

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องทัศนคติและการยอมรับของวัยรุ่นต่อการนำเสนอข่าวสารด้านการป้องกันยาเสพติดผ่านนักร้อง - นักแสดง ผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

1. แนวความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น : ทัศนคติ การยอมรับ
2. ทฤษฎีการสื่อสาร ประกอบด้วย
 - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
 - 2.2 บทบาทของการสื่อมวลชนต่อสังคม
 - 2.3 อิทธิพลของสื่อมวลชนต่อเยาวชน
 - 2.4 ประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลียนแบบ
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น : ทัศนคติ การยอมรับ

เซอร์ล็อก (Hurlock) ได้อธิบายคำ “วัยรุ่น” ว่าตรงกับคำ “Adolescence” ในภาษาอังกฤษ มีรากศัพท์เดิมมาจากภาษาละตินว่า “Adolescere” ซึ่งมีความหมายว่าเจริญเติบโตหรือเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ (Maturity) การที่เด็กจะบรรลุถึงขั้นวุฒิภาวะนี้ไม่ใช่จะเจริญแต่ทางร่างกายด้านเดียวเท่านั้น ทางจิตใจก็จะเจริญเป็นเงาตามตัวไปด้วย นั่นคือ จะต้องมีการพัฒนาการทั้ง 4 ด้านไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่ ร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม

คำว่า “วัยรุ่น” หรือ “Adolescence” นี้แตกต่างกันออกไปกับคำว่า “Puberty” หรือการเข้าสู่วัยรุ่น ระยะนี้เป็นจุดเริ่มแรกที่จะเข้าไปสู่วัยรุ่นเท่านั้น

ลักษณะของเด็กวัยรุ่น แบ่งออกเป็น ²

¹ สุชา จันทร์เอน. จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์ไทรวิชัยพาณิชย์, 2529 : 2

² ชัยนาถ นาคบุปผา. โลกของวัยรุ่น. เชียงใหม่, โรงพิมพ์แสงศิลป์, 2516 : 1-2

1. เป็นวัยแห่งการเสริมสร้าง (Period of Reconstruction) คือ ความเจริญเติบโตทางร่างกายเป็นไปอย่างรวดเร็ว เช่น ความสูง น้ำหนัก เป็นต้น
2. เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง (Period of Transformation) คือ มีการเปลี่ยนแปลงในชีวิตทั้งทางร่างกาย ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ
3. เป็นวัยที่มีความคิดอยากเป็นอิสระ (Period of Independence) มีความคิดที่จะพึ่งตนเอง และคัดค้านผู้ใหญ่ อยากลองดี ชอบความก้าวร้าว
4. เป็นวัยที่ต้องเผชิญปัญหา อาจเรียกว่าเป็นวัยวิกฤต ปัญหายุ่งยากส่วนใหญ่เกี่ยวกับการปรับตัว เกิดความขัดแย้งอยู่ในใจ และการตัดสินใจเป็นไปอย่างรวดเร็ว วู่วาม และแสดงออกด้านอารมณ์รุนแรง

ระยะของวัยรุ่น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้³

1. วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) อายุ 13 - 15 ปี ช่วงนี้ร่างกายจะมีการเจริญเติบโตทางเพศอย่างสมบูรณ์ทั้งเพศชายและหญิง
2. วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) อายุ 15 - 18 ปี มีการเปลี่ยนแปลงด้าน ร่างกาย จิตใจ และความรู้สึกนึกคิด มีลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป
3. วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) อายุ 18 - 21 ปี ในระยะนี้การพัฒนาการของวัยรุ่นเริ่มสู่ภาวะอย่างสมบูรณ์แบบ ซึ่งมักมีการพัฒนาด้านจิตใจมากกว่าร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดและปรัชญาชีวิต ดังนั้นช่วงระยะการเป็นวัยรุ่นจากความเปลี่ยนแปลงของความเป็นเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่หรือมีวุฒิภาวะ (Maturity) ด้วยพัฒนาการและการเจริญเติบโตในด้านต่าง ๆ ดังนี้
 - 1) พัฒนาการทางด้านร่างกายหรือมีการเปลี่ยนแปลงทางขนาด (Change of Size) ในน้ำหนัก ส่วนสูง และการทำงานของฮอร์โมนทางเพศ
 - 2) พัฒนาการทางด้านอารมณ์ มีการเปลี่ยนแปลงของอารมณ์อย่างรวดเร็ว มีอารมณ์รุนแรง จนเรียกว่า “พายุบุแคม” คือมีความรู้สึกรุนแรง เปิดเผย ตรงไปตรงมา มีความเชื่อมั่นในตนเอง ต้องการเป็นอิสระ ไม่ชอบกฎเกณฑ์และการบังคับ เริ่มมีความรู้สึกทางเพศ สนใจเพศตรงข้ามและการคบหาสมาคมกับคนอื่น ๆ
 - 3) พัฒนาการทางสังคม เด็กวัยรุ่นจะเริ่มคบหาเพื่อนฝูงในกลุ่มเพื่อนมากมาย และเพื่อนจะมีอิทธิพลต่อเด็กอย่างมาก บางคนอาจชอบเรียกร้องความสนใจด้วยการมีพฤติกรรม การแต่งกาย กริยาวาจา ภาษาแปลก ๆ รวมทั้งมีความคิดเห็นคล้ายตามกับกลุ่มเพื่อน
 - 4) พัฒนาการทางสติปัญญา เริ่มจากการสนใจตนเองมากขึ้น และแสวงหาความรู้แปลก ๆ ใหม่ ๆ พยายามค้นหาเหตุผลของสิ่งต่าง ๆ รู้จักการคิดเป็นระบบ (Formal Operation)

³ ศุภา จันทร์ธอม. วิชาจิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2529 : 3-4

คิดเป็นเหตุเป็นผล คิดเป็นวิทยาศาสตร์ (Scientific thinking) คิดวิเคราะห์ (Analyzation) วิพากษ์วิจารณ์ (Criticism) คิดอย่างมีระเบียบแบบแผน (Systematic thinking) และมีจินตนาการสูง เนื่องจากวัยรุ่นเป็นระยะแห่งวิกฤตการณ์ของพัฒนาการมนุษย์ โดยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ทั้งทางร่างกาย อารมณ์ สังคม จิตใจ และสติปัญญา ซึ่งพัฒนาการหรือการเปลี่ยนแปลงในวัยรุ่นชาย-หญิง จะเริ่มไม่พร้อมกัน โดยวัยรุ่นชายจะมีพัฒนาการช้ากว่าหญิง 1-2 ปี และกว่าจะเจริญถึงขีดสุดก็กินเวลามากกว่าหญิง⁴

จากการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาการดังกล่าว มีผลกระทบต่อความต้องการและความสนใจของวัยรุ่น ดังนี้

1. ความต้องการของวัยรุ่น

1.1 ความต้องการด้านสรีระของวัยรุ่น (Physiological Need) ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่อง

- ความหิว กระหาย
- ความต้องการทางเพศ
- ความต้องการพักผ่อน
- ความต้องการกิจกรรม
- ความต้องการอุณหภูมิที่เหมาะสม
- ความต้องการขับถ่าย
- ความต้องการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดทางกาย

วิธีการตอบสนองความต้องการเหล่านี้แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น

1.2 ความต้องการด้านบุคลิกภาพของวัยรุ่น (Psychological Need) ที่เป็นระดับสูงเท่าความต้องการด้านสรีระ โดยควบคู่ไปกับพัฒนาการด้านสติปัญญา ดังนี้

- ความต้องการมีฐานะทางสังคมที่ดี (Need for Status)
- ความต้องการเป็นอิสระ (Need for Independence)
- ความต้องการความสำเร็จ (Need for Achievement)
- ความต้องการปรัชญาในการดำเนินชีวิต (Need for Philosophy of Life)

2. ความสนใจของวัยรุ่น

⁴ สุชา จันทร์เอม. จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2529 : 25.

ความสนใจของวัยรุ่นแต่ละคนขึ้นอยู่กับเพศ สติปัญญา สภาพแวดล้อม โอกาสในการเรียนรู้ ความสนใจของกลุ่มเพื่อน และความสนใจของครอบครัว และปัจจัยอื่น ๆ Hurlock E.B. ได้แบ่งความสนใจของวัยรุ่น^๕

2.1 ความสนใจทางสังคม (Social Interests)

ในระยะวัยรุ่นตอนต้น เพศหญิงมีความสนใจในการพบปะสนทนากันมากกว่าเพศชาย เพราะเพศหญิงจะเข้าสู่วัยรุ่นเร็วกว่าเพศชาย 1-2 ปี เพศหญิงชอบคุยเกี่ยวกับงานเลี้ยง เพศตรงข้าม เรื่องตลกขบขัน หนังสือภาพยนตร์ ดนตรี กีฬา ครู อาจารย์ และเพื่อน ๆ ที่โรงเรียน ส่วนวัยรุ่นเพศชายชอบพูดคุยเรื่องกีฬา ภาพยนตร์ เพศตรงข้าม และเรื่องการเมือง นอกจากนี้ทั้งวัยรุ่นชายหญิงยังสนใจในชีวิตความเป็นอยู่ของบุคคลในสังคมด้วย

2.2 ความสนใจส่วนบุคคล (Personal Interest)

- ความสนใจในการแต่งกาย เช่น การรักษารักงานของวัยรุ่น
- ความสนใจในสุขภาพ ได้แก่ การกิน การป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ
- ความสนใจในเพศตรงข้าม เช่น การปรับปรุงตัวให้เข้ากับเพศตรงข้าม
- ความสนใจที่จะแสวงหาความเป็นอิสระในตัวเอง
- ความสนใจในการอาชีพเพื่อวางแผนอาชีพในอนาคต
- ความสนใจในศาสนา การรู้ตัวรู้ชั่ว
- ความสนใจในการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เกมกีฬา อ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูภาพยนตร์ และดูโทรทัศน์ เป็นต้น

ความต้องการและความสนใจของวัยรุ่นดังที่ได้กล่าวมาแล้ว มีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตในอนาคต ซึ่งหากวัยรุ่นไม่ได้รับการตอบสนองก็อาจเกิดภาวะความคับข้องใจและจะทำให้เกิดปัญหาในการดำเนินการปรับตัวได้ ดังนั้น ความต้องการและความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ของวัยรุ่น ก็จะส่งผลให้เกิดการเปิดรับข่าวสารจากสังคมรอบข้าง เพื่อตอบสนองความต้องการของเขานั่นเอง

วัยรุ่น เป็นวัยที่อยู่ในระยะหัวเลี้ยวหัวต่อที่อยู่ระหว่างวัยเด็กและผู้ใหญ่ จึงมีลักษณะทั่ว ๆ ไป และความต้องการที่แตกต่างไปจากวัยอื่น ๆ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้^๖

1. เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง กล่าวคือ เปลี่ยนแปลงทั้งด้านอารมณ์ ความคิดเห็น และความสนใจ
2. เป็นวัยแห่งการเสริมสร้าง จะเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะทางร่างกาย เช่น ด้านสมอง และน้ำหนัก

^๕ มหาวิทยาลัยไอซ์เทอร์มาทราท. เอกสารการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยไอซ์เทอร์มาทราท, 2532 : 4.

