

9. การคำนึงถึงผลประโยชน์และโทษ (Benefit and harm)

10. การเกิดผลต่อคนส่วนใหญ่ (Reaction to the lot of other person)[100]

ทฤษฎีกระบวนการติดต่อสื่อสาร

คุณลักษณะของผู้ยอมรับวิทยากรและการติดต่อสื่อสารประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นการรับรู้ (Awareness stage) หมายความว่า บุคคลได้กระทบกับวิทยาการใหม่หรือความคิดใหม่เป็นครั้งแรก แต่ยังขาดความรู้อย่างแจ่มแจ้งในวิทยาการนั้น แต่ยังไม่แสวงหาความรู้ใหม่เพิ่มเติม

2. ขั้นความสนใจ (Interest stage) หมายความว่า บุคคลเริ่มเข้าใจความรู้ใหม่ๆ และพยายามเสาะแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

3. ขั้นการชั่งใจ (Evaluation stage) หมายความว่า บุคคลคิดทบทวนไตร่ตรองถึงผลดีผลเสียของความรู้ก่อนที่จะตัดสินใจว่าจะทำการทดลองทำหรือไม่ทำต่อไป

4. ขั้นการทดลอง (Trial stage) หมายความว่า บุคคลนำความรู้ใหม่ไปปฏิบัติในขนาดเล็ก เป็นการทดลองเพื่อดูผลก่อนจะตัดสินใจขอมรับโดยเต็มที่ต่อไป

5. ขั้นการยอมรับ (Adoption stage) หมายความว่า เป็นขั้นตอนที่บุคคลตกลงใจนำวิทยาการใหม่ไปปฏิบัติอย่างเต็มที่ซึ่งเป็นการยอมรับผลการทดลองในขั้นก่อนว่าได้ผลสำหรับขั้นการรับรู้ ซึ่งจะทำไปขั้นตอนอื่นๆ นั้น Roger ได้ให้ความสำคัญต่อกระบวนการติดต่อสื่อสารและเขาได้

---

[100]Heider, อ้างใน สิทธิโชค วรานุสันติกุล, **จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์**, (กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ด, 2546), หน้า 99-100.

เสนอช่องทางรองการสื่อความรู้ว่าประกอบด้วยกระบวนการของผู้ส่งสารหรือแหล่งกำเนิดสาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งแยกได้ 2 ลักษณะ คือ

1) ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass media channel) เป็นวิถีทางในการถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น

2) ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal channel) เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลเพื่อถ่ายทอดข่าวสารและผู้ส่งสารและผู้ส่งสารกับผู้รับสาร[101]

ปัจจัยของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความต้องการพื้นฐาน ที่เกิดจากความพึงพอใจความต้องการเหล่านั้น ได้ถูกจัดลำดับขั้นตอนของความต้องการจากน้อยไปหามากเมื่อความต้องการได้เกิดขึ้นแล้วไม่ได้รับการบำบัดเพียงพอ ความต้องการเหล่านี้ยังคงอยู่และจะเป็นแรงขับที่มีพลังขับดันให้บุคคลมีปัจจัยโน้มไปในทางที่จะบำบัดความต้องการเหล่านั้นอยู่เสมอ และ มาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการพื้นฐานไว้ 5 ขั้น คือ

1. ความต้องการทางค้นร่างกาย (The physiological needs)
2. ความต้องการความปลอดภัย (The safety needs)
3. ความต้องการเป็นเจ้าของและความรัก (The belongingness and loved needs)
4. ความต้องการมีเกียรติในสังคม (The esteem needs)
5. ความต้องการแสดงความสามารถของตนเองให้เกิดผลต่อสังคม (The needs for self-actualization)

ประเทศไทยจึงกระบวนการ และความพยายามที่ต่อสู้กับทุจริตทุกรูปแบบอย่างจริงจังมาโดยตลอด โดยมีการจัดทำแผนแม่บทเพื่อต่อต้านการทุจริตประพฤติมิชอบ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในแผนแม่บทนี้แบ่งการพัฒนาออกเป็น 2 แนวทางหลัก ประกอบด้วย

(1) การป้องกันที่เน้นการปรับพฤติกรรมของคนในสังคม โดยมีเป้าหมายที่ “การปฏิรูปคน” ด้วยการปลูกฝังวิธีคิดให้กับเด็กและเยาวชนที่เป็นคนรุ่นใหม่ให้มีจิตสำนึกซื่อสัตย์สุจริต เพื่อสร้างพลังร่วม ขณะเดียวกันก็ “ปฏิรูประบบ” ด้วยการสร้างนวัตกรรมต่อต้านการทุจริตประพฤติมิชอบในหน่วยงานราชการ เพื่อให้เกิดความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน ให้สังคมได้รู้เท่าทันกระบวนการทุจริต เพื่อที่จะได้มีส่วนร่วมในการตรวจสอบและแจ้งข้อมูล ซึ่งจะเป็นการช่วยกันลดการทุจริตประพฤติมิชอบ

(2) การปราบปรามที่จะเน้นการเสริมสร้างประสิทธิภาพของกระบวนการและกลไกการปราบปรามการทุจริต ทั้งในการดำเนินคดีที่รวดเร็ว และเป็นธรรม ตลอดจนการพัฒนาและปรับปรุงกฎหมายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการปราบปรามการทุจริตให้มีประสิทธิภาพ

---

[101]Rogers, อ้างใน สิทธิโชค วรานุสันติกุล, **จิตวิทยาสังคม: ทฤษฎีและการประยุกต์**, หน้า 38.

โดยกำหนดเป้าหมาย 20 ปีว่า ภายในปี 2580 ไทยจะต้องมีค่าดัชนีการรับรู้การทุจริตของโลกติดอยู่ในอันดับ 1-20 โดยมีแนวทางการพัฒนาเพื่อไปให้ถึงเป้าหมาย ท็อป 20 ของโลก ประกอบด้วย

(1) “ปลูก” และ “ปลุก” จิตสำนึกการเป็นพลเมืองที่ดี มีวัฒนธรรมสุจริต ปลูกฝังและหล่อหลอมวัฒนธรรมในกลุ่มเด็กและเยาวชนทุกช่วงวัย ทุกระดับ ให้สามารถแยกแยะได้ว่าสิ่งใดเป็นประโยชน์ส่วนตน สิ่งใดเป็นประโยชน์ส่วนรวม มีความละอายต่อการกระทำความผิด ไม่เพิกเฉยต่อการทุจริต และมีส่วนร่วมในการต่อต้านการทุจริตทุกรูปแบบ รวมถึงการส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมและค่านิยมสุจริตในระดับชุมชน เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมค่านิยมที่ยึดประโยชน์สาธารณะ ซึ่งนี่แหละ ตรงกับความหวังที่ว่า คนรุ่นใหม่ต้องไร้คอร์รัปชัน

(2) ส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ ให้มีความใสสะอาดปราศจากพฤติกรรมที่ส่อไปในทางทุจริต ปฏิบัติหน้าที่อย่างเปิดเผย โปร่งใส ถูกต้องเป็นธรรม ไม่คดโกง รู้จักแยกแยะเรื่องส่วนตัวออกจากหน้าที่การงาน นั่นก็คือ การสร้างธรรมาภิบาลในการบริหารงานตลอดจนการสร้างจิตสำนึกและค่านิยมในการต่อต้านการทุจริตให้แก่บุคลากรขององค์กร โดยการสนับสนุนให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐเข้ามามีส่วนร่วมเป็นเครือข่ายต่อต้านการทุจริตในหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการเฝ้าระวัง สอดส่อง ติดตามพฤติกรรมเสี่ยงและแจ้งเบาะแสเพื่อสกัดกั้นมิให้เกิดการทุจริต ประพฤติมิชอบได้ มีมาตรการสนับสนุนและคุ้มครองผู้แจ้งเบาะแส

