

การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกของนักเรียนมัธยมศึกษา
โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก

บทความวิจัย

Public relations to build civic conscience in secondary students school at
Prahareutai Nonthaburi Catholic School

ณีนี คงเพชรศักดิ์¹ ปิยฉัตร ล้อมชวการ^{2*} กมลรัฐ อินทรทัศน์³
Piyachat Lomchawakarn¹ Nalinee Kongpetsak^{2*} Kamolrat Intaratat³

Article Info

Received: March 18, 2020

Revised: June 15, 2020

Accepted: June 24, 2020

^{1,2*,3}สาขานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

^{1,2*,3} Communication Arts Program, Faculty of Communication Arts
Sukhothai Thammathirat Open University
Bang Phut, Pak Kret, Nonthaburi 11120 Thailand

*Corresponding author. Email: ningpiyachat@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ พฤติกรรม
จิตสำนึก ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสำนึก เพื่อสร้างจิต
สำนึกของนักเรียนฯ และเพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสำนึกของ
นักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยใช้การวิจัยเชิง
ปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มตัวอย่างเชิงช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน ได้นักเรียน จำนวน 300 คน เครื่องมือวิจัย
คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูล
คือ หัวหน้าผู้ปฏิบัติงานโครงการจิตอาสา หัวหน้าฝ่ายจิตตภาบาล และหัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ เครื่องมือวิจัย
คือ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัย พบว่า การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้
สื่อแบบผสมผสานแต่จะเน้นไปที่สื่อบุคคลซึ่งเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้
กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการฯ การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า นักเรียนมีระดับ
การปฏิบัติมากที่สุด คือ สื่อบุคคล และสื่อประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย พฤติกรรมจิตสำนึกของนักเรียนฯ
พบว่า จิตสำนึกต่อตนเองและด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวมอยู่ในระดับมาก การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับ
พฤติกรรมจิตสำนึก มีความสัมพันธ์ระดับสูงทางบวก และระดับชั้นเรียนที่ต่างกันมีผลต่อการเปิดรับสื่อ
ประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสำนึกของนักเรียนฯ แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วน
ข้อเสนอแนะกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า ต้องมีการวางแผนกิจกรรมจิตสำนึกเร็วขึ้น มี
การกำหนดแผนล่วงหน้า และไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมดังกล่าวมากเกินไป

คำสำคัญ: การใช้สื่อ การเปิดรับสื่อ การประชาสัมพันธ์ พฤติกรรมจิตสำนึก

Abstract

The objectives of this research were to study public relations to build public conscience students' exposure to the public relations public conscience behavior the relationship between level of exposure to the public relations and public conscience behavior and recommendations for strategies to produce effective public relations media to develop students' sense of public conscience. This was a mixed methods research. For the quantitative portion, the sample chosen through multi-stage sampling population was 300 students. The research tool was a questionnaire. The data were statistically analyzed using Pearson's correlated coefficient. For the qualitative portion, the key informants were the operating head of the volunteer program, the director for pastoral care, and head of the public relations unit. The research tool was an interview form and data were analyzed with descriptive analysis. The results showed the public relations used a media mix, but the primary medium was personal media i.e. teachers, friends, and personnel, who acted as middlemen transmitting messages to the target audience and encouraging students to participate in public service projects. For media exposure, the media the students were exposed to the most were personal media and the school's public address system. For public conscience behavior, the students had a high level of personal conscience and public conscience. Level of exposure to the public relations was correlated to public conscience behavior. Grade level affected level of exposure to the public relations and public conscience behavior to a statistically significant degree of 0.05 confidence. Recommendations for effective strategies are to arrange public service activities more quickly, to set plans in advance, and to make the costs for joining public service activities more affordable.

Keywords: mass media; media exposure; public relations; public mind behavior

บทนำ

องค์กรในปัจจุบันมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปจากมุ่งแสวงหาผลกำไรเพียงอย่างเดียวสู่การแสวงหาผลกำไรไปพร้อม ๆ กับการทำความดีด้วยการดำเนินธุรกิจอย่างมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังมากขึ้น เพราะปัจจุบันความสำเร็จทางธุรกิจไม่ได้วัดหรือประเมินเพียงแค่ผลประกอบการที่เป็นตัวเลขทางการเงินเท่านั้น องค์กรปัจจุบันต้องการมีส่วนร่วมความรับผิดชอบต่อสังคมอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

ความเจริญรุ่งเรืองทางด้านวัตถุในปัจจุบันเป็นสาเหตุที่ทำให้สังคมโดยทั่วไป มีค่านิยมที่ให้ความสำคัญ ในการแสวงหาเงินทอง แสวงหาอำนาจ บารมี มากกว่าที่จะให้ความสำคัญทางด้านจิตใจ สังคมในปัจจุบันจึงกลับเสื่อมโทรมลงอย่างเห็นได้ชัดเจนปัญหาต่างๆที่มีมากมาย การปลูกฝังความสำนึกให้กับบุคคล เพื่อให้มี

ความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมจึงควรบังเกิดขึ้นในสังคม ด้วยเหตุนี้ ในปัจจุบันจึงมีการกล่าวถึงคำว่า “จิตสาธารณะ” มากขึ้น เพื่อให้ผู้คนได้ตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสาธารณะมากกว่าตนเองนั่นหมายความว่าทุกคนต้อง มีการให้มากกว่าการรับ เพราะสิ่งเหล่านี้ถ้าสามารถปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนได้ตระหนัก สังคมย่อมได้รับแต่ความสุขอย่างแน่นอน คำว่า จิตสาธารณะ จึงมีความสำคัญต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์ โดยส่วนรวมการพัฒนาเยาวชนให้เป็นการสำคัญในการพัฒนาประเทศชาติในอนาคตนั้น จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้เป็นคนดีมีคุณภาพ ดังพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 (แก้ไขเพิ่มเติม ฉบับที่ 2 พ.ศ.2545) บัญญัติไว้ว่า “การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้และคุณธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข”

พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาเด็กและเยาวชนแห่งชาติ พ.ศ.2550 มาตรา 6 กำหนดว่า การพัฒนาเด็กและเยาวชน ต้องกระทำตามแนวทางดังนี้ (6) ให้รู้จักช่วยเหลือผู้อื่นโดยมีจิตสำนึกในการให้และการอาสาสมัคร รวมทั้งมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติ (7) ให้มีความรับผิดชอบต่อตนเองต่อผู้อื่นและต่อส่วนรวมตามสมควรแก่วัย และแผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ.2552-2559) วางแนวนโยบายเป้าหมาย กรอบการดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาคนอย่างรอบด้านและสมดุลว่าต้องปลูกฝังและเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม มีจิตสำนึกและมีความภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีระเบียบวินัย มีจิตสาธารณะและคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายและวิสัยทัศน์ของสังคมไทยในอนาคต

ดังนั้น จิตสำนึกสาธารณะมีความสำคัญ จะเห็นได้ว่าการเสริมสร้างจิตสาธารณะเป็นสิ่งจำเป็นต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก ดังที่ นราธิพย์ พุ่มทรัพย์ ได้กล่าวว่าในการพัฒนาประเทศการพัฒนาด้านคุณธรรมจริยธรรมและวัฒนธรรมมีความสำคัญไม่น้อยกว่าการพัฒนาทางเศรษฐกิจการสร้างจิตสาธารณะให้กับบุคคลเป็นเรื่องของจิตใจ ซึ่งจะหล่อหลอมให้เกิดเป็นบุคลิกเฉพาะของบุคคลนั้นตลอดไป ลักษณะของบุคคลที่มีจิตสำนึกสาธารณะจะรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา ใส่ใจในเรื่องของส่วนรวมโดยคิดว่าเป็นเรื่องของตนเอง คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมและคำนึงถึงผู้อื่น เมื่อจะแสดงพฤติกรรมใดใดออกมามีความรับผิดชอบต่อสังคมและคำนึงถึงหน้าที่ของตนเอง ดูแลรักษาทรัพย์สินสมบัติของส่วนรวมหรือของสาธารณะซึ่งองค์กร หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนหลาย ๆ แห่งต่างตื่นตัวและร่วมกันรณรงค์ในการเสริมสร้างจิตสาธารณะให้กับประชาชนโดยใช้วิธีการต่าง ๆ มากมายทั้งการจัดกิจกรรมให้ประชาชนมีส่วนร่วมจัดรณรงค์และใช้สื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าหลาย ๆ ภาคส่วนในสังคมต่างเห็นความสำคัญของจิตสาธารณะ จิตสาธารณะเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอันจะเป็นประโยชน์ในทุกระดับ โดยเฉพาะถ้าพัฒนาให้เกิดขึ้นได้อย่างเข้มแข็ง ตั้งแต่บุคคลในระดับองค์กรที่เป็นองค์กรสถานศึกษาย่อมส่งผลดีในภายภาคหน้า และที่สำคัญที่สุด การสร้างและปลูกฝังจิตสำนึกที่ดีนั้น ต้องสร้างกับเด็กและเยาวชนเป็นพื้นฐาน เพราะเด็กสามารถรับรู้ในสิ่งที่ติงามจากพ่อแม่ที่บ้าน รับรู้จากผู้หลักผู้ใหญ่ ผู้นำชุมชน พระสงฆ์องค์เจ้า ดูแลลูกหลานในระดับชุมชนและสังคม เมื่อถึงสถาบันการศึกษา ครูจะคอยอบรมสั่งสอนทั้งด้านวิชาการ อบรมคุณธรรม จริยธรรม ปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนรู้จักการเสียสละ การให้มากกว่าการรับอย่างเดียว จะทำให้เด็ก

และเยาวชน พัฒนาจิตใจในการช่วยเหลือผู้อื่น มีความอ่อนน้อมถ่อมตน เตรียมเข้าสู่การพัฒนา จิตใจตนเองสู่จิตสำนึกสาธารณะต่อไป

หลักสูตรการศึกษามักกล่าวถึงแต่หน้าที่พลเมือง แต่ไม่ได้สอนสิทธิของพลเมือง ทำให้เยาวชนไทยไม่รู้สิทธิของตนซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นประเทศไทยจึงปกครองด้วยชนชั้นผู้นำ เมื่อเกิดวิกฤตต่าง ๆ ประชาชนคิดว่าเป็นหน้าที่ของผู้นำในการแก้ไขปัญหา เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงมีผู้แก้ปัญหาของประเทศเพียงกลุ่มเล็ก ๆ เท่านั้น ปัญหาทั้งหมดไม่สามารถแก้ไขได้ จิตสาธารณะเป็นสิ่งที่มีความสำคัญที่จะทำให้พลเมืองสำนึกในสิทธิและหน้าที่โดยร่วมคิดและเข้าไปมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