^๖ ประสาร ทิพย์ธาทา. ทัศนวิทยาและการปรับตัวของเด็กวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แพรววิทยา, 2521 : 1-2.

3. เป็นวัยที่ต้องการความอิสระ ต้องการพึ่งตนเองและมีแนวความคิดต่อต้านผู้ใหญ่ บางครั้งถึงกับมีการโต้เถียงกันอย่างรุนแรง
4. เป็นวัยที่ต้องการแสวงหาความรู้ อยากรู้อยากเห็น จะทดลองทำในสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่ตนยังไม่เคยทำ
5. ต้องการปรัชญาชีวิต และแนวทางชีวิตของตน
6. เป็นวัยที่ต้องเผชิญปัญหามาก เพราะเป็นหัวเลี้ยวหัวต่อ ที่สำคัญยังเป็นวัยแห่งความยุ่งยาก สับสน และการปรับตัว
7. เป็นวัยที่ต้องการความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจจากผู้ใหญ่ ไม่ชอบการลงโทษ ทั้งทางกายและจิตใจ เช่น การยึดเอาของที่รักที่สุดไป การดูต่ำ เห็นว่าเป็นการทรมานจิตใจเกินไป ไม่ชอบการวิพากษ์วิจารณ์ของผู้ปกครองเกี่ยวกับเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย รูปร่าง หน้าตา ไปในทางไม่ดี แต่จะห่วงใยในร่างกายและสุขภาพของตนมาก ไม่ต้องการพึ่งผู้ใหญ่ กลุ่ม หรือคณะที่มีอิทธิพล เขาต้องการอิสระ เป็นตัวของตัวเอง

นอกจากนี้แล้ว สุโท เจริญสุข ยังได้กล่าวถึงลักษณะของวัยรุ่น ดังนี้⁷

1. วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นภายในร่างกายมาก เป็นผลให้อารมณ์ของวัยรุ่นเปลี่ยนแปลงไปด้วย
2. วัยรุ่นต้องการบ้านที่มีความรัก ความอบอุ่น ต้องการบิดามารดาที่อบรมเขาด้วยความเข้าใจ
3. วัยรุ่นมีความต้องการอิสระภาพมาก ไม่ชอบที่จะให้บิดามารดายุ่งเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของเขา ไม่บังคับเข้มงวดจนเกินไป
4. วัยรุ่นรักความยุติธรรมอย่างรุนแรง ถ้ารู้สึกว่าคุณไม่ได้รับความยุติธรรมจะแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบทันที
5. วัยรุ่นต้องการจะมีอาชีพเป็นหลักฐาน ผู้ใหญ่จึงควรชี้แนวทางให้วัยรุ่นได้ประกอบอาชีพตามถนัด
6. วัยรุ่นมีความรักและความต้องการเพื่อนมาก มักจะเจ็บใจแทนเพื่อน อยากมีทุกอย่างเหมือนเพื่อน
7. วัยรุ่นมีความสนใจเพื่อนต่างเพศ บิดามารดาไม่ควรกีดกัน เพราะจะทำให้วัยรุ่นหาทางหลีกเลี่ยงหนีผู้ใหญ่ไปพบกันเอง
8. วัยรุ่นชอบที่จะคบเพื่อนเป็นกลุ่ม และแสดงออกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม เช่น มีท่าทาง คำพูดแปลก ๆ การแต่งกายที่คล้ายคลึงกัน
9. วัยรุ่นมักคิดว่าตนเองเป็นผู้ใหญ่แล้ว จึงมักเลียนแบบผู้ใหญ่ แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ อย่างรุนแรง และอาจผิดพลาดได้

⁷ สุโท เจริญสุข. วิชาจิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร : เทพนิมิตการพิมพ์, 2520, หน้า 4.

10. วัยรุ่นไม่ชอบที่จะให้ผู้ใหญ่ปฏิบัติต่อเขาอย่างเด็ก ๆ
11. วัยรุ่นไม่ต้องการที่จะเปิดเผยเรื่องราวของตนให้บิดามารดาฟังโดยสิ้นเชิง และไม่ชอบให้บิดามารดาเปิดจดหมายส่วนตัวของตนเอง
12. วัยรุ่นไม่ชอบให้บิดามารดาทะเลาะกัน
13. วัยรุ่นไม่ชอบให้บิดามารดาพาตนไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น
14. วัยรุ่นไม่ชอบให้ผู้ใหญ่ดูค้ำว่า เมื่อเขาสอบไล่ได้คะแนนน้อยกว่า

นาฏเฉลิม สุมวงษ์ ได้กล่าวถึงความต้องการของวัยรุ่นไทยไว้ 4 ประการดังนี้⁸

1. อยากเด่น อยากดัง
2. อยากดี
3. อยากดู
4. อยากดี

สุภา มาลากุล และ ประมวญ ดิกคินสัน สรุปความต้องการของวัยรุ่นไทยไว้ 4 ประการ คือ⁹

1. อยากรู้
2. อยากโชว์
3. อยากโต
4. อยากช่วย

จากการได้กล่าวถึงลักษณะทั่วไปและความต้องการของวัยรุ่นข้างต้น พบว่าวัยรุ่นมักจะมีความต้องการหรือความปรารถนาที่แตกต่างไปจากวัยอื่น ๆ บางครั้งก็เป็นความต้องการที่ขาดความพอดี มักจะมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ทำให้เกิดปัญหาขึ้น เกิดความไม่เข้าใจภายในครอบครัว หรือผู้ใหญ่รอบข้าง ถ้าครอบครัวให้ความอบอุ่น และทำความเข้าใจกับช่วงดังกล่าว วัยรุ่นก็สามารถเจริญเติบโตขึ้นมาอย่างมีความภาคภูมิใจในตัวเอง และมีการพัฒนาบุคลิกภาพอย่างมั่นคง แต่ทว่าในกรณีครอบครัวขาดความอบอุ่น และระบบการศึกษาไม่สามารถชี้แจงแนวทางการพัฒนาให้วัยรุ่นได้ วัยรุ่นจะเกิดการรวมกลุ่มและแสวงหากิจกรรมร่วมกันทำ กิจกรรมหนึ่งที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นมาทุกยุคทุกสมัย ก็คือ การฟังเพลงและชมภาพยนตร์ ซึ่งมักจะพบได้ว่าในใจของวัยรุ่นมักจะมีนักร้อง - นักแสดง ในดวงใจของตนเองรวมอยู่ด้วย

⁸ อ้างใน สุรพล บุญทรง, จิตวิทยาพัฒนาการ, กรุงเทพมหานคร : 157.

⁹ เรืองเดียวกัน.

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

การที่เยาวชนจะเกิดทัศนคติต่อข่าวสารด้านการป้องกันยาเสพติดผ่านนักร้อง นักแสดง จำเป็นที่จะต้องปลูกฝังทัศนคติในการต่อต้านยาเสพติด ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ความเชื่อ และความตระหนักถึงปัญหาจากการเสพยาเสพติด ซึ่งจะก่อให้เกิดผลกระทบด้านครอบครัว สังคม เศรษฐกิจ และประเทศชาติ ทั้งนี้ จากแนวความคิดพื้นฐานทางจิตวิทยาที่ว่า ระดับความรู้และความตระหนักถึงความจำเป็นและความสำคัญของปัญหา จะมีอิทธิพลต่อความพร้อมและการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) หรือที่เรียกอีกอย่างว่า เจตคติ เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นตัวโน้มนำพฤติกรรมของบุคคล ความรู้เรื่องทัศนคติช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของคน

มีผู้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ต่าง ๆ กัน อาทิ

พจนานุกรมทางด้านการศึกษา ได้ให้ความหมายทัศนคติว่าเป็น ความรู้สึกของคนเราที่มีความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ รอบ ๆ ตัวในด้านความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยต่อสิ่งต่าง ๆ

เทอร์สโตน (Thurstone) ว่า ทัศนคติเป็นผลรวมของความรู้สึกนึกคิด อคติ และความกลัวของบุคคลที่แสดงออกโดยการพูด แสดงความคิดเห็นออกมา

เบลกิน และ สกายเดล (Belkin and Skydell) ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นแนวโน้มที่บุคคลจะตอบสนองในทางที่เป็นความพอใจ ไม่พอใจต่อผู้คน เหตุการณ์ สิ่งของต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอและคงที่

ศักดิ์ สุนทเสณี ได้สรุปความหมายของทัศนคติไว้ ดังนี้

1. ทัศนคติ หมายถึง ความสลับซับซ้อนของความรู้สึก ความอยาก ความกลัว ความเชื่อมั่น ความลำเอียง หรือการมีอคติของบุคคลในการที่จะสร้างความพร้อมที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์ของบุคคลนั้นที่ได้รับมา
2. ทัศนคติ หมายถึง ความโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือต่อต้านสภาพแวดล้อมที่จะมาถึงทางหนึ่งทางใด

3. ในด้านพฤติกรรมของคนเรา ทศนคติ หมายถึง การเตรียมตัวหรือความพร้อมในการที่จะตอบสนอง กล่าวคือ

3.1 เป็นการบ่งแสดงถึงการตอบสนองที่จะเกิดขึ้นภายในบุคคลนั้น ซึ่งจะยังไม่เกิดขึ้นทันทีทันใด และสามารถสังเกตได้จากพฤติกรรมภายนอก การบ่งแสดงถึงการตอบสนองอาจจะแสดงออกมาอย่างรู้สึกตัวหรือไม่รู้สึกตัว ทางด้านวาจาหรือจากสิ่งเร้าภายในร่างกาย สิ่งที่แสดงออกแต่ละอย่างเป็นส่วนหนึ่งของการตอบสนองทางทัศนคติและแนวโน้มเอียงอื่น ๆ ภายในตัวบุคคล

3.2 การตอบสนองทั้งหมด เป็นการแสดงออกโดยการกระตุ้นให้แสดงออกซึ่งทัศนคติ อาจจะกระทำภายในหรือภายนอกบุคคลนั้น การกระตุ้นด้วยการพูดหรือวิธีอื่น ๆ