(3) พัฒนาค่านิยมของนักการเมืองให้มีเจตนารมณ์ที่แน่วแน่ในการทำตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีคุณธรรม จริยธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ไม่ว่าจะเป็น ผู้บริหารประเทศ ท้องถิ่น ชุมชน ต้องมีคุณธรรมและจริยธรรมสูงกว่ามาตรฐานทางจริยธรรมทั่วไปในสังคม เพื่อเป็นต้นแบบของสังคม ต้องมีการพัฒนายกระดับการมีจริยธรรมของผู้ดำรงตำแหน่งทางการเมืองเพื่อสร้างนักการเมืองที่มีคุณธรรมจริยธรรม รวมทั้งกำกับจริยธรรมภายในพรรคการเมือง

(4) ปรับ "ระบบ" เพื่อลดจำนวนคดีทุจริตและประพฤติมิชอบในหน่วยงานภาครัฐ ด้วยการสร้างนวัตกรรมการต่อต้านการทุจริตอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ในทุกขั้นตอนการดำเนินงาน รวมถึงการประเมินความเสี่ยงด้านการทุจริต เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐ มีมาตรการ ระบบ หรือแนวทางในบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นๆ

(5) ปรับระบบงานและโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการลดการใช้ดุลพินิจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ เช่น การนำระบบเทคโนโลยีเข้ามาใช้แทนการใช้ดุลพินิจ เพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานเป็นการสร้างมาตรฐานที่โปร่งใสในกระบวนการบริการของภาครัฐ สร้างขั้นตอนกระบวนการและระยะเวลาในการปฏิบัติงานด้วยวิธีปฏิบัติที่ชัดเจนตรวจสอบได้ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อลดการใช้ดุลพินิจของผู้มีอำนาจในการพิจารณาอนุมัติ อนุญาตรวมถึงการสร้างความ

โปร่งใสในการบริการข้อมูลภาครัฐทั้งระบบ อาทิ ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้างและการใช้งบประมาณของหน่วยงานภาครัฐ ที่เปิดเผยเข้าถึงได้[102]

จากแนวทางทั้งหมดที่อยู่ในยุทธศาสตร์ชาติ จะเห็นได้ว่าการจะป้องกันและปราบปรามกระบวนการทุจริตของประเทศ จะเดินไปในทาง “ปลูก” และ “ปลุก” จิตสำนึกให้เด็กและเยาวชน เพื่อสร้างวัฒนธรรมสุจริต แต่ไม่ควรจำกัดแต่ในสถานศึกษา ควรกระจายความรู้เกี่ยวกับการป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบไปในทุกภาคส่วนของประเทศทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะสังคมชุมชน ชี้ให้ทุกคนในสังคมได้รู้ว่าการกระทำแบบใดส่อไปในทางทุจริต ควบคู่กับการนำเอาการกระทำดีของผู้ร่วมต่อต้านการทุจริตมายกย่องเพื่อสร้างขวัญกำลังใจ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศชาติบ้านเมืองอีกด้วย ที่สำคัญเหนืออื่นใด การตระหนัก และหวาดกลัวในหลักศาสนาย่อมนำมาซึ่งการเตือนใจ ให้ละอายต่อการทำผิดบาป เพราะการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนนั้นมันไม่ยั่งยืน เป็นกรรม และ “เป็นทุกข์” ตามคำพระที่ว่า “กรรมใดใครก่อ กรรมนั้นจะตามสนอง” อาจสุขที่ได้จับเงิน แต่ต้องทุกข์ทั้งยามหลับยามตื่นเพราะหนีความจริงในใจไปไม่พ้น ที่สำคัญที่สุด ต้องทำให้สังคมให้รู้ว่า “ทำดีต้องได้ดี”

2.5 หลักพุทธธรรม

2.5.1 หลักพุทธธรรมที่เกี่ยวกับคุณสมบัติผู้ส่งสาร

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดเรื่ององค์ประกอบการหลักการสื่อสารที่พระองคทรงสั่งสอนจึงเนนไปที่การพูด การฟง แต่หลักการต่างๆ ที่พระองคทรงสั่งสอนดังที่จะกล่าว ผู้พูดจะต้องเป็นบุคคลเช่นไร

ในสัปปุริสสูตร อุปริปัญญาสก์ มัชฌิมนิกาย ปรากฏพุทธโอวาทเรื่องธรรมของคนดี (สัตบุรุษ) คนที่สมบูรณ์แบบ หรือมนุษย์โดยสมบูรณ์ ซึ่งถือว่าเป็นสมาชิกที่ดี มีคุณค่าที่แท้จริงของมนุษย์ชาติ มีธรรมะหรือคุณสมบัติที่เรียกว่า สัปปุริสธรรม ๗ ประการ[๑๐๓] คุณสมบัติของผู้สื่อสารตามแนวทางพระพุทธศาสนา อีกประการหนึ่ง จะต้องประกอบไปด้วยหลัก สัปปุริสธรรม ๗ ประการคือ

1. **ธัมมัญญุตา** (การรู้จักเหตุ) เป็นผู้รู้ธรรมะ คือหลักการ หลักความจริง เนื้อหาสาระของเรื่องที่จะสื่อสาร รู้แจ้งแทงตลอดไนทฤษฎีและปฏิบัติในศาสตร์และศิลป์ของตนเอง

2. **อัตถัญญุตา** (การรู้จักผล) รู้จักเนื้อหาสาร ความหมาย ความมุ่งหมาย วัตถุประสงค์ของการสื่อสารที่แน่นอนชัดเจน

---

[102]แสนไชย เค้าภูไทย, **คนรุ่นใหม่ต้องไร้คอร์รัปชัน สำนักงานคณะกรรมการป้องกัน และปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) สนามบินน้ำ**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.nacc.go.th/ categorydetail/20180831184638361/20230720174248 [30 มีนาคม 2567].

[103]องฺ.สตฺตก. ๓๗/๖๕/๒๓๖.

3. **อัตตัญญุตา** (รู้จักตนเอง) รู้ว่าตนคือใคร มีความพร้อมหรือไม่พร้อมอย่างไร การรู้จักตนเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เมื่อเรารู้จักตนเองดีแล้ว จะนำไปสู่การยอมรับตนแล้วจะเปิดเผยตน สามารถสื่อสารภายในตนได้อย่างดียิ่งผู้สามารถสื่อสารภายในได้ดีจะเป็นคนที่สามารถรับรู้ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และมีวิจารณญาณที่สุขุมรอบคอบ มีเหตุมีผลทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่ง

4. **มัตตัญญุตา** (รู้จักประมาณ) รู้จักความพอดี การสื่อสารบางอย่างหากมากเกินไป ผู้รับสารก็รับไม่ได้ หากน้อยเกินไปก็ไม่เพียงพอ การรู้จักประมาณในการสื่อสารคือไม่ส่งสารซ้ำซากมากเกินไป น้อยเกินไป จึงเป็นคุณสมบัติประการสำคัญอีกประการหนึ่งของผู้ส่งสาร

5. **กาลัญญุตา** (รู้จักเวลา) ผู้ส่งสารต้องรู้จักเวลาในการสื่อสารว่าเวลาไหนควรเวลาไหนไม่ควร หากผู้ส่งสารไม่รู้จักเวลาในการสื่อสารแม้ว่าจะเป็นการสื่อสารภายในตน การสื่อสารระหว่างบุคคล หรือการสื่อสารมวลชน

6. **ปริสัญญุตา** (การรู้จักชุมชน) ผู้ส่งสารรู้ว่าไปที่ไหนควรสื่ออย่างไร

7. **ปุคคลัญญุตา** (การรู้จักบุคคล) ผู้ส่งสารจะสื่อกับกลุ่มไหนควรใช้ภาษาระดับใด ใช้สื่อแบบไหนเพื่อให้เหมาะสม

