

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการศึกษาประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ (SMS, E-Filing, วารสารสำนักงานฯ) การนำข้อมูลข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ไปใช้ประโยชน์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2
2. สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (E-Office)
3. สื่อประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2
 - 3.1 SMS (Short Message Service)
 - 3.2 E-Filing และ E-Office
 - 3.3 วารสารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2
4. ทฤษฎีในการสื่อสาร
 - 4.1 ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์
 - 4.2 ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของชเรมม
 - 4.3 ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของแซนดอนและวีเวอร์
5. พัฒนาการในวัยผู้ใหญ่
 - 5.1 วัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยฉกรรจ์ (Early Adulthood) อายุ 18-35 ปี
 - 5.2 วัยผู้ใหญ่ตอนกลางหรือวัยกลางคน (Middle Adulthood) อายุ 35-60 ปี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 6.1 งานวิจัยภายในประเทศ
 - 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

การประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2

งานประชาสัมพันธ์ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการประสานงานและให้บริการและดำเนินงานตามบทบาทภารกิจ อำนาจหน้าที่ได้อย่างเรียบร้อย มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลบนพื้นฐานของความถูกต้องและโปร่งใส ตลอดจนสนับสนุนและให้บริการข้อมูลข่าวสาร เอกสาร สื่อ อุปกรณ์ทางการศึกษาและทรัพยากรที่ใช้ในการจัดการศึกษา แก่สถานศึกษา เพื่อให้สถานศึกษามีบริหารจัดการได้อย่างสะดวก คล่องตัว มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ

และประสิทธิผลและเพื่อให้งานบริการและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและผลงานเกี่ยวกับการจัดการศึกษาของเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษาในสังกัดต่อสาธารณชน ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ การดำเนินงาน เกิดความเลื่อมใสและศรัทธา และให้การสนับสนุนการศึกษา

จากหน้าที่ความรับผิดชอบดังกล่าว ผนวกกับสถานการณ์โลกในยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 จึงมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์นโยบาย ภารกิจให้ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษา ประชาชนทั่วไปได้รับทราบโดยงานประชาสัมพันธ์เป็นงานสื่อสารที่มีสำคัญช่วยส่งเสริมลักษณะความเป็นผู้นำขององค์กรและบุคคล ทั้งยังช่วยสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือทั้งจากบุคคลภายในและจากประชาชนภายนอกด้วย โดยวัตถุประสงค์ทั่วไปของงานประชาสัมพันธ์มีดังนี้

1. เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในหมู่ประชาชน
2. เพื่อปกป้อง และรักษาชื่อเสียงสถาบันมิให้เสื่อมเสีย
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ภายใน

สำหรับเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ที่ช่วยในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ โดยการสร้างภาพลักษณ์ของหน่วยงานให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ คือ SMS, E-filing และวารสารสำนักงานฯ และได้นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาดำเนินงาน ดังนี้

สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (E-Office)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 เป็นหน่วยงานที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งรับผิดชอบดูแลการจัดการศึกษาระดับก่อนประถมศึกษา ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ประกอบด้วยสถานศึกษาในสังกัด จำนวน 137 โรงเรียน ตั้งอยู่ในอำเภอพนัสนิคม อำเภอพานทอง อำเภอบ่อทอง และอำเภอเกาะจันทร์ การดำเนินงานในสำนักงานได้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการจัดพิมพ์เอกสาร การประมวลผลข้อมูลต่าง ๆ การรับส่งข้อมูลข่าวสาร ทำให้การปฏิบัติงานเกิดความสะดวกรวดเร็ว สำหรับสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ (E-Office) หรือสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation: OA) มีความหมายคล้ายกัน พอจะสรุปได้ว่า สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์ หรือสำนักงานอัตโนมัติ หมายถึง การจัดการระบบงานภายในสำนักงานโดยนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาให้เข้ากับระบบงานภายในสำนักงานโดยนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาให้เข้ากับระบบงานเดิมเพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว และความคล่องตัวในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพของสำนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการผลิตเอกสาร การจัดเก็บเอกสาร การรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งอาศัยคอมพิวเตอร์เป็นหลัก สำนักงาน

อิเล็กทรอนิกส์ (E-Office) หรือสำนักงานอัตโนมัติ (Office Automation: OA) เป็นสำนักงานที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีระบบเครือข่ายในการจัดการเอกสาร การติดต่อสื่อสาร การตรวจสอบข้อมูล ระบบรักษาความปลอดภัย รวมถึงการอนุญาตให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานจากระยะไกลหรือในตำแหน่งใด ๆ ในสำนักงานได้ (ฉวีวรรณ กิ่งสันเทียะ, 2547)

สื่อประชาสัมพันธ์ที่สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2

SMS (Short Message Service)

ปัจจุบันการใช้ระบบ SMS เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากการส่งข้อความที่เป็นตัวอักษร ไม่จำเป็นต้องโทรศัพท์ที่ทำให้เกิดการเสียเวลา และค่าใช้จ่าย ซึ่ง SMS เป็นเทคโนโลยีหนึ่งที่ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถทำได้ง่ายและสะดวก รวดเร็ว สามารถนำมาประยุกต์ใช้สำหรับธุรกิจที่ต้องการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าภายในเวลาอันรวดเร็ว

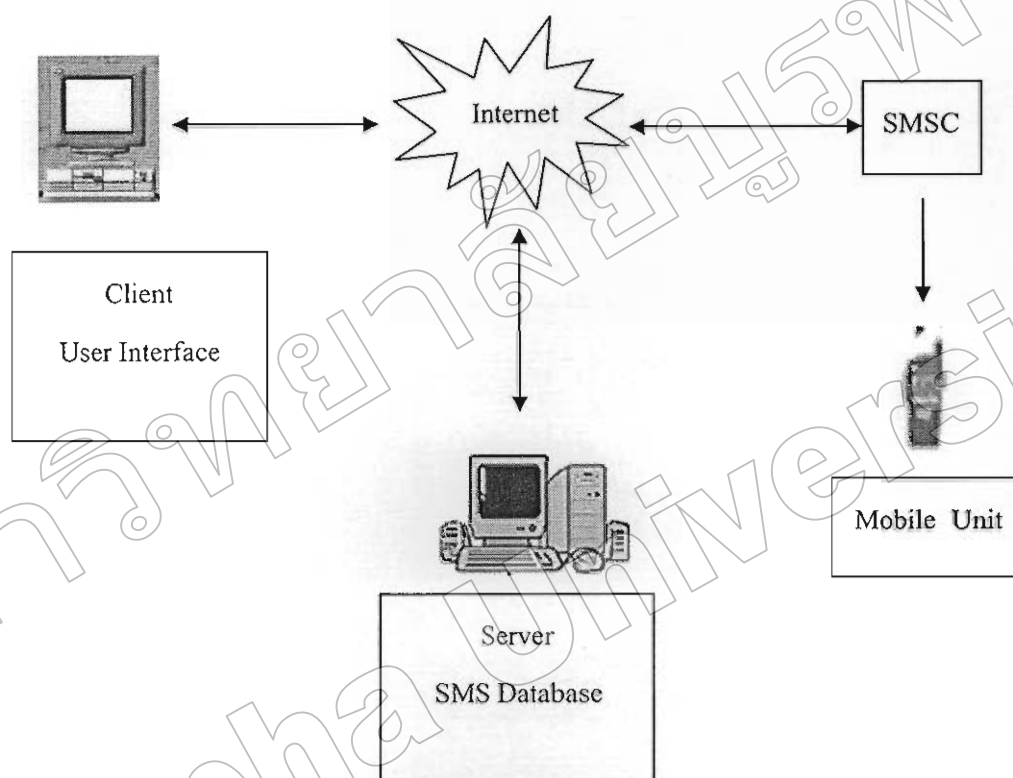
พอล มนัสถาวร (2544) ได้กล่าวเกี่ยวกับ SMS ไว้ดังนี้

SMS คือ การรับส่งข้อความที่เป็นตัวอักษรหรือ Text ที่มีความจุของข้อมูลสูงถึง 160 ตัวอักษร ที่เป็นภาษาอังกฤษต่อหนึ่งข้อความ สำหรับภาษาไทยสามารถส่งได้สูงสุดถึง 170 ตัวอักษร

SMS เป็นเทคโนโลยีที่มากับระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ GSM หรือ Global System for Mobile Communication ซึ่งเมื่อปี ค.ศ. 1980 ระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังเป็นระบบ Analog ซึ่งมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในแถบยุโรป จนกระทั่งต่างคนต่างก็คิดค้นพัฒนาระบบของตนเอง จนไม่สามารถใช้ร่วมกันได้ เนื่องจากไม่มีมาตรฐานที่ตรงกัน ดังนั้นในช่วงปี ค.ศ. 1990 ทางยุโรปตัดสินใจสร้างระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เป็นมาตรฐานขึ้นเรียกว่า GSM ซึ่งเป็นระบบดิจิทัลที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในยุโรปและแถบเอเชียรวมทั้งประเทศไทย

การทำงานของระบบ SMS จะอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถส่งข้อความโดยตรงจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ถึงโทรศัพท์เคลื่อนที่อีกเครื่องหนึ่งได้หรือสามารถส่งผ่านจากเว็บไซด์ไปเข้าโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยที่ SMS Protocol ที่ใช้ในการส่งข้อความนั้นมีความสามารถสูงกว่าการส่งข้อความผ่านทางเพจเจอร์ เพราะมีความสามารถในการเก็บข้อความ และส่งต่อ (Forward) ได้หากผู้รับบังเอิญไม่ได้อยู่ในพื้นที่ ๆ สามารถรับข้อความได้ หรือหากโทรศัพท์ปิดเครื่องอยู่ ระบบ SMS จะทำการส่งข้อความกลับมาให้ทันทีที่ผู้รับกลับเข้ามาสู่ระบบเครือข่ายหรือเปิดเครื่องอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ SMS ยังสามารถที่จะทำการแจ้งเรื่องการได้รับข้อความหรือ Notify ว่าข้อความที่ส่งไปนั้นได้รับหรือไม่

การส่ง SMS ผ่านทางอินเทอร์เน็ตสามารถทำได้โดยการใช้ระบบ Front-End สำหรับให้ใส่ข้อความ ความรู้ได้ไม่เกิน 160 ตัวอักษร ที่เป็นภาษาอังกฤษ และหมายเลขโทรศัพท์เคลื่อนที่ปลายทาง โดยข้อมูลนั้น ๆ จะถูกส่งผ่านทาง TCP/IP หรือทางอินเทอร์เน็ตไปยัง SMSC จึงส่งข้อมูลนั้นไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ปลายทาง