3.3 การตอบสนองทั้งหมดเป็นผลของวิถีชีวิต แรงรับที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมที่จะทำให้เกิดการตอบสนองเป็นการสร้างภาพพจน์ต่าง ๆ ตามนิสัยของคน ๆ นั้น

ทัศนคติจึงเป็นการรวบรวมเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น (opinion) ความเชื่อ (Beliefs) และความจริง (ซึ่งได้แก่ ความรู้ต่าง ๆ) รวมทั้งความรู้สึก ซึ่งอาจเป็นการประเมินทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกัน แล้วบรรยายให้รู้ถึงจุดแกนกลางของวัตถุนั้น ความรู้และความรู้สึกเหล่านี้ มีแนวโน้มจะก่อให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งขึ้นไป

ปรีชาพร วงศ์อนุตรโรจน์ ได้กล่าวถึงทัศนคติว่า เป็นเรื่องของความชอบ ความไม่ชอบ ความลำเอียง ความรู้สึก ความเชื่อฝังใจของเราต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด มักจะเกิดขึ้นเมื่อเรารับรู้หรือประเมินผู้คน เหตุการณ์ในสังคม เราจะเกิดอารมณ์ความรู้สึกบางอย่างควบคู่ไปกับการรับรู้ และส่งผลต่อความคิดและปฏิกิริยาในใจของเรา ดังนั้น ทัศนคติจึงเป็นทั้งพฤติกรรมภายนอกที่อาจสังเกตได้ หรือพฤติกรรมภายในที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยง่าย แต่มีความโน้มเอียงที่จะเป็นพฤติกรรมภายในมากกว่าพฤติกรรมภายนอก

และยังได้สรุปว่า ทัศนคติมีความหมายได้หลายความหมาย คือ

1. ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากทีบุคคลได้มีประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้จึงแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1 ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบ สนับสนุน

1.2 ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบและไม่สนับสนุน

1.3 ความรู้สึกที่เป็นกลาง คือ ไม่มีความรู้สึกใด ๆ

2. บุคคลจะแสดงความรู้สึกออกทางด้านพฤติกรรม ซึ่งจะแบ่งพฤติกรรมเป็น 2 ลักษณะ คือ

2.1 พฤติกรรมภายนอก เป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้มีการกล่าวคำพูดสนับสนุน ทำทาง หน้าตาบอกความพึงพอใจ

2.2 พฤติกรรมภายใน เป็นพฤติกรรมที่สังเกตไม่ได้ ชอบหรือไม่ชอบก็ไม่แสดงออก หรือความรู้สึกที่เป็นกลาง

รองศาสตราจารย์ ดร.ประสาร มาลากุล ณ อุษงยา และ คณะ ได้กล่าวถึงแนวความคิดเชิงทฤษฎีที่ใช้อธิบายทัศนคติและแนวทางการพัฒนาทัศนคติว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางจิตใจและระบบประสาทของบุคคล ซึ่งกำหนดทิศทางของทั้งที่การแสดงออกในทางบวก (พึงพอใจ ชอบ เห็นด้วย ยากกระทำ) หรือในทางลบ (ไม่พึงพอใจ ไม่ชอบ ไม่เห็นด้วย ไม่อยากกระทำ) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสภาพการณ์

การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของบุคคล โดย อัลพอร์ต (Allport)¹⁰ ได้เสนอความคิดเห็นว่า ทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเกิดขึ้นได้ตามเงื่อนไข 4 ประการ คือ

1. กระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการเพิ่มพูนและการรวมกันของการตอบสนองแนวความคิดต่าง ๆ ซึ่งประสบการณ์ที่ได้รับมาจากเดิมมีทั้งดีและไม่ดี รุนแรงหรือไม่รุนแรง จะส่งผลถึงทัศนคติต่อสิ่งใหม่ที่คล้ายคลึงกัน

2. การสร้างความรู้สึก เกิดจากประสบการณ์ส่วนตัว ซึ่งประสบการณ์ส่วนตัวขึ้นอยู่กับความแตกต่างของบุคคลที่ต่างมีประสบการณ์ที่ต่างกันไป นอกจากประสบการณ์ของคนจะสะสมขึ้นเรื่อย ๆ แล้ว ยังทำให้มีรูปแบบเป็นของตัวเองด้วย ดังนั้นทัศนคติบางอย่างจึงเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคล แล้วแต่พัฒนาการและความเจริญเติบโตของคน ๆ นั้น

3. การเลียนแบบ การถ่ายทอดทัศนคติของคนบางคนได้มาจากการเลียนแบบบุคคลที่ตนเองให้ความสำคัญและรับเอาทัศนคตินั้นมาเป็นของตน เช่น พ่อ แม่ ครู พี่น้อง และบุคคลอื่น ๆ

4. เกิดจากการเรียนรู้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมในสังคม หรืออิทธิพลของกลุ่มสังคม กล่าวคือ คนย่อมมีทัศนคติคล้ายตามกลุ่มสังคมที่ตนอาศัยอยู่ตามสภาพแวดล้อม เช่น ทัศนคติต่อศาสนา สถาบันต่าง ๆ

องค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

¹⁰ Allport, Gordon W. *Pattern and growth in personality*. New York : Rinehart and Winston, 1961.

1. องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นเรื่องของความรู้ ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้านั้น ๆ อาจเป็นการรับรู้เกี่ยวกับวัตถุ สิ่งของ บุคคล หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นเหตุผลที่จะสรุปความและรวมเป็นความเชื่อต่อสิ่งเร้านั้น ๆ
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component or Feeling Component) เป็นองค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกของบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งเร้า ซึ่งความรู้สึกนี้จะทำให้เกิดทัศนคติในทางใดทางหนึ่ง คือชอบหรือไม่ชอบ ความรู้สึกนี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะเปลี่ยนแปลงได้ยากมาก
3. องค์ประกอบทางด้านแนวโน้มในเชิงพฤติกรรมหรือการกระทำ (Action Tendency Component or Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบทางด้านความพร้อม หรือความโน้มเอียงที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติ หรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทางใดทางหนึ่ง คือ พร้อมที่จะสนับสนุน ส่งเสริม ช่วยเหลือ หรือในทางทำลาย ชัดขวาง ต่อสู้ เป็นต้น

ทัศนคติกับพฤติกรรม

ทัศนคติดีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมของบุคคลเป็นปฏิกริยากับสภาพแวดล้อม อาจจะสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ แต่สามารถวินิจฉัยได้ว่ามีหรือไม่มี โดยใช้วิธีการหรือเครื่องมือทางจิตวิทยา

พฤติกรรมที่มีส่วนสัมพันธ์กับทัศนคติ มีอยู่ 3 ส่วน คือ

1. พฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Domain) ซึ่งพฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ การจำ ความคิด ข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถ และทักษะทางปัญญา การใช้วิจารณญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ

พฤติกรรมด้านความรู้ความเข้าใจ จะประกอบด้วยความสามารถระดับต่าง ๆ ซึ่งเริ่มจากความรู้ในระดับง่าย ๆ และเพิ่มการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญาขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีความรู้ความเข้าใจ การแปลความหมาย การให้ความหมาย การคาดคะเน และความสามารถในการนำไปใช้ รวมทั้งความสามารถในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ได้

2. พฤติกรรมด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective Domain) นี้เป็นความสนใจ ความรู้สึก ทำที ความชอบ พฤติกรรมด้านนี้เกิดขึ้นภายใน ซึ่งต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรม

3. การตอบสนอง (Response) เป็นการตอบสนองต่อสภาวะการณ์หรือสิ่งเร้าต่าง ๆ พฤติกรรมในชั้นการตอบสนองจะมีลักษณะของความยินดี เต็มใจ และพอใจที่จะตอบสนอง

ทัศนคติจึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม เป็นสาเหตุของพฤติกรรมและผลของพฤติกรรม เพราะเวลาที่บุคคลแสดงพฤติกรรมตามความคิด ความต้องการของเขา เขาจะได้รับประสบการณ์ที่ทำให้เขาเกิดความคิดความรู้สึกบางอย่างต่อการกระทำนั้นด้วย ทัศนคติจึงเป็นผลของพฤติกรรมที่มี อิทธิพลในการกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมที่บุคคลจะกระทำในครั้งต่อ ๆ ไปด้วย

กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีขั้นตอนต่าง ๆ ตามลำดับดังนี้

1. ตั้งใจรับทราบ (Attention) ในการเปลี่ยนทัศนคติต้องทำให้บุคคลเกิดความสนใจ รับรู้ ใฝ่ตรง โดยใช้หลักการสัมผัสและรับรู้มาช่วย ผู้สื่อความต้องมีน้ำเสียง ลีลา ท่าทาง สี แสง ความเข้ม ขนาด การเคลื่อนไหวเหมาะสม และลักษณะของสารคือ เนื้อหา สารข้อความของสารน่าเชื่อถือ มีเหตุผล และยังต้องใช้ช่องทางในการติดต่อที่เหมาะสมด้วย เช่น โทรทัศน์ วิทยุ โบปลิว หนังสือพิมพ์ ฯลฯ

2. ความเข้าใจเนื้อความ (Comprehension) ผู้รับทัศนคติใหม่ต้องเข้าใจสิ่งเร้าตามความประสงค์ และจะเข้าใจได้ดีเพียงใด ขึ้นอยู่กับ

2.1 ลักษณะของผู้รับ มีสติปัญญา อายุ การศึกษา บุคลิกภาพ ฯลฯ เป็นคุณสมบัติเป็นตัวแปรในการรับรู้ทัศนคติใหม่

2.1.1 ข้อเท็จจริงและอารมณ์ (Factual and Emotion) ถ้าผู้รับมีการศึกษาสูง ต้องการสารประเภทที่ให้ข้อเท็จจริง เช่น ข้อมูลทางสถิติ กราฟ ผลการวิจัย ส่วนผู้รับที่มีการศึกษต่ำ ควรจะใช้สิ่งที่จะช่วยอารมณ์ให้เกิดความตื่นเต้น เกรงกลัว ตีใจ ฯลฯ

2.1.2 ด้านเดียวหรือสองด้าน (One side or Two side) บุคคลที่มีการศึกษต่ำ ควรให้สารที่แนะนำด้านเดียว เฉพาะด้านดีหรือเลวอย่างเดียวก ส่วนพวกการศึกษาสูงให้ทั้งดีและเลวไปพร้อม ๆ กัน เพราะเขามีสติปัญญาพอจะวิพากษ์วิจารณ์ได้

3. การยอมรับ (Acceptance) จะดีขึ้นถ้ามีเครื่องเสริม (Incentive) ให้เขาได้รับสิ่งที่มีคุณค่าทางจิตใจ เพื่อเปลี่ยนทัศนคติใหม่ ๆ