2.5.2 หลักพุทธธรรมเกี่ยวกับการสื่อสาร

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดเรื่ององค์ประกอบการหลักการสื่อสารที่พระองคทรงสั่งสอนจึงเน่นไปที่การพูด การฟง แต่หลักการต่างๆ ที่พระองคทรงสั่งสอนดังที่จะกล่าวตอไปนี้สามารถนำไปพัฒนาประยุกตใช้ได้กับการสื่อสารในทุกรูปแบบ เชน การรายงานข่าว การโฆษณา การสร้างสัมพันธไมตรี สร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดความสามัคคีกัน ด้วยถ้อยคำที่ดีที่ตนเคยพูดมาเป็นปกติซึ่งวจีกรรมหรือการพูดของหน่วยงานท้องถิ่นโดยเจ้าหน้าที่ หรือผู้นำในท้องถิ่น จะเป็นวจีกรรมที่สุภาพดีงาม ซึ่งมีลักษณะ 4 ประการคือ[104]

1. พูดคำจริง คือ คำพูดแน่นอนและคงที่รักษาคำพูดไม่เปลี่ยนแปลงไปมา

2. พูดคำสมานไมตรี คือ พูดคำผูกไมตรีและพูดคำ ประสานสามัคคีพูดแนะนำคนที่ยังไม่รูจักใหรูจักกันและพูดชักนำคนที่รูจักกันใหชอบพอกัน พูดชักจูงคนที่ชอบพอกันใหสนิทสนมกัน

3. คำไพเราะคือคำพูดที่ดูดดื่มและคำพูดออนหวาน ถ้อยคำออกมาจากน้ำใจใสสะอาดของผู้พูด พูดเร้าใจผู้ฟงใหเห็นควรถือเอาเป็นแบบอย่าง ซึ่งจัดเป็นคำพูดใหกำลังใจ ทำให้ผูฟงชื่นบาน

4. พูดคำพูดที่มีประโยชนซึ่งพระพุทธองคทรงสอน วาคำพูดมีประโยชนคือคำพูดมีเหตุผล มีหลักฐานยืนยัน ผู้อื่นคัดค้านไม่ได้

---

[104]ชัยวัฒน อัตพัฒน, **หลักพุทธศาสนา**, (กรุงเทพมหานคร : คณะมนุษยศาสตรมหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523), หนา 165-166.

พระองคได้ทรงแสดงลักษณะการพูดที่ไม่ดีของคนพาลในจตุกนิบาตอังบุตรนิกายว ามีลักษณะดังนี้[105] คือ

1. คนพาลชอบเผยโทษของคนอื่น
2. คนพาลไม่ชอบเผยคุณงามความดีของคนอื่น
3. คนพาลไม่ชอบเผยโทษของตน
4. คนพาลชอบอวดคุณงามความดีของตน

หลักธรรมนี้กล่าวง่ายๆ ก็คือ บุคคลไม่พูดคำเท็จทำให้คนอื่นเสียหาย ไม่พูดสอเสียดใหคนอื่นเข่าใจผิดทะเลาะ เบาะแว้งกัน ไม่พูดคำหยาบใหเกิดความเสียหายกับผู้อื่น และไม่พูดเพ่อเจ่อไรสาระประโยชนการสื่อสารดวย สัมมาวาจา ยอมกอใหเกิดความเขาใจกัน ไววางใจกัน[106]

2.6 ข้อมูลบริบทเรื่องที่วิจัย

อำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ห้วยยอด เป็นอำเภอเก่าแก่อำเภอหนึ่งในจังหวัดตรัง ที่มีชื่อเรียกว่า "ห้วยยอด" เนื่องมาจากภูมิประเทศของอำเภอห้วยยอด โดยคำว่า "ห้วย" หมายถึง ลำห้วยต่างๆ ซึ่งเป็นสาขาของแม่น้ำตรัง อันเป็นแม่น้ำสายหลักของจังหวัดที่พาดผ่านพื้นที่ส่วนต่างๆ ของอำเภอ ส่วนคำว่า "ยอด" หมายถึง ยอดเขาที่เรียงรายตลอดแนวทางด้านทิศตะวันออกของอำเภอ ซึ่งเรียกว่า ภูเขาบรรทัด โดยพื้นที่ห้วยน้ำและยอดเขาสลับกันไปมา จึงได้เรียกว่าห้วยยอดมาจนปัจจุบัน

จากข้อมูลที่ค้นพบตั้งแต่ปี พ.ศ. 2355 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว พื้นที่ปกครองของอำเภอห้วยยอดถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยพื้นที่ฝั่งตะวันตกของแม่น้ำตรัง ได้แก่ บ้านเขาปินะ บ้านบางกุ้ง บ้านท่าประดู่ บ้านควน บ้านหนองหงษ์ บ้านเขาขาด บ้านหนองไม้แก่น บ้านหนองแค และพื้นที่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำตรังบางส่วน ได้แก่ บ้านในเตา ขึ้นอยู่กับเมืองนครศรีธรรมราช ส่วนพื้นที่ฝั่งตะวันออกของแม่น้ำตรังส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับเมืองตรัง

ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์เสด็จประพาสเมืองตรัง ปรากฏว่ามีกรรมกรจีนจำนวนมากจากเกาะปีนัง เข้ามาทำเหมืองแร่ดีบุกที่บ้านท่ามะปราง ทำให้ชุมชนบริเวณนั้นเจริญมากขึ้น และเกิดตลาดแห่งแรกที่บ้านท่ามะปราง ต่อมามีเรือขุดแร่ของฝรั่งมาทำการขุดแร่แถวหน้าวัดห้วยยอด จึงทำให้ชุมชนบริเวณอำเภอห้วยยอดเจริญขึ้นตั้งแต่นั้นมา

ต่อมา พ.ศ. 2423 ทางราชการได้โอนเมืองตรังไปขึ้นตรงต่อกรุงเทพฯ จึงได้โอนพื้นที่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำตรังมาขึ้นกับเมืองตรังด้วย ทำให้เกิดแขวงขึ้น 4 แขวง คือ แขวงบางกุ้ง แขวงบ้านนา แขวงปากคม แขวงเขาขาว จนกระทั่งปี พ.ศ. 2430 จึงได้รวมท้องที่บ้างส่วนของเมือง

---

[105]เรื่องเดียว, หนา 162-163.

[106]ฉัตรสุมาลย กบิลสิงห, **ศาสนา**, (กรุงเทพมหานคร : คณะศิลปศาสตรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร, 2518), หนา 31.

นครศรีธรรมราชทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำตรังเป็น **อำเภอเขาขาว** ขึ้น โดยตั้งที่ว่าการอำเภอที่ตำบลเขาขาว ต่อมาจึงได้ย้ายที่ทำการอำเภอมาตั้งอยู่ที่ตำบลน้ำพราย ซึ่งเป็นที่ตั้งของที่ว่าการอำเภอในปัจจุบันนี้ แต่ยังเป็นชื่ออำเภอเขาขาว ต่อมาได้แยกพื้นที่ตำบลน้ำพรายบริเวณที่ตั้งที่ว่าการอำเภอออกมาตั้งเป็นตำบลใหม่ ให้ชื่อว่า "ตำบลห้วยยอด" ดังนั้นในปี พ.ศ. 2455 จึงเปลี่ยนชื่ออำเภอเป็น **อำเภอห้วยยอด** เพื่อให้ตรงกับชื่อตำบลที่ตั้งที่ว่าการอำเภอ ในปี พ.ศ. 2460 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอเขาขาวอีกครั้ง และในปี พ.ศ. 2482 จึงได้เปลี่ยนมาเป็นอำเภอห้วยยอดจนกระทั่งปัจจุบัน

การปกครองส่วนท้องถิ่น

อำเภอห้วยยอดประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 19 แห่ง ดังนี้ พื้นที่การปกครองของอำเภอห้วยยอด แบ่งออกเป็น 16 ตำบล 133 หมู่บ้าน 16 อบต. 3 เทศบาล ได้แก่