ภาพที่ 2 การส่ง SMS ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (พอล มนต์ถาวร, 2544)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 ได้พิจารณาถึงความสำคัญของการนำระบบ SMS มาใช้ในการบริหารจัดการศึกษาจึงได้จัดทำโครงการพัฒนาระบบสารสนเทศและประชาสัมพันธ์ SMS “Short Message Service” โดยผ่านระบบ AIS (Advanced info Service) ในแผนงานการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน กลยุทธ์การกระจายอำนาจไปสู่เขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสะดวก รวดเร็วในการส่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญเร่งด่วน ให้โรงเรียนในสังกัด ข้าราชการในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 โดยมีเป้าหมายในการส่งข้อความ SMS ให้โรงเรียนในสังกัด จำนวน 137 โรงเรียน ข้าราชการในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 จำนวน 74 คน ให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และเพื่อเป็น

การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้กับบุคลากร ชุมชน และทุกส่วนของสังคมได้รับข่าวสารความเคลื่อนไหว การจัดการศึกษาและการดำเนินงานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 ซึ่งจากการดำเนินงานที่ผ่านมาประสบปัญหา ดังนี้

1. ระบบโทรศัพท์ของผู้รับและผู้ส่งไม่อยู่ในเครือข่ายสัญญาณเดียวกัน
2. มีการเปลี่ยนแปลงเบอร์โทรศัพท์บ่อยและไม่แจ้งให้ผู้ส่ง SMS ทราบ
3. ไม่เปิดรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ผู้รับเปิดดูข้อความไม่เป็น หรือไม่เปิดอ่านทันที
4. ผู้รับได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วน

E-Filing และ E-Office

การวางโครงสร้างพื้นฐานทางด้านไอทีขององค์กรส่วนใหญ่เริ่มจากการสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและส่วนใหญ่องค์กรเครือข่ายใช้งานกันมานานแล้ว จนในปัจจุบันทุกหน่วยงานของภายในองค์กรสามารถเข้าถึงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ต และเชื่อมโยงออกสู่ภายนอกก็กระทำโดยการผ่านทางอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้งานด้านต่าง ๆ เมื่อฐานการเข้าถึงเครือข่ายทำได้อย่างทั่วถึง การสร้างคุณค่าเพิ่มและหาประโยชน์จากเครือข่ายจึงทำได้อีกมากมาย สำนักงานอัตโนมัติเป็นงานสำคัญงานหนึ่งที่เป็นเป้าหมายที่ต้องเกิดขึ้นภายในเครือข่าย เพื่อลดการใช้กระดาษและเอกสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และหันมาใช้กระดาษอิเล็กทรอนิกส์แทน โครงการพัฒนาระบบสำนักงานอัตโนมัติภายในองค์กรหรือ E-Office จึงเป็นโครงการที่น่าสนใจ ที่หลายหน่วยงานต้องการให้มีขึ้น (เย็น ภู่วรรณ, 2546) ซึ่งสอดคล้องกับ จวีวรรณ คีนันเทียะ (2547) ที่กล่าวถึงการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดพิมพ์เอกสาร การบันทึกข้อมูลลงแผ่นดิสต์ การประมวลผลข้อมูลต่าง ๆ และได้สรุปความหมายของสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์หรือสำนักงานอัตโนมัติ หมายถึง การจัดการระบบงานภายในสำนักงานโดยนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาพัฒนาให้เข้ากับระบบงานเดิมเพื่อความสะดวก รวดเร็ว และความคล่องตัวในการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพของสำนักงาน ไม่ว่าจะเป็นการผลิตเอกสาร การจัดเก็บเอกสาร การรับส่งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งอาศัยคอมพิวเตอร์เป็นหลัก โดยมีลักษณะการทำงานได้ตอบผ่านทางจอคอมพิวเตอร์

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2 ได้ศึกษาคู่มือการทำงาน โปรแกรม E-Filing และ E-Office ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 2 ซึ่งเป็นสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานำร่องการบริหารจัดการเอกสารด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Filing) ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สรุปสาระสำคัญดังนี้ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสระแก้ว เขต 2, ม.ป.ป.)

ระบบการจัดเก็บเอกสาร และหนังสือราชการผ่านระบบเครือข่าย E-Filing ตั้งขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดปัญหาความผิดพลาดก่อกวนหรือเอกสารสูญหาย เมื่อทำการรับข้อมูลหนังสือราชการ และหนังสือเวียนระหว่างสำนักงาน และนำไปปฏิบัติได้ โดยไม่ล่าช้าจากระบบงานเอกสาร E-Filing เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการจัดเก็บเอกสารและ ค้นหาเอกสาร จึงออกแบบมาเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการจัดเก็บเอกสารสำนักงานได้มากกว่า ร้อยรายงาน การจัดเก็บเอกสารของระบบ E-Filing โดยผ่านเครื่องสแกนเนอร์และจัดเก็บผ่าน Server เอกสารทุกฉบับที่ทำการจัดเก็บจะไม่สามารถเพิ่มหรือแก้ไขข้อความได้ โดยระบบ จะตรวจสอบรหัสผ่านสำหรับระบบรับข้อมูลและหนังสือราชการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (E-Office) จัดตั้งขึ้นเพื่อเปิดให้บริการ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดปัญหา ความผิดพลาดก่อกวน เอกสารสูญหาย และลดระยะเวลาในการเดินทางระหว่างสำนักงานกับ โรงเรียนในสังกัด และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรับส่งงานให้มีความทันสมัย ทันเวลาเนื้อหา เทียงตรงและนำไปปฏิบัติได้โดยไม่เกิดความล่าช้าจากระบบงานเอกสาร E-Office ออกแบบ ให้รองรับสำนักงานได้มากถึง 1,000 สำนักงาน ทั้งสำนักงานในรูปแบบผู้ควบคุมเขตพื้นที่ และสำนักงานลูกข่าย การรับส่งเอกสาร ข้อมูลของระบบ ซึ่ง E-Office ให้บริการผ่านเว็บไซต์ ออนไลน์ ที่มีคำอธิบายและตัวโปรแกรมเป็นภาษาไทย โดยมีการตรวจสอบรหัสผ่าน (Password Security) เพื่อป้องกันการเรียกดูจากผู้ไม่มีสิทธิ์เข้าไปเรียกดูเอกสารจากเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยมีหลักการดังนี้

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดต่อสื่อสาร สะดวก รวดเร็ว ทันเวลา ลดค่าใช้จ่าย
2. การปฏิบัติงานในหน่วยงานมีคุณภาพ
3. ปรับปรุงระบบการจัดเก็บเอกสาร การพิมพ์ และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ข้อมูล ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

4. เกิดจากระบบที่มีความล่าช้า
5. คอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพต่ำ
6. เมื่อระบบอินเทอร์เน็ตเสียหายทำให้เปิดดูข้อมูลไม่ได้

วารสารสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรี เขต 2

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายคำว่า “วารสาร” หมายถึง “หนังสือที่ออกเป็นคราว ๆ” (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2546)

สารานุกรมชุดอเมริกัน (The Encyclopedia Americana V21, 1979, p. 591 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2546) ให้ความหมายไว้ว่า วารสาร (Serial) เป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกเป็น ชุดต่อเนื่อง มีกำหนดระยะเวลาออกอย่างสม่ำเสมอ ตั้งแต่สัปดาห์ละ 2 ฉบับ ไปจนถึงปีละฉบับ

โดยไม่นับรวมถึงหนังสือพิมพ์ วารสารกับหนังสือพิมพ์มีความแตกต่างกันทั้งในด้านรูปเล่ม และการเสนอเนื้อเรื่อง กล่าวคือ วารสารมีปกและเข้าเล่ม ขนาดเล็กกว่าหนังสือพิมพ์ ไม่มีการ พาดหัวข่าว วารสารวิชาการ จะมีขอลการผลิตและจำหน่ายต่ำ มีผู้อ่านอยู่ในวงจำกัดเฉพาะ สาขาวิชาใดวิชาหนึ่งเท่านั้น ส่วนวารสารทั่วไป ไม่จำกัดสาขาวิชา มักจะมีขอลการผลิต และจำหน่ายสูง มีผู้อ่านเป็นจำนวนมาก

วิทยานุกรมบรรณารักษศาสตร์ อธิบายไว้ว่า คือ สิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่ง มีกำหนด การพิมพ์ที่แน่นอน หรือค่อนข้างแน่นอน วารสารชื่อหนึ่งจะมีลักษณะรูปเล่มภายนอกเหมือนกัน ทุกฉบับ ช่วยให้ผู้อ่านสังเกตหรือจำวารสารนั้นได้ มีเลขกำกับฉบับ ระบุให้ทราบวันเดือนปีที่ออก และทราบลำดับของแต่ละฉบับในชุด ไม่กำหนดล่วงหน้าว่าจะเลิกกิจการเมื่อใด ประกอบด้วย บทความหลายหลากบทความในแต่ละฉบับ ผู้จัดทำวารสารอาจเป็นเอกชน หน่วยงาน สถาบัน องค์กร หรือสมาคม ปกติจะต้องระบุดูวัตถุประสงค์ในการออกวารสารนั้นด้วย (มหาวิทยาลัย ราชภัฏอุดรธานี, 2546)

นวลจันทร์ รัตนกร (2531, หน้า 106) ให้ความหมายของวารสารไว้ว่า วารสาร เป็นสิ่งพิมพ์เผยแพร่ โดยมีชื่อของสิ่งพิมพ์เป็นชื่อเรียกที่แน่นอน แจกกำหนดเวลาพิมพ์ไว้ชัดเจน เป็นต้นว่า รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน และอื่น ๆ เป็นสิ่งพิมพ์ที่เสนอเรื่องต่าง ๆ อยู่ใน ฉบับเดียวกัน เรื่องจะจบในฉบับ หรือต่อเนื่องกันจบในหลายฉบับก็ได้ อาจเป็นเรื่องในแขนงวิชา เดียวกันหรือไม่ก็ได้ เขียนโดยนักเรียนหรือนักวิชาการหลายคน รูปเล่มของวารสารชื่อหนึ่ง ๆ มักจะเป็นแบบเดียวกัน มีหลายเลขฉบับต่อเนื่องกันและออกต่อเนื่องกันไปโดยไม่กำหนด ระยะเวลาสิ้นสุด (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2546)

นริส ประทุมสุวรรณ (2549) วารสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม เช่น วารสารต่าง ๆ หรือวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งองค์กรสถาบันจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ ข่าวดารเรื่องราวแก่ประชาชน โดยมีกำหนดระยะเวลาออกที่แน่นอนและต่อเนื่องกันไป และการที่มี ระยะเวลาออกแน่นอนและต่อเนื่องกันนี้เอง จะมีผลทางด้านการช่วยย้าเตือนความทรงจำและสร้าง ความประทับใจแก่กลุ่มประชาชนเป้าหมายได้โดยง่าย นอกจากนี้ ในเล่มของวารสารยังสามารถ สอดใส่เนื้อหาเรื่องราวต่าง ๆ ได้มากมายหลายประเภทตามความประสงค์ขององค์กรสถาบัน อาจมีข้อเขียนบทความเพื่อการประชาสัมพันธ์ในเรื่องราวต่าง ๆ ที่น่าสนใจหรืออื่น ๆ ร่วมอยู่ด้วย เป็นต้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2546)

วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ขององค์กรสถาบัน เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์ ที่สำคัญประการหนึ่งขององค์กร องค์กรอาจใช้วารสารนี้เป็นสื่อในการสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายต่าง ๆ เช่น พนักงานขององค์กร ผู้บริโภค ผู้ถือหุ้น ลูกค้า ข้าราชการของหน่วยงานราชการต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนทั่วไป

วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ อาจแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน

หมายถึง วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่องค์กรสถาบันจัดทำขึ้นเพื่อสื่อสารหรือสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนภายในองค์กรสถาบัน อันได้แก่ พนักงานเจ้าหน้าที่ เช่น ถ้าเป็นบริษัทหรือองค์การธุรกิจภาคเอกชน ก็จัดทำขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับพนักงานลูกจ้างของบริษัท บุคลากรฝ่ายต่าง ๆ เช่น พนักงานคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมของบริษัท ถ้าหากเป็นหน่วยงานรัฐบาลหรือราชการ ก็จัดทำขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มข้าราชการ เจ้าหน้าที่ภายในกระทรวงทบวงกรมนั้น ๆ

วัตถุประสงค์ที่สำคัญของวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน คือ เพื่อเป็นสื่อในการชี้แจงข่าวคราวความเคลื่อนไหว นโยบาย การปฏิบัติงาน กิจกรรม ผลงาน ขององค์การสถาบัน สร้างความสัมพันธ์ที่ดี ขจัดและแก้ไขความเข้าใจผิด รวมทั้งการเสริมสร้างขวัญและความจงรักภักดี ต่อองค์การสถาบัน ตลอดจนความนิยมเลื่อมใสที่เจ้าหน้าที่พนักงานจะมีต่อองค์การสถาบัน

เนื้อหาสาระที่สำคัญของวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายใน ได้แก่ ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว สภาพความเป็นไป การดำเนินงาน ความก้าวหน้า คำชี้แจง แนะนำ ระเบียบวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ขององค์การสถาบัน ข่าวสังคม ข่าวพบปะสังสรรค์ ข่าวกีฬาภายในสถาบัน ข่าวการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง แต่งตั้ง โยกย้าย ของเจ้าหน้าที่พนักงานภายใน รวมทั้งผลประโยชน์ และสิทธิต่าง ๆ ของเจ้าหน้าที่พนักงานภายในองค์กร เป็นต้น

2. วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก

หมายถึง วารสารที่องค์กรสถาบันจัดทำขึ้นเพื่อกระจายข่าวสาร และสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนภายนอก อันได้แก่ ประชาชนทั่วไป หากเป็นวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกของบริษัทธุรกิจ ก็มุ่งสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนภายนอกบริษัท เช่น กลุ่มผู้นำความคิดเห็น ลูกค้า ผู้ถือหุ้น ตัวแทนจำหน่าย ผู้ขายปลีก และประชาชนทั่วไป

วัตถุประสงค์ของวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอก คือ ใช้เป็นสื่อเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีและภาพลักษณ์ที่ดีแก่กลุ่มประชาชนภายนอกและประชาชนทั่วไป ในขณะเดียวกันก็ให้ความรู้หรือสารประโยชน์แก่ประชาชนไปในตัวด้วย รวมทั้งการเผยแพร่ให้ทราบถึงนโยบาย และการดำเนินงานขององค์กร การบริการสาธารณะและความมีส่วนร่วมรับผิดชอบ ต่อสังคม ตลอดจนเพื่อการป้องกันและแก้ไขความเข้าใจผิดต่าง ๆ วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกนี้ องค์กรสถาบันอาจส่งผ่านไปยังกลุ่มผู้นำความคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มผู้นำความคิดเห็นเกิดความเข้าใจที่ดีและนำไปเผยแพร่แก่ประชาชนทั่วไปอีกต่อหนึ่ง สำหรับเนื้อหาและรูปแบบของวารสารประเภทนี้ หากองค์กรสถาบันมีงบประมาณเพียงพอก็ควรจัดพิมพ์ในรูปแบบที่สวยงาม

ชวนอ่าน เป็นการแสดงถึงเอกลักษณ์และความน่าเลื่อมใสของสถาบัน เนื้อหาสาระอาจเป็นเรื่องราวต่าง ๆ ที่เป็นความรู้ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์แก่ประชาชนทั่วไป

3. วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก

วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอก หมายถึง วารสารที่องค์กรสถาบันจัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเผยแพร่และสร้างความสัมพันธ์ทั้งประชาชนภายในและภายนอก โดยจัดพิมพ์รวม (Combination) หรือผสมผสานอยู่ในเล่มเดียวกัน ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะนโยบายขององค์กรที่จะจัดทำเช่นนั้น หรืออาจเป็นเพราะมีงบประมาณจำกัด ปัจจุบันมีองค์กรสถาบันหลายแห่งนิยมจัดทำวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์แบบนี้ เพราะสะดวก รวดเร็วและประหยัด สามารถใช้ประชาสัมพันธ์ได้ทั้งกลุ่มประชาชนภายใน และประชาชนภายนอกทั่วไป

ข้อได้เปรียบของวารสาร

1. สามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนเป้าหมายได้ตามความประสงค์ที่เจาะจงหรือต้องการ
2. สร้างความสนใจและดึงดูดความสนใจได้ดีพอสมควร
3. มีผลทางด้านช่วยย้าเตือนความทรงจำและประทับใจ เพราะออกติดต่อกันเป็นประจำ

และต่อเนื่องโดยสม่ำเสมอ

4. มีเนื้อที่เพียงพอที่จะสื่อสารหรือชี้แจงรายละเอียดต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์
5. มีความสูญเสียในการเผยแพร่มีน้อยมาก เพราะผู้รับได้การเลือกสรรมาอย่างดีแล้ว

จึงเจาะจงส่งไป

6. มีความยืดหยุ่นสูง เพราะอาจเปลี่ยนแปลงเนื้อหา รูปเล่มให้เป็นไปตามความต้องการและงบประมาณขององค์กรสถาบันได้โดยง่าย

7. เสียค่าใช้จ่ายในการจัดส่งที่ไม่แพงมากเกินไปนัก

ข้อเสียเปรียบของวารสาร

1. มีแนวโน้มที่จะถูกละเลยได้ง่าย หมายถึง วารสารอาจถูกละเลยไปเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ ซึ่งมักจะถูกละเลยเมื่อประสบความยุ่งยากทางด้านงบประมาณ หรือเมื่อประสบกับปัญหาเศรษฐกิจ
2. หากองค์กรไม่มีงบประมาณเพียงพอ และขาดผู้ช่วยเหลือหรือจัดทำแล้วก็ไม่สามารถออกวารสารได้
3. ผู้จัดทำมักไม่มีเวลาเพียงพอ เพราะต้องมียานภาระอื่น ๆ ภายในองค์กรอีกมากมาย
4. หากวารสารที่ออกนั้นไม่สามารถตอบสนองนโยบายขององค์กร หรือตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มประชาชนเป้าหมายแล้ว ก็นับว่าไร้ประโยชน์และสูญเปล่า

5. หากวารสารที่ออกนั้นมีวัตถุประสงค์ที่ไม่แน่ชัด หรือขาดความรู้ที่น่าสนใจและสารประโยชน์โดยแท้จริงแล้ว วารสารนั้นก็อาจไม่ได้รับความสนใจจากผู้รับ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลบุรี เขต 2 ได้จัดทำวารสารสำนักงานฯ เผยแพร่เป็นประจำทุก 2 เดือน ปีละ 6 ฉบับ โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ข่าวสารความเคลื่อนไหวของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลบุรี เขต 2
2. เพื่อเผยแพร่เกียรติคุณ ผลงานนักเรียน ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลบุรี เขต 2
3. เพื่อเป็นสื่อสัมพันธ์อันดีระหว่างสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาลบุรี เขต 2 กับสถานศึกษา ชุมชน และผู้เกี่ยวข้อง

ในการจัดทำวารสารสำนักงานฯ ได้แต่งตั้งคณะทำงานซึ่งประกอบด้วย ผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษาลบุรี เขต 2 เป็นที่ปรึกษารองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เป็นบรรณาธิการ หัวหน้ากลุ่มอำนวยการและเจ้าหน้าที่ในงานประชาสัมพันธ์เป็นผู้ช่วยบรรณาธิการ รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ผู้อำนวยการสถานศึกษา หัวหน้ากลุ่มทุกกลุ่ม นิติกร เจ้าหน้าที่การเงินเป็นกองบรรณาธิการ และได้ร่วมกันพิจารณาในการกำหนดหัวข้อในวารสารฯ เพื่อให้มีเนื้อหาสาระครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

- เนื่องจากปก
- บรรณาธิการแถลง
- ผอ.พบเพื่อนครู
- เปิดโลกการศึกษา
- ทนายครู
- นวัตกรรมและเทคโนโลยี
- เวทีเด็ก
- สังคมครู
- ตามรอยกวี
- เปิดอู่อารยธรรม
- สารพันปัญหา
- สารน่ารู้
- แนะนำโรงเรียน

ซึ่งปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ

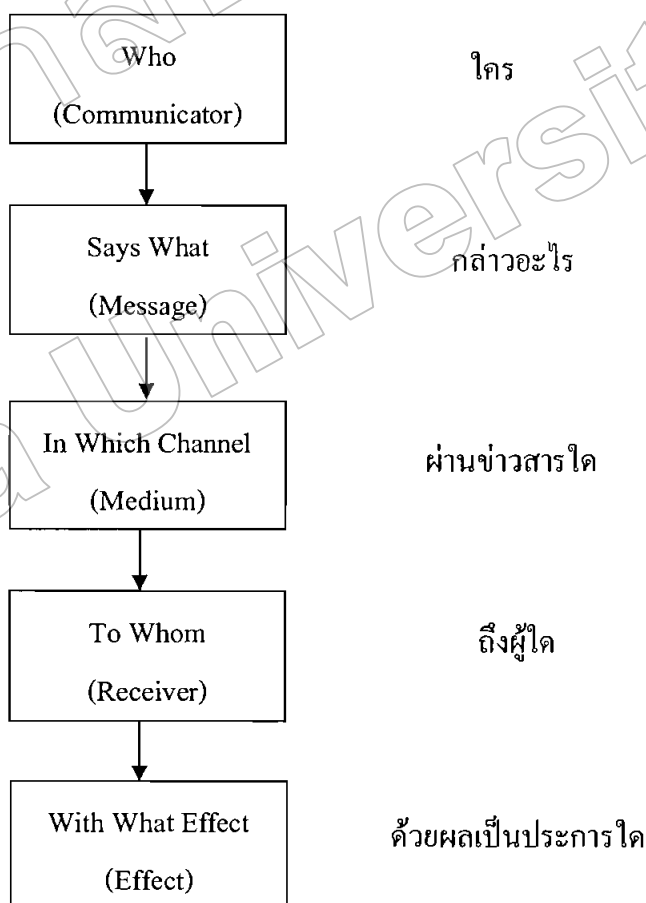
1. การส่งต้นฉบับช้า
2. คอมพิวเตอร์มีประสิทธิภาพต่ำ

ทฤษฎีในการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ต้องประยุกต์นำศาสตร์ต่าง ๆ มาสร้างทฤษฎี บริบทที่แทรกอยู่ใน ทฤษฎีการสื่อสารมากที่สุดคือบริบททางด้านจิตวิทยา เพราะว่าทฤษฎีจิตวิทยาเกี่ยวข้องกับทฤษฎี การสื่อสารแทบทุกทฤษฎี ซึ่งทฤษฎีเหล่านั้นได้แก่ (มัลลิกา คณานุรักษ์, 2547)

ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์

ลาสเวลล์ (Lasswell, 1948 อ้างถึงใน มัลลิกา คณานุรักษ์, 2547) นักรัฐศาสตร์ ประกาศ ในปี ค.ศ. 1948 เป็นความคิดที่อธิบายทฤษฎีทางการสื่อสารเป็นทฤษฎีแรก อธิบายกระบวนการ สื่อสารเชิงพฤติกรรมได้ (The Behavioral School of Thought) ดังภาพ



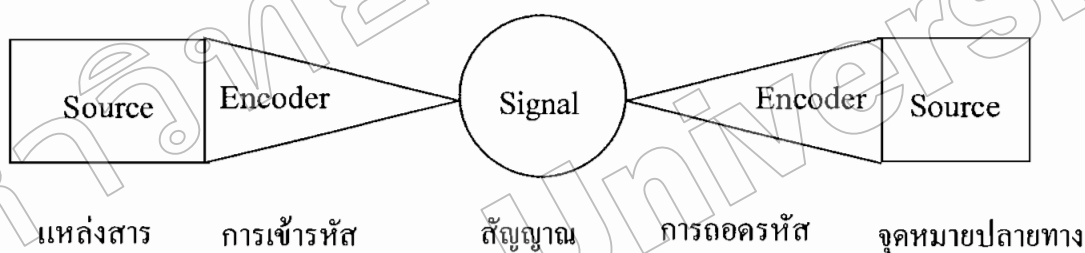
ภาพที่ 3 กระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม (Lasswell, 1948 อ้างถึงใน มัลลิกา คณานุรักษ์, 2547)

แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลต์เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสารชนิดของสื่อ และผลที่เกิดจากการกระทำการสื่อสารนั่นเอง ข้อสำคัญของทฤษฎีนี้ขาดปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งในกระบวนการสื่อสารนั่นคือ ผลสะท้อนกลับหรือปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback)

ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของชเรมม

ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของชเรมม (Schramm, 1954 อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, 2548) เป็นแบบจำลองการสื่อสารที่ชเรมม ได้นำแนวความคิดของออสกู๊ด (Osgood) มาเพิ่มเติม โดยชเรมมได้สรุปแบบจำลองการสื่อสารไว้เป็น 3 ลักษณะด้วยกัน โดยเริ่มในปี ค.ศ. 1954 จากการที่ออสกู๊ด (Osgood) ได้พูดถึงกระบวนการสื่อสารในทางเทคนิคหรือกลไกการทำงานของเครื่องจักร แต่นำมาใช้ปรับกับการกระทำการสื่อสารของมนุษย์ ดังนี้

แบบที่ 1



ภาพที่ 4 แบบจำลองการสื่อสารของชเรมม แบบที่ 1 (Schramm, 1954 อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, 2548)

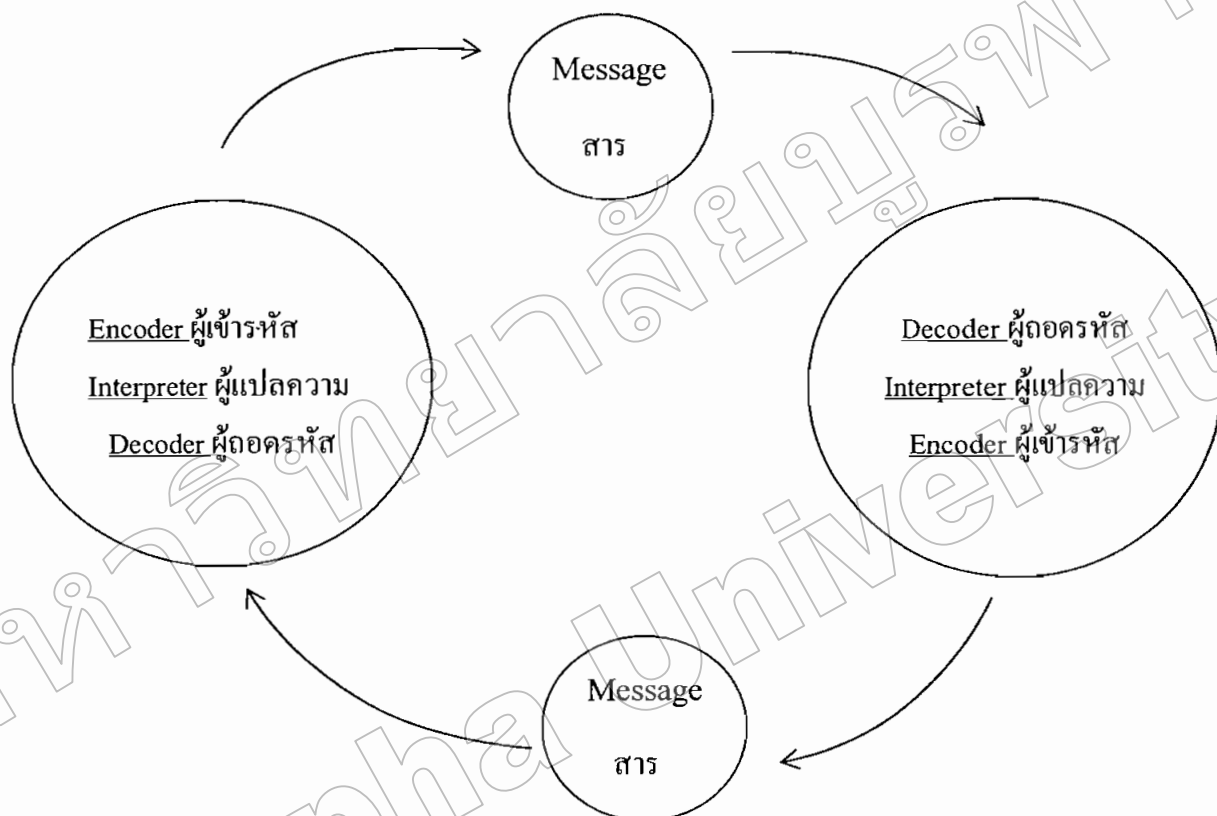
แหล่งสารทำการเข้ารหัสสารส่งเป็นสัญญาณไปยังจุดหมายปลายทาง ซึ่งจะทำการถอดรหัสจากสารที่ได้รับมา

แบบที่ 2 เน้นเกี่ยวกับประสบการณ์ร่วม (Field of Experience)

แบบจำลองการสื่อสารของชเรมม ในแบบที่ 2 นี้เน้นความสำคัญในเรื่องประสบการณ์ของแต่ละบุคคลทั้งในส่วนของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งต่างฝ่ายต่างมีประสบการณ์ในเรื่องภาษา วัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคิดของตนเอง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการเลือกส่งเลือกรับและเลือกตีความหมาย ตลอดจนการทำความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวสารในการสื่อสาร สนามแห่งประสบการณ์นี้จะมีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของการสื่อสาร กล่าวคือหากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ในเรื่องที่กำลังทำการสื่อสารร่วมกัน (Common Field of Experience) การสื่อความหมายก็จะประสบผลสำเร็จได้ง่ายขึ้น ความเข้าใจตรงกันก็จะเกิดขึ้นได้มาก ในทางตรงกันข้าม

หากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีประสบการณ์ในเรื่องที่กำลังทำการสื่อสารต่างกันการสื่อความหมาย
ก็จะเป็นไปยาก โอกาสในการเกิดความเข้าใจผิดพลาด (Misunderstanding) ก็จะมีมากขึ้นด้วย

แบบที่ 3 เป็นแบบจำลองแสดงความเกี่ยวข้องกันหรือการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่าง
ผู้ส่งสารและผู้รับสาร



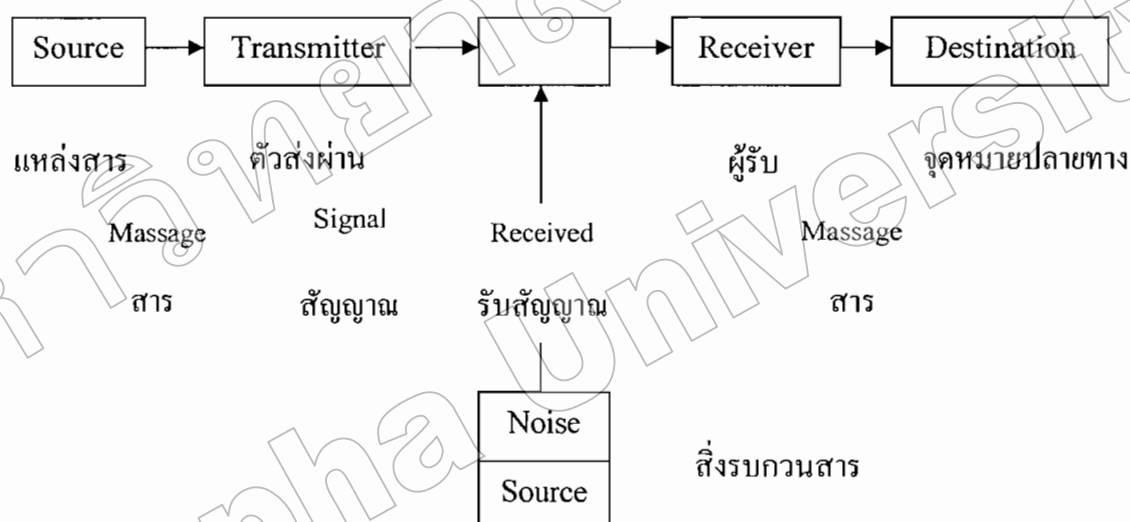
ภาพที่ 5 แบบจำลองการสื่อสารของชแรมม์ แบบที่ 3 (Schramm, 1954 อ้างถึงใน กิตติมา
สุรสนธิ, 2548)