4. ความถาวรของการเปลี่ยนทัศนคติ (Retention) เพื่อให้เป็นทัศนคติที่คงที่ ควรต้องย้ำซ้ำบ่อย ๆ โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกที่เพิ่มเปลี่ยนทัศนคติใหม่ ๆ

5. การกระทำ (Action) นักจิตวิทยาสังคมพบว่า การใช้ความกดดันของกลุ่มบังคับ (Group Pressure) ช่วยทำให้เปลี่ยนทัศนคติได้ และเมื่อมีการเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรมก็เปลี่ยนไปด้วย

กระบวนการของการเปลี่ยนทัศนคตินี้ จะต้องทำต่อเนื่องกันครบวงจร จะขาดขั้นตอนหนึ่งไม่ได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติไม่ได้เกิดโดยกำเนิดหรือพันธุกรรม แต่ทัศนคติเกิดขึ้นภายหลังอาจเกิดจากการเรียนรู้ การเลียนแบบ หรือเกิดจากการได้รับแรงเสริมกำลัง ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติมีหลายทฤษฎีด้วยกันและที่เป็นทฤษฎีใหญ่ ๆ ได้แก่

1. ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning Theory) หรือทฤษฎีการวางเงื่อนไขและการให้แรงเสริม (Conditioning and Reinforcement Theories) โดยทฤษฎีเชื่อว่า ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ และเราสามารถส่งเสริมได้ในทำนองเดียวกันกับการฝึกนิสัย บุคคลจะสร้างทัศนคติต่อสิ่งใด ๆ ย่อมเกิดจากกระบวนการวางเงื่อนไข การได้รับการเสริมแรง และเกิดจากการเลียนแบบ

กล่าวคือ เมื่อมีสิ่งเร้า 2 สิ่งเกิดขึ้นพร้อมกันบ่อย ๆ ความรู้สึกหรือการตอบสนองต่อสิ่งเร้าอันหนึ่ง อาจถูกถ่ายทอดไปสู่สิ่งเร้าอื่น ๆ ได้ และความรู้สึกที่ได้รับแรงเสริมจากการกระทำอะไรสักอย่างหนึ่ง จะทำให้เราอยากทำสิ่งนั้นไปเรื่อย ๆ ซึ่งจะเป็นการเพาะทัศนคติต่อสิ่งนั้น ดังนั้นในการปลูกฝังทัศนคติใหม่ ๆ จึงขึ้นอยู่กับการให้รางวัลตนเอง เช่น เมื่อพบสิ่งเร้าใหม่ ๆ หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ถ้าสอดคล้องกับประสบการณ์เดิมของเรา เราก็ให้รางวัลแก่ตัวเอง แต่ถ้าประสบการณ์ใหม่ ๆ นั้น ขัดกับความเชื่อเดิมของเรา เราก็อาจหาเหตุผล ถ้ามีเหตุผลให้เชื่อได้ ทัศนคติอาจเปลี่ยนไปได้ สำหรับการเลียนแบบเป็นส่วนหนึ่งของนิสัยมนุษย์ เป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งที่มีภูมิความรู้สึกรู้สึกที่มีแนวโน้มในการที่จะทำอะไรเหมือนคนอื่น เด็ก ๆ จะเลียนแบบผู้ใหญ่ ซึ่งทัศนคติจะถูกเลียนแบบด้วย

2. ทฤษฎีเครื่องล่อใจและความขัดแย้ง (Incentive and Conflict Theory) ทฤษฎีนี้อธิบายการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลเอาไว้ว่า ในขณะที่บุคคลมีความขัดแย้งชนิดบวก-ลบ (Approach-Avoidance Conflict) บุคคลจะมีเหตุผลหลายประการที่จะยอมรับ (Accept) และมีเหตุผลอีกมากมายที่จะปฏิเสธ (Reject) สถานการณ์เกี่ยวกับการสร้างทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่การประเมินคุณค่าของบุคคลว่าจะยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งนั้น ๆ จะขึ้นอยู่กับเครื่องล่อใจเป็นสิ่งสำคัญ โดยบุคคลจะพิจารณาผลตอบสนองที่ได้จากการยอมรับหรือปฏิเสธ และบุคคลมักจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนต่อสิ่งนั้น เมื่อได้ประเมินแล้วว่าการเปลี่ยนทัศนคติจะได้รับผลตอบแทน (เครื่องล่อใจ) ที่ดีกว่า หรือมีคุณค่ามากกว่าการรักษาทัศนคติเดิมเอาไว้

ทฤษฎีนี้ใช้เครื่องล่อใจและการขัดแย้งในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ แต่ละคนมีเหตุผลในการยอมรับหรือไม่ยอมรับทัศนคติอย่างใดอย่างหนึ่ง ถ้าเขาเกิดความขัดแย้งในใจอย่างหนึ่งอย่างใด เมื่อมีสิ่งอื่นมาเป็นเครื่องล่อใจให้เห็นว่าดีกว่าเขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติไปเป็นแบบนั้น

3. ทฤษฎีความสอดคล้องกันทางความคิด (Theory of Cognitive Consonance) มีแนวความคิดว่า ทัศนคติเกิดจากการที่บุคคลพยายามรักษาความคิด (Cognitive) ของตนให้มีความสอดคล้องกัน (Consistence) ซึ่งตามปกติบุคคลจะมีความเชื่อและมีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ มากมาย

หลายระดับ ถ้าหากความเชื่อและค่านิยมที่เกี่ยวข้องกันเหล่านั้นมีความขัดแย้งกัน บุคคลก็จะต้องหาทางประนีประนอมให้มีความสอดคล้องต้องกัน เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติขึ้นมา

4. ทฤษฎีการมีส่วนร่วม (Active Participation Theory) ถือว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมสามารถที่จะทำให้เกิดขึ้นได้ โดยการจัดสถานการณ์ให้บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมภายใน กิจกรรมของกลุ่ม และมีการมีส่วนร่วมได้แสดงออก จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้มากกว่าการมีส่วนร่วมที่มีได้แสดงออก

วิธีเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้แก่เด็ก

จากทฤษฎีความไม่สอดคล้องในการรู้ต่าง ๆ (Cognitive dissonance Theory) ที่อธิบายว่า การจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคน เกิดจากความขัดแย้งกัน (Cognitive dissonance) ระหว่างความรู้ (Knowledge) ความเห็น (Opinion) หรือความเชื่อ (Belief) ตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป ความขัดแย้งนี้ทำให้บุคคลไม่สบายใจ และความไม่สบายใจนี้เอง ผลักดันให้บุคคลพยายามลดความขัดแย้งนั้น ๆ ลง โดยใช้วิธีการใดวิธีการหนึ่งจาก 3 วิธีต่อไปนี้

1. เปลี่ยนพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความรู้ ความเห็น หรือความเชื่อเดิม ซึ่งขัดแย้งกับความรู้ ความเห็น หรือความเชื่อใหม่ ให้พฤติกรรมสอดคล้องกับที่ได้มาใหม่
2. เปลี่ยนความรู้ ความเห็น ความเชื่อในสิ่งแวดล้อมได้ใหม่ โดยลดความขัดแย้งด้วยการบิดเบือนสิ่งที่ได้ใหม่เสีย
3. หาคำรู้ ความเห็น หรือความเชื่อใหม่อื่น ๆ เข้ามาเสริมของเดิมของตนที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนั้น ๆ

ดังนั้น การเปลี่ยนทัศนคติของเด็กทำได้ดังนี้

1. ต้องพยายามให้สิ่งเร้ามาก ๆ ให้ประสบการณ์มาก ๆ ให้เกิดความคิด ความเข้าใจ ต่อสิ่งที่ตรงข้ามกับทัศนคติเดิมของเด็ก
2. พยายามให้เด็กประพฤติปฏิบัติหรือกระทำบ่อย ๆ ในสิ่งที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิม เพื่อเปลี่ยนเข้าสู่ทัศนคติใหม่
3. จัดให้เด็กอยู่ในสังคม สิ่งแวดล้อมที่มีทัศนคติขัดแย้งกับทัศนคติเดิมของเด็ก เพื่อเพิ่มพลังแรงจูงใจ

กล่าวโดยสรุป ทัศนคติเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ มีอิทธิพลมาก เป็นแรงบันดาลใจให้มนุษย์ แสดงพฤติกรรมโน้มเอียงไปตามนั้น

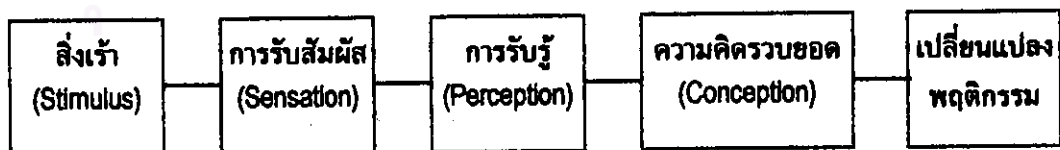
กระบวนการขัดเกลาทางสังคม

กระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดวัฒนธรรมไปสู่สมาชิกเพื่อให้บุคคลมีบุคลิกภาพตามแนวทางที่สังคมต้องการ การขัดเกลาทางสังคมจะช่วยให้สมาชิกยอมรับบรรทัดฐานของสังคม โดยความคุ้นเคยมากกว่าการบังคับและยังทำให้บุคคลสามารถกระทำบทบาทตามสถานการณ์ของตนได้เป็นอย่างดี¹¹

มนุษย์แต่ละคนในสังคมได้สัมผัสกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคมตั้งแต่แรกเกิดจนกระทั่งตาย ภายในช่วงชีวิตหนึ่ง ๆ ของมนุษย์เขาได้เรียนรู้แบบแผนการดำเนินชีวิตทั้งสถานภาพและบทบาทต่าง ๆ ของตนภายในสังคม ภายใต้กระบวนการดังกล่าวมนุษย์แต่ละคนยังพัฒนาและปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพ (Personality) และตัวตน (Self) ของตนเองไปตามเงื่อนไขภาวะการณ์ต่าง ๆ ในเชิงชีววิทยา จิตวิทยา และสังคมวิทยา¹²

ถ้ากล่าวโดยทั่วไปแล้ว การขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงบุคคลกับสังคมเข้าด้วยกัน และโดยข้อเท็จจริงการขัดเกลาทางสังคมประกอบไปด้วยกระบวนการย่อย ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกันแต่ก็มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน 3 กระบวนการคือ กระบวนการเรียนรู้ (Learning) กระบวนการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) และกระบวนการสื่อสาร (Communication) ซึ่งการดำเนินงานร่วมกันของกระบวนการย่อยนี้ถือเป็นแก่นสารของการขัดเกลาทางสังคม¹³

สำหรับรายละเอียดในแต่ละกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ถาวรหรือค่อนข้างถาวร อันเป็นผลมาจากประสบการณ์หรือการฝึกอบรม ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อาจเป็นการเปลี่ยนแปลงทางการกระทำ การรับรู้ การหยั่งเห็น (Insight) แรงจูงใจเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน การเรียนรู้เรื่องใด ๆ ย่อมประกอบด้วยกระบวนการต่อไปนี้คือ เมื่อมีสิ่งเร้า (Stimulus) มาเร้าอินทรีย์ (Organism) ประสาทก็จะตื่นตัวเรียกว่าเกิดการรับสัมผัส (Sensation) แล้วส่งผลกระทบสัมผัสไปยังประสาทส่วนกลาง ทำให้เกิดการแปลความหมายเรียกว่าการรับรู้ (Perception) เมื่อแปลความหมายแล้วก็จะมีการสรุปผลของการรับรู้ เรียกว่าความคิดรวบยอด (Conception) สามารถเขียนแผนผังได้ดังนี้¹⁴



¹¹ วิชา คสาขานา. สังคมวิทยา. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วัฒนาพานิช, 2530 : 117.