1. ตำบลเขากอบ แบ่งเป็น 12 หมู่บ้าน
2. ตำบลนาวง แบ่งเป็น 11 หมู่บ้าน
3. ตำบลวังคีรี แบ่งเป็น 6 หมู่บ้าน
4. ตำบลบางกุ้ง แบ่งเป็น 9 หมู่บ้าน
5. ตำบลบางดี แบ่งเป็น 12 หมู่บ้าน
6. ตำบลหนองช้างแล่น แบ่งเป็น 12 หมู่บ้าน
7. ตำบลห้วยนาง แบ่งเป็น 8 หมู่บ้าน
8. ตำบลในเตา แบ่งเป็น 4 หมู่บ้าน
9. ตำบลท่างิ้ว แบ่งเป็น 8 หมู่บ้าน
10. ตำบลเขาปูน แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน
11. ตำบลเขาขาว แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน
12. ตำบลห้วยยอด แบ่งเป็น 5 หมู่บ้าน
13. ตำบลปากแจ่ม แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน
14. ตำบลรำภูรา แบ่งเป็น 10 หมู่บ้าน
15. ตำบลปากคม แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน
16. ตำบลทุ่งต่อ แบ่งเป็น 8 หมู่บ้าน

เทศบาลตำบล มีจำนวน 3 แห่ง

1. เทศบาลตำบลห้วยยอด
2. เทศบาลตำบลลำภูรา
3. เทศบาลตำบลนาวง

ประชากรและอาชีพ

อำเภอห้วยยอด เป็นอำเภอที่มีประชากรเป็นอันดับ 2 รองจากอำเภอเมือง มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 94,836 คน ชาย จำนวน 46,996 คน หญิงจำนวน 47,840 คน ความหนาแน่นของประชากร 121.69 คน/ตารางกิโลเมตร (สำรวจเมื่อเดือนธันวาคม 2548) ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ การทำสวนยางพารา ทำสวนปาล์ม ทำนา และ ทำอาชีพเสริม ได้แก่ ทำไร่ ทำสวนผลไม้[107]

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” การวิจัยครั้งนี้

ทิวากร แสร์สุวรรณ ได้วิจัยเรื่อง “การใช้สื่อสังคมออนไลนเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการมีสวนรวมของประชาชนในการปองกันการทุจริตเชิงนโยบาย” การพัฒนาอยางก้าวกระโดดของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลในปจจุบันทำให้ผู้คนสามารถติดตอสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการเข้าถึงแหลงข้อมูลตางๆ ผานเครือขายอินเทอรเน็ตได้อยางไมจำกัด สื่อสังคมออนไลน (Social Media) เปนหนึ่งในสื่อที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนไทย เชน ยูทูบ (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) ทวิตเตอร (Twitter) หรือเฟซบุก (Facebook) ที่สามารถทำได้ทั้งสร้างข้อมูล ดาวนโหลดแบงปนข้อมูล รวมทั้งเชื่อมตอสื่อสารกับผู้ใชคนอื่นๆ ได้ในเวลาที่รวดเร็วและเปนวงกวาง ด้วยคุณลักษณะเหลานี้ทำให้สื่อสังคมออนไลนเหมาะกับการเปนชองทางในการให้ข้อมูลขาวสารสำคัญกับประชาน เพื่อให้เกิดการรับทราบและเกิดความตระหนักรู้ บทความนี้ได้เสนอแนวทางที่จะใช้สื่อสังคมออนไลนในการสร้างความตระหนักรู้เรื่องการทุจริตเชิงนโยบายให้กับประชาชน โดยใช้คลิปวิดีโอ (Video) อินโฟกราฟก (Infographic) และโมชันอินโฟกราฟก (Motion Infographic) นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการทุจริตเชิงนโยบายให้มีความนาสนใจและผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่ายขึ้น จากนั้นอาศัยกลไกลของสื่อสังคมออนไลนเพื่อกระจายข้อมูลสู่สาธารณะ นอกจากนี้การใชแฮชแท็ก (Hashtag) บนสื่อสังคมออนไลนยังทำให้เกิดการมีสวนรวมของประชาชนที่ตระหนักถึงปญหาการทุจริตเชิงนโยบาย และอาจนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางสังคมตอไป เชน การนัดหมายหรือการลงชื่อเพื่อทำการตอต้านนโยบายที่มีการทุจริต[108]

สุวรรณ ไตรมาลัย ได้วิจัยเรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนต่อการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชั่น” ผลการวิจัย ได้แบ่งประเภทการทุจริตคอรัปชั่นออกเป็น 4 อันดับ ประกอบด้วย 1.

---

[107]อำเภอห้วยยอด, **สภาพข้อมูลทั่วไป**, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.huaiyot.dopatrang.go.th/general1.php [10 พฤษภาคม 2567].

[108]ทิวากร แสร์สุวรรณ, “การใช้สื่อสังคมออนไลนเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการมีสวนรวมของประชาชนในการปองกันการทุจริตเชิงนโยบาย”, **วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร**, ปที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2565) : 99-112.

คอร์รัปชั่นขนาดใหญ่ ที่ทำโดยเจ้าหน้าที่รัฐระดับสูง บิดเบือนนโยบายหรือใช้อำนาจรัฐในทางมิชอบ เพื่อให้ผู้นำหรือผู้บริหารประเทศได้รับผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรของชาติ 2. คอร์รัปชนั่ ขนาดเล็ก เป็นการกระทาของเจ้าหน้าที่ระดับกลางถึงเจ้าหน้าที่ระดับล่าง ต่อประชาชนทั่วไป โดยใช้อำนาจที่ได้รับมอบหมายในทางมิชอบ อันนี้คือระดับกลางและระดับล่าง กระทำเพื่อใช้อำนาจในทางหาประโยชน์โดยมิชอบ 3. การติดสินบน คือการคอร์รัปชั่นเป็นการเสนอให้การให้หรือสัญญาว่าจะให้ประโยชน์ทั้งในรูปของเงิน, ของ, สิ่งตอบแทนเพื่อเป็นแรงจูงใจให้กระทำผิดกฎหมายและศีลธรรมอันดี 4. การอุปถัมภ์คือการเล่นพรรคเล่นพวกเพื่อใช้สายสัมพันธ์ส่วนตัวในการที่จะแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่คำนึงถึงความเหมาะสม หมายความว่า เล่นพรรคเล่นพวกในการแต่งตั้งโยกย้ายในหน่วยงาน ก็ถือว่าเป็นการคอร์รัปชั่นด้วย นี่คือระบบอุปถัมภ์ในหน่วยงาน[109]

ต่อตระกูล ยมนาค และ ต่อภัสสร์ ยมนาค ได้สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับ “สื่อสารต้านโกงอย่างไร ถึงได้ผล” งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นตัวอย่างหนึ่ง ของการทำการทดลองว่า การสื่อสารข้อความแบบไหน ในรูปแบบใด จะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทั้งการคอร์รัปชันและการต่อต้านคอร์รัปชันของผู้รับสารในสังคม ซึ่งตอบโจทย์ข้อแนะนำของงานวิจัยต่างๆ จากทั่วโลกที่ศึกษาผลกระทบของการสื่อสารเพื่อต่อต้านคอร์รัปชัน ผมเชื่อว่าหากต่อไป เราสามารถทำการทดสอบการสื่อสารเรื่องต่อต้านคอร์รัปชันก่อนสื่อสารจริงได้ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการปลุกกระแสสังคมให้หวาดกลัวและรังเกียจทั้งการโกงและคนโกง ได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลอย่างแท้จริง[110]

Caryn Peiffer และ Nic Cheeseman ได้สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับ “ข้อความที่เข้าใจผิด: เหตุใดการสร้างความตระหนักรู้เรื่องการคอร์รัปชั่นจึงส่งผลย้อนกลับ” สรุปงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อต่อต้านคอร์รัปชันไว้ได้อย่างน่าสนใจหลายประเด็นว่า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีงานวิจัยที่ศึกษาผลกระทบของการสื่อสารเพื่อสร้างความตระหนักรู้เรื่องคอร์รัปชันเยอะขึ้นมาก ในหลายประเทศทั่วโลก หลายงานวิจัยพบว่า ข้อความที่เน้นเรื่องที่ขนาดและผลกระทบของการคอร์รัปชัน มักจะส่งผลกระทบในทางตรงข้ามหรือสวนทางกับที่คาดหวังไว้ เพราะข้อความลักษณะนี้ยิ่งไปทำให้คนรู้สึกว่าคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่ใหญ่เกินแก้ไข แม้กระทั่งข้อความที่พูดด้านบวก เช่น ชื่นชมความ