เป็นแบบจำลองการสื่อสารที่มองภาพการสื่อสารในรายละเอียดของการมีปฏิสัมพันธ์กัน
(Interaction) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมากยิ่งขึ้น กล่าวคือ เมื่อผู้ส่งสารเข้ารหัสสาร (Encoder)
ส่งข้อมูลข่าวสาร (Message) ไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารจะถอดรหัสคำพูด ข่าวสาร สัญญาณต่าง ๆ
ที่ผู้ส่งส่งมาให้แล้วตีความ (Interpret) ทำความเข้าใจข่าวสารที่ได้รับ เมื่อมีความรู้สึกรู้สึกนึกคิดอย่างไร
กับข้อมูลข่าวสารที่ผู้ส่งส่งมาให้ก็จะทำการเข้ารหัสสาร (Encoder) ส่งข้อมูล หรือสาร (Message)
ที่เป็นความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ที่มีต่อสารนั้นที่เรียกว่าปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ส่งกลับ
มายังผู้ส่งสารซึ่งในตอนนี้ผู้ส่งสารก็จะเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้รับสารรับสารที่เป็นปฏิกิริยาตอบกลับ
จากผู้รับสารแล้วทำการตีความถึงความรู้สึกนึกคิดที่ผู้รับสารมีต่อสารที่ตนได้ส่งไป ต่อจากนั้น

ผู้ส่งสารก็อาจปรับข้อมูล ทำให้ การสื่อสารเสียใหม่เพื่อให้เหมาะสมหรือสอดคล้องตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากยิ่งขึ้น

ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของแชนนอนและวีเวอร์ (The Shannon and Weaver Model)

ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของแชนนอนและวีเวอร์ (The Shannon and Weaver Model) แชนนอน และวีเวอร์ (Shannon & Weaver, 1949 อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, 2548) เป็นวิศวกรชาวอเมริกัน ได้คิดแบบจำลองการสื่อสารในเชิงคณิตศาสตร์ หรือเชิงอิเล็กทรอนิกส์ และเคยตีพิมพ์ลงในวารสารของบริษัท Bell Telephone Laboratory Journal ในปี ค.ศ. 1949 ซึ่งได้อธิบายกระบวนการสื่อสารไว้ดังนี้



ภาพที่ 6 แบบจำลองการสื่อสารในเชิงคณิตศาสตร์ (Shannon & Weaver, 1949 อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, 2548)

แบบจำลองการสื่อสารนี้เป็นการศึกษาถึงการไหลของข้อมูลข่าวสาร โดยการสื่อสารกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารที่ใช้อุปกรณ์หรือเครื่องมือเป็นตัวกลางในการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์มือถือ หรืออินเทอร์เน็ต เป็นต้น จากแบบจำลองจะเห็นได้ว่ากระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสาร (Source) ส่งข้อมูลข่าวสาร (Message) ไปยังเครื่องแปลสัญญาณ (เครื่องโทรศัพท์ของผู้ส่ง) ซึ่งจะทำหน้าที่ในการแปลข้อมูลข่าวสารที่เป็นคำพูดหรือสัญญาณธรรมชาติ (Natural Sign) ให้เป็นสัญญาณไฟฟ้า (Electronic Sign) ส่งไปยังผู้รับเครื่องแปลรหัสสารของผู้ส่งสาร เช่น เลือกเครื่องโทรศัพท์ของผู้รับ และทำหน้าที่แปลสัญญาณไฟฟ้าให้กลับมาอยู่ใน

รูปสารที่เป็นสัญญาณธรรมชาติอีกครั้งเพื่อถ่ายทอดไปยังจุดหมายปลายทางอีกต่อหนึ่ง และในขณะที่ข่าวสารข้อมูลถูกส่งหรือถูกถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารนั้นอาจมีสิ่งรบกวนสาร (Noise Source) เกิดขึ้นซึ่งจะทำให้สารที่ถูกส่งออกไปถูกบิดเบือนหรือขาดความชัดเจน การสื่อสารทั่วไปมี 2 แบบ คือ (มัลลิกา คณานุรักษ์, 2547)

1. การสื่อสารแบบทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารไม่มีโอกาสรับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขส่วนที่บกพร่องอย่างทันทีทันใด ตัวอย่างเช่น ทฤษฎีหรือแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์
2. การสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารที่ผู้ส่งสารมีโอกาสได้รับข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) ซึ่งผู้ส่งสารสามารถนำข้อมูลมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องได้ทันทีทันใด และใช้แก้ไขในโอกาสต่อไปด้วย เช่น แบบจำลองเชิงวงกลมของออสกูดและชแรมม์

พัฒนาการในวัยผู้ใหญ่

ในกระบวนการพัฒนาของมนุษย์ได้มีนักจิตวิทยา จัดวัยของกลุ่มคน โดยเฉพาะวัยผู้ใหญ่ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้ยึดการแบ่งวัยผู้ใหญ่ตามแนวของ Havighurst ซึ่งได้ทำการศึกษายาทาบทภารกิจเชิงพัฒนาการตามที่สังคมยอมรับ เป็น 3 วัย ดังต่อไปนี้

1. วัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยฉกรรจ์ (Early Adulthood) อายุ 18-35 ปี
2. วัยผู้ใหญ่ตอนกลางหรือวัยกลางคน (Middle Adulthood) อายุ 35-60 ปี
3. วัยผู้ใหญ่ตอนปลายหรือวัยชรา (Late Adulthood) อายุ 60 ปีขึ้นไป

ซึ่งในที่นี้จะนำเสนอเพียง 2 วัย เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการแบ่งอายุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ วัยผู้ใหญ่ตอนต้นหรือวัยฉกรรจ์ และวัยผู้ใหญ่ตอนกลางหรือวัยกลางคน (วีระชัย อยู่สุข, 2553)

วัยผู้ใหญ่ตอนต้น (อายุ 18 – 35 ปี)

เนื่องจากวัยเด็กกับวัยรุ่นเป็นระยะของความงอกงาม มีการพัฒนาทางด้านร่างกายและจิตใจมาก มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจอยู่ตลอดเวลา พอถึงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นก็จะเป็นระยะที่บุคคลเจริญเติบโตเต็มที่ บรรลุวุฒิภาวะโดยสมบูรณ์ ดังนั้นบุคคลวัยนี้จะมีพฤติกรรมที่แน่นอนขึ้น การเปลี่ยนแปลงจะมีน้อยลง

ลักษณะทั่วไปของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น

1. เป็นวัยของการบรรลุวุฒิภาวะ วัยเด็กกับวัยรุ่นเป็นระยะของความงอกงามมีการพัฒนาทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างรวดเร็ว เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านร่างกาย และจิตใจอยู่เรื่อย ๆ

และจะเจริญเต็มที่เมื่อเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ตอนต้น โดยบุคคลจะบรรลุวุฒิภาวะทั้งทางกาย และจิตใจ ดังนั้นพอถึงวัยผู้ใหญ่บุคคลจะเริ่มมีพฤติกรรมที่แน่นอนขึ้น

2. เป็นวัยแห่งปัญญา วัยผู้ใหญ่ตอนต้นนี้จะพบกับปัญหาชีวิตแบบใหม่ และถูกคาดหวังเป็นผู้มีความพร้อมที่จะเริ่มชีวิต เชนิปัญหาต่าง ๆ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการที่จะประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมใหม่และการที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยตนเองได้ โดยไม่ต้องอาศัยพึ่งพาผู้อื่นเหมือนเมื่อยังอยู่ในวัยเด็กหรือวัยรุ่น การที่จะประสบความสำเร็จในสภาพแวดล้อมใหม่และการที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้น่าพอใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับความเข้าใจต่อสถานการณ์ชีวิตของตนเองช่วงนี้ด้วย ซึ่งต้องอาศัยเวลาที่ปรับตัวอยู่พอสมควร

3. เป็นวัยแห่งการสำรวจ เนื่องจากเป็นวัยที่การพัฒนาการทางกายและจิตใจเริ่มสมบูรณ์เต็มที่ เริ่มต้นชีวิตอย่างผู้ใหญ่ แบบชีวิตเริ่มแรกจะยังไม่เข้ารูปเข้ารอย จึงต้องเรียนรู้และปรับตัวไปเรื่อย ๆ จนกว่าจะใกล้สิ้นสุดวัยผู้ใหญ่ตอนต้นบุคคลจะรู้จักตัวเองดีขึ้น จะทราบแนวทางและจุดมุ่งหมายในการดำเนินชีวิตที่แน่นอนของตน

4. เป็นวัยแห่งการมีความตึงเครียดทางอารมณ์ เพราะช่วงชีวิตวัยนี้ต้องพบกับภาระปัญหาและตัดสินใจเรื่องสำคัญ ๆ หลายอย่าง เช่น การเลือกอาชีพ การเลือกคู่ครอง หรือความพยายามทำสิ่งต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่คาดหวังไว้

5. เป็นวัยแห่งการเริ่มสร้างหลักฐานของชีวิต หรือเป็นวัยแห่งการทำงาน โดยเริ่มลงมือประกอบอาชีพเพื่อสร้างความมั่นคงในชีวิตของตน และเป็นการวางรากฐานในการดำรงงานเพื่อชีวิตครอบครัวต่อไป

6. เป็นวัยของช่วงเวลาที่สืบเชื้อสายวงศ์ตระกูล เป็นวัยที่คู่ชีวิตแต่งงานมีครอบครัวและมีบทบาทเป็นพ่อ แม่ อบรมเลี้ยงลูก ทักษะคติของผู้เป็นพ่อแม่ที่ดีต่อการอบรมเลี้ยงดูลูก จะมีบทบาทต่อสวัสดิภาพและการพัฒนาของชีวิตใหม่

ภารกิจเชิงพัฒนาการของวัยผู้ใหญ่ตอนต้น

1. การเลือกหาคู่ครอง ในวัยผู้ใหญ่ตอนต้นจะมองหาคู่ครองและในการเลือกคู่ครองนั้นสมัยก่อนพ่อแม่ทำหน้าที่เลือกให้ ซึ่งส่วนใหญ่เลือกมาจากคนใกล้เคียงกันที่พ่อแม่คุ้นเคยด้วย ทำให้คู่สมรสรู้จักเนื้อแท้ของคู่ของตน แต่ในปัจจุบันการเลือกคู่ครองอยู่ภายใต้อิทธิพลของความเด่นเฉพาะตัว เมื่ออยู่ในหมู่เพศตรงข้าม การได้คบหาสมาคมกับเพศตรงข้าม ถ้าถูกใจกันความคิดคล้าย ๆ กัน ฐานะทางบ้านหรือเหมือนกันก็สามารถแต่งงานกันได้ อยู่ที่ความพอใจของฝ่ายหญิงและฝ่ายชาย พ่อแม่มีบทบาทน้อยมากในการเลือกคู่ครอง