จากคุณลักษณะอันพึงประสงค์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาเรื่องจิตสาธารณะ อ้อมใจ วงมณฑา (Wongmontha, 2010) จากบทความจิตสำนึกสาธารณะสู่ประชา ให้นิยาม จิตสำนึกสาธารณะ (public consciousness) หรือ จิตสาธารณะ (public mind) คำว่า “สาธารณะ” หมายถึง กิจสมบัติ สิ่งของ สถานที่ ที่ไม่ได้เป็นของปัจเจกบุคคลใด ทั้งยังอาจหมายถึงความรวมถึง ความเป็นส่วนรวมและสังคมได้อีกอย่างหนึ่ง ซึ่งจิตสาธารณะมีความหมายในแง่ความเป็นพลเมืองผู้ตื่นรู้ ตระหนักในสิทธิและความรับผิดชอบที่สร้างสรรค์สังคมส่วนรวมของคนสามัญพลเมืองที่เรียกร้องความมีส่วนร่วม และต้องการที่จะจัดการดูแลและกำหนดชะตากรรมและชุมชน สำหรับบุญพัน ภูบาล (Phuaban, 2006) กล่าวถึง จิตสาธารณะว่าเป็นจิตสำนึกเพื่อส่วนรวม เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นด้วยความสมัครใจด้วยการอาสาโดยไม่มีใครบังคับ ตระหนักถึงและคำนึงถึงประโยชน์สุขของส่วนรวมและสังคม เห็นคุณค่าของการเอาใจใส่ดูแลสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่เป็นส่วนรวม และจิตสำนึกสาธารณะ หมายถึง การรู้จักเอาใจใส่เป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องของส่วนรวมที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันของกลุ่ม โดยพิจารณาจากความรู้ความเข้าใจหรือพฤติกรรมที่แสดงออกถึงการมีจิตสำนึกสาธารณะ เช่น การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการไม่ทิ้งขยะลงในแหล่งน้ำ การดูแลสาธารณะสมบัติ เช่น โทรศัพท์สาธารณะ หลอดไฟฟ้าที่ให้ความสว่างถนนหนทาง แม้แต่การประหยัดน้ำประปา หรือไฟฟ้าที่เป็นส่วนรวม โดยใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าตลอดจนร่วมมือกระทำเพื่อไม่ให้เกิดปัญหา หรือช่วยแก้ปัญหา แต่ต้องไม่ขัดต่อกฎหมาย เพื่อรักษาประโยชน์ส่วนรวม

การจัดโครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับจิตสาธารณะที่โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก องค์การเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ให้ความรู้ถึงการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ครอบคลุมทุกด้าน เช่น โครงการจิตอาสา ที่กำหนดให้ทั้งครู บุคลากร และนักเรียนต้องมีชั่วโมงการทำจิตอาสาตามที่กำหนด ในระดับประถม จำนวน 10 ชั่วโมง ระดับมัธยม จำนวน 20 ชั่วโมง และครู บุคลากร จำนวน 15 ชั่วโมงต่อปีการศึกษา โดยในระดับประถมให้มีการฝึกเก็บขยะทิ้งให้ถูกที่ ตามบริเวณโรงเรียน เมื่อเก็บแล้วจะได้ชั่วโมงจิตอาสาทุกวัน และระดับมัธยม ให้เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาทั้งภายในโรงเรียน และภายนอกโรงเรียนให้ครบ 20 ชั่วโมง ทำให้เป็นการปลูกฝังจิตสาธารณะให้กับนักเรียน เมื่อได้จำนวนชั่วโมงจิตอาสาสูงสุดจะได้รับโล่รางวัล ส่วนนักเรียนและครู บุคลากร ถ้าปฏิบัติจิตอาสาครบ 25 ชั่วโมงขึ้นไป จะได้รับใบประกาศเกียรติคุณ แต่ยังมีจุดอ่อน คือ ด้านงบประมาณและค่าใช้จ่ายในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับจิตสาธารณะซึ่งมีอย่างจำกัด และสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ยังไม่

ครอบคลุม ทำให้การประชาสัมพันธ์แต่ละครั้งกลุ่มเป้าหมายได้รับข่าวสารไม่ทั่วถึง ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาจึงเล็งความสำคัญของการทำกิจกรรมจิตสาธารณะในสถาบันการศึกษาเพื่อปลูกฝังจากเยาวชนไทยเพราะเยาวชนไทยจะเป็นกำลังสำคัญในการมีส่วนร่วม ทำให้นักเรียนได้ร่วมคิด ร่วมแก้ไขปัญหา ดังนั้นผู้ศึกษาจึงเลือกที่ศึกษาการประชาสัมพันธ์โดยผ่านโครงการกิจกรรมหรือโครงการที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด 5 ลำดับในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริม โครงการจิตอาสา โครงการ “รักและเมตตาธรรม” โครงการ “ธรรมสัญญา” โครงการโรงเรียนสีขาว และโครงการส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง เพื่อพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายของโรงเรียนและสังคมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือข่าย
2. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนฯ
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนฯ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนฯ
5. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือข่าย

สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือข่าย ตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ ระดับชั้น สถานภาพครอบครัว รายได้ของผู้ปกครอง และอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือข่ายต่างกัน
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือข่าย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนนทบุรีในเครือข่าย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการวิจัย ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ ระดับชั้น สถานภาพครอบครัว รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน และอาชีพของผู้ปกครองนักเรียนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมจิตสาธารณะแตกต่างกัน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมจิตสาธารณะ ประกอบด้วย จิตสำนึกต่อตนเอง และจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

จากทัศนะของนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญจากแหล่งต่าง ๆ สามารถนำมาศึกษาการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา ได้แก่ คำนาย อภิรัชญาสกุล (Apiwatthayasakul, 2015) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารที่จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่ดีต่อองค์การกลุ่มต่าง ๆ อาจจะเป็น ลูกค้า ผู้ถือหุ้น พนักงาน สหพันธ์แรงงาน กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม รัฐบาล ประชาชนในท้องถิ่น หรือกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม นิศา ชัชกุล (Chatchakun, 2014) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ (public relation) เป็นการวางแผนโดยองค์การหนึ่ง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การให้เกิดกับคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง เป็นการติดต่อสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้เกิดแก่องค์การกับกลุ่มต่าง ๆ เหมือนกับไพศาล วิสาโล (Wisalo, 2011) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นวิธีการดำเนินงานในการจัดการบริหารข้อมูลขององค์กรเพื่อสร้างเสริมเจตคติที่ดีเป็นที่รับรู้ขององค์กรและนอกองค์กรนำมาซึ่งการให้ความร่วมมือและสนับสนุนในกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งคนในและนอกองค์กร ในการประชาสัมพันธ์สามารถวัดความสำเร็จได้ โดยถือเป็นเทคนิคการประเมินผลย่อย ซึ่งการกำหนดเทคนิคการประเมินผลให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการประเมินนั้น วอลเตอร์ เค ลินเดนแมนน์ (cited in Sutheethorn, 2005) ได้ระบุถึง ระดับผลสัมฤทธิ์ทางการประชาสัมพันธ์ไว้ 3 ระดับ คือ ระดับที่ 1 ระดับพื้นฐาน (basic level) เป็นการวัดผลผลิต (outputs) ที่ออกมาจากการดำเนินงานของปริมาณ เช่น จำนวนผู้ฟัง ผู้ชมที่ได้ชมรายการ วัดจากจำนวนสื่อมวลชนที่ให้ความร่วมมือช่วยเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลขององค์การ วัดจากจำนวนผู้รับสารที่สนใจหรือประทับใจกับข้อมูลขององค์การ ดังนั้น หากระดับที่นักประชาสัมพันธ์กำหนดไว้ในระดับที่วิธีการประเมินผลที่นำมาเลือกใช้เพื่อหาคำตอบก็อาจใช้วิธีการพื้นฐาน เช่น การใช้วิธีการแจกจ่ายจำนวนสื่อมวลชน หรือข่าวที่ได้รับการเผยแพร่ หรืออาจวิเคราะห์ให้ลึกลงไปอีกขั้นหนึ่งโดยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาว่าสื่อมวลชนประเภทใดสนใจข่าวสารประเภทใด หนังสือพิมพ์ฉบับใดมีจุดยืนในการให้การสนับสนุน หรือฉบับใดค่อนข้างมีแนวโน้มที่ต่อต้านต่อประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ระดับที่ 2 ระดับกลาง (intermediate level) เป็นการวัดผลที่เกิดขึ้น (outgrowths) ในระดับนี้การวัดการประเมินก็จำเป็นต้องอาศัยเทคนิควิธีซับซ้อนมากขึ้นไปกว่าการวัดผลผลิต เช่น นอกจากต้องการทราบเพียงว่าข่าวสารที่ส่งออกไปถึงกลุ่มประชาชนจำนวนเท่าใด แล้วยังต้องการทราบมากขึ้นไปอีกว่าในกลุ่มนั้นเป็นกลุ่มเป้าหมายจริงจำนวนเท่าไร เมื่อได้รับสารแล้วเขาสนใจในสารหรือไม่เข้าใจในเนื้อหาข่าวสารเพียงไร และข่าวสารที่ได้รับยังคงเป็นข้อมูลที่เขาจะจำได้เป็นประโยชน์ในแง่ความคิดการตัดสินใจของเขาต่อไปภายหลังหรือไม่อีกด้วย เทคนิคการประเมินผลก็จำเป็นต้องอาศัยทั้งการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เทคนิคในการหาข้อมูลที่นิยมใช้เพื่อหาข้อมูลประเภทนี้ เช่น การใช้วิธีสัมภาษณ์กลุ่ม การใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การใช้แบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้ง

แบบเผชิญหน้าหรือการใช้โทรศัพท์สอบถาม และระดับที่ 3 ระดับที่สูง (advanced level) เป็นการวัดจากผลสำเร็จสูงสุด (outcomes) นับเป็นระดับที่จำเป็นต้องอาศัยวิธีการประเมินที่มีความซับซ้อนมากที่สุดเพราะการวัดจะเป็นการวัดในแง่ของทัศนคติ ความคิดเห็น หรือพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น หากนักประชาสัมพันธ์กำหนดระดับมาตรฐานของเป้าหมายของงานไว้ระดับนี้ เทคนิคที่จะนำมาใช้ก็ต้องซับซ้อนมากขึ้น เช่น อาจต้องใช้เทคนิคการประเมินก่อน-หลังโครงการ การทดลอง การวิจัยเชิงทดลอง การสังเกตการณ์โดยการมีส่วนร่วม การใช้บทบาทสมมติ และการวิเคราะห์ผลก็อาจจำเป็นต้องใช้วิเคราะห์ที่ลึกซึ้ง เช่น การวิเคราะห์ผลทางจิตวิทยา การวิเคราะห์ผลตัวแปรด้วยเทคนิคสถิติขั้นสูงต่าง ๆ เป็นต้น