---

[109]สุวรรณ ไตรมาลัย, “บทบาทของสื่อมวลชนต่อการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชั่น”, การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)

[110]ต่อตระกูล ยมนาค และ ต่อภัสสร์ ยมนาค, “สื่อสารต้านโกงอย่างไร ถึงได้ผล”, **แนวหน้า**, 6 มีนาคม 2567, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.naewna.com/politic/columnist/58209?fbclid=IwAR3hfU24r96FVQBgbDea4qP26JBluTaPaWbVetul9crNK-EqoKa7BfDJuVQ_aem_AQOuti-TOgLez73NxgAv1cVTMQS0Bl8Ab-HMlRH2PlX5S9TlOgQqco0Kb6Ddi1M6EB35-52PsAKEZPB7aMhUW9qm

คืบหน้าของการต่อต้านคอร์รัปชัน ถ้าไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริงที่คนรู้สึก ก็จะไม่มีประโยชน์อะไรเลย นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่ทดลองสื่อสารด้วยข้อความที่แตกต่างกันออกไปอย่างหลากหลาย ทั้งเชิงลบเชิงบวก ผลกระทบ ชักจูงใจในหลายๆ รูปแบบ กลับพบว่าสื่อสารเหล่านี้จำนวนมากแทบจะไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนเลย เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์ หลายงานวิจัยพบว่า ข้อความที่เน้นเรื่องที่ขนาดและผลกระทบของการคอร์รัปชัน มักจะส่งผลกระทบในทางตรงข้ามหรือสวนทางกับที่คาดหวังไว้ เพราะข้อความลักษณะนี้ยิ่งไปทำให้คนรู้สึกว่าคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่ใหญ่เกินแก้ไข แม้กระทั่งข้อความที่พูดด้านบวก เช่น ชื่นชมความคืบหน้าของการต่อต้านคอร์รัปชัน ถ้าไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริงที่คนรู้สึก ก็จะไม่มีประโยชน์อะไรเลย นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยอีกหลายชิ้นที่ทดลองสื่อสารด้วยข้อความที่แตกต่างกันออกไปอย่างหลากหลาย ทั้งเชิงลบเชิงบวก ผลกระทบชักจูงใจในหลายๆ รูปแบบ กลับพบว่าสื่อสารเหล่านี้จำนวนมากแทบจะไม่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของคนเลย เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรโดยเปล่า งานวิจัยยังพบว่าการสร้างความตระหนักและบรรทัดฐานทางสังคมที่ต่อต้านคอร์รัปชันมีความสำคัญ ส่งผลให้การต่อต้านคอร์รัปชันเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ คนที่ชอบความสุนทรีย์ความนุ่มนวล มีความละมุนละม่อม มีแนวโน้มต่อต้านคอร์รัปชันสูงกว่าคนที่ชอบความรุนแรงแข็งกร้าว สะท้อนให้เห็นว่าการใช้ข้อความในการสื่อสารที่สร้างสรรค์ เน้นการโน้มน้าวใจมากกว่าข้อความที่รุนแรง ดุดัน จะสามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีความพร้อมจะเข้าร่วมต่อต้านคอร์รัปชันสูงได้ดีกว่า[111]

ปรียานุช วัฒนกูล และธีรภัทร์ ลอยวิรัตน ได้วิจัยเรื่อง “การศึกษารูปแบบการสร้างเครือข่ายเยาวชนเพื่อส่งเสริมค่านิยมสุจริตและ การต่อต้านการคอร์รัปชัน จังหวัดมหาสารคาม” ผลการวิจัย พบว่า 1)รูปแบบของกระบวนการสร้างค่านิยมสุจริตและการต่อต้านคอร์รัปชัน ได้แก่ รูปแบบของการกระตุ้นความสนใจในเรื่องของความซื่อสัตย์สุจริต โดยมีสถาบันการศึกษาเป็น สถาบันที่ทำหน้าที่ในการให้การศึกษา อบรมบ่มสร้างนิสัย ให้ความรู้ควบคู่กับการพัฒนาทักษะด้าน ปัญญา ประกอบกับมีองค์กรทางสังคมอื่นๆ ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุนการสร้างนิสัยความซื่อสัตย์ สุจริต 2) ต้นแบบกิจกรรมการส่งเสริมค่านิยมสุจริตและการต่อต้านคอร์รัปชันนี้เป็นรูปแบบของ กิจกรรมเชิงวิชาการพร้อมทั้งกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและ ความสัมพันธ์ที่ดี

[111]Caryn Peiffer, Nic Cheeseman, **“Message misunderstood: Why raising awareness of corruption can backfire”**, The U4 Anti-Corruption Resource Centre (U4), [Online]: www.u4.no/r/BR2301 [10 พฤษภาคม 2567].

ระหว่างชุมชน โดยเริ่มจากชุมชนโดยรอบมหาวิทยาลัย และแสวงหาโอกาสในการ ขยายไปสู่ชุมชนรอบข้างที่กว้างขึ้นในระดับตำบล ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ตามที่มีปัจจัย เอื้ออำนวย[112]

รวิพรรณ จารุทวี ได้วิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครมี การสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับสูง 2) ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมมี ความสัมพันธ์ทางบวกกับการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขต กรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมสามารถร่วมกัน ท านายการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้ยังพบตัว แปรที่สำคัญ 4 ตัวแปร คือ เจตคติที่มีต่อการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อสังคมออนไลน์ความร่วมรู้สึก การได้รับตัวแบบจากครอบครัว และการได้รับตัวแบบจากเพื่อน[113]

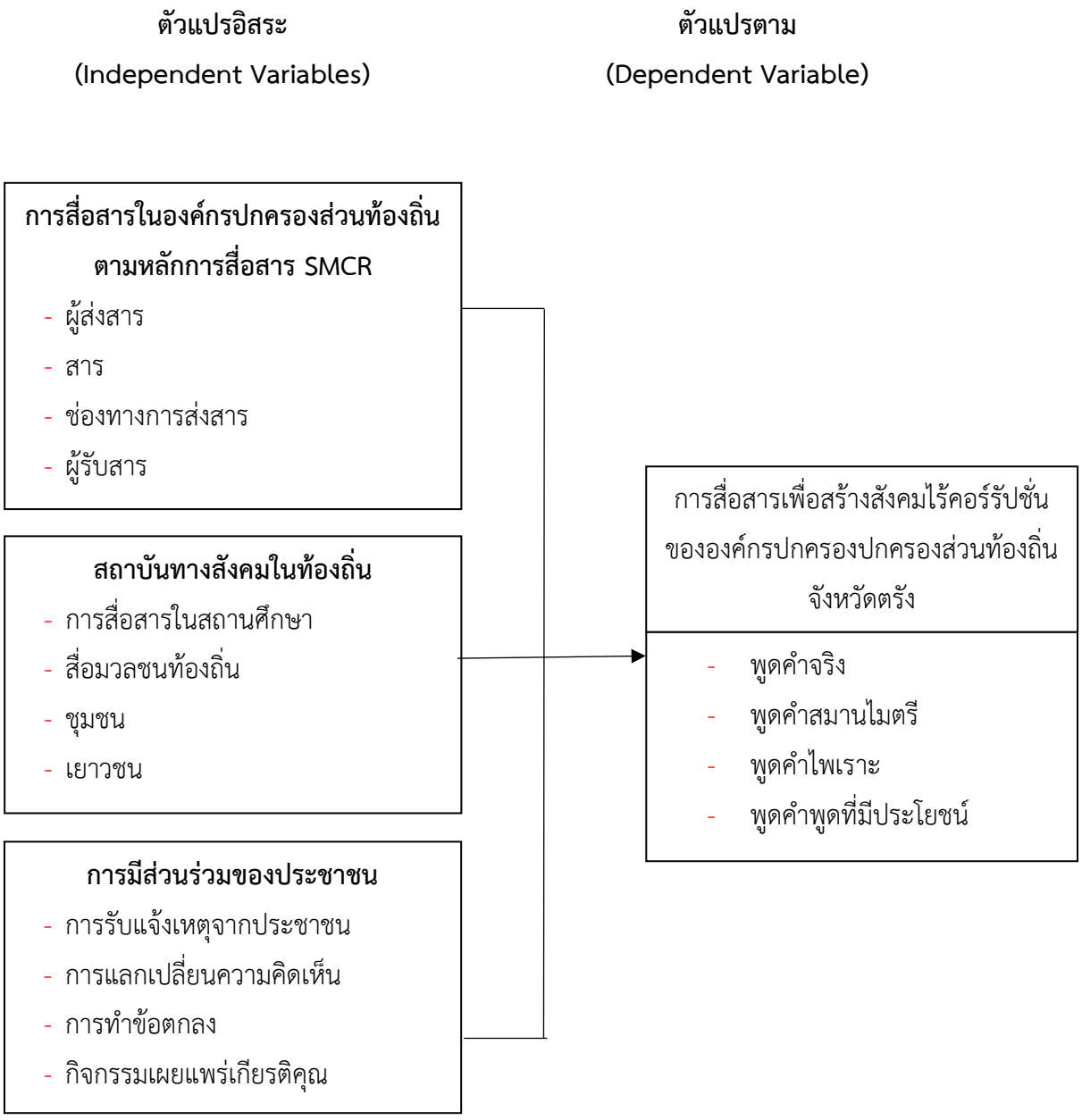
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร และงานวิจัยเกี่ยวกับสังคมไร้คอร์รัปชั่นที่เกิดจาความร่วมมือจากหลายฝ่ายโดยเฉพาะประชาชน ที่จะเป็นผู้ติดตามตรวจสอบ แจ้งเบาะแสต่างๆ ที่ ผศ.ดร.เอกก์ ภทรธนกุล และ ผศ.ดร.อภิชาติ คณารัตนวงศ์ แห่งภาคการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาฯ และ ผศ.ดร.ธานี ชัยวัฒน์ ผู้อำนวยการศูนย์เศรษฐศาสตร์พฤติกรรมและการทดลอง จุฬาฯ งานวิจัยเรื่องการตลาดต้านโกงที่เกี่ยวข้องที่ให้ความสำคัญว่าต้องสื่อสารด้วยข้อความแบบไหนถึงจะโดนใจ มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