¹² วาฬ พรหมบุญ. สังคมวิทยาของบุคคลกับกระบวนการพื้นฐานสังคมมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยเกษมบัณฑิต, 2531 : 39, เอกสาร
อัดสำเนา.

¹³ พงษ์ศักดิ์ สวัสดิพงษ์. ทัศนภาพและระบอบวินัย. คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2530 : 9-2, เอกสารอัดสำเนา.

¹⁴ อบรม สันภิบาล. จิตวิทยาการศึกษา. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์พระพัฒนา, 2520 : 51-51.

องค์ประกอบสำคัญที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ นักการศึกษานักจิตวิทยาได้กล่าวไว้มี 7 ประการ คือ¹⁵

จากผู้อื่น

ปัญญา

1. ความมุ่งหมาย หมายถึง สิ่งที่ผู้เรียนหวังว่าจะได้รับ เช่น ความพอใจ ความสนใจ
2. ความพร้อม หมายถึง ความสามารถที่จะเรียนรู้ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับวุฒิภาวะและสติปัญญา
3. สถานการณ์ หมายถึง วัตถุ สิ่งของ บุคคลแวดล้อมผู้เรียนรู้
4. การแปลความหมาย หมายถึง สิ่งที่ผู้เรียนรู้พึงเล็งความสนใจไปใช้สิ่งต่าง ๆ ที่แวดล้อมเขาอยู่ พิจารณาเชื่อมโยงไปถึงประสบการณ์ที่ผ่านมา และเลือกวิธีตอบสนองที่คาดว่าจะได้ผลตามความมุ่งหมาย
5. การตอบสนอง หมายถึง การกระทำตามวิธีการที่คาดว่าจะได้ผลดีที่สุด สถานการณ์นั้น
6. ผลที่ตามมา หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นเนื่องมาจากการตอบสนอง ซึ่งผลที่เกิดขึ้นอาจตรงกับความคิดหวังหรือตรงข้ามกับความคิดหวังก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความผิดหวังที่เกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนไม่สามารถสนองความต้องการได้หรือไม่เป็นไปตามความคิดหวัง ซึ่งผู้เรียนรู้อาจลองใช้วิธีการอื่น ๆ ที่คิดว่า จะสำเร็จหรืออาจล้มเลิกความมุ่งหมายเดิมก็ได้

กระบวนการปฏิสังสรรค์ทางสังคม (Social Interaction)

การปฏิสังสรรค์ทางสังคม หมายถึง ปัจเจกบุคคลก่อพฤติกรรมที่มุ่งให้บุคคลอื่นรับรู้ หรือตอบโต้การกระทำของตน¹⁶

การปฏิสังสรรค์ทางสังคมเกี่ยวข้องกับการส่งอิทธิพลซึ่งกันและกัน (โดยไม่จำเป็นต้องเท่าเทียมกันเสมอไป) ระหว่างบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป การปฏิสังสรรค์เกิดขึ้นเมื่อบุคคลแต่ละคนรับฟังการตอบสนองหรือการตอบสนองที่คาดล่วงหน้าได้ของคนอื่นเพื่อประกอบการกำหนดแนวการกระทำของตนเอง¹⁷

กระบวนการปฏิสังสรรค์มี 2 ประเภทคือ

¹⁵ L.J. Cronbach. *Educational Psychology*. 2nd Edition, New York, Harcourt Brace World, Inc. 1983 : 72 - 74.

¹⁶ วรพล พรหมกบุตร. *สังคมวิทยาจากทฤษฎีประกอบพื้นฐานสังคมมนุษย์*. กรุงเทพมหานคร : 7.

¹⁷ J.N. Chavon. *Symbolic Interactionism I. An Introduction, An Interpretation, An Integration*. 1979 : chap 10.

1. กระบวนการปฏิสังสรรค์ทางเดียว (One-way) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจ บังคับ (Coercion) การเอาเปรียบ (Exploitation) การเลียนแบบ (Imitation) และการชี้แนะ (Suggestion) เช่น การปฏิสังสรรค์ระหว่างแม่กับลูก ผู้ใหญ่กับเด็ก
2. กระบวนการปฏิสังสรรค์สองแนวทาง (Two-way) เช่น การร่วมมือการแข่งขัน และการขัดแย้ง ซึ่งอิทธิพลจะไม่มีลักษณะตกอยู่กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งแต่ฝ่ายเดียว

กระบวนการสื่อสาร (Communication)

กระบวนการสื่อสารและการขัดเกลาทางสังคม มีความเกี่ยวเนื่องกันชัดเจน ดังคำกล่าวที่ว่า “ความสำคัญของการสื่อสารในการศึกษากระบวนการทางสังคม” (โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขัดเกลาทางสังคม) จะเป็นสิ่งที่ขาดต่อการเน้นหนักมากเกินไปจนความเป็นจริง เพราะว่าการสื่อสารเป็นเครื่องมือหรือตัวกลางที่ซึ่งบุคคลหนึ่งมีอิทธิพลต่ออีกคนหนึ่งและในทางกลับกันได้รับอิทธิพลจากคน ๆ นั้น ทำให้การปฏิสังสรรค์เป็นไปได้ มนุษย์ดำรงตนเองอยู่ได้ด้วยการสื่อสาร¹⁸

ผู้ถ่ายทอดกระบวนการขัดเกลาทางสังคม ได้แก่ ปัจเจกบุคคล กลุ่มองค์กร สังคม หรือสถาบันทางสังคมที่มีบทบาทในการถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ค่านิยมบรรทัดฐาน และแบบแผนพฤติกรรมต่าง ๆ ให้แก่ปัจเจกบุคคลต่าง ๆ ในสังคม ได้แก่¹⁹

1. ครอบครัว ซึ่งมีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลรวมทั้งการถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ค่านิยม บรรทัดฐาน และความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ในสังคม และจะมีอิทธิพลอย่างมากที่สุดเมื่อบุคคลนั้นอยู่ในวัยเด็ก
2. กลุ่มเพื่อน เป็นกลุ่มทางสังคมที่สำคัญอีกประเภทหนึ่งที่ปัจเจกบุคคล ปฏิสังสรรค์อยู่ตลอดเวลาในชีวิต โดยจะมีการแลกเปลี่ยน สื่อสาร ทศนคติ ค่านิยมและความรู้ต่าง ๆ ที่สามารถส่งผลกระทบต่อบุคลิกภาพหรือแบบแผนพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลต่อไป
3. สถาบันการศึกษา จะมีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมของปัจเจกบุคคล โดยเฉพาะสังคมที่มีการพัฒนาลักษณะความเป็นเมือง (Urbanization) มีการเสริมความสัมพันธ์เชิงการค้า (Commercialization) ซึ่งสถาบันการศึกษาจะมีบทบาทในการขัดเกลาทางสังคมในหลาย ๆ แง่มุมของชีวิต
4. สถานประกอบอาชีพการงาน การที่บุคคลได้รับรู้และมีปฏิสังสรรค์กับบุคคลและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ในสถานประกอบอาชีพการงาน ทำให้เขามีโอกาสที่จะรับการถ่ายทอดค่านิยม บรรทัดฐาน ความคิด และอุดมการณ์ต่าง ๆ ในชีวิตได้

¹⁸ E.L. Hartley, and R.E. Hartley. *Fundamentals of Social Psychology*. New York, Knopp, 1961 : 18.

¹⁹ วาฬ พงษ์นิพนธ์. *สังคมวิทยาของบุคคลที่ประกอบขึ้นด้วยสังคมมนุษย์*. กรุงเทพมหานคร : 50-52.

5. องค์การสื่อสารมวลชน ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารพัฒนาอย่างรวดเร็ว องค์การสื่อสารมวลชนจึงทวีความสำคัญมากขึ้น ในฐานะที่เป็นสื่อในการขัดเกลาทางสังคมของบุคคลในสังคม

ทฤษฎีการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสารมวลชน

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)²⁰

ส่วนการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดสารจากองค์การสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อมวลชนเป็นช่องทางหรือพาหนะในการสื่อสาร²¹

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง องค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารมวลชน ได้แก่ สื่อซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท²² ได้แก่

1. สิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือวารสารต่าง ๆ)
2. วิทยุกระจายเสียง
3. โทรทัศน์
4. ภาพยนตร์

เดวิด เค. เบอร์โล (David K. Berlo) ได้อธิบายแบบจำลองกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบ 4 ประการ²³ คือ

1. ผู้ส่งสาร (Communication Source) คือบุคคลหรือแหล่งที่มาของข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเพียงคนเดียวหรือคณะบุคคลหรือองค์การ เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ สำนักพิมพ์ เป็นต้น โดยผู้ส่งสารจะสามารถส่งสารมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม

²⁰ ปรมะ สดะเวทิน. นวัตกรรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร, ทุ่งเรืองการพิมพ์, 2529 : 17.

²¹ พรสิทธิ์ พัฒนชนานุรักษ์. การสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532 : 373.

²² ปรมะ สดะเวทิน. นวัตกรรมสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร, ทุ่งเรืองการพิมพ์, 2529 : 129-131.