แนวคิดที่เกี่ยวกับจิตสาธารณะ

แนวคิดที่สำคัญที่ผู้ศึกษาเห็นว่าควรนำมาอ้างอิง เพื่อเป็นประโยชน์ในการอภิปรายเทียบเคียงข้อค้นพบจากการวิจัยเรื่องงานอาสาสมัคร ดังนี้ Harbamas (1992) กับแนวคิดพื้นที่สาธารณะ (public sphere) เป็นอีกหนึ่งแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับการกำเนิดจิตสาธารณะ โดยพบว่า การใช้การสื่อสารเปิดพื้นที่สาธารณะ สามารถนำมาต่อยอดเพื่อทำการสื่อสารในการเปลี่ยนแปลงสังคม (communication social change) โดยชาวตะวันตกมักใช้คำว่า “public sphere” เมื่อกล่าวถึงการช่วยเหลือกันในพื้นที่สาธารณะที่ทุกคน (มีความรู้สึกร่วม) การเป็นเจ้าของพื้นที่ชุมชนและประเทศ นอกจากนี้ยังมีแนวคิด “active citizen” ประชาชนมีแรงกระตุ้นในงานส่วนรวม ส่วนไพศาล วิสาโล (Wisalo, 2011) กล่าวว่า “จิตที่ไม่นิ่งดูตายต่อสังคม หรือความทุกข์ยากของผู้คน และปรารถนาเข้าไปช่วย ไม่ใช่ด้วยการให้ทานให้เงิน แต่ด้วยการสละเวลาลงแรงเข้าไปช่วย และด้วยจิตที่เป็นสุขที่ได้ช่วยผู้อื่น จากหนังสือเรื่องจิตอาสา สุขสร้างง่าย ๆ แค่มือทำ โดยกล่าวในหนังสือไว้ว่า “ส่วนใหญ่ใช้ความหมายในทางโลก คือ การเป็นอาสาสมัครเพื่อช่วยเหลือ ส่วนรวมหรือผู้ทุกข์ อย่างไรก็ตามคำว่า “จิตอาสา” ก็มีมิติในทางธรรมด้วย เพราะเกิดจากความเมตตากรุณา การคิดถึงประโยชน์ของผู้อื่น ขณะเดียวกันก็เป็นการลดละตัวตน กล่าวได้ว่า จิตอาสาเป็นการปฏิบัติธรรมอย่างหนึ่งในพุทธศาสนา ในอดีต คนไทยส่วนใหญ่มีความเชื่อเรื่องของชาตินี้ การมีจิตเมตตา กรุณา และไม่นิ่งดูตายเมื่อเห็นคนอื่นเดือดร้อน ซึ่งถือเป็นค่านิยมที่ส่งเสริมและถ่ายทอดกันมา แตกต่างจากปัจจุบัน แม้จะมีความเชื่อเรื่องบุญ แต่มักทำบุญด้วยจิตที่ใจความโลภ ซึ่งหัวใจสำคัญของ “จิตอาสา” คือ จิตที่เต็มไปด้วยความเมตตา กรุณา ปรารถนาดีต่อผู้อื่น อยากให้เขาพ้นความทุกข์ โดยไม่หวังประโยชน์สุขหรือผลตอบแทนให้แก่ตนเอง เป็นจิตที่ทำด้วยความบริสุทธิ์ใจ รางวัลจิตอาสา คือ ความสุขและความภาคภูมิใจในตนเองเท่านั้น ดังที่ Kohlberg (1976) ได้กล่าวว่า จริยธรรมเป็นความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับความถูกต้อง และเกิดขึ้นจากขบวนการทางความคิดอย่างมีเหตุผล ซึ่งต้องอาศัยวุฒิภาวะทางปัญญาและ Kohlberg เชื่อว่า พัฒนาการทางจริยธรรมเป็นผลจากการพัฒนาการของโครงสร้างทางความคิดความเข้าใจเกี่ยวกับจริยธรรม นอกจากนั้นยังพบว่า ส่วนมากการพัฒนาทางจริยธรรมของเด็กจะไม่ถึงขั้นสูงสุดในอายุ 10 ปี แต่จะมีการพัฒนาขึ้นอีกหลายขั้นจากอายุ 11-25 ปี การใช้เหตุผลเพื่อการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จะแสดงให้เห็นถึงความเจริญของจิตใจของบุคคล การใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมไม่ได้ขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์ของสังคมใดสังคมหนึ่ง

โดยเฉพาะ แต่เป็นการใช้เหตุผลที่ลึกซึ้งยากแก่การเข้าใจยิ่งขึ้นตามลำดับของวุฒิภาวะทางปัญญา Kohlberg ยังได้ศึกษาการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมของเยาวชนอเมริกัน อายุ 10 - 16 ปี และได้แบ่งพัฒนาการทางจริยธรรมออกเป็น 3 ระดับ (levels) แต่ละระดับแบ่งออกเป็น 2 ขั้น (stages) ดังนั้น พัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบิร์กมีทั้งหมด 6 ขั้น คำอธิบายของระดับและขั้นต่างๆ ของพัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบิร์ก มีดังต่อไปนี้ ขั้นที่ 1 การถูกลงโทษและการเชื่อฟัง (punishment and obedience orientation) ขั้นที่ 2 กฎเกณฑ์เป็นเครื่องมือเพื่อประโยชน์ของตน (instrumental relativist orientation) ขั้นที่ 3 ความคาดหวังและการยอมรับในสังคม สำหรับ “เด็กดี” (interpersonal concordance of “good boy, nice girl” orientation) ขั้นที่ 4 กฎและระเบียบ (“law-and-order” orientation) ขั้นที่ 5 สัญญาสังคมหรือหลักการทำตามคำมั่นสัญญา (social contract orientation) ขั้นที่ 6 หลักการคุณธรรมสากล (universal ethical principle orientation)

สรุปได้ว่า จิตสาธารณะ เป็นการกระทำที่ช่วยเหลือกันในพื้นที่สาธารณะ ที่ทุกคนมีความรู้สึกร่วม หรือปรารถนาเข้าไปช่วย ด้วยการสละเวลา ลงแรงเข้าไปช่วย และด้วยจิตที่เป็นสุขที่ได้ช่วยผู้อื่น