2. การเรียนรู้ที่จะอยู่กับคู่รอบเป็นสามภรรยากันตลอดไป การปรับตัวหรือเตรียมตัวเข้าสู่ชีวิตสมรสมีครอบครัวนั้น ฝ่ายหญิงและฝ่ายชายจะต้องรู้จักกันนาน เพื่อจะศึกษาหรือรู้นิสัยใจ

ล่อที่แท้จริงซึ่งกันและกัน ก่อนที่จะตกลงแต่งงานกัน และเมื่อแต่งงานแล้วก็ต้องรู้จักทำตนให้เป็นสามีหรือภรรยาที่ดี รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตน เพื่อให้ชีวิตสมรสมีความสุข

3. เริ่มต้นชีวิตครอบครัว เมื่อสมรสกันแล้ว ทั้งฝ่ายหญิงและฝ่ายชายก็มีบทบาทใหม่ คือเป็นสามีภรรยา กัน ช่วยกันทำมาหากินเพื่อสร้างครอบครัวให้มั่นคง โดยสามีต้องมีบทบาทเป็นผู้นำครอบครัว ปกป้องและต่อสู้เมื่อมีอันตรายมาถึงครอบครัว ภรรยาก็ต้องมีหน้าที่เป็นแม่บ้านและแม่ที่ดีของลูก

4. ภาระหน้าที่ในการอบรมเลี้ยงดูลูก สามีภรรยาต้องทำหน้าที่ของพ่อแม่ที่ดี อบรมเลี้ยงดูลูกจนกว่าจะช่วยตนเองได้ นอกจากนี้การอบรมเลี้ยงดูก็ยังขึ้นอยู่กับฐานะเศรษฐกิจของครอบครัวด้วย ในสังคมปัจจุบันแม่บ้านต้องออกไปทำงาน จึงต้องจ้างคนเลี้ยงดูลูก ความวิตกกังวลในเรื่องต่าง ๆ จึงเพิ่มมากขึ้น ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นพ่อต้องสะสมเงินเพื่อเตรียมรับสถานการณ์สำคัญ เช่น เพื่อการศึกษาของลูก หรือเตรียมไว้ในยามเจ็บป่วย

5. การแสวงหาที่พัก รวมทั้งการมีบ้าน ผู้ใหญ่ตอนต้นอาจเช่าบ้านอาศัยผู้อื่นอยู่ หรือมีบ้านเป็นของตนเอง ขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจของครอบครัวด้วย ดังนั้นหลักในการเลือกหาบ้านที่พักอาศัยควรพิจารณาดังนี้ เหมาะสมกับฐานะทางเศรษฐกิจ สะดวกในการประกอบอาชีพ เหมาะสมกับรสนิยมทางครอบครัว สะดวกในการศึกษาของบุตร สะดวกและปลอดภัยในชีวิตประจำวัน สามารถรับภาระโครงการอนาคตของครอบครัว

6. การเริ่มต้นที่จะมีอาชีพที่แน่นอน ผู้ใหญ่ในตอนต้นส่วนมากจะมีอาชีพที่แน่นอนแล้ว เพราะจะต้องวางรากฐานของอนาคต ทั้งเป็นวัยที่ต้องรับผิดชอบ เลี้ยงดูพ่อแม่ และเมื่อแต่งงานแล้ว ต้องมีการเลี้ยงดูครอบครัวอีก จัดได้ว่าวัยนี้เป็นวัยแห่งการทำงาน

ในบรรดาภารกิจเชิงพัฒนาการของผู้ใหญ่ตอนต้นนี้ ภาระที่เกี่ยวข้องกับอาชีพและครอบครัวจะมีมากที่สุด สำคัญที่สุด และยากที่จะดำเนินการให้ลุล่วงไปโดยง่ายสำหรับคนวัยนี้ เนื่องจากเป็นประสบการณ์ใหม่ ปัญหาการปรับตัวจึงมีมาก

วัยผู้ใหญ่ตอนกลาง (อายุ 35-60 ปี)

บุคคลวัยนี้จะบรรลุถึงจุดยอดแห่งความเข้มแข็งทางกายและความมีพลังทางเศรษฐกิจ และความมีหน้าตาทางสังคมและจะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงร่างกายและจิตใจไปในทางเสื่อมลง วัยนี้จะเป็นระยะที่บุคคลเริ่มประเมินผลการดำเนินชีวิตในอดีตเป็นต้นมาว่าประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว

ลักษณะทั่วไปของผู้ใหญ่วัยกลางคน

1. วัยกลางคน จัดเป็นระยะของทางสองแพร่งที่บุคคลจะก้าวไปสู่ความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของชีวิตตามที่มุ่งหมายที่ตนตั้งขึ้นในสมัยวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่

2. เป็นช่วงเวลาที่น่าประหลาดใจมากที่สุดระยะหนึ่ง เพราะเป็นวัยที่คนส่วนมากไม่ค่อยยอมรับว่าตนเองเข้าสู่วัยนี้แล้ว
3. เป็นระยะหัวเลี้ยวหัวต่อ เป็นช่วงเวลาที่会有ความเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย ตลอดจนลักษณะพฤติกรรมและบทบาทต่าง ๆ
4. เป็นช่วงเวลาแห่งการปรับตัวใหม่เพื่อให้เข้ากับบทบาทที่เปลี่ยนไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและด้านอื่น ๆ

ภารกิจเชิงพัฒนาการของผู้ใหญ่วัยกลางคน

1. การได้รับความสำเร็จในฐานะเป็นพลเมืองดีหรือการมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น มีชื่อเสียงมากขึ้น ผู้ใหญ่ในวัยนี้ส่วนใหญ่จะมีงานทำที่มั่นคง มีความสำเร็จในหน้าที่การงาน ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมมากขึ้น
2. มีหลักฐานที่มั่นคงและปรับปรุงรักษาสถานภาพด้านเศรษฐกิจ รวมทั้งมาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดี มีความมั่นคงสูงทั้งในอาชีพและการเงิน ครอบครัวเป็นปึกแผ่น มีประสบการณ์ชีวิตที่สะสมไว้มากมาย มีชื่อเสียงในสังคม หน้าที่การงาน ไม่ว่าเรื่องส่วนตัวและธุรกิจ จะมั่นคงพร้อมทุกอย่างทั้งครอบครัว
3. มีการใช้เวลาว่างและกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมกับวัย เนื่องจากฐานะมั่นคงมีเวลาล่างมากพอที่จะมีงานอดิเรก หรือทำกิจกรรมยามว่างได้
4. มีความยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายและจิตใจ ผู้ใหญ่ในวัยนี้จะมีการเปลี่ยนแปลงร่างกายที่เห็นได้ชัดขึ้น เช่น สายตายาว การกระทำต่าง ๆ ช้าลง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2543) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลของโครงการณรงค์แยกประเภทขยะของสำนักทรัพยากรความสะอาด กรุงเทพมหานคร พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่สปอร์ตโครงการรณรงค์ รองลงมาคือสื่อเฉพาะกิจ ประเภทป้ายรณรงค์ต่าง ๆ สื่อหนังสือพิมพ์ และวารสารสำนักทรัพยากรความสะอาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะ และมีพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ สำหรับผลการศึกษาในส่วนของการประสิทธิผลโครงการรณรงค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์อยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ มีความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมในการแยกประเภทขยะในระดับต่ำ ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า 1) การเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะมีความสัมพันธ์

เชิงบวกกับความตระหนักในการแยกประเภทขยะ 2) การเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ 3) ความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการแยกประเภทขยะ

อรรถเสวี สายเนตร (2539) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับ “โครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50” พบว่า สื่อที่ประชาชนเปิดรับบ่อยครั้ง ได้แก่ สื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ โดยจะเปิดรับมากในช่วงรายการบันเทิง ดังนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อความรู้และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อโครงการฯ และทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการฯ ให้ดีขึ้น จึงควรปรับปรุงการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับการเปิดสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุในช่วงรายการบันเทิงต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์สูงสุดและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในอนาคตต่อไป

รัชดาภรณ์ ศิริสรณ์ (2543, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ปัญหาการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการศึกษาอำเภอแก่งศรีภูมิ จังหวัดชัยภูมิ พบว่า 1) ปัญหาด้านการวางแผนการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา มีปัญหาในระดับ “ปานกลาง” 2) ปัญหาด้านบุคลากรที่ใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มีปัญหาในระดับ “น้อย” 3) ปัญหาด้านการจัดการการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีปัญหาในระดับ “มาก” และ 4) มีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของโรงเรียนประถมศึกษา ในระดับ “มาก”

ธิดา กัลยาณมิตร (2542) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์การของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพอใจอยู่ในระดับดีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายในประเภทข่าว กฟผ. วารสาร กฟผ. บอร์ดกิจกรรม ประกาศเสียงตามสาย หนังสือรายงานประจำปี โดยเฉพาะประกาศเสียงตามสาย เป็นสื่อที่กลุ่มเป้าหมายมีความพอใจมากที่สุด ส่วนสื่อประชาสัมพันธ์ภายในประเภทโปสเตอร์ แผ่นพับ และสติ๊กเกอร์ กลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นว่ายังอยู่ในระดับแค่พอใช้เท่านั้น ในส่วนพฤติกรรมการรับสื่อนั้น พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ภายในที่กลุ่มเป้าหมายได้รับอย่างสม่ำเสมอคือ ข่าว กฟผ. วารสาร กฟผ. บอร์ดกิจกรรม และประกาศเสียงตามสาย โดยกลุ่มเป้าหมายจะสนใจในบางเรื่องที่เกี่ยวข้องเท่านั้น ส่วนประโยชน์ของสื่อประชาสัมพันธ์ภายในนั้น จากการวิจัยพบว่า ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข้อมูลข่าวสารและความเคลื่อนไหวขององค์การ ตลอดจนช่วยสร้างความสัมพันธ์ ขวัญและกำลังใจระหว่างพนักงานและผู้บริหาร อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่ข่าวสารของ กฟผ. และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การ

กุนนที อนุรักษพันธุ์ (2540) การศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยศึกษาเฉพาะกรณีโครงการบันไดปลาโจน