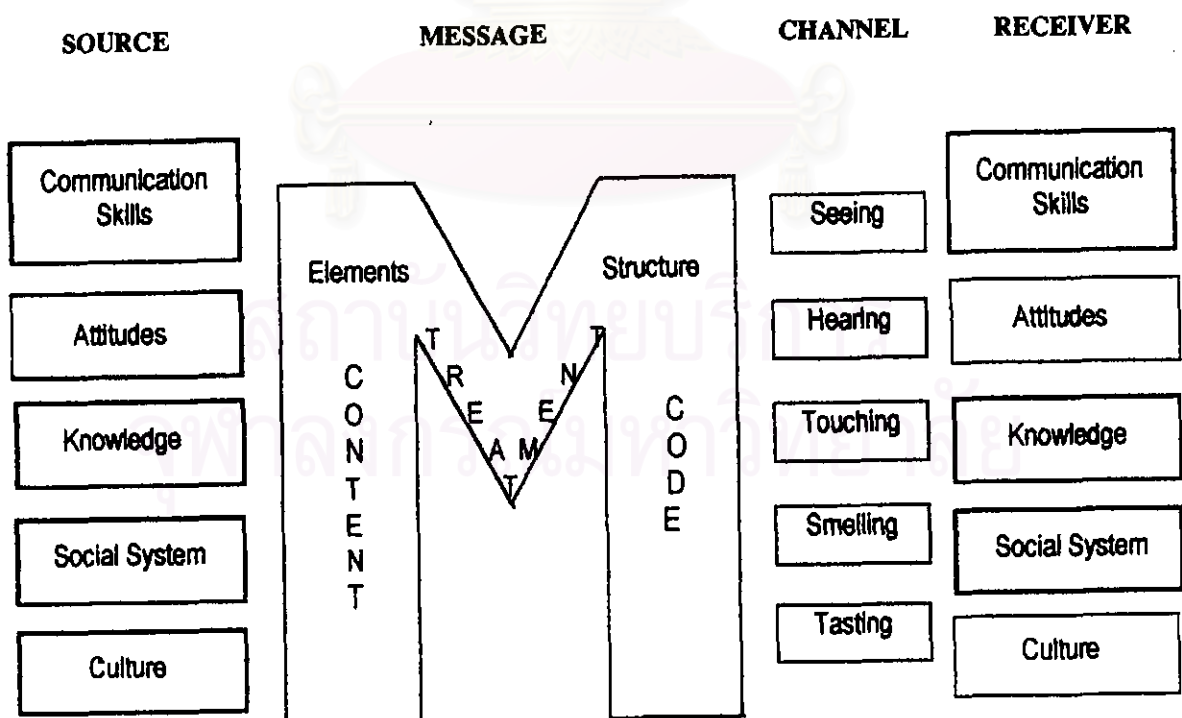
²³ Berlo. The Process of Communication. New York, Holt, Pinchart and Winston, 1960 : 30-72.

2. สาร (Message) คือเนื้อหาสารที่ส่งออกไปจากผู้ส่งซึ่งอาจเป็นความคิดหรือเรื่องราวของเรื่องที่จะส่งไปตามสื่อ โดยสารแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ สัญลักษณ์ของสาร (Code or Symbol) เช่น คำ วลี ประโยค เนื้อหาของสาร (Message Content) เช่น การบรรณาธิการ ข่าวสาร การวิเคราะห์ข่าวสาร

3. สื่อ (Channel) คือตัวกลางหรือพาหนะที่จะนำสารไปยังผู้รับไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารประเภทใด ข่าวสารจะต้องถูกส่งไปตามช่องทางหรือสื่อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ (1) วิธีการส่งรหัสและถอดรหัสข่าวสาร เช่น การถ่ายทอดเป็นภาพหรือเสียง (2) พาหนะที่นำข่าวสาร เช่น แผ่นกระดาษภาพ ม้วนเทปบันทึก วิทยุ โทรเลข โทรศัพท์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น (3) ตัวที่นำพาหนะนั้นไป เช่น อากาศที่พัดคลื่นเสียงเข้าไปกระทบกับหูผู้ฟัง เป็นต้น

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือบุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสารที่ส่งออกไป โดยผู้รับสารจะรับรู้ข่าวสารด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 แล้วถอดรหัสส่งไปตีความ สำหรับลักษณะของผู้รับสารอาจเป็นบุคคลเดียว เป็นกลุ่มคน หรือมวลชนก็ได้ ซึ่งการรับสารจะมีประสิทธิภาพเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทศนคติของผู้รับสาร ระดับความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม

จากองค์ประกอบทั้ง 4 ประการของ Berlo สามารถแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังนี้



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคลกระบวนการดังกล่าว ประกอบด้วย²⁴

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึก นึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive dissonance

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) คือ เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้วก็จะตีความหมายตามความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง

บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่

- ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น

- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

- ประโยชน์ใช้สอย (Self aggrandizement) โดยรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะได้ความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

- สาเหตุจากตัวสื่อ ซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชื่นนำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวนั้น ๆ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่างไรนั้น ก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด คือ²⁵

²⁴ ศีระ จิรโสภณ, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน, ในหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, นนทบุรี, โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2528 : 636-640.

²⁵ ชวัลกร เรือง กิตติรัตน์, แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมวารสื่อสาร, ในพลศาสตร์ของการสื่อสาร หน้าที่ 2, กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531 : 23-28.

1) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่ต่างกันไป การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ

2) ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่า ลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้แล้ว ในการเลือกรับข่าวสารต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ คือ²⁶

1. ประสบการณ์ ประสบการณ์ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะคิด การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

องค์ประกอบที่กล่าวมานั้น ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบทางด้านจิตใจ ซึ่งยังมีองค์ประกอบทางด้านสังคมที่สามารถสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา ปลูกฝังความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารได้ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของผู้รับสารกลุ่มอ้างอิงหรือบุคคลที่อยู่

²⁶ Wilbur Schramm, *Channels and Audiences*, in *Handbook of Communication*, Chicago, Run Menally collage Publishing company, 1973 : 121-122.

รับสารเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ด้วยวัฒนธรรมประเพณีที่กำหนดให้บุคคลมีความเชื่อ ค่านิยมต่าง ๆ กัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น ความแตกต่างของเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น

ดังนั้น เขาชนก็เช่นกัน ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนก็จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้งทางด้านจิตใจและสังคม ทั้งตัวเด็กเองและครอบครัวก็จะมีส่วนในความสนใจและพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ

บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนต่อสังคม

เนื่องจากการสื่อสารมวลชนได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมมนุษย์ เพราะสื่อมวลชนมีส่วนในการสร้างทัศนคติและความสนใจของคน จนมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนในสังคม โดยสื่อมวลชนมีบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาสังคม Willbur Schramm¹⁷ ได้สรุปหน้าที่ของสื่อมวลชนในการพัฒนาสังคม 3 ลักษณะ คือ

1. เป็นยามตรวจสอบหรือหน้าที่ในการให้ข่าวสาร
2. หน้าที่ในการวินิจฉัยสั่งการเพื่อการตัดสินใจของกลุ่มบุคคล โดยที่สื่อมวลชนจะเป็นผู้ใช้ข้อมูล นำข่าวสารไปสู่ประชาชน ทำให้ประเด็นปัญหาต่าง ๆ ชัดเจน
3. หน้าที่ในการให้ความรู้ เช่น การใช้สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาในห้องเรียน เป็นต้น

นอกจากหน้าที่หลักทั้ง 3 ประการแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญดังต่อไปนี้

1. สื่อมวลชนทำหน้าที่รายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ประชาชนได้รับทราบ โดยที่สื่อมวลชนสามารถรายงานและแจ้งข่าวสารได้มีประสิทธิภาพ สามารถกระจายข่าวได้อย่างกว้างขวางในเวลาอันรวดเร็ว
2. สื่อมวลชนทำหน้าที่ขยายทัศนวิสัย โลกทัศน์ของประชาชนให้กว้างขวางยิ่งขึ้น ทำให้ประชาชนมีประสบการณ์อื่น ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการพัฒนาคุณลักษณะของการเข้าใจผู้อื่น (empathy) ทำให้เป็นผลดีต่อการพัฒนาในด้านการสร้างความรู้สึกร่วมในการมีส่วนร่วมในสังคมต่อความคิดเห็นและปัญหาต่าง ๆ
3. สื่อมวลชนจุดความสนใจในสิ่งที่น่าสนใจ ทำให้ประชาชนรับรู้ในสิ่งนั้น ๆ และเป็นผลดีต่อการดำเนินการในด้านการพัฒนา
4. สื่อมวลชนเพิ่มพูนความทะเยอทะยานให้กับประชาชน ทำให้ได้รับข่าวสารข้อมูล ที่อาจจะทำให้มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และพยายามก้าวไปสู่จุดมุ่งหมายที่ดั้น
5. สื่อมวลชนสร้างบรรยากาศที่จะทำให้เกิดการพัฒนา คือทำให้มีความสนใจในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายของการพัฒนา การรายงานข่าวของสื่อมวลชนเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ

¹⁷ Willbur Schramm. *Mass Media and National Development*. Stanford, California, Stanford University Press, 1964 : 126.

เช่น รายงานข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศ ทำให้เกิดความรู้สึกนึกคิดเชิงวิชาการ

6. สื่อมวลชนจะมีส่วนในการเปลี่ยนทัศนคติหรือค่านิยมให้เป็นไปในทางสร้างสรรค์และพัฒนา

7. สื่อมวลชนช่วยเสริมการตัดสินใจของบุคคลโดยการส่งผ่านไปตามช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล และผู้นำความคิดเห็นผู้ที่มีอิทธิพลในการชักจูงใจจะเป็นผู้รับข่าวสารส่งต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ อันจะทำให้การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ มีแนวทางและเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้น

8. สื่อมวลชนช่วยสร้างเสริมสถานภาพให้กับบุคคล ด้วยการสร้างชื่อเสียง ยกย่องให้การสนับสนุน

9. สื่อมวลชนทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจนโยบายของรัฐบาล ก่อให้เกิดการรับฟัง รับรู้ การอภิปราย การสนทนา อันเป็นประโยชน์ต่อความเจริญก้าวหน้าของบ้านเมือง

10. สื่อมวลชนทำให้ประชาชนทั่วไปเข้าใจบทบาทของสังคม ด้วยการกระจายข่าวสารของการประพฤติปฏิบัติตนที่สังคมยอมรับ เพื่อให้ประชาชนได้ยึดถือตามกฎเกณฑ์ของสังคม

11. สื่อมวลชนทำหน้าที่ในการให้การศึกษอบรมแก่ประชาชนในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิต และการศึกษาทั้งในและนอกระบบโรงเรียน