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 สัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานทั้ง 3 ฝ่าย ได้แก่ หัวหน้าฝ่าย หัวหน้าโครงการจิตอาสา หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์ และกลุ่มที่ 2 เก็บข้อมูลแบบสอบถามจากนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิกระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 จำนวน 897 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างเชิงช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน (proportional stratified sampling) โดยเทียบจากตารางตัวอย่าง (n) ตามขนาดของประชากรที่มีความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผู้ศึกษาคำนวณจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 277 คน แต่เนื่องจากเก็บแบบสอบถามได้จำนวนมากจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูลอีก 13 คน รวมเป็นจำนวน 300 คน โดยเลือกจำนวนนักเรียนมัธยมศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะกับโรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสม ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การกำหนดแนวทางเกี่ยวกับการบริหาร การวางแผนระยะยาว และระยะสั้น เป้าหมายขององค์กร การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ ปัญหาอุปสรรค และแนวทางการแก้ไข และการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีการหาความเที่ยงตรง (validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ และนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (try out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มที่ศึกษา จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการหาความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของแบบสอบถามตามวิธีการของครอนบาคโดยได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.923 และนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interviews) มาใช้ในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร (documentary research) โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยพิจารณาประเด็นหลัก (major themes) หรือแบบแผนหลัก (major pattern) ที่พบในข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลัก (major themes) มาพิจารณาแบ่งแยกออกเป็นประเด็นย่อย (sub-themes) และหัวข้อย่อย (categories) อันเป็นกระบวนการวิเคราะห์ โดยการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อยของกระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) การทดสอบค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (one-way analysis of variance) และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (correlation analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์พฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่าย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

การศึกษา เรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่าย ได้ผลสรุปดังนี้

1. การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานทั้ง 3 ฝ่าย ได้แก่ หัวหน้าฝ่าย หัวหน้าโครงการจิตอาสา หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์แบบเจาะลึก (depth interview) พบว่า โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี มีการกำหนดนโยบายแนวทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะ โดยมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับจิตสาธารณะของนักเรียน เพื่อให้การปลูกฝังการเป็นผู้ให้ มากกว่าผู้รับ เพราะสิ่งเหล่านี้ถ้าสามารถปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนได้ตระหนักสังคมย่อมได้รับแต่ความสุขอย่างแน่นอน ส่วนนักเรียนที่ทำจิตสาธารณะสูงสุดจะได้รับเกียรติบัตรและโล่ ซึ่งตรงกับนโยบายของโรงเรียนความซื่อสัตย์ ความเมตตา การประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างจิตสาธารณะ มีความประสบความสำเร็จโดยเห็นได้ว่านักเรียนของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือข่ายมีจิตสาธารณะเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ โดยทางโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีได้สนับสนุน เรื่องต่าง ๆ ในการกระทำจิตสาธารณะ มีดังนี้ การช่วยกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมโดยไม่ทิ้งขยะลงที่พื้นทั่วไป ต้องทิ้งขยะในที่จัดไว้ให้ ไม่ทิ้งขยะลงในแหล่งน้ำ การดูแลรักษาสาธารณะสมบัติอาจประสบปัญหาในบางอย่าง ยกตัวอย่างเช่นการเผยแพร่ข่าวสารโดยการพูดคนต่อคน บางทีการประชาสัมพันธ์ของข้อมูลอาจบิดเบือนไปบ้าง นักเรียนบางส่วนยังจัดสรรเวลาในการทำจิตสาธารณะประโยชน์ยังไม่ดีพอ จึงก่อให้เกิดนักเรียนที่ยังมีชั่วโมงด้านจิตสาธารณะไม่เพียงพอ มีแนวทางแก้ไขคือ มีการจัดกิจกรรมหรือจัดค่าย ด้านสาธารณะประโยชน์เพื่อรองรับนักเรียนที่ยังมีชั่วโมงไม่เพียงพอและกิจกรรมที่จัดขึ้นนั้นต้องแฝงไปด้วยความรู้เพื่อเป็นทักษะให้นักเรียนนั้นนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในสังคม ในการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะที่ผ่านมาเห็นการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตสาธารณะมาก

ขึ้นและมีจิตสำนึกในด้านการเห็นประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน ได้มีการประเมินผล โดยเช็คชั่วโมงในการทำจิตสาธารณะประโยชน์ ซึ่งนักเรียนส่วนใหญ่มีชั่วโมงจิตสาธารณะครบตามที่กำหนดชั่วโมงไว้ นักเรียนที่เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ชอบงานปฏิบัติมากกว่าทฤษฎี ส่วนการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มเป้าหมาย คือนักเรียนมีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อเพื่อนร่วมห้อง ร่วมชั้นหรือแม้กระทั่งรุ่นพี่รุ่นน้อง และนักเรียนยังมีจิตสาธารณะการช่วยเหลือครูอาจารย์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็นักเรียนนำไปปรับใช้ในการดำเนินชีวิตได้เป็นอย่างดี การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสาธารณะของโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรี ที่ประสบความสำเร็จคือการอบรม โดยการนำวิทยากรที่มีความมีความสามารถ ด้านจิตสาธารณะ เช่น มูลนิธิครอบครัวพอเพียงมาให้การอบรม อธิบายเกี่ยวกับจิตสาธารณะเพื่อให้นักเรียนของโรงเรียนมีความสนใจเรื่อง จิตสาธารณะ เพิ่มมากขึ้นโดยวิทยากรได้ชี้ให้เห็นถึงสาเหตุที่ทำให้สังคมมีปัญหามากขึ้น และได้มีการจัดกิจกรรมกระตุ้นความท้าทาย ทำให้ผู้เรียนได้มีค่านิยมที่ให้ความสำคัญกับจิตสาธารณะ เช่น การพานักเรียนไปทำกิจกรรมปลูกปะการัง ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้นักเรียนอยากไปลงปฏิบัติจริง และยังมีหลักฐานภาพถ่ายการปลูกปะการังเพื่อเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้น

2. การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก พบว่า ประเภทของสื่อ และสื่อที่ใช้เผยแพร่เกี่ยวกับจิตสาธารณะ นักเรียนมีระดับการปฏิบัติมากที่สุด เรียงลำดับ คือ อันดับแรก ได้รับข่าวสารจากสื่อเป็นสื่อบุคคล ได้แก่ การรับข่าวสารจากเพื่อน ครู และเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ รองลงมา ประชาสัมพันธ์ผ่านเสียงตามสายของโรงเรียน ในการทำจิตอาสาภายในโรงเรียน และนอกโรงเรียน ได้แก่ อาสาเก็บขยะ อาสาจราจร อาสารับน้องเล็ก การสร้างฝาย การบริจาคสิ่งของ ต่อมา เว็บไซต์ของโรงเรียน www.ptn.ac.th มีสื่อวารสารของโรงเรียน แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน ได้แก่ ภาพเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมจิตสาธารณะ และภาพการได้รับรางวัลจากโครงการต่าง ๆ สารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ YouTube ได้แก่ จิตอาสาจิตใจที่เป็นผู้ให้ สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน เช่น ป้ายแสดงผลงาน แผ่นสะสมผลงานจิตอาสา และแผ่นพับโรงเรียน มีบริการตามฝ่ายต่าง ๆ ของโรงเรียน เช่น ห้องประชาสัมพันธ์ ห้องการเงิน ห้องฝ่ายปกครอง ห้องสมุด และห้องวิชาการ

3. พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ได้แก่ ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม พบว่า พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเอง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านจิตสาธารณะต่อส่วนรวม ของโครงการจิตอาสาโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ รักและเมตตาธรรม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โครงการธรรมสัจจ โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการโรงเรียนสีขาว โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด โครงการส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ลำดับแรก เคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรี PTN มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด รองลงมาเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเชิดชูเกียรติเป็นแบบอย่างแก่ผู้อื่น ในกิจกรรมของเงินหาย

ได้คืน มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด ต่อมาเคยได้รับประกาศเกียรติคุณด้านความซื่อสัตย์ มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดเคยได้รับประกาศเกียรติคุณเด็กดีศรีพระหฤทัย มีการปฏิบัติในระดับมาก พฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ด้านจิตสำนึกต่อตนเองและด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อวิเคราะห์ พบว่า ลำดับแรก โครงการโรงเรียนสีขาว โครงการ ธรรมสัญญา โครงการ ส่งเสริมความซื่อสัตย์ ซื่อตรง โครงการจิตอาสา มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด และด้านจิตสำนึกสาธารณะต่อส่วนรวม โครงการ รักและเมตตาธรรม มีการปฏิบัติในระดับมากตามลำดับ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อประชาสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ สถานภาพครอบครัว รายได้ของผู้ปกครองต่อเดือน อาชีพของผู้ปกครอง ที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ส่วนระดับชั้นที่ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อ กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อ กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก

พฤติกรรมจิตสาธารณะ	พฤติกรรม的开รับสื่อ	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r_{xy})
พฤติกรรม	สื่อบุคคล	0.68*
จิตสาธารณะของ	ประชาสัมพันธ์เสียงตามสาย	0.47
	แผ่นป้ายโฆษณาบริเวณหน้าโรงเรียน	0.35
นักเรียนมัธยมศึกษา	แผ่นพับโรงเรียน	0.41
โรงเรียนพระหฤทัย	สื่อนิทรรศการแสดงผลงาน	0.34
	เว็บไซต์ของโรงเรียน www.ptn.ac.th	0.86*
นันทบุรีในเครือ	สื่อวารสารของโรงเรียน	0.43*
คาทอลิก	สารคดีหัวใจแห่งเมตตาผ่านสื่อ YouTube	0.53

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับสื่อกับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนันทบุรีในเครือคาทอลิก พบว่า พฤติกรรม的开รับสื่อกับพฤติกรรม

จิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิก พบว่า สื่อเว็บไซต์ของโรงเรียน www.ptn.ac.th กับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิกในระดับสูงทางด้านบวก และสื่อวารสารของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา ในระดับปานกลางทางด้านบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับแนวคิดของ ทิมากรณ ไชยสาร (Chaisan, 2010) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการรับรู้ การแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มลูกค้าบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า การกำหนดกลยุทธ์ด้านการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย การศึกษาคำว่าข้อมูลการสำรวจสถานการณ์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีการใช้กลยุทธ์ด้านการวางแผนประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมหรือโครงการที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม มีกลยุทธ์ด้านการสื่อสารโดยใช้การบูรณาการสื่อ และกลยุทธ์การประเมินผลการจัดกิจกรรมหรือโครงการโดยให้หน่วยงานภายนอกเป็นผู้ประเมิน กลุ่มลูกค้าที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกันมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) ไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มลูกค้ามีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของ บริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสอดคล้องกับ สันติพงศ์ ยมรัตน์ (Yomrat, 2016) ศึกษาเรื่อง พัฒนารูปแบบการการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะ สำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 7 ชั้น คือ ชั้นเตรียมพร้อม ชั้นเรียนความรู้เชิงจิตสาธารณะ ชั้นความรู้สึกรู้จักจิตสาธารณะ ชั้นเหตุผลจิตสาธารณะ ชั้นปฏิบัติจิตสาธารณะ ชั้นนำเสนอ และ ชั้นประเมินผล ประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพรูปแบบการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะ สำหรับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เท่ากับ 84.34 /84.68 ดัชนีประสิทธิผล รูปแบบการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะ สำหรับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย เท่ากับ 0.7338 นักเรียนมีความก้าวหน้าทางการเรียนคิดเป็นร้อยละ 73.38 นักเรียนมีคะแนนจิตสาธารณะ หลังใช้รูปแบบการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะสูงกว่าก่อนใช้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ความพึงพอใจของนักเรียนต่อการเรียนรูปแบบการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะสำหรับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาในด้านการสื่อสารการประชาสัมพันธ์และการเปิดรับสื่อต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจและมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่าสื่อเว็บไซต์ของโรงเรียน www.ptn.ac.th กับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนมัธยมศึกษา โรงเรียนพระหฤทัยนทบุรีในเครือคาทอลิกในระดับสูงทางด้านบวก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรร่วมมือกันในการจัดโครงการหรือกิจกรรมเกี่ยวกับจิตสาธารณะ ให้โดย