---

[112]ปรียานุช วัฒนกูล และ ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน, “การศึกษารูปแบบการสร้างเครือข่ายเยาวชนเพื่อส่งเสริมค่านิยมสุจริตและ การต่อต้านการคอร์รัปชัน จังหวัดมหาสารคาม”, **รายงานการวิจัย**, (คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2561).

[113]รวิพรรณ จารุทวี, “ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ในสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร”, **วารสารศิลปะศาสตร์ประยุกต์ มหวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ**, ปีที่ 15 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2565) : 1-14.



แผนภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดการ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดเรื่องค์ประกอบการหลักการสื่อสารที่พระองคทรงสั่งสอนจึงเน่นไปที่การพูด การฟง แต่หลักการต่างๆ ที่พระองคทรงสั่งสอนดังที่จะกล่าว ตอไปนี้สามารถนำไปพัฒนาประยุกตใช้ได้กับการสื่อสารในทุกรูปแบบ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Method Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.1 รูปแบบการวิจัย

3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ระหว่างวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี หลักธรรมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ต่อไปนำมาสร้างเครื่องมือสัมภาษณ์ และทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

3.2 วิธีวิจัยเชิงปริมาณ

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ได้แก่ ประชาชนในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จำนวน 94,836 คน[1]

2. กลุ่มตัวอย่าง

ได้แก่ ประชาชนในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง จำนวน จำนวน 399 คน จากการคำนวณตามสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yaman)[2] และตามสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรแต่ละกลุ่ม ตามตาราง 3.1 ในการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

สูตร $n = \frac{N}{1+ N (e)^2}$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้

N = ขนาดของประชากรที่ใช้ในการวิจัย

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 หรือ 0.05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{94,836}{1 + 94,836 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{94,836}{238.09}$$

$$n = 398.32$$

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสะดวกในการคำนวณ และตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณสามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง 399 ตัวอย่าง โดยมีเทคนิคและวิธีการสุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

2) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตำบลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 13 ตำบลในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

---

[1]สถิติของสำนักงานทะเบียนราษฎร์ ณ เดือนเมษายน 2567, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.huaiyot.dopatrang.go.th/general1.php [3 พฤษภาคม 2567].

[2]Yamane, Taro, **Statistic: An Introductory Analysis**, (New York: Harpen and Row, 1967), p. 110.

3) การกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรทั้ง 13 ตำบล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของแต่ละตำบล ดังตาราง 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรจากแต่ละตำบลและกลุ่มตัวอย่าง

ตำบล	ประชากร (คน)	กลุ่มตัวอย่าง (คน)
1. ตำบลเขากอบ 12 หมู่บ้าน	6807	29
2. ตำบลนาวง 11 หมู่บ้าน	7528	32
3. ตำบลวังคีรี แบ่งเป็น 6 หมู่บ้าน	6410	27
4. ตำบลบางกุ้ง แบ่งเป็น 9 หมู่บ้าน	5591	23
5. ตำบลบางดี แบ่งเป็น 12 หมู่บ้าน	6311	27
6. ตำบลหนองช้างแล่น แบ่งเป็น 12 หมู่บ้าน	3977	17
7. ตำบลห้วยนาง แบ่งเป็น 8 หมู่บ้าน	5037	21
8. ตำบลในเตา แบ่งเป็น 4 หมู่บ้าน	5152	22
9. ตำบลท่างิ้ว แบ่งเป็น 8 หมู่บ้าน	3489	15
10. ตำบลเขาปูน แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน	3983	17
11. ตำบลเขาปูน แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน	5771	24
12. ตำบลห้วยยอด แบ่งเป็น 5 หมู่บ้าน	5012	21
13. ตำบลปากแจ่ม แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน	5067	21
14. ตำบลรำภูรา แบ่งเป็น 10 หมู่บ้าน	3071	13
15. ตำบลปากคม แบ่งเป็น 7 หมู่บ้าน	3891	16
16. ตำบลทุ่งต่อ แบ่งเป็น 8 หมู่บ้าน	4884	21
17. เทศบาลตำบลห้วยยอด	5120	21
18. เทศบาลตำบลลำภูรา	4512	19
19. เทศบาลตำบลนาวง	3223	13
รวมจำนวนนักเรียน	**94,836**	**399**

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในพื้นที่กลุ่มเขตตัวอย่าง และสุ่มตัวอย่างตามโควตาที่กำหนดตามสัดส่วนจนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ 399 คน

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการศึกษาค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีลำดับขั้นตอนดังนี้

1**. การสร้างเครื่องมือ**

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ รวมทั้งเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ คือ จากพระไตรปิฎกและข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิด แบบเลือกตอบเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ทราบคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิด เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอรัปชั่นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิด เกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารวิถีพุทธเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามลักษณะปลายปิด เกี่ยวกับพุทธวิธีการสื่อสารเพื่อสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นต่อประชาชนในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

สำหรับแบบสอบถามตอนที่ 2, 3 และ 4 ในแต่ละข้อเป็นชนิดมาตรวัดแบบรวมคะแนน (Summated Rating Scale) ของเรนซิส ลิเคิร์ท หรือเรียกว่า มาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert type)[3] แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแต่ละข้อ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก

---

[3]Ibid., p. 120.