ที่เขื่อนปากมูล จังหวัดอุบลราชธานี นี้มีวัตถุประสงค์หลักที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ ที่มีผลต่อทัศนคติที่มีต่อโครงการบันไดปลาโจน ที่เขื่อนปากมูล จังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งเพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้รับสารต่อการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ชุดบันไดปลาโจนอีกด้วย การศึกษาวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีแนวทางการศึกษาในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (One-Shot Case Study) แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ โดยศึกษา ณ จุดเวลาใด เวลาหนึ่ง (Cross Sectional Design) หรือการวิจัยแบบตัดขวาง โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ประชาชนใน 5 ตำบล ที่อาศัยอยู่ในอำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการกำหนดขนาดตัวอย่างตามพรตนะของเคร์คกี และมอร์แกน และใช้วิธีการสุ่มตามระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยมีหน่วยศึกษา (Unit of Study) จำนวน 379 ตัวอย่าง ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยใช้แบบสัมภาษณ์อย่างเป็นระเบียบ (The Interviewing Schedule) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเพียงเล็กน้อย โดยส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรกร เป็นส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาท สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับ ข่าวสารผ่านสื่อโดยทั่วไป กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ทุกวัน รองลงมาคือ วิทยุกระจายเสียง 3-4 วันต่อสัปดาห์ หนังสือพิมพ์และหอกระจายข่าวหมู่บ้าน 1-2 วันต่อสัปดาห์ ตามลำดับ โดยจะถ่ายทอดข่าวสารเหล่านั้นไปยังบุคคลอื่น โดยนำมาพูดคุยกันอย่างน้อย 1-2 วันต่อสัปดาห์ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเหตุผลในการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อให้ตนเองรู้เท่าทันต่อเหตุการณ์และทันสมัยสำหรับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อบุคคลที่เกี่ยวกับโครงการบันไดปลาโจนนั่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับฟังข่าวสารเกี่ยวกับโครงการฯ ผ่านสื่อวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด โดยเฉพาะรายการกระเจกหักด้าน ทางช่อง 7 รวมทั้งเคยเห็นโฆษณาชุดบันไดปลาโจนผ่านทางวิทยุ โทรทัศน์ด้วย แต่เนื่องจากโฆษณาชุดดังกล่าวใช้รูปแบบที่เข้าใจยากเกินไป จึงมีเพียงกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยที่จะสามารถจดจำภาพและคำพูดในงานโฆษณาได้ สำหรับสื่อวิทยุกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสารรองลงมา ในกรณีสื่อบุคคลกลุ่มตัวอย่างเลือกที่จะเปิดรับข่าวสารผ่านผู้นำชุมชน ซึ่งได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและพระ ในเรื่องของปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ที่มีต่อโครงการบันไดปลาโจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป มีทัศนคติ ที่เป็นกลางค่อนข้างไปในเชิงบวกต่อโครงการฯ อาชีพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อโครงการบันไดปลาโจน โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบ

อาชีพแม่บ้านมีทัศนคติในเชิงบวกต่อโครงการฯ ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพนี้ได้รับผลกระทบจากโครงการบ้านโคปลาโจนน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ จึงทำให้เขาเหล่านั้นมีทัศนคติที่ดีและสนับสนุนต่อโครงการฯ สำหรับปัจจัยในเรื่องอื่นที่อยู่อาศัยก็มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อโครงการบ้านโคปลาโจน โดยกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในตำบลโจงเจียม ซึ่งเป็นตำบลที่ได้รับผลกระทบมากกว่าตำบลอื่น มีทัศนคติในเชิงบวกต่อโครงการฯ ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างตำบลนี้มีความรู้ ความเข้าใจที่ดีต่อประเด็นคุณลักษณะและประโยชน์ของบ้านโคปลาโจน รวมทั้งประเด็นการสร้างบ้านโคปลาโจน จึงทำให้กลุ่มตัวอย่าง ตำบลโจงเจียมมีทัศนคติที่สนับสนุนต่อโครงการบ้านโคปลาโจน ในเรื่องของพฤติกรรม的开รับข่าวสารผ่านสื่อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังข่าวสารเกี่ยวกับโครงการบ้านโคปลาโจนผ่านทั้งสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อบุคคล แต่พบว่าสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงการฯ อีกทั้งยังพบอีกว่าการได้รับข่าวสารผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง และนิตยสาร บ่อยครั้งเพียงใด ยิ่งทำให้ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อโครงการฯ ในระดับปานกลาง อยู่แล้วลดลงหรือเป็นไปได้ในทางที่ไม่สนับสนุนต่อโครงการฯ ทั้งนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาของผู้รับสาร ที่ทำให้ผลของการสื่อสารไม่เป็นไปตามเจตนาคติของผู้ส่งสาร (กฟผ.) อีกทั้งเนื้อหาข่าวสารและรูปแบบในการนำเสนอข่าวสาร ผ่านสื่อดังกล่าวค่อนข้างเข้าใจยาก โดยเฉพาะผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์และภาพยนตร์โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบแค่ระดับประถมศึกษา จึงทำให้เกิดอุปสรรคทางด้านภาษา ทำให้เขาเหล่านั้นตีความหมายของสารที่ส่งไปไม่ได้ตามที่ผู้ส่งสารต้องการ รวมทั้งสื่อต่าง ๆ ที่ใช่มุ่งเน้นการเข้าถึงคนเมืองมากกว่าที่จะมุ่งการใช้สื่อลงไปในท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากการสร้างบ้านโคปลาโจน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้พฤติกรรม的开รับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการบ้านโคปลาโจน โดยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์และสื่อบุคคลส่วนใหญ่ ไม่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

จุฑามาศ สิริธิขวา (2542, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความต้องการรับรู้ข่าวสารของผู้บริหารอาจารย์ข้าราชการ จากงานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า ข้าราชการมีความต้องการวิธีการรับรู้ข่าวสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีวิธีการรับรู้ข่าวสารที่มีความต้องการมาก และรองลงมา 3 วิธี จดหมายข่าว หนังสือคำสั่ง หนังสือเวียน บันทึกข้อความ สารประชาสัมพันธ์ และมีความต้องการความถี่ของวิธีการรับรู้ข่าวสารที่เป็นลายลักษณ์อักษรโดยรวมและแต่ละวิธีการรับรู้ข่าวสารสัปดาห์ละครั้งอยู่ในระดับมาก

ข้าราชการในมหาวิทยาลัยโดยรวม อาจารย์ และข้าราชการมีความต้องการวิธีการรับรู้ข่าวสารทางวาจาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่ผู้บริหารมีความต้องการอยู่ในระดับมาก โดยข้าราชการโดยส่วนรวม อาจารย์ และข้าราชการมีความต้องการวิธีการรับรู้ข่าวสารทุกวิธีอยู่ใน

ระดับปานกลาง ส่วนผู้บริหารมีความต้องการอยู่ในระดับมาก เช่น การประชุมอาจารย์ ข้าราชการ
ราชการวิทยุ ประชุมคณะกรรมการ ฯลฯ และข้าราชการทุกกลุ่มมีความต้องการความถี่ของวิธีการ
รับรู้ข่าวสารทางวาจา โดยรวมสัปดาห์ละครั้งอยู่ในระดับมาก

ข้าราชการในมหาวิทยาลัยโดยส่วนรวม และจำแนกสถานภาพตามตำแหน่ง คือ
มีความต้องการประเภทของข่าวสารโดยรวมและแต่ละประเภทอยู่ในระดับมาก เช่น ข่าวเกี่ยวกับ
งานบริหาร ข่าวเกี่ยวกับงานธุรการ ข่าวเกี่ยวกับงานบริการ และประโยชน์จากการเห็นค่าหรือได้รับ
ข่าวสารจากงานประชาสัมพันธ์โดยรวมแต่ละประเภทของข่าวสารนั้นอยู่ในระดับปานกลาง เช่น
ข่าวเกี่ยวกับงานบริหาร ข่าวเกี่ยวกับงานธุรการ ข่าวเกี่ยวกับงานให้บริการ

ข้าราชการในมหาวิทยาลัยโดยส่วนรวม และจำแนกสถานภาพตามตำแหน่งมีความต้องการ
รับรู้ข่าวสารโดยรวม และมีความสนใจ แสวงหา และติดตามข่าวสารอยู่ในระดับมาก และมี
ความต้องการถ่ายทอดข่าวสารงานประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางแต่ผู้บริหารและ
อาจารย์มีความต้องการถ่ายทอดข่าวสารอยู่ในระดับมาก

สุทธิดา คำวงษา (2544, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประชาสัมพันธ์และการรับรู้
ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตนครพนม ของข้าราชการครูในจังหวัด
นครพนม ปี พ.ศ. 2540-2543 พบว่า มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตนครพนม ได้เริ่มเปิดดำเนินการจัด
การเรียนการสอนตั้งแต่ปีการศึกษา 2540 เป็นต้นมา มีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับ
มหาวิทยาลัยผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ 3 ด้าน ดังนี้คือ

1. ด้านสื่อบุคคล มีการเผยแพร่ข่าวโดยอาจารย์ เจ้าหน้าที่ นิสิต ข้าราชการ พนักงาน
รัฐวิสาหกิจ ประชาชนทั่วไป และนักเรียนนักศึกษา
2. ด้านสื่อมวลชน โดยการขอความอนุเคราะห์ในการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ผู้สื่อข่าวท้องถิ่น สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนครพนมและจังหวัด
ใกล้เคียงคือ จังหวัดหนองคาย จังหวัดสกลนคร จังหวัดมุกดาหาร
3. ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ มีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์โดยใช้คำเอาท์ ป้ายผ้า จดหมายข่าว
(รายเดือน) จดหมายราชการ

ข้าราชการครูโดยรวม และจำแนกตามเพศและอำเภอที่หน่วยงานสังกัดมีการรับรู้
ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตนครพนม โดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ใน
ระดับน้อย

ข้าราชการครูที่มีเพศต่างกันมีการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
วิทยาเขตนครพนม โดยรวมและเป็นรายด้านไม่แตกต่างกัน แต่ข้าราชการครูที่ปฏิบัติงาน
ในอำเภอต่างกันมีการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์โดยรวมและเป็นรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

ที่ระดับ .01 นอกจากนี้ไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและอำเภอต่อการรับรู้ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาเขตนครพนม ($p > .05$)

ลิปดา จันทศักดิ์ (2540, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการประเมินผลสื่อประชาสัมพันธ์ ในโครงการประกันสังคมสู่สถานประกอบการของศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคม พบว่า ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน ทำให้กลุ่มตัวอย่าง ผู้ประกันตน มีความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์ และการใช้สิทธิแตกต่างกัน สำหรับทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกันตนของกลุ่มตัวอย่าง สื่อบุคคล และสื่อนิทรรศการ ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการสนใจให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกันตน ส่วนคุณลักษณะของสื่อที่ให้รายละเอียด เรื่องสิทธิประโยชน์และการใช้สิทธิและความน่าเชื่อถือของสื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการ มีผลต่อทัศนคติที่ดีต่อการเป็นผู้ประกันตน การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการประกันสังคม สู่สถานประกอบการของศูนย์สารนิเทศ สำนักงานประกันสังคมมีประโยชน์ และควรจะดำเนินการต่อไปโดยเน้นการใช้สื่อให้สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกันตน จะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อความรู้เรื่องสิทธิประโยชน์และการใช้สิทธิของผู้ประกันตน สื่อบุคคลเป็นสื่อที่จำเป็นและจะต้องได้รับการพัฒนาคุณลักษณะเพื่อเสริมสร้างทัศนคติและความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกันตน

วัชรวิ มนัสสนิธิ (2545, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทักษะ และพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตกับการตัดสินใจเข้าร่วมดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ บริษัท Work at Home Solution พบว่าผลการวิจัยในเรื่องของปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และสังคม เศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นเพศหญิงจำนวนมากกว่าเพศชายเล็กน้อย ส่วนมากมีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด มีอาชีพเป็นนักศึกษา มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้น้อยกว่า 6,000 บาทต่อเดือน ในเรื่องของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ทักษะ และพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเฉลี่ยรวมจากทุกสื่ออยู่ในระดับน้อย และสื่อที่กลุ่มตัวอย่าง มีการเปิดรับมากที่สุดได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการตัดสินใจ เข้าร่วมดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของบริษัท Work at Home Solution และระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ระดับพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับระดับของพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

สุขพร มาณะสกุลเจริญ (2543, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น ที่มีต่อการตัดสินใจ เลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต และเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับความคิดเห็นที่มีต่อผลของสื่อประชาสัมพันธ์ในการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต จากการวิจัยพบว่ามหาวิทยาลัยทั้ง 4 แห่ง มีวัตถุประสงค์หลักในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างชื่อเสียง การยอมรับในคุณภาพและศักยภาพในการจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัย สำหรับกลยุทธ์การเลือกสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งเชิงลึกและเชิงกว้าง โดยพิจารณาถึงคุณสมบัติและประเภทของสื่อ ได้แก่ ความรวดเร็ว ความคงทน และสามารถเปิดรับการเผยแพร่ได้อย่างสะดวก สื่อหลักที่นิยมใช้ ได้แก่ สื่อมวลชนประเภท หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจประเภทแผ่นพับ จดหมายข่าว และโปสเตอร์ ส่วนเกณฑ์การกำหนดเนื้อหาในสื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วยจุดเด่นของตัวหลักสูตร ทีมคณาจารย์ผู้สอน ความก้าวหน้าทางวิชาการ และผลงานวิจัยของมหาวิทยาลัย พร้อมทั้งให้รายละเอียดในการติดต่อประกอบการตัดสินใจ จากผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยทั้ง 4 แห่งคือ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต และมหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น และผลการตอบแบบสอบถามของนักศึกษาทั้ง 4 มหาวิทยาลัยในเชิงพรรณนา เห็นได้ว่า นักศึกษาส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต โดยสื่อที่นักศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการแสวงหาข้อมูลคือ แผ่นพับ หนังสือพิมพ์ ครู อาจารย์และเพื่อนร่วมงานซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบหน่วยงานประชาสัมพันธ์ที่ให้ข้อมูลว่าสื่อหลักที่นิยมใช้ในการประชาสัมพันธ์หลักสูตรมหาบัณฑิต คือ สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ แผ่นพับ เนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถสร้างแรงจูงใจ และให้ข้อมูลในขั้นต้น ส่วนแผ่นพับเป็นสื่อที่ให้รายละเอียดได้มากที่สุด สั้นสวยงามสะดุดตาและสามารถเก็บไว้ได้นาน

พิไลพรรณ กาญจนลักษณ์ (2533) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิผลของเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและการรับรู้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข: ศึกษาเฉพาะกรณีของประชากรในหมู่บ้านตำบลหัวตะพาน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี พบว่า การรับฟังข่าวสารเสียงตามสายไม่มีผลต่อการ

รับรู้ข่าวสาร ด้านสาธารณสุข แต่ในขณะที่การรับรู้ข่าวสารด้านสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรทางด้านเศรษฐกิจและสังคม แต่ในขณะที่การรับรู้ข่าวสารด้านสาธารณสุขมีความสัมพันธ์กับลักษณะของประชากรทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ประชากรส่วนใหญ่มีการปรับปรุงพฤติกรรมหลังจากที่ได้รับรู้ข่าวสารด้านสาธารณสุขแล้ว ประชากรไม่ได้ให้ความสนใจกับข่าวสารด้านสาธารณสุขที่เสนอผ่านสื่อเสียงตามสายมากเท่าที่ควร อาจจะเนื่องมาจากการรณรงค์ทางด้านสาธารณสุข ได้กระทำผ่านสื่อหลายประเภทอยู่แล้ว ฉะนั้น เสียงตามสายจึงได้ว่าเป็นเพียงสื่อเสริมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขในลักษณะที่เป็นการเพิ่มพูนความรู้ซึ่งประชากรสะสมหรือรู้จากแหล่งอื่นแล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ประชากรให้ความสนใจรับฟังข่าวสารเสียงตามสายมาก เพราะมีการรับฟังในระดับสูงและกลางเป็นส่วนใหญ่ แสดงว่าเสียงตามสายน่าจะได้รับการพิจารณาเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่ความรู้และข่าวสาร โดยใช้ร่วมกับสื่ออื่น ๆ เพราะไม่ต้องลงทุนมาก และเป็นสื่อเฉพาะกิจภายในท้องถิ่น ย่อมสนองความต้องการของท้องถิ่นได้ดีกว่า

สุทธิกา วงศ์ยะลา (2543) ศึกษาเรื่อง รูปแบบและประสิทธิผลของการสื่อสารในการดำเนินงานตามแนวทางการสร้างเสริมสุขภาพคนทำงานของโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ พบว่า รูปแบบการสื่อสารจำแนกตามประเภทสื่อดังนี้ 1) การใช้สื่อบุคคล ในการเผยแพร่ความรู้ ให้คำปรึกษาแนะนำและให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสุขภาพ ได้แก่ แพทย์และพยาบาลประจำโรงงาน แพทย์และพยาบาลจากโรงพยาบาล เจ้าหน้าที่ความปลอดภัย เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบงานด้านการสร้างเสริมสุขภาพ หัวหน้างานในระดับต่าง ๆ และพนักงานในโรงงานทุกคน 2) การใช้สื่อเฉพาะกิจ ในการเผยแพร่ความรู้และให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพ ได้แก่ การใช้สื่อ โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว วารสาร ประกาศบริษัท ข่าว ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย และวิดีโอเทปที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเสริมสุขภาพ 3) การใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ความรู้และผ่อนคลายความเครียดแก่พนักงาน ได้แก่ การใช้สื่อโทรทัศน์ วิดีโอภาพยนตร์ และหนังสือพิมพ์ 4) การใช้สื่อกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ ได้แก่ การตรวจสุขภาพประจำปี การออกกำลังกาย การแข่งขันกีฬาประจำปี การอบรมสัมมนา การจัดนิทรรศการ และกิจกรรมรณรงค์เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพนั้น ๆ ผลการวิจัยเชิงสำรวจในส่วนประสิทธิผลการสื่อสาร พบว่า 1) พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมที่มีสถานที่ทำงาน อายุ สถานภาพ การสมรส การศึกษาและรายได้แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อประเภทต่าง ๆ เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพในโรงงานอุตสาหกรรม แตกต่างกัน 2) พนักงานโรงงานอุตสาหกรรมที่มีสถานที่ทำงานและสถานภาพการสมรส แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ แตกต่างกัน 3) การเปิดรับสื่อต่าง ๆ และการเปิดรับข่าวสารเรื่องต่าง ๆ

เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพในโรงงานอุตสาหกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ
เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ 4) การเปิดรับสื่อต่าง ๆ และการเปิดรับข่าวสารเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการ
การสร้างเสริมสุขภาพในโรงงานอุตสาหกรรม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ
5) ความรู้เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ
และ 6) ทัศนคติเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างเสริม
สุขภาพ

งานวิจัยในต่างประเทศ

จอห์นสตัน (Johnsto, 1995, p. 2663-A) ได้ศึกษาการเลือกกิจกรรมการประชาสัมพันธ์
ของโรงเรียนมัธยมศึกษาขนาดใหญ่ จำนวน 64 แห่ง ผลการวิจัยสื่อประชาสัมพันธ์ที่นิยมกันมาก
คือ จดหมายข่าว และปฏิทินสำหรับแจก ส่วนการสื่อสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ยังจัดอยู่ใน
ระดับน้อย โดยมีอุปสรรคในการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์และในทางตรงกันข้ามถ้าได้รับการ
การสนับสนุนอย่างเหมาะสม ก็จะก่อให้เกิดผลดีในการใช้ศึกษาหาความรู้ได้ด้วย

ครอว์ฟอร์ด (Crawford, 1998, p. 2474-A) ได้วิจัยเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน
ที่มีจุดวิกฤตของศึกษานิเทศก์โรงเรียนประถมศึกษาที่เกษียณในช่วงระยะเวลา 5 ปี กับช่วงระยะเวลา
10-20 ปี ผลการศึกษาพบว่า มีงานที่จำเป็นต้องทำซึ่งจัดทำเป็นกลุ่มได้ 12 ประเภท คือ 1) ชุมชน
2) กรรมการโรงเรียน 3) โรงเรียน 4) การปกครอง 5) การเงิน 6) หลักสูตรการสอน 7) เทคโนโลยี
8) สิ่งอำนวยความสะดวก 9) ความหลากหลายวัฒนธรรม 10) วินัย 11) สื่อ 12) การตลาด นอกจากนี้
พบว่า ทักษะในการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นพื้นฐาน สำหรับศึกษานิเทศก์ในการมีประชาสัมพันธ์กับ
โรงเรียนและชุมชน โดยศึกษานิเทศก์ต้องเป็นตัวแทนของชุมชนและรัฐ เสริมสร้างความรู้สึกรัก
เป็นเจ้าของและเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับชุมชนต่าง ๆ ตลอดจนต้องทำตัวเองให้เป็นสาธารณะ
ทั้งภายนอกและภายในหน่วยงาน

ไคเซอร์ (Keiser, 1994, p. 1155-A) ได้วิจัยการประชาสัมพันธ์กับชุมชนในเขตเมือง
วิสคอนซิน โดยสำรวจบทบาทของผู้บริหารในด้านการพัฒนาและวิธีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ
รวมถึงการให้ความช่วยเหลือสนับสนุนโรงเรียน ที่อยู่ในความดูแลในเขตเมือง และศึกษา
วิสัยทัศน์ผู้บริหาร โรงเรียนด้านการประชาสัมพันธ์กับชุมชน ความต่อเนื่องของการดำเนินงาน
และประสิทธิภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ พบว่า บทบาทของผู้บริหารในการประชาสัมพันธ์
มีการพัฒนาขึ้นและสาระของการประชาสัมพันธ์ ยังได้พิสูจน์ถึงลักษณะของการวางแผนที่มี
ประสิทธิภาพ