ผ่านการใช้สื่อเว็บไซต์ของโรงเรียน www.ptn.ac.th และสื่อบุคคลให้นักเรียนได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมได้มากขึ้น

2. เนื่องจากผลการนำรูปแบบกิจกรรมเสริมสร้างจิตสาธารณะตามหลักการเรียนรู้แบบรับใช้สังคมสำหรับนักเรียนระดับมัธยมศึกษาไปใช้ ปรากฏผลเป็นที่น่าพอใจว่าสามารถพัฒนาคุณลักษณะจิตสาธารณะได้ จึงนับว่าเป็นรูปแบบกิจกรรมอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นทางเลือกที่ผู้สอนสามารถนำไปใช้ในการจัดกิจกรรม และสามารถนำไปประยุกต์ปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมของผู้เรียน

3. ควรมีการติดตามความต่อเนื่องและยั่งยืนของการแสดงออกของคุณลักษณะจิตสาธารณะที่เป็นรูปธรรมในทุกระดับชั้น โดยใช้เวลาในการประชุมประจำสัปดาห์ ในช่วง 15 นาที ช่วยเหลือนักเรียน หรือ ชั่วโมงกิจกรรมลูกเสือ และเก็บข้อมูลเพื่อทราบถึงความคงทนของคุณลักษณะจิตสาธารณะ

4. ควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ป้ายประชาสัมพันธ์การจิตสาธารณะในโรงเรียนให้ชัดเจน มีประชาสัมพันธ์กิจกรรมจิตสาธารณะให้เร็วขึ้น ไม่เกะกังกั้น เพิ่มกิจกรรมสาธารณะต่างๆ มากขึ้น เพิ่มจำนวนรางวัลให้มีการมอบเกียรติบัตรและโล่เกียรติคุณจิตสาธารณะมีโครงการด้านจิตสาธารณะภายในโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น และไม่มีค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมากเกินไป

5. ควรมีการศึกษาการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2561 ในข้ออื่นๆ เช่น ชื่อสัตย์สุจริต อยู่อย่างพอเพียง เป็นต้น

6. ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบคุณลักษณะจิตสาธารณะกับพฤติกรรมการมีจิตสาธารณะของนักเรียนที่ใช้รูปแบบกิจกรรมเสริมสร้างจิตสาธารณะ

เอกสารอ้างอิง

Apiwatthayasakul, K. (2015). *Online public relations. conservation of religion and culture*. (in Thai)

คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2558). การประชาสัมพันธ์ทางออนไลน์. จิตสำนึกในการอนุรักษ์ศาสนาและวัฒนธรรม

Chaiyasarn.T. (2010). *Public relations strategy and responsible expression to the society of the company's customers Bangkok Expressway Public Company Limited*. (Master of Thesis). Sukhothai Thammathirath Open University, Nonthaburi. (in Thai)

ทิมาภรณ์ ไชยสาร. (2553). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และการรับรู้การแสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มลูกค้าบริษัท ทางด่วนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, นนทบุรี.

Chatchakun. N. (2014). *Tourism Industry* (7th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)

นิตา ชัชกุล. (2557). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: วิ.พันธ์

Wahji, J. (2016). *Factors affecting public mental behavior of one secondary school student in Bangkok* (Master's thesis). Graduate school, Rambhai Barni Rajabhat University, Chantaburi. (in Thai)

- จิตติยา วาจิ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาแห่งหนึ่งในเขต กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา คณะมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, จันทบุรี.
- Habermas, J. (1992). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. Cambridge: Polity Press.
- Kohlberg, I. (1976). Moral stages and moralization: The cognitive developmental approach. In Lickonr (ed.) *Moral development and behavior: Theory, reseach and social issues*. New York: Holt, Rinehart and Winson.
- Phuaban, B. (2006). *The use of puppet theater videos as a model for developing public mind of Grade students Grade 2* (Master's thesis). Srinakharinwirot University, Bangkok. (in Thai)
- บุญทัน ภูบาล (2549) การใช้วีดิทัศน์ละครหุ่นเชิดเป็นตัวแบบเพื่อพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 2. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- Sutheethorn, B. (2005). *Theory of internal and interpersonal communication*. In the philosophy of the subject matter Communication Arts and Communication Theory Unit 7. Nonthaburi: Sukhothai Thammathirat Open University. (in Thai)
- บุษบา สุธีธร. (2548). ทฤษฎีการสื่อสารภายในบุคคลและระหว่างบุคคล. ในประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิตศาสตร์และทฤษฎี การสื่อสารหน่วยที่ 7. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Wisalo. P. (2011). *Return happiness to life* (3rd ed.). Bangkok:. Duangtawan (in Thai)
- ไพศาล วิสาโล. (2558). *คืนความสุขให้ชีวิต* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- Wongmontha, O. (2010). *Factors affecting public mind of Prince of Songkla University Students*. Songkla: Prince of Songkla University, Songkla. (in Thai)
- อ้อมใจ วงมณฑา. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- Yomrat, S. (2016). *Developing a model for organizing public mental activities at the high school level*. *Academic Journal of Mahamakut Buddhist University Roi Et Campus*, 5(1), 422-436. (in Thai)
- สันติพงศ์ ยมรัตน์. (2559). พัฒนารูปแบบการการจัดกิจกรรมจิตสาธารณะระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย. *วารสารมหาวิทยาลัย มหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอภัยภูฏา*, 5(1), 422-436.