จากบทบาทของสื่อมวลชนดังกล่าวจะเห็นได้ว่า นอกจากจะมีส่วนในการพัฒนาส่งเสริมสังคมแล้ว ยังเกี่ยวกับการพัฒนาเยาวชนของชาติด้วย โดยเฉพาะในด้านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมของเด็ก ซึ่งต้องอาศัยการศึกษาเรียนรู้จากสื่อมวลชนเช่นกัน

บทบาทของสื่อมวลชนจะมีผลต่อกระบวนการเรียนรู้ของเด็ก ดังนี้

1. สื่อมวลชนสร้างค่านิยม เด็กจะเรียนรู้ค่านิยมต่าง ๆ จากสื่อมวลชนได้ เช่น การสะสมทรัพย์สิน การดำเนินชีวิต ศิลธรรมจรรยา ซึ่งสื่อมวลชนที่ดีควรจะเน้นการให้ข่าวสารเพื่อกระตุ้นเตือนจริยธรรมในบุคคล อันก่อให้เกิดการปฏิบัติตามค่านิยมที่ตั้งมานั้น

2. สื่อมวลชนสร้างทัศนคติ ทัศนคติคือความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติประกอบไปด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม สื่อมวลชนจะเป็นผู้ให้ข่าวสารและสอนการประเมินในสิ่งต่าง ๆ รอบตัว ตลอดจนชี้แนวทางที่จะเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติ ซึ่งสื่อมวลชนมีลักษณะอันเอื้อต่อการจุดความสนใจของเด็กให้คล้อยตามสิ่งเหล่านั้น

3. สื่อมวลชนกำหนดปทัสถานของพฤติกรรม ปทัสถาน (Norms) คือ แบบแผนของความประพฤติของคนในสังคมซึ่งอยู่ร่วมกัน เพื่อให้สังคมมีความสุขด้วยการตอกย้ำ ชี้แนะแนวทางที่ถูกต้องให้คนในสังคมปฏิบัติ

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในกระบวนการสังคมประกิตของมนุษย์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้อาจเนื่องจากโลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สื่อมวลชนจึงเป็นเสมือนเสียงที่มีอิทธิพล (authoritative voice) ในขณะที่ยังคงมีคนอื่น ๆ มีอิทธิพลลดลง นอกจากนี้ปัจจัย

เรื่องเวลาก็เป็นอีกสาเหตุหนึ่ง ปัจจุบันคนเราใช้เวลาคลุกคลีกับสื่อมวลชนมาก จนทำให้สื่อมวลชนเป็นหนึ่งในตัวแทนทางสังคม (social agent) ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุดในการบวนการสังคมประภคิต²⁸

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ 1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และ 2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ชาร์ลส์ เค. อัทคิน (Charles K. Atkin)²⁹ กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

โรเจอร์ส และ สเวนนิ่ง (Rogers and Svenning)³⁰ ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างออกไปอีก โดยให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมสื่อห้าประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชชีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

ซึ่งในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1. การเลือกรับและการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสาร

²⁸ เมตตา กฤตวิทย์ และ คณะ. แนวคิดขั้วกันเทคนศาสตร์. กรุงเทพฯ: มานนคร, โรงพิมพ์เจริญผล, 2530 : 85.

²⁹ Charles K. Atkin. *New Model for Mass Communication Research*. New York, 1973 : 56.

³⁰ Everette M. Rogers and Lynn Svenning. *Modernization Among Peasants: the Impact of Communication*, New York, 1978 : 112.

ที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนเองในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจเลือกรับรู้และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกันกับความสนใจของตนเอง

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ชรามม์ (Schramm) อธิบายว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสาร จะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อที่นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรลีย์ (Riley) และ ฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่าแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อสนองความต้องการของตน ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับข่าวสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ในกระบวนการสื่อสารประกอบไปด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญ ได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Source) 2. สาร (Message) 3. สื่อ (Media) 4. ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ จะมีความสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับเกิดความรับรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา

1. สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ 2 ประการคือ

1.1 กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

1.2 สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

2. สื่อบุคคล (Personal Media) สื่อบุคคล หมายถึงตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป ได้แก่ ญาติ พี่น้อง สามเณรหรือภรรยา เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่รัฐบาล เจ้าหน้าที่องค์กรเอกชน นิสิต นักศึกษา

อิทธิพลของสื่อมวลชน³¹

โจเซฟ ที เคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชนไว้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพศติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกรับของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิด และความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือดีเยี่ยม และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน ในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

³¹ ปานะ สตะเวทิน. ทัศนศึกษาสาร. กรุงเทพฯ: 2538 : 141-146.

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงสนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชน ให้ความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว สื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนได้ในกรณีที่คุณคนนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

เมลวิน แอล เดอเฟลอร์ (Melvin L. De Fleur)³² ให้นแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลไว้ 4 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล กล่าวคือ โครงสร้างทางบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดแบบการรับรู้หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และข่าวสารต่าง ๆ ที่แตกต่างกันตามทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลในแง่การเรียนรู้ หรือการย้ายในสิ่งที่เขาารู้อยู่แล้ว

2. ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม กล่าวว่า บุคคลในกลุ่มเดียวกันย่อมจะเปิดรับสารและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาของข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากความใกล้ชิดสนิทสนมผูกพันของกลุ่ม ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนเหล่านี้ ก็ต่อเมื่อส่งมาในลักษณะที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร นักสังคมวิทยาชนบท เชื่อว่าเครือข่ายของชาวบ้านมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ และชาวบ้านที่มีความผูกพันทางสังคมอย่างแน่นแฟ้นกับเพื่อนบ้าน ผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในสังคมนั้น ในกรณีเช่นนี้ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อคนได้ในลักษณะ ทฤษฎีสื่อสารสองขั้นตอน (Two-Steps Flow Theory) ซึ่งต้องอาศัยอิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) เข้าร่วมด้วย

³² Melvin L. De Fleur. *Theoria of Mass Communication*. New York, 1970 : 89.

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานและสภาพแวดล้อมทางสังคม ถ้าสื่อมีเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม สื่อมวลชนอาจย้ายบรรทัดฐานเดิม และสร้างบรรทัดฐานใหม่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ฉะนั้นจึงกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่ทางอ้อม 3 ประการ คือ 1) สื่อมวลชนจะส่งเสริมสนับสนุนและย้ายบรรทัดฐานทางสังคมให้ดำรงอยู่ตลอดไป 2) สื่อมวลชนจะสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันให้เกิดในสังคม 3) สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่แต่ต้องใช้เวลา

เออร์วิน พี เบตทิงฮอส (Erwin P. Bettinghaus)³³ ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด คือ อารมณ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังไม่ปรากฏผลจากการวิจัยแน่นอนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมอย่างไร กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm)³⁴ ได้กล่าวว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาได้ 3 ลักษณะ ลักษณะที่ 1 ประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา ลักษณะที่ 2 ประชาชนมีโอกาสมาเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลง ลักษณะที่ 3 ทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมสั่งสอน เด็กต้องได้รับการศึกษา ผู้ประกอบอาชีพต่าง ๆ ต้องได้รับการเรียนรู้ในการเรียนรู้ในการปรับปรุงอาชีพของตนให้ก้าวหน้า

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)³⁵

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล โรเจอร์ส และ ชูเนเกอร์ (Rogers & Shoemaker) ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

³³ Erwin P. Bettinghaus, *Persuasive Communication*, New York, 1971 : 33

³⁴ Will Schramm, *Men and Media : A Look at Human-Communication*, New York, 1973.

³⁵ Rogers, E.M. and F.F. Shoemaker, *Communication and Innovation*, New York 1971 : 261-262.

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล³⁶

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาตอบโต้ซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องมือชักจูงโน้มน้าวใจผู้รับสาร ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุกยิววิธี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิริยาตอบสนองหรือปฏิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้³⁷

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัยไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจ จึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group contact of community public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาภายในกลุ่ม คือจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล ในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวังดังเช่น

³⁶ เสถียร เสงี่ยมะพันธ์. การสื่อสารและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร, 2528 : 30.

³⁷ เรื่องเดียวกัน : 35.

โรเจอร์ส (Rogers)³⁸ ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้เข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

สอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตทิงฮอส (Bettinghaus) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้ในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าตากันทั้งสิ้น

แคทซ์ และ ลาซาสเฟล (Katz and Lazarsfeld)³⁹ ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคล มากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชนตามแนวคิดของลาซาสเฟล และคณะมี 4 ประการ คือ⁴⁰

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟัง เป็นไปได้ยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเองจึงง่ายต่อการชักจูงให้คล้อยตาม

³⁸ Everett M. Rogers. *Communication Channels*. New York, 1978 : 132.

³⁹ Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld. *Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Communication*, New York, 1968 : 78.

⁴⁰ Paul F. Lazarsfeld and Herbert Menzel. *Mass Media and Personal Influence*, New York, 1968 : 83.

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่น ๆ ไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวแต่ละครั้ง ผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติและความคิดเห็นของตนลงไป ทำให้ผู้รับสารคนท้าย ๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของกลุ่มชนที่แทรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม⁴¹

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเขียนแบบ

จอห์น บี วัตสัน (John B. Watson) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้เสนอหลักการว่า การศึกษาทางจิตวิทยาควรศึกษาที่พฤติกรรม แทนการศึกษาสัญชาตญาณและความรู้สึกใด ๆ ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมเป็นสิ่งที่สังเกตได้วัดได้⁴²

นักจิตวิทยากลุ่มพฤติกรรมนิยม มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ทุกเพศทุกวัย เพื่อหาสาเหตุที่ทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ เช่น สาเหตุที่วัยรุ่นยกพวกตีกัน แต่งกายเหมือน ๆ กัน นักจิตวิทยากลุ่มพฤติกรรม ได้อธิบายสาเหตุการเกิดพฤติกรรมต่างกัน แต่มีสิ่งหนึ่งที่นักจิตวิทยากลุ่มพฤติกรรมนิยม สรุปสาเหตุการเกิดพฤติกรรมที่ค่อนข้างตรงกันคือ พฤติกรรมส่วนมากของมนุษย์ทุกวัย มีสาเหตุมาจากการเรียนรู้ (learning)

ทฤษฎีการเรียนรู้แบบการกระทำ : เด็กวัยรุ่นเรียนรู้จากผลกรรม

บี เอฟ สกินเนอร์ (B.F. Skinner) มีแนวความคิดว่า เจือปนผลกรรมคือการเสริมแรง และการลงโทษ เป็นเจือปนผลกรรมจะเป็นตัวกำหนดว่าพฤติกรรมนั้นมีแนวโน้มจะเกิดขึ้นอีกหรือยุติลงในอนาคต ถ้าพฤติกรรมใดได้รับการเสริมแรง พฤติกรรมนั้นจะเกิดขึ้นอีกด้วยความถี่สูงขึ้น หากพฤติกรรมใดได้รับการลงโทษ พฤติกรรมนั้นจะยุติลงในอนาคต

พฤติกรรมที่สกินเนอร์กล่าวถึง หมายถึง พฤติกรรมที่วัดได้และสังเกตได้⁴³

⁴¹ Elihu Katz and Paul F. Lazarsfeld. Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Communication. New York : 87.

⁴² มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. เอกสารวิจัยสังคมวิทยาพฤติกรรมวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532 : 26.

⁴³ เรื่องเดียวกัน, หน้าเดียวกัน.

ทฤษฎีปัญญาทางสังคม : เด็กวัยรุ่นเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ

อัลเบิร์ต แบนดูรา (Albert Bandura) มีแนวความคิดว่า เด็กวัยรุ่นเรียนรู้จากการสังเกตตัวแบบ (model) โดยสังเกตว่าตัวแบบทำอะไร แล้วได้ผลกรรมอะไร เมื่อสังเกตแล้วผู้สังเกตจะเกิดความคิดว่าตนสามารถทำพฤติกรรมใหม่ได้อย่างไร และในวันข้างหน้าผู้สังเกตก็จะระลึกแบบแผนพฤติกรรมออกมากระทำได้⁴⁴

พฤติกรรมปัญญา (Cognition) อาจพิจารณาได้ 3 ลักษณะ คือ

1. หน้าที่ของปัญญา

ปัญญาจะทำหน้าที่คิด วางแผน การหาเหตุผล การจัดประเภท การหาความสัมพันธ์ การแก้ปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ ฯลฯ

2. กระบวนการทางปัญญา

กระบวนการที่จะทำให้เกิดปัญญา จะประกอบด้วย การใส่ใจ การรับรู้ การจำ การจินตนาการ การตัดสินใจ

3. ปัญญาในฐานะความรู้สึก (affective facets)

ในด้านความรู้สึกปัญญาจะเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ค่านิยม

ดังนั้น เมื่อกล่าวถึงปัญญาหรือสติปัญญาอย่างกว้าง จะกล่าวรวมถึงทั้ง 3 ลักษณะ แต่ในความหมายหมายที่แคบ ปัญญาจะหมายถึงการคิดเท่านั้น (cognition) มีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า *cognitare* หมายถึง การคิด (thinking)

พือาเจต์ (Jean Piaget) ได้สรุปลักษณะสติปัญญาของเด็กวัยรุ่นได้ว่า วัยรุ่นมีวิธีคิดในชั้นเหตุผลเชิงนามธรรม ซึ่งมีลักษณะเด่น 3 ประการ คือ⁴⁵

ประการที่ 1 สามารถคิดในสิ่งที่เป็นนามธรรมได้

ประการที่ 2 สามารถตั้งสมมติฐาน หรือสามารถทำนายสิ่งที่ยังไม่เกิดจริงได้

ประการที่ 3 สามารถทดสอบสมมติฐานด้วยข้อมูลได้ โดยทดสอบว่าสมมติฐาน

ใดผิดสมมติฐานใดถูก

⁴⁴ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. แผนการเรียนการสอนชุดวิชาพฤติกรรมวัยรุ่น. กรุงเทพมหานคร, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
2532 : 27.

⁴⁵ เรื่องเดียวกัน, หน้า 36.

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Austin 3 Babrow (1989) วิเคราะห์พฤติกรรมนักเรียนที่ติดตามดูละครโทรทัศน์ โดยอิงทฤษฎีความคาดหวัง ทศนคติ (Expectancy-Value) เนื่องจากละครเป็นรายการที่ได้รับ ความนิยมสูงสุดในช่วงเวลาออกอากาศตอนกลางวัน และดูเหมือนว่านักเรียนจะเป็นกลุ่มผู้ชมที่สำคัญ เหตุผลที่อธิบายว่า ความต้องการเรียนรู้และนำเอาละครโทรทัศน์มาตอบสนองความเพ้อฝันนั้น เป็น ทศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของนักเรียนมาก ในขณะที่ความสนุกสนาน บันเทิงที่ผู้ชมมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อระดับการ เปิดรับชมละครโทรทัศน์ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยในเรื่องการรับรู้ และปัจจัยด้านอารมณ์ ความรู้สึก เป็นตัวการที่แทรกแซงผลของทศนคติที่ผู้วิจัยคาดหวังไว้ ผลพลอยได้จากการวิเคราะห์ตามทฤษฎี ความคาดหวังทศนคติ พบว่า แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-concept) เป็นปัจจัยสำคัญอีก ประการหนึ่งที่กำหนดระดับการชมละครโทรทัศน์ของนักเรียน

ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ของ กลุ่มแม่บ้านในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ติดตามดูละครหลังข่าวภาค 20.00 น. เป็นเวลาอย่างต่ำ 5 ปี ขึ้นไป จำนวน 30 คน ผลวิจัยสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากที่จะดูละครโทรทัศน์ มีการวิพากษ์วิจารณ์บทบาทการแสดงของตัวละคร หรือเนื้อเรื่องในขณะดูและได้นำละครไปใช้ อรรถประโยชน์ทางสังคม โดยนำไปเป็นประเด็นสนทนา และเป็นสื่อกลางในการเข้าร่วมกลุ่ม ความพึงพอใจหลักที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ คือ ความสนุกสนานเพลิดเพลินจากเนื้อเรื่อง ดารา ฉาก และเครื่องแต่งกาย การผ่อนคลายหรือหลีกเลี่ยงจากความเครียดในปัญหาชีวิตประจำวัน การสำรวจความเป็นจริง การได้รับคำแนะนำ

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2537) ศึกษาวิจัยถึงการรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน การรับทราบข่าวสารการณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่าง ประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารทั่วไปจาก สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการณรงค์จากสื่อมวลชน

สุภารักษ์ จูตระกูล (2537) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกตามประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะ แยกประเภท และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับทศนคติ ส่วนการเปิดรับข่าวสาร สื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

ชิบ จิตนิยม (2534) ได้ศึกษาความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังผลตอบแทน ความพึงพอใจสูงในองค์ประกอบต่าง ๆ ตามลำดับ คือ

- เพื่อติดตามข่าวสาร
- เพื่อนำมาพุดติกรรม และช่วยการตัดสินใจ
- การผ่อนคลายอารมณ์
- การสนับสนุนความคิด หรือการเสริมย้ำความเชื่อ

ซึ่งเมื่อมีการจัดลำดับปัจจัยทางด้านความคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจจากการรับชมรายการของไอบีซีเคเบิลทีวี ที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างตามลำดับ ได้ดังนี้

- เพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่น
- เพื่อติดตามข่าวสาร
- เพื่อผ่อนคลายอารมณ์
- การสนับสนุนความคิด หรือเสริมย้ำความเชื่อ
- เพื่อการแนะนำพุดติกรรมและช่วยการตัดสินใจ

บุญชัย รัตนวีระประดิษฐ์ (2533) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาทางวิทยุโทรทัศน์กับความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมของเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกเยาวชนศูนย์ส่งเสริมกีฬาเยาวชนกรุงเทพ (ไทย - ญี่ปุ่น) จำนวน 405 คน พบว่า

- 1) เยาวชนเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาที่เผยแพร่ทางวิทยุโทรทัศน์ คือข่าวกีฬาประจำวันร้อยละ 58.9
- 2) รายการที่ชอบชมคือ ข่าวกีฬาประจำวันร้อยละ 74.1
- 3) รายได้ของเยาวชนในการเปิดรับข่าวสารกีฬาไม่แตกต่างกัน
- 4) อายุที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารด้านกีฬาที่เผยแพร่ทางวิทยุ โทรทัศน์

พัทพร อางองค์ และคณะ (2538) ได้ศึกษามาตรการแก้ไขปัญหายาเสพติดในกลุ่มเยาวชน : กรณีศึกษาเปรียบเทียบนักเรียนสายสามัญและสายอาชีพในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

- 1) ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดที่เยาวชนได้รับจากสื่อต่าง ๆ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ทีวี โรงเรียน หนังสือพิมพ์ เพื่อนหรือญาติ เอกสาร และวิทยุ
- 2) ปัจจัยอายุ ผลการเรียน สาขาที่ศึกษา ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด เพื่อน สิ่งแวดล้อม ตัวเยาวชน มีความแตกต่างกันของระดับทัศนคติต่อโอกาสในการติดยาเสพติดของเยาวชน
- 3) ปัจจัย เพศ ความสัมพันธ์ในครอบครัว ความพร้อมของโรงเรียน เศรษฐกิจ ไม่มีความแตกต่างของระดับทัศนคติต่อโอกาสในการติดยาเสพติดของเยาวชน
- 4) ทัศนคติต่อโอกาสในการติดยาเสพติด ในนักเรียนสายสามัญปัจจัยเกี่ยวกับตัวเยาวชนเองจะมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาได้แก่ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ในนักเรียนสาย

อาชีพปัจจัยเกี่ยวกับความรู้ที่เกี่ยวกับยาเสพติดมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมาได้แก่เยาวชน และในภาพรวมปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด รองลงมาได้แก่ตัวเยาวชน

ผจงจิต อินทสุวรรณ และคณะ (2539) ได้ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การติดยาเสพติดของเยาวชน สำหรับผลในด้านอิทธิพลของสื่อ พบว่า อายุที่เริ่มเสพครั้งแรก สำหรับกลุ่มเฮโรอีนคือ 17.3 ปี กลุ่มสารระเหย 16.3 ปี สาเหตุที่เสพครั้งแรกคือ อยากรลองเอง เป็นอันดับแรก และอยากรลองตามคำแนะนำของเพื่อนเป็นอันดับถัดมา ยาเสพติดชนิดอื่นที่เคยมเสพ คือ บุหรี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และกัญชา สื่อมวลชนที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการเสพเฮโรอีน/ สารระเหย คือ ภาพยนตร์ อันดับถัดลงมาคือ โทรทัศน์ ส่วนสื่อบุคคลที่มีอิทธิพลสูงสุดคือ เพื่อน ถัดลงมาคือ เพื่อนสนิท ช่างสารเกี่ยวกับอันตรายหรือผลของการเสพเฮโรอีน/สารระเหยได้รับ บิดามารดาหรือผู้ปกครอง ครูอาจารย์ โทรทัศน์ และแพทย์พยาบาลเจ้าหน้าที่ ตามลำดับ ส่วนการ จำช่างสารดังกล่าวนี้จำจาก โทรทัศน์ บิดามารดาหรือผู้ปกครอง ภาพยนตร์ ครูอาจารย์ และ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย