

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง " การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ ราษฎร์ - รัฐ ร่วมใจต้านภัยยาเสพติด ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมการป้องกันและต่อต้านยาเสพติด" ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายและประเภทของยาเสพติด
2. แนวคิดและแนวทางในการป้องกันยาเสพติด
3. แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม
7. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรม
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ความหมายและประเภทของยาเสพติด

องค์การอนามัยโลกได้กำหนดความหมายของยาเสพติดไว้ว่า ยาเสพติด หมายถึง สารใดก็ตามที่นำเข้าสู่ร่างกายจะด้วยวิธีใดก็ตามแล้วจะเกิดผลต่อร่างกายผู้นั้นหลายประการ (สำนักงาน ป.ป.ส. 2524 : 1-2)

1. เมื่อใช้แล้วจะมีความต้องการอย่างแรงกล้า ที่จะใช้สารชนิดนั้นอีก และเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นทั้งร่างกายและจิตใจ
2. เมื่อใช้แล้วต้องเพิ่มปริมาณการใช้มากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น วันนี้ใช้ 1 หลอด วันต่อไปจะเป็น 2 หลอด ต่อไปจะเป็น 3 หลอด และมากขึ้นเรื่อย ๆ
3. เมื่อหยุดใช้ จะเกิดอาการอดยา หรืออยากยา หรือเรียกตามภาษาชาวบ้านว่า อาการลงแดง ซึ่งจะมีอาการปวดเมื่อยตามตัว น้ำมูกน้ำตาไหล หาว จาม วิงเวียนศีรษะ อาเจียน และอาจจะถ่ายอุจจาระเป็นเลือด จึงเรียกกันว่า อาการลงแดง
4. เมื่อใช้ไปนาน ๆ จะทำให้สุขภาพของผู้เสพทรุดโทรม ทั้งร่างกาย และจิตใจ กลายเป็นคนวิกลจริต

พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พุทธศักราช 2522 ได้ให้ความหมายของ ยาเสพติดให้โทษว่า ยาเสพติด หมายถึง สารเคมี หรือวัตถุชนิดใด ๆ ซึ่งเมื่อเสพเข้าสู่ร่างกายไม่ว่าโดยวิธี กิน ดม สูบ หรือ ด้วยประการใด ๆ แล้วทำให้เกิดผลต่อร่างกาย และจิตใจ ในลักษณะสำคัญ เช่น ต้องการเพิ่มขนาดการเสพขึ้นเรื่อย ๆ มีอาการอยากยาเมื่อขาดยา มีความต้องการเสพทั้งร่างกาย และจิตใจตลอดเวลา และสุขภาพทั่วไปจะทรุดโทรมลง กับให้รวมตลอดถึงสารเคมีที่ใช้ในการผลิตยาเสพติดให้โทษดังกล่าวด้วย ทั้งนี้ที่รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พ.ศ. 2522 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา แต่ไม่ได้หมายถึง ยาสามัญประจำบ้านบางตำรา ตามกฎหมายว่าด้วยยาที่มียาเสพติดให้โทษผสมอยู่ พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ พุทธศักราช 2522 มาตรา 4 (โสภา ชูพิกุลชัย และคณะ 2533:12)

ดังนั้น อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ยาเสพติด หมายถึง สารใดก็ตามที่เมื่อเสพเข้าสู่ร่างกายทางใดทางหนึ่งแล้วเกิดผลต่อร่างกายและจิตใจ ทำให้ผู้เสพมีความต้องการอย่างแรงกล้าในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น หยุดได้ยาก และทำให้ร่างกาย และจิตใจทรุดโทรม

### ประเภทของยาเสพติด

การแบ่งประเภทของยาเสพติดมีวิธีการแบ่งหลายลักษณะ ซึ่งจะคล้าย ๆ กัน ตามที่ประมวลได้ แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ กันดังนี้

#### 1. แบ่งตามชนิดของสารเสพติด

- 1.1 ผื่น และ อนุพันธ์จากผื่น คือ มอร์ฟีน และ เฮโรอีน
- 1.2 ยานอนหลับ คือ บาร์บิทูเรท ยาคลายกังวล ได้แก่ ไดอาซีแพม
- 1.3 ยากระตุ้นประสาท คือ แอมเฟตามีน ได้แก่ ยาม้า ยาขยัน หรือ ยาแก้ง่วง
- 1.4 ยาหลอนประสาท คือ แอลเอสดี ลัมโฟง
- 1.5 พิษ คือ กัญชา และ กระท่อม
- 1.6 แอลกอฮอล์ คือ เหล้า เบียร์ ไวน์
- 1.7 ยาแก้ปวดบางชนิด

(ประไพศรี ชอนกลิ่น และคณะ 2531 : 10-21 ; ประเสริฐ ตันสกุล และคณะ 2527 : 14-15 ; มันทา หอรัตนชัย และคณะ 2524 : 125-126)

#### 2. แบ่งตามการออกฤทธิ์

2.1 ออกฤทธิ์กดประสาท คือ ยาเสพติดที่เสพเข้าไปแล้วจะไปกดประสาทส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ทำให้เกิดอาการมึนงง ชาต่อสมอง และประสาทที่ควบคุมส่วนต่าง ๆ ของร่างกายบางส่วนหยุด

ทำงาน หมดความเป็นตัวของตัวเองไปชั่วขณะ ยาเสพติดประเภทนี้ ได้แก่ ฝิ่น มอร์ฟีน เฮโรอีน เฮโรอีนาล ยานอนหลับ และยากล่อมประสาทต่าง ๆ รวมทั้งเหล้าก็จัดอยู่ในประเภทนี้ด้วย

2.2 ออกฤทธิ์กระตุ้นประสาท คือ ยาเสพติดที่เสพเข้าไปแล้วจะไปออกฤทธิ์กระตุ้นประสาทส่วนต่าง ๆ ของร่างกายให้ทำงานตามฤทธิ์ของยา และอาจจะเกินขีดความสามารถของร่างกาย ดังนั้น เมื่อหมดฤทธิ์ยาแล้วจะทำให้ส่วนต่าง ๆ เหล่านั้นทรุดโทรม เสื่อมสมรรถภาพได้ ซึ่งส่วนใหญ่หลังจากใช้ยาประเภทนี้แล้วก็มักจะกลายเป็นคนวิกลจริต ประสาทหลอน หรือหัวใจวายถึงตายได้ ยาเสพติดนี้ ได้แก่ แอมเฟตามีน หรือ เรียกตามภาษาชาวบ้านว่า ยาม้า ม้าขาว ยาขยัน ยาลดความอ้วน พวักคาเฟอีนในกาแฟ และ โคเคอีน

2.3 ออกฤทธิ์หลอนประสาท คือ ยาเสพติดที่เสพเข้าไปแล้วจะออกฤทธิ์ประสาทส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ทำให้ประสาทส่วนที่รับความรู้สึกเกิดผิดปกติ ทำให้เห็นภาพต่าง ๆ ปรากฏขึ้น เช่น ขนาดสิ่งที่เห็นผิดปกติ และในบางครั้งรู้สึกวุ่นวายตนเองบินได้ หรือเป็นผู้วิเศษ ยาเสพติดประเภทนี้ ได้แก่ ลำโพง สารระเหย

2.4 ออกฤทธิ์หลายอย่าง คือ ยาเสพติดที่เสพเข้าไปแล้วจะออกฤทธิ์ต่อร่างกายหลายอย่าง คือ ออกฤทธิ์ทั้งกดประสาทและหลอนประสาท ยาเสพติดประเภทนี้ ได้แก่ กัญชา กระท่อม (สำนักงาน ป.ป.ส. 2524 : 2 ; ประไพศรี ชอนกลิ่น และคณะ 2531 : 10-12)

### 3. แบ่งตามลักษณะของการเกิด

3.1 ยาเสพติดธรรมชาติ คือ ยาเสพติดที่สกัดจากพืชบางชนิด เช่น ฝิ่น กัญชา พืชกระท่อม โคเคอีน

3.2 ยาเสพติดสังเคราะห์ คือ ยาเสพติดที่ผลิตขึ้นด้วยกรรมวิธีทางเคมี ซึ่งใช้แทนยาเสพติดธรรมชาติได้ เช่น เฮโรอีน ยานอนหลับ ยาระงับประสาท ยาหลอนประสาท (มันตา หอรัตนชัย และคณะ 2524 : 125-126 ; สุชาติ โสมประยูร 2521 : 188)

### 4. แบ่งตามพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ

4.1 ยาเสพติดให้โทษชนิดร้ายแรง เช่น เฮโรอีน

4.2 ยาเสพติดให้โทษทั่วไป เช่น มอร์ฟีน โคเคอีน

4.3 ยาเสพติดให้โทษที่มียาเสพติดให้โทษประเภท 2 เป็นส่วนผสมอยู่ด้วย เช่น ยาแก้ไอผสมโคเคอีน

4.4 สารเคมีที่ใช้ในการผลิตยาเสพติดให้โทษประเภท 1 หรือประเภท 2 เช่น อาเซติด แอนไฮไดรด์ อาเซติดคลอไรด์

4.5 ยาเสพติดให้โทษประเภทอื่น ๆ เช่น กัญชา กระท่อม (สุภาพรณ พงศกร 2527 : 45-46)

### แนวคิดและแนวทางในการป้องกันยาเสพติด

มาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดที่สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ป.ป.ส.) ดำเนินการอยู่ในขณะนี้ แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ซึ่งจะต้องดำเนินการควบคู่กันไป คือ การลดตัวยาเสพติด หรือควบคุมไม่ให้มีการผลิตยาเสพติด (SUPPLY REDUCTION) ซึ่งได้แก่ การปราบปรามผู้ผลิต ผู้ค้าและการควบคุมพัฒนาพื้นที่ที่มีการปลูกพืชเสพติด ส่วนอีกลักษณะหนึ่ง คือ การลดความต้องการเสพหรือใช้ยาเสพติด รวมทั้งการจัดปัญหายาเสพติด (DEMAND REDUCTION) เป็นการป้องกันคนไม่ให้ไปติดยาเสพติดและการบำบัดรักษาฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด

การป้องกันยาเสพติด เป็นมาตรการสำคัญมาตรการหนึ่ง ซึ่งมีแนวคิดว่าจะทำอย่างไรจึงจะทำให้คนไม่ติดยาเสพติด เข้าทำนองหลักคำสอนที่ กันไว้ดีกว่าแก้ จึงเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า มาตรการป้องกันเป็นแนวทางการแก้ปัญหายาเสพติดที่ถูกต้องและได้ผลมากที่สุด

การป้องกันยาเสพติด หมายถึง การให้การศึกษา ข่าวสาร ความรู้ และข้อมูลในเรื่องคุณภาพชีวิต ยา และยาเสพติด ตลอดจนการป้องกันตนเอง ครอบครัว และชุมชน ให้รอดพ้นจากยาเสพติดด้วยวิธีการต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันให้สามารถอยู่ท่ามกลางยาเสพติดได้ โดยไม่พึ่งพายาเสพติด ถึงแม้จะประสบกับปัญหาตนเอง และครอบครัว รวมทั้งการปรับปรุงสภาพแวดล้อมใกล้ตัวที่มีส่วนผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายไปใช้ยาเสพติด ควบคู่กันไปด้วย

การแบ่งกลุ่มเป้าหมายนั้น มีการจัดแบ่งประชากรเป้าหมายไว้ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายในสถานศึกษา หมายถึง เด็กและเยาวชนในสถานศึกษา
2. กลุ่มเป้าหมายในชุมชน หมายถึง เด็กและเยาวชนนอกสถานศึกษา
3. กลุ่มเป้าหมายในสถานประกอบการ หมายถึง ผู้ใช้แรงงาน และผู้ให้บริการในสาขาอาชีพต่าง ๆ ซึ่งในโครงการป้องกันการเข้ายาบ้าในสถานประกอบการอุตสาหกรรมที่ศึกษานี้มีกลุ่มเป้าหมายอยู่ในกลุ่มนี้ คือ กลุ่มแรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรม
4. กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ หมายถึง เป็นประชากรกลุ่มเป้าหมายที่มีความเสี่ยง ซึ่งต้องการรูปแบบดำเนินการที่เฉพาะ รวมทั้งกลุ่มชนที่มีรูปแบบทางสังคมและวัฒนธรรมของตน เช่น กลุ่มผู้ต้องขัง กลุ่มหญิงอาชีพพิเศษ เป็นต้น

มาตรการป้องกันยาเสพติดที่นิยมใช้กันในปัจจุบันนี้พอจะสรุปได้ ดังนี้

1. มาตรการทางการศึกษา เป็นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาจิตใจ เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย อันจะเป็นภูมิคุ้มกันยาเสพติดโดยบรรจุเนื้อหาผสมผสานไปในการเรียนการสอนวิชาต่าง ๆ ในระบบปกติ
2. มาตรการบริการสนเทศ เป็นการให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับโทษ พิษภัยอันตรายของยาเสพติด และวิธีการป้องกันยาเสพติดโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อที่จะให้กลุ่มเป้าหมายตระหนัก และตื่นตัวต่อปัญหายาเสพติด และเพื่อสร้างเจตคติ ค่านิยมที่ถูกต้องให้กับกลุ่มเป้าหมาย โดยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่มีผลต่อการป้องกัน และการต่อต้านยาเสพติด
3. มาตรการทางเลือก เป็นการจัดกิจกรรมที่จะช่วยในการส่งเสริมสนับสนุนและตอบสนองความต้องการในขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เพื่อให้รู้จักทางเลือกที่เหมาะสม นำไปสู่การมีชีวิตอย่างมีคุณภาพไม่ต้องพึ่งพายาเสพติด
4. มาตรการสอดแทรก เป็นการจัดกิจกรรมที่จะให้ความช่วยเหลือผู้ปัญหาให้สามารถรู้จักการคลี่คลายและแก้ไขปัญหา หรือเอาชนะอุปสรรคต่าง ๆ หรือ หากมีการใช้ยาเสพติดอยู่แล้วก็ให้รู้จักเลิก และตัดสินใจที่จะใช้บริการทางสังคมต่าง ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
5. มาตรการการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ เป็นการนำเอาวิธีการ กระบวนการ หรือเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินการป้องกันยาเสพติดให้เกิดประสิทธิภาพ

หนึ่งในมาตรการบริการสนเทศและเผยแพร่ของสำนักงาน ป.ป.ส. รูปแบบในการดำเนินงานป้องกันยาเสพติดดังนี้

1. การจัดวิทยากรบรรยาย อภิปราย เพื่อเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการป้องกันยาเสพติดแก่กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ
2. การเผยแพร่ข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ เช่น
  - วิทยุ โดยการผลิตรายการวิทยุ ในรูปของ บทความ สารคดี ละคร การเผยแพร่ โดยใช้คำขวัญ เพลง คำโฆษณาสั้น เป็นต้น
  - โทรทัศน์ โดยผลิตรายการโทรทัศน์รายการโทรทัศน์ในรูปของสารคดี ละคร การเผยแพร่โดยใช้คำขวัญ เพลง คำโฆษณาสั้น เป็นต้น
  - สิ่งพิมพ์ โดยการผลิตบทความ เรื่องสั้น คำขวัญ ลงโฆษณาจริง การ์ตูน เผยแพร่ในวารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์ต่าง ๆ
3. การเผยแพร่ข่าวสารโดยผ่านช่องทางอื่น ๆ เช่น เสียงตามสาย หอกระจายข่าว โดยผลิตรายการ บทความ สารคดีสั้น ธรรมะ ละครสั้น คำขวัญ เพลง คำโฆษณาสั้น เป็นต้น รวมทั้งผ่าน

ทางป้ายโฆษณา หรือหน่วยเคลื่อนที่เผยแพร่ในงานเทศกาล หรือในชุมชนต่าง ๆ หรือสื่อพื้นบ้าน เช่น ตะลุง ลิเก ลำตัด เป็นต้น

4. การรณรงค์ป้องกันยาเสพติด ซึ่งเป็นการระดมสื่อต่าง ๆ ระดมมวลชนต่าง ๆ ในท้องถิ่น เพื่อทำกิจกรรม เช่น การจัดสัปดาห์รณรงค์ป้องกันยาเสพติด การเดิน วิ่งรณรงค์ป้องกันยาเสพติด

5. การเผยแพร่โดยการให้บริการสื่อแก่หน่วยงานบุคคลต่าง ๆ เช่น การให้บริการ ไปสเตอร์ ภาพชุด นิทรรศการ สไลด์ ภาพยนตร์วิดีโอ เอกสารต่าง ๆ เป็นต้น

## แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (The Information Society) และเรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (The Information Age) (ปรมะ สตะเวทิน , 2539 : 3) ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นในการตัดสินใจของมนุษย์ ดังนั้นความต้องการข่าวสารจึงมีมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมนุษย์ไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็ จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

ชาร์ล เค อัทकिन (Charles K. Atkin , 1973 : 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสาร มีข้อมูลมากมายที่เป็นหลักฐานยืนยันและแสดงให้เห็น ได้ว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เปิดรับหรือสนใจข่าวสารทุกคนเสมอไป ผู้รับสารแต่ละคนมีการรับ จดจำ ตอบสนองต่อข่าวสารแตกต่างกันไป แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารนี้ มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับข่าวสาร (Selectivity Process) ซึ่งประกอบด้วยการกลั่น กรอง 4 ชั้น ดังนี้ (Klapper , 1960)

### 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิมและพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิม ของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ก็ จะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ซึ่งบุคคลอาจลด ภาวะความไม่สมดุลนี้ได้โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมที่แสดงออก หรือเลือกสรร เฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของตน

## 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

เนื่องจากสมองของมนุษย์สามารถรับข้อมูลได้จำกัด คือ รับข้อมูลได้เพียง 500 ส่วนใน 1 วินาทีเท่านั้น ในวันหนึ่ง ๆ สมองเราถูกระตุ้นจากข่าวสารต่าง ๆ มากมาย ทั้งจากความคิดของตนเอง และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ดังนั้น สมองเราจะต้องคัดเลือกข่าวสารที่มากกระตุ้นอยู่ตลอดเวลาว่า ข่าวสารใดเป็นข่าวสารที่ควรรับรู้ และข่าวสารใดไม่ควรรับรู้ ดังนั้นข่าวสารที่ถูกคัดเลือกแล้วมักเป็นข่าวสารที่ตรงตามความสนใจ และความต้องการของผู้รับสาร

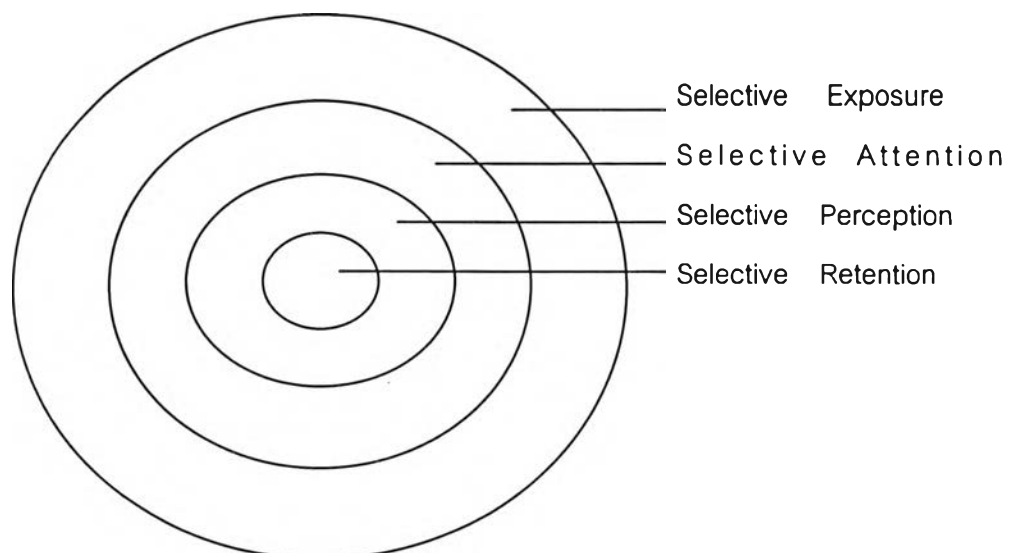
## 3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความเชื่อ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น ดังนั้น ผู้รับสารจะตีความผิดพลาด หรือบิดเบือนข่าวสารให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเอง

## 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ

จากกระบวนการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์ Schramm (1973) ได้ให้ความเห็นไว้ว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก มีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ สามารถแสดงได้ดังนี้



ผู้รับข่าวสารโดยทั่วไป ปกติแล้วจะมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป ซึ่งแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อ นั้นเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ คือ

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังคนเดียว เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวลและหวาดกลัว จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ ซึ่งในกรณีที่ไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร มีบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนสามารถเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือในทางสังคมให้แก่ตนเองนั่นเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุด ซึ่งสื่อต่าง ๆ ถือความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักในการเสนอข่าวสารต่าง ๆ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self Aggrandizement) หมายถึง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว และในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่สามารถจะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อให้ความคิดของตนบรรลุผลหรือเพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ช่วยให้ตนได้รับความสะดวกสบาย ความสนุกสนานบันเทิง

4. "ลักษณะเฉพาะ" นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม หรือองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อแต่ละชนิดยังมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกันไปทำให้ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้รับประโยชน์จากสื่อแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

### แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์จะเข้าใจสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเรา การรับรู้เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ แรงจูงใจ และการกระทำในทางพฤติกรรมต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น

Fishbein & Ajzen (1975) กล่าวว่า ค่านิยม ความเห็น ข้อเท็จจริง และความเชื่อ จะมีส่วนทำให้เกิดการรับรู้ที่ดีหรือไม่ดีขึ้นได้ โดยค่านิยม (Values) จะเป็นหลักเกณฑ์ที่เป็นพื้นฐาน



สำหรับการรับรู้การเข้าใจ การสร้างอารมณ์และพฤติกรรม โดยความปกติจะเป็นหลักเกณฑ์ทาง  
ศีลธรรม ความคิดเห็น (Opinions) เป็นการแสดงออกทางถ้อยคำ (Verbal Expression)

เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการในการตีความข่าวสาร เพื่อให้เกิดเป็น  
ความเข้าใจ

การรับรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร ในการแปลข่าวสารและนำ  
ไปใช้ในแต่ละบุคคล ทั้งนี้บุคคลสองคนอาจเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์เดียวกัน ในสถานการณ์  
เดียวกัน แต่มีพฤติกรรมในการตอบสนองที่แตกต่างกันได้ เพราะแต่ละบุคคลมีกระบวนการทาง  
ด้านปริบททางสังคมที่แตกต่างกัน อีกทั้งความแตกต่างในเรื่องของการรับรู้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะ  
ของสิ่งเร้าที่มาในรูปแบบของข่าวสารเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับสิ่งเร้าภายนอกกับสิ่งแวดล้อม  
ต่าง ๆ รอบตัว รวมถึงเงื่อนไขในแต่ละบุคคลอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นสภาพครอบครัว กลุ่มเพื่อน  
รายได้ที่ได้รับ สื่อองค์ประกอบประเภทอื่น ๆ

การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับกระบวนการของผู้รับสาร จะทำหน้าที่ในการกลั่นกรองข่าว  
สารในการรับรู้ของบุคคล โดยมีองค์ประกอบดังนี้ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ นับเป็นองค์ประกอบแรกที่มีความสำคัญ เนื่องจากไม่ว่า  
ข่าวสารจะมีอยู่มากมายเพียงใด หากผู้รับสารไม่มีความสนใจและไม่รับรู้ในข่าวสารนั้น ระบบของ  
การสื่อสารเพื่อการรับรู้ก็จะไม่เกิดขึ้นเลย โดยบางครั้งกระบวนการที่ผู้รับสารแต่ละบุคคลจะเลือกรับ  
ข่าวสาร จะต้องมีส่วนที่สามอย่างสำคัญ 3 ขั้นตอน คือ

#### 1.1 การเลือกเปิดรับสารหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมที่จะเปิดรับข่าวสารหรือไม่ จะเลือกรับ  
สารประเภทไหน จากสื่อใด หรือเลือกที่จะรับสื่อที่มีความน่าสนใจกับสารที่สอดคล้องของแต่ละ  
บุคคล โดยแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือ เปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วย  
กันหลายแหล่ง ซึ่งบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่ตนเองเคยมีอยู่ และหลีกเลี่ยง  
ข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง

#### 1.2 การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)

เป็นกระบวนการกลั่นกรองขึ้นมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด  
แล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารที่ได้มาแตกต่างกันจากคนอื่น โดยแต่ละคนจะ  
เลือกรับสารและเลือกตีความตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ  
ความต้องการ และสภาวะทางอารมณ์ แต่ทั้งนี้เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่ง

ใดแล้ว ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ไปตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับกระบวนการคิดและตัดสินใจของผู้รับสารเองด้วย

### 1.3 การเลือกจดจำ (Selective Interpretation)

เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร หากความเข้าใจนั้นจะพัฒนาต่อไปเป็นการยอมรับที่ถาวร พร้อมทั้งจะจดจำในระยะยาว บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่าง ๆ ได้แก่ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ดังนั้นจึงเป็นลักษณะของทัศนคติที่ผู้รับสาร ตั้งใจที่จะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการตามทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

2. องค์ประกอบทางด้านสังคม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อมที่สามารถสร้างประสบการณ์ และการปลูกฝังทัศนคติ ความคิด รวมทั้งพฤติกรรมทั่วไปของผู้รับสาร องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

2.1 สภาพแวดล้อม นับเป็นสถาบันหนึ่งที่เกิดการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมทางครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นตัวกำหนดสิ่งเร้า หรือตัวข่าวสารที่บุคคลควรจะได้รับหรือตอบสนองต่าง ๆ รวมทั้งการคาดคะเนผลที่เกิดจากพฤติกรรมที่แสดงออก

2.2 ครอบครัว นับเป็นสถาบันแรกที่มีความใกล้ชิดที่สุดของมนุษย์ ถึงแม้ว่าบทบาทของครอบครัวจะมีความแตกต่างกันไป ภายใต้ระบบสังคมขนาดใหญ่ สังคมเมือง หรือสังคมชนบท แต่ครอบครัวกลับมีผลต่อการสร้างพฤติกรรม และการรับรู้ของแต่ละบุคคลได้เสมอ เนื่องจากครอบครัวเปรียบเสมือนสื่อกลาง เพื่อที่จะทำหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแลความประพฤติ จึงทำให้ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านกระบวนการทางด้านค่านิยม ทัศนคติ ความเข้าใจ

2.3 กลุ่มเพื่อน เป็นกลุ่มบุคคลที่มีการพบปะกันเป็นประจำ การได้พบปะหรือพูดคุย ที่ทำให้เกิดการสนองต่อความต้องการในการเรียนรู้ การให้คำปรึกษา การสร้างกระบวนการความรู้สึกนึกคิด และเป็นเสมือนการกำหนดพื้นฐานเส้นทางเพื่อเข้าไปสู่สังคมให้กับตนเอง บุคคลจะสามารถพบเพื่อนได้หลายรูปแบบ ได้แก่ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนสนิท เพื่อนต่างเพศ

2.4 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี สภาพวัฒนธรรมของสังคมในแต่ละสังคม ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องกล่อมเกลากกระบวนการทางด้านความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และสัญลักษณ์อื่น ๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมา เพื่อดำเนินการจัดการกับรูปแบบพฤติกรรมของตนเองซึ่งพฤติกรรมที่ได้รับการถ่ายทอด จะสามารถเชื่อมความสัมพันธ์จากช่วงอายุเวลาหนึ่งไปสู่อีกช่วงอายุเวลาหนึ่งได้ หากสิ่งใดที่ขัดต่อวัฒนธรรมของสังคมอย่างรุนแรง ก็จะได้รับ การต่อต้านจากบุคคลในสังคมนั้น และเมื่อวัฒนธรรมจะมีอิทธิพลต่อพัฒนาการบุคลิกภาพของบุคคล โดยจะกำหนดหรือวางเงื่อนไขว่าอะไรที่

เด็กเกิดมาแล้ว ควรจะได้รับการสั่งสอน และอะไรบางอย่างที่แต่ละบุคคลจะต้องเรียนรู้ แต่ละวัฒนธรรม จะมุ่งหวังอบรมสมาชิก ให้ประพฤติปฏิบัติตามแนวทางที่เป็นที่ยอมรับภายในสังคมนั้น ๆ

ทั้งนี้วัฒนธรรมในแต่ละสังคมมักจะกำหนดไว้ว่า พ่อแม่จะต้องเลี้ยงดูบุตรของตน แต่วิธีการเลี้ยงดูจะแตกต่างกันไป บางครั้งอาจจะใช้วิธีการละมุนละม่อม หรืออาจใช้วิธีการรุนแรง ซึ่งผลลัพธ์ของการใช้วิธีการแต่ละแบบ จะปรากฏที่พฤติกรรมและบุคลิกภาพของเด็ก และความแตกต่างของวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูบุตร จะก่อให้เกิดบรรทัดฐานทางสังคมที่แตกต่างกันไปได้

2.5 อายุ อาชีพ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ สามารถเป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร และมีส่วนในการสร้างองค์ประกอบทางด้านจิตใจ และองค์ประกอบทางด้านสังคม จึงทำให้เกิดกระบวนการในการเลือกสรรขึ้น

เมื่อมีการรับรู้เกิดขึ้น การแสดงความคิดเห็น สามารถจำแนกเกิดขึ้นมาได้ มนุษย์จะต้องการความร่วมมือที่จะสนองการเรียนรู้ ทุก ๆ สิ่งของการรับรู้จะต้องมีองค์ประกอบของวัฒนธรรม ครอบครัว กลุ่มเพื่อน และลักษณะทางบุคลิกภาพเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

การรับรู้สามารถแปรเปลี่ยนให้มีลักษณะกลับกลายเป็นความวิตกกังวล ความเกรงใจหรือความรัก ซึ่งสิ่งเหล่านี้ เป็นเสมือนการสร้างอารมณ์ในลักษณะเชิงภาวะสันนิษฐาน (Hypothetical Constructs) การรับรู้จึงมีส่วนประกอบพื้นฐาน 3 ขั้นตอนเป็นตัวกำหนด คือ

1. ส่วนประกอบในเรื่องการรู้การเข้าใจ
2. ส่วนประกอบทางอารมณ์
3. ส่วนประกอบทางพฤติกรรม

วิธีการที่จะสร้างกระบวนการแห่งการรับรู้ขึ้นมา นั้น การเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Process) เป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีความสำคัญ และสามารถจำแนกให้เห็นได้ว่า รูปแบบในการที่ผู้รับสาร จะแสดงการรับรู้ให้เกิดขึ้น

แคทซ์และคณะ (Katz and Others , 1973) กล่าวว่า การรับรู้เป็นสิ่งที่เกิดจากความพึงพอใจที่จะเลือกรับสื่อ ซึ่งมีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น ต้องการให้ลดน้อยลง หรือต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งภายนอก คือ การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่ ตนเอง ครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม

Herbert C. Kelman (1976) อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลงสถานะแห่งการรับรู้ว่า การรับรู้สามารถเกิดขึ้นได้ทุก ๆ บุคคลภายใต้กระบวนการที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกการเปลี่ยนแปลงระบบการรับรู้ การรับรู้จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อบุคคลยอมรับสื่อที่มีอิทธิพลต่อตนเอง และเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น และการที่บุคคลยินยอมทำตามคำสั่งที่อยากให้นั้น เพราะบุคคลแต่ละคนมีความคาดหวังว่าจะได้รับรางวัล หรือการยอมรับการรับรู้ที่เกิดขึ้น

การรับรู้สามารถสร้างให้เกิดรูปแบบของการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคม และในเรื่องของการเลียนแบบ หรือที่เรียกว่า Identification เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น และเป็นผลมาจากการที่เขาต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคลหรือกลุ่มอื่น

ความสัมพันธ์นี้อาจจะออกมาในรูปของการรับเอาบทบาททั้งหมดของบุคคลหรือกลุ่มเป็นของตน และเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน โดยการรับรู้ของคนจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ ซึ่งกล่าวอีกนัยหนึ่ง หมายถึง การเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งจะสามารถผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความดึงดูดใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของแหล่งสาร และเนื้อหาของรายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ โดยเฉพาะความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) ซึ่งมักจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสื่อที่มีอิทธิพลเหนือกว่า เนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายในและค่านิยมของบุคคล และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการที่จะสอดคล้องกับค่านิยมที่เขามีอยู่เดิม

นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารยังสามารถโน้มน้าวใจ และเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับรู้ได้ ทั้งนี้ ความน่าเชื่อถือต่อแหล่งสารจะถูกนำมาแปรสภาพและนำมาใช้ร่วมกับประสบการณ์เดิมที่ผู้รับสารมีอยู่ จากลักษณะสิ่งที่พบเห็น สภาพจิตใจ สภาพแวดล้อม

ในขณะที่เดียวกันการรับรู้สามารถส่งเสริมให้เกิดกลไก ในการสร้างความคิดเห็น (Opinion) ให้เกิดขึ้นในลักษณะการแสดงออกของบุคคลด้วยคำพูดหรือการกระทำ ซึ่งการเกิดขึ้นของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) นั้นสามารถสร้างความคิดเห็นหรือโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านนำมาใช้ในการตัดสินใจที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่างได้อย่างมีเป้าหมาย

## ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ในกระบวนการสื่อสารจะประกอบด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญ ได้แก่

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

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติและพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อ คือ พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) นั้นเอง

### 1. สื่อมวลชน

หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารซึ่งมีลักษณะทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio-Visual Transmitter) เช่น โทรทัศน์ เป็นต้น

### อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ประมะ สตะเวทิน , 2533 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่าง ๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

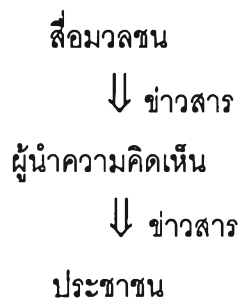
1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิด และความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

### ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow of Communication)



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

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจใฝ่เมียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความใฝ่เมียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลานานสั้น

เมลวิน แอล เดอเฟลอร์ (De Fleur, 1970) ได้เสนอแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลไว้ 4 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล กล่าวคือ โครงสร้างทางบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดแบบการรับรู้หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และข่าวสารต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ตามทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลในแง่สร้างการเรียนรู้ หรือการย้ำในสิ่งที่เขาารู้อยู่แล้ว

2. ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม กล่าวว่า บุคคลในกลุ่มเดียวกันย่อมจะเปิดรับสารและปฏิบัติตอบสนองต่อเนื้อหาของข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ เนื่องมาจากความใกล้ชิดสนิทสนมผูกพันของกลุ่ม ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนเหล่านี้ ก็ต่อเมื่อส่งมาในลักษณะที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร นักสังคมวิทยาชนบท เชื่อว่า เครือญาติของชาวนามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ และชาวชนบทมีความผูกพันทางสังคมอย่างแน่นแฟ้นกับเพื่อนบ้าน ผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการ

เผยแพร่ข่าวสาร และการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในสังคมนั้น ในกรณีเช่นนี้ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อคนได้ในลักษณะทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (Two-Step Flow Theory) ซึ่งต้องอาศัยอิทธิพลของบุคคล (Personal Influence)

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานและสภาพแวดล้อมทางสังคม ถ้าสื่อมีเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม สื่อมวลชนอาจเพียงย้ำบรรทัดฐานเดิม และสร้างบรรทัดฐานใหม่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ฉะนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่ทางอ้อม 3 ประการ คือ

- 4.1 สื่อมวลชนจะส่งเสริมสนับสนุนหรือย้ำบรรทัดฐานทางสังคมให้ดำรงอยู่ตลอดไป
- 4.2 สื่อมวลชนจะสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม
- 4.3 สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ แต่ต้องใช้ระยะเวลามาก

เออริวิน พี เบททิงฮอส (Eravin P. Bettinghaus , 1968) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัด ประสพการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุด คือ อารมณ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังไม่ปรากฏผลจากการวิจัยแน่นอนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

## 2. สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

### การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล Rogers และ Shoemaker ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นได้ด้วย



## ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องชกจูงโน้มน้าวใจผู้รับสาร สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิติ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิริยาตอบสนองหรือปฏิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ แบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัยไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจหรือชกจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัด คือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Publics) คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ Blumer (1996) กล่าวไว้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจไปในทางนั้นด้วย" การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาภายในกลุ่ม คือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น

#### แสดงการเปรียบเทียบระหว่างสื่อบุคคลกับสื่อมวลชน

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication)	เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว (One-way communication)
2. ความรวดเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	น้อย	มาก
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	มาก	น้อย
5. ความสามารถในการที่จะขจัดการเลือกของผู้รับสาร (Selectivity processes)	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับ (Feedback)	มาก	น้อย
7. ผล (Effect)	เปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร	เพิ่มพูนความรู้แก่ผู้รับสาร

โรเจอร์ส (Rogers , 1978 : 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตติงฮอส (Bettinghaus , 1968 :

180) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของลาซาสเฟลและคณะมี 4 ประการ คือ (Lazatsfeld and Menzel , 1968 : 97)

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อนแล้วบุคคลเหล่านี้จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อ ๆ ไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติหรือความคิดเห็นของตนลงไป ทำให้ผู้รับสารคนท้าย ๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม

### แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

โรเจอร์ส (Rogers , 1978 : 208-209) ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า หมายถึง การรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า (S-R) และจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพทางจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำเป็นที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง เป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะรับรู้ได้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตโดยตรง

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom , 1971 : 1967) ได้กล่าวถึงความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ไว้ว่า

1. ความรู้ ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำ และการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งเป็น

- ก. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ
- ข. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- ค. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวคิดและโครงสร้าง

2. ความเข้าใจ ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้น แบ่งออกเป็น

- ก. การแปลความ คือ แปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่งโดยรักษาความหมายให้ถูกต้อง
- ข. การตีความหมาย คือ ขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่

3. การนำไปใช้ (Application)

4. การวิเคราะห์ (Analysis)

5. การสังเคราะห์ (Synthesis)

6. การประเมินค่า (Evaluation)

แพทริก เมียร์ดิธ (Patrick Meredith , 1961 : 10) กล่าวว่า ความรู้มีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้ หมายถึง ความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว

ประภาเพ็ญ สุวรรณ กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้โดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

การสื่อสารและการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เนื่องจากการสื่อสารเป็นผลมาจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นผลอย่างหนึ่งของการสื่อสาร อาจกล่าวได้ว่าเกือบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่การสื่อสารจะไม่มีการเรียนรู้

หลักการเรียนรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสาร ได้แก่

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใด ๆ ก็ตามจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย
2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ ทั้งการสรรเสริญ และการลงโทษ โดยทั่วไปแล้วการสรรเสริญจะให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการทำโทษ แต่บางครั้งการถูกทำโทษก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีเช่นเดียวกัน ถ้ามีการกระตุ้นอย่างเหมาะสม
3. การแสดงเป็นตัวอย่าง ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีกว่าใช้การพูด
4. ทักษะที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้น
5. ความจำมีความสัมพันธ์กับความใหม่สด เรามักจะจำและมีการตอบสนองต่อข่าวสารที่เพิ่งได้รับสด ๆ และการให้ข่าวสารซ้ำ ๆ กันจะก่อให้เกิดการจดจำและเก็บสารนั้นไว้
6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้
7. การนำเสนอด้วยวิธีแปลกใหม่ จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

ความรู้ต่าง ๆ ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิด จิตใจของบุคคลต่างกันไป ตามกรอบประสบการณ์ของแต่ละคน จึงทำให้ความรู้มีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก จนอาจกล่าวได้ว่า ความรู้ก่อให้เกิดทัศนคติ

**แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)**

“ทัศนคติ” มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “Attitude” ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินว่า “Aptus” แปลว่า นิ่มเอียง เหมาะสม คำนี้ได้มีผู้ใช้คำอื่น ๆ ในความหมายเดียวกันอีก เช่น เจตคติ เจตนาคติ เป็นต้น

กูตส์ (Goods) นิยามทัศนคติว่า เป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่

นิวคอมบ์ (Newcomb , 1954 : 128-221) ได้อธิบายว่า ทักษะคิดเป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉย ๆ ไม่ชอบ ไม่เกลียด

เธอร์สโตน (Thurstone , 1969 : 1) ให้คำจำกัดความว่า ทักษะคิดหรือความรู้สึกในทางบวกหรือลบในระดับมากน้อยที่คนเรามีต่อสิ่งหนึ่ง อาจได้แก่ สิ่งของ บุคคล คำพูด หรือความคิด เป็นต้น ซึ่งผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างว่าเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย

อดิศักดิ์ น้อยประเสริฐ (2531 : 15) กล่าวสรุปว่า ทักษะคิด คือ ความโน้มเอียงของความคิดเห็นหรือความรู้สึกที่แสดงออกต่อสิ่งใด ๆ ที่อาจเป็นสิ่งของ บุคคล หรืออื่น ๆ ซึ่งอาจจะเป็นการยอมรับหรือไม่ยอมรับก็ได้ และทักษะคิดยังมีผลให้คนเราแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา

สรุปได้ว่า ทักษะคิด หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อที่หมาย ซึ่งอาจจะเป็นตัวบุคคล แนวความคิด คำพูด สิ่งของ หรือสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ทักษะคิดก่อรูปขึ้นจากประสบการณ์ส่วนบุคคล มีลักษณะค่อนข้างยืดหยุ่นคงทน แต่ก็เปลี่ยนแปลงได้ถ้ามีเหตุผลหรือเหตุการณ์ที่สำคัญเพียงพอ

ลักษณะที่สำคัญของทักษะคิด ประกอบด้วย

1. เป็นสิ่งที่อยู่ภายในตัวบุคคล ทักษะคิดเป็นเรื่องของความคิดที่เกิดขึ้นภายใน
2. ทักษะคิดมิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด คนทุกคนเกิดมาจะยังไม่มีทักษะคิดใด ๆ ทั้งสิ้น แต่เมื่อได้ผ่านการเรียนรู้ก็จะก่อให้เกิดทักษะคิดขึ้นมา การเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดทักษะคิดได้ มาจากอิทธิพลของกลุ่มต่างๆ เช่น ครอบครัว เพื่อน สังคม เป็นต้น
3. ทักษะคิดมีลักษณะมั่นคงถาวร ทักษะคิดที่ได้ก่อตัวขึ้นมาแล้วจะอยู่อย่างถาวร ยากต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างทันทีทันใด ทั้งนี้เพราะทักษะคิดได้ก่อตัวขึ้นมาจากการกระบวนการความคิด มีการประเมินผลและก็สรุปขึ้น
4. ทักษะคิดเกิดขึ้นมาจากตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ทักษะคิดเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจากสัมผัสและเรียนรู้จากภายนอก

### ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. **ทัศนคติเชิงบวก** เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น ๆ

2. **ทัศนคติเชิงลบ** คือ ทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ

3. **ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็น** ในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคลหน่วยงาน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำหรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น "สาธารณมติ" ไป

### องค์ประกอบทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติ เซอร์เมอร์ฮอร์น , ฮัน และออสบอร์น (Shcermerhorn , Hunt and Osborn) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญของทัศนคติไว้ 3 ประการ ดังนี้

#### 1. องค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component)

ได้แก่ ความรู้ แนวความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้า ไม่ว่าจะบุคคล กลุ่ม หรือ สภาวะการณ์ใด ๆ ก็ตาม ความรู้ และแนวความคิดดังกล่าวจะเป็นสิ่งกำหนดลักษณะและทิศทางของทัศนคติของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความรู้และแนวความคิดต่อสิ่งเร้า นั้นไปในทางบวก (Positive) หรือทางลบ (Negative) ชัดเจนยิ่งขึ้น

#### 2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component)

ได้แก่ อารมณ์ หรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า เป็นความรู้สึกเฉพาะของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากความเชื่อ และค่านิยมที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น ๆ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นดังกล่าวนี้ คือ ทัศนคติที่แท้จริงของบุคคล โดยอารมณ์หรือความรู้สึกจะเป็นสิ่งกำหนดทิศทางของทัศนคติของบุคคล กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งใดบุคคลก็จะมีทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งนั้น แต่ถ้าบุคคลมีอารมณ์หรือความรู้สึกที่ไม่ดีต่อสิ่งใด บุคคลก็จะมีทัศนคติในทางลบต่อสิ่งนั้น

### 3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component)

ได้แก่ พฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง พฤติกรรมดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่บอกลักษณะและทิศทางของทัศนคติของบุคคล กล่าวคือ ถ้าพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งเร้านั้นชัดเจน แน่นนอน ทัศนคติก็น่าจะมีลักษณะที่ชัดเจนแน่นนอน และมีทิศทางเป็นทางบวกหรือเป็นทางลบชัดเจนด้วย

#### การเกิดทัศนคติ

ทัศนคติเกิดจากมูลเหตุ 2 ประการ คือ

1. ทัศนคติที่เกิดจากประสบการณ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ทัศนคติของบุคคลเกิดจากประสบการณ์ทั้งในทางตรง (Direct Experience) และประสบการณ์ในทางอ้อม (Indirect Experience) ที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ได้แก่ สิ่งของ บุคคล ฯลฯ ประสบการณ์ต่าง ๆ ได้แก่ การได้พบ ได้เห็น ฯลฯ ประสบการณ์ทางอ้อม ได้แก่ การได้ยิน ได้ฟัง ได้อ่าน ฯลฯ ทั้งประสบการณ์ทางตรงและทางอ้อมทำให้บุคคลเกิดทัศนคติได้ หากบุคคลไม่เคยมีประสบการณ์ บุคคลก็จะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งนั้น

2. ทัศนคติเกิดจากระบบค่านิยมและการตัดสินใจตามค่านิยม โดยที่กลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสินใจตามค่านิยมไม่เหมือนกัน ทัศนคติของแต่ละกลุ่มชนต่อสิ่งเดียวกันจึงอาจไม่เหมือนกัน การที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือมีความรู้สึกว่สิ่งใดถูกหรือไม่ถูก ย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรม ค่านิยม หรือ มาตรฐานของกลุ่มหรือสังคมที่บุคคลนั้นร่วมใช้ชีวิตอยู่

#### แหล่งของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ จากแหล่งสำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติ คือ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ , 2520 : 64-65)

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ โดยขั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปทัศนคติ



4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าว จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ คือ การติดต่อสื่อสาร จนกล่าวได้ว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ขึ้นได้

ความเกี่ยวข้องระหว่างทัศนคติกับการสื่อสาร ถือได้ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร (Change in Receiver's Attitude) เป็นผลประการหนึ่งที่เกิดจากการสื่อสาร นอกเหนือไปจากการเปลี่ยนแปลงความรู้ (Change in Receiver's Attitude) และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Change in