คะแนน 3 หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง
คะแนน 2 หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย
คะแนน 1 หมายถึง มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

จากนั้น นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางสังคมศาสตร์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย โดยการหาค่าอันตรภาคชั้น เพื่อจัดระดับช่วงของการหาค่าเฉลี่ย

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงที่สุด - ค่าคะแนนต่ำที่สุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.80$$

จากนั้นสามารถจัดแบ่งเกณฑ์การแปล ค่านิยมสุจริตของเยาวชน อยู่ในระดับ ดังนี้

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย ($\overline{X}$)	การแปลผล
1.00 – 1.80	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด
1.81 – 2.60	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย
2.61 – 3.40	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง
3.41 – 4.20	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก
4.21 – 5.00	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด

สำหรับการแปลค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้เกณฑ์ ดังนี้

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)	ความหมาย
ต่ำกว่า 0.50	สอดคล้องกัน มากที่สุด
0.51 – 0.99	สอดคล้องกัน มาก
1.00 – 1.49	สอดคล้องกัน ปานกลาง
1.50 – 1.99	สอดคล้องกัน น้อย
2.00 - ขึ้นไป	สอดคล้องกัน น้อยที่สุด

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1) นำแบบสอบถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมค่านิยมสุจริตและการต่อต้านการทุจริตของเยาวชนในจังหวัดตรัง ดังกล่าวข้างต้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบ แนะนำเพิ่มเติม ปรับปรุงแก้ไขสำนวน

ภาษาและตัดข้อความที่สื่อความหมายไม่ชัดเจนหรือไม่จำเป็นออกไป เพื่อให้ได้ข้อความที่สื่อความหมายชัดเจนเข้าใจง่ายตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2) นำแบบสอบถามมาปรับแก้

3) นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พิจารณาตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อเป็นการตรวจสอบเนื้อหาความชัดเจนของแบบสอบถาม และให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้ดีขึ้น

3) ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญ

5) นำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบแก้ไขความถูกต้องจากผู้เชี่ยวชาญ มาคำนวณหาค่าของความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบ

ค่าความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามเรื่อง “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าความสอดคล้องแบบ IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป จำนวน ..... ข้อ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคำถามแต่ละข้อมีความตรงเชิงเนื้อหา และสามารถนำแบบทดสอบนี้ไปหาค่าความเชื่อมั่น (Try Out) ได้ และค่าความสอดคล้องทั้ง ..... ข้อ ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.60-1.00

3. การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและเสนอแนะ มาปรับปรุงแก้ไข เพื่อตรวจสอบอีกครั้ง ต่อจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ “ครอนบาค” (Cronbach’s Alpha Coefficient)[4]

ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเกี่ยวกับ “การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง” ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม “มีค่ามากกว่า 0.70-1.00”[5] จากคำถามที่อยู่ในเกณฑ์ จำนวน.....ข้อ ซึ่งบ่งชี้ให้เห็นว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังกล่าวมีค่ามากกว่า 0.70 จึงเป็นเครื่องมือที่มีความเหมาะสม มีคุณภาพและมีความเชื่อถือได้สูง สามารถนำไปใช้วัดระดับการสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ต่อจากนั้นนำแบบสอบถามมา

---

[4]Lee J. Cronbach, **Essential of Psychological Testing,** 3nd ed., (New York: Harper & Row Publishers, 1974), p. 161.

[5]สุจินต์ ธรรมชาติ, **การวิจัยภาคปฏิบัติ**, (กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 2544), หน้า 172.

จัดพิมพ์แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป ผู้วิจัยจึงได้แสดงกระบวนการในการดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังนี้

3.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

1) ขอหนังสืออนุญาตแจกแบบสอบถามและเก็บรวบรวมข้อมูล จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก กลุ่มตัวอย่าง

2) ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามตามที่กำหนดไว้ โดยขอความร่วมมือจากประชาชนทั้ง 19 แห่ง ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของแต่ละกลุ่มตำบล จำนวน 399 ชุด

3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบให้สมบูรณ์ด้วยตนเอง

4) นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องอีกครั้ง

5) จัดหมวดหมู่ของข้อมูล แล้วบันทึกข้อมูลเป็นรหัสไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์

6) ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

7) ประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์

8) การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปจากคอมพิวเตอร์วิเคราะห์ ตามลำดับดังนี้

(1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ อายุ ระดับชั้น และอาชีพของผู้ปกครอง วิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) และค่าความถี่ (Frequency)

(2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

(3) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยการสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง วิเคราะห์โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

(4) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยการสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (simple linear regression) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) (r) โดยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลผล ดังนี้

ช่วงค่าเฉลี่ย	**การแปลความหมาย**
r = 0.50 ถึง 1.00 หรือ r = -0.50 ถึง -1.00	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
r = 0.30 ถึง 0.49 หรือ r = -0.30 ถึง -0.49	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

r = 0.10 ถึง 0.29 หรือ r = -0.10 ถึง -0.29	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
r = 0.00	ไม่มีความสัมพันธ์

3.2.4 การแปลความ การสร้างข้อสรุป และการพิสูจน์ข้อสรุป

1. ข้อมูลที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ในรูปแบบต่างๆ สามารถนำไปอธิบายหรือนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ ผู้วิจัยต้องสามารถเข้าใจความหมายของข้อมูลเหล่านั้นด้วย

2. ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการต่างๆ ก็คือข้อสรุป

3. เมื่อได้ข้อสรุปแล้ว ตรวจสอบข้อสรุปนั้นเพื่อยืนยันความถูกต้องอีกครั้ง

3.3 วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

3.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ได้แก่ 1) ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการบูรณาการหลักพุทธธรรม 2) ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการเมือง 3) ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นบริหารสถานศึกษา รวมทั้งสิ้นจำนวน 19 รูปหรือคน

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เป็นวิธีการที่จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็นและมุมมอง ค่านิยมที่จะนำไปสู่การปฏิบัติ ระบุไปถึงการบอกเล่าประสบการณ์ต่างๆ ที่สะท้อนให้เห็นว่าบุคคลนั้นๆ ได้มีปฏิกิริยาต่อเหตุการณ์หรือสภาวะแวดล้อมอย่างไร และที่สำคัญการสัมภาษณ์จะเป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล[6]

1. การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) ซึ่งเป็นการตั้งคำถามแบบปลายเปิด (Open ended Questions) ทั้งนี้ในการดำเนินการจัดสร้างเครื่องมือ มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1) กำหนดโจทย์การวิจัย (Research Question) เป็นเกณฑ์หลัก

2) กำหนดวัตถุประสงค์หรือผลลัพธ์ที่ต้องการทราบ เพื่อให้สอดคล้องกับโจทย์การวิจัย

3) กำหนดข้อคำถามเชิงโครงสร้าง (Structural Interview Guideline) ซึ่งเป็นการตั้งคำถามแบบปลายเปิด (Open ended Questions) เป็นเกณฑ์

4) นำเสนอแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

---

[6]Creswell, J. W., **Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among five Traditions**, Op. cit., p. 121.

5) นำแบบสัมภาษณ์มาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

6) นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

7) จัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์ แล้วนำไปใช้จริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1) นำแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง แนะนำเพิ่มเติม ปรับปรุงแก้ไขสำนวนภาษา และตัดข้อความที่สื่อความหมายไม่ชัดเจนหรือไม่จำเป็นออกไป เพื่อให้ได้ข้อความที่สื่อความหมายชัดเจนเข้าใจง่ายตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2) นำแบบสัมภาษณ์ตรวจสอบแล้วมาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

3.3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์ (Interview)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การสัมภาษณ์เป็นการสื่อสารที่จะทำความเข้าใจถึง การสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง ซึ่งผู้วิจัย คำตอบที่ได้จะนำมาประมวลผล จัดหมวดหมู่ (Categories) การใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจะสามารถนำมากำหนดเป็นรูปแบบได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

1. สัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาณ์
2. สัมภาษณ์เกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อสร้างสังคมไร้คอร์รัปชั่นขององค์กรปกครองปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอห้วยยอด จังหวัดตรัง

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นกระบวนการเริ่มต้นในการศึกษาเพื่อนำไปสู่ข้อสรุปและการจัดทำรายงานหรือวิทยานิพนธ์ ซึ่ง Creswell อ้างว่า การได้มีการวิเคราะห์ข้อมูลในเวลาเดียวกับการเก็บรวบรวมข้อมูลจะเป็นประโยชน์ในด้านการช่วยให้เห็นภาพหรือโครงสร้างของการศึกษา ดังนั้นเมื่อสัมภาษณ์เสร็จ จึงควรมีการถอดเทปและทำการวิเคราะห์เพื่อให้ข้อมูลสามารถสนับสนุน และอ้างอิงใน

ส่วนต่างๆ ไปพร้อมๆ กัน โดยใช้คำถามการวิจัยเป็นตัวตั้ง ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทั่วๆ ไปต้องมีความเชื่อมโยง และบูรณาการสิ่งที่เกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การตีความและอภิปรายผลที่เป็นเอกภาพ[7]

[7]Creswell, J. W., Plano Clark, V. L., Gutmann, M. L., & Hanson, W. E., **Advanced mixed methods research designs**, (Thousand Oaks, CA: Sage, 2003), p.229.

บรรณานุกรม

1. ภาษาไทย:

ก. ข้อมูลปฐมภูมิ

ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 125/ตอนที่ 21 ก/หน้า 1/24 มกราคม 2551.

ข. ข้อมูลทุติยภูมิ

1) หนังสือ:

กรมศาสนา. **ศีลธรรมและวัฒนธรรมไทย**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา, 2525.

ก่อ สวัสดิ์พานิช. **มองการศึกษา: เส้นทางที่เท่าเทียมของคนไทย**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

กันยา สุวรรณแสง. **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพครั้ง 5. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพอักษรวิทยา, 2554.

ฑิตยา สุวรรณะชฎ**. แนวคิดทฤษฎีสังคม**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2543.

ปรมะ สตะเวทิน. **การสื่อสารมวลชน** : **กระบวนการและทฤษฎี.** กรุงเทพมหานคร : เลิฟ แอนด์ ลิฟ , 2541.

พนัส หันนาคินทร์. **การสอนค่านิยมและจริยธรรม**. กรุงเทพมหานคร : พิฆเนศ, 2537.

พนัส หันนาคินทร์. **ประสบการณ์ในการบริหารงานบุคคล**. กรุงเทพมหานคร : พรานนกการพิมพ์, 2542.

ลักขณา สิริวัฒน์. **จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์, 2549.

ลิขิต ธีรเวคิน. **ปฏิญญาสิทธิเสรีภาพของประชาชนไทย**. กรุงเทพมหานคร : แม็ค, 2550.

วรทัศน์ อินทรัคคัมพร. **การส่งเสริมการเกษตรกับการพัฒนาชนบท**. เชียงใหม่ : ภาควิชาส่งเสริมและเผยแพร่การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

วิภาพร มาพบสุข. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2540.

วุฒิชัย จำนงค์. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : บำรุงสาส์น, 2520.

สมพร สุทัศนีย์. **มนุษย์สัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554.

สวนิต ยมาภัย. การสื่อสารของมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : กรุงเทพมหานครการพิมพ์, 2538.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม. **วิถีวัฒนธรรมกับเยาวชนในยุคโลกาภิวัตน์:ค่านิยมและสภาพแวดล้อมที่พึ่งประสงค์ของสั่งคมไทยในสายตาเยาวชน**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2547.

อดุลย์ วิเชียรเจริญ. **ค่านิยมของสังคมไทย**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2560.

บรรณานุกรม (ต่อ)

2) วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์/รายงานการวิจัย:

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. “บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคม และอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร”. **รายงานการวิจัย**, รายงานนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากศูนย์วิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ฐ, 2556.

ปรียานุช วัฒนกูล และ ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน. “การศึกษารูปแบบการสร้างเครือข่ายเยาวชนเพื่อส่งเสริมค่านิยมสุจริตและการต่อต้านการคอร์รัปชัน จังหวัดมหาสารคาม”. **รายงานการวิจัย.** คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2561.

ภมรรัตน์ ชุมภูประวิโร และคณะ. “การปลูกฝังความสุจริตของเยาวชนในสามจังหวัดชายแดนใต้”. **รายงานการวิจัย**. ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2561.

3) บทความ/วารสาร:

ทิวากร แสร์สุวรรณ. “การใช้สื่อสังคมออนไลนเพื่อสร้างความตระหนักรู้และการมีสวนรวมของประชาชนในการปองกันการทุจริตเชิงนโยบาย”. **วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร**, ปที่ 5 ฉบับที่ 1 (มกราคม – มีนาคม 2565) : 99-112.

ไทยคู่ฟ้า. “12 นโยบายเร่งด่วน”. **วารสารสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี**. (กรกฎาคม - กันยายน 2562): 20-24.

ธัญญารัตน์ แก้วตะพาน. “การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ EACDE MODEL ในสาระศาสนาศีลธรรม จริยธรรม ที่ส่งเสริมคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2”. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี.** ปีที่ 17 ฉบับที่ 3 (มกราคม - มีนาคม 2564): 79-91.

เนตรนภา ประสิงห์. “การดำเนินงานตามโครงการโรงเรียนสีขาว หลักสูตรโตไปไม่โกงของโรงเรียนเครือข่ายที่ 402 สำนักงานเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร”. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา**. ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 (2554): 315-326.

บรรณานุกรม (ต่อ)

4) สื่ออีเล็คทรอนิกส์:

สุวรรณ ไตรมาลัย. “บทบาทของสื่อมวลชนต่อการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชั่น”, การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0)

ต่อตระกูล ยมนาค และ ต่อภัสสร์ ยมนาค. “สื่อสารต้านโกงอย่างไร ถึงได้ผล”. **แนวหน้า**, 6 มีนาคม 2567, [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.naewna.com/politic/columnist/58209?fbclid=IwAR3hfU24r96FVQBgbDea4qP26JBluTaPaWbVetul9crNK-EqoKa7BfDJuVQ_aem_AQOuti-TOgLez73 NxgAv1cVTMQS0Bl8Ab-HMIRH2PlX5S9TlOgQqco0Kb6Ddi1M6EB35-52PsAKEZPB7aMhUW9qm

Caryn Peiffer. Nic Cheeseman, **“Message misunderstood: Why raising awareness of corruption can backfire”**, The U4 Anti-Corruption Resource Centre (U4), [Online]: www.u4.no/r/BR2301 [10 พฤษภาคม 2567].

แสนไชย เค้าภูไทย. **คนรุ่นใหม่ต้องไร้คอร์รัปชัน สำนักงานคณะกรรมการป้องกัน และปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) สนามบินน้ำ.** [ออนไลน์], แหล่งที่มา : https://www.nacc.go.th/categorydetail/20180831184638361/20230720174248 [30 มีนาคม 2567].

2. ภาษาอังกฤษ

Chang Chine. Ching. Saturtion Flow at Signal Controlled Intersections in Bangkok. **Master thesis**. Bangkok: Asian Institute of Technology, 1998.

Dawson. R. & Prewitt. K.. **Political Socialization**. Boston: Little. Brown and Company, 1969.

Eagly A.H. & Chaiken S. “The Psychology of Attitudes”. **Psychology**. Vol.6 No.13. (October 19, 2015): p. 1.

Johnson Doyle Paul. **Sociological Theory**. New York: John Wiley and Sons, 1981.

Kohlberg. D**evelopment of Moral Character and Moral Ideology Review of Child Development Research**. New York: Russell- Soge Foundation, 1971.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Martin Harrop and William L. Miller. **Elections and Voters: a Comparative. Introductive**. London: Macmillan Education, 1987.

Miller M. A.. “ Culture. Spirituality and Woman's health”. **Journal of Obstetric Gynecologic and Neonatal Nursing**. No.24 1995: 257 - 263.

Phenix. **Social values**. New Jersey: Prentice-Hall. 1996.

Raths and others. **Values and teaching: Working with values in the classroom**. Columbus. OH: Charles Merrill. 1966.

Rokeach. **Belief Attitude and Values: A Theory of Organization and Change**. Sanfancisco: Jossey Press Inc. 1973.

Rokeach. M.. **The Nature of Human Values & Value Systems**. New York: Free. 1973.

Rokeach. M.. **Understanding Human Values Individual and Society**. New York: The Free Press. 1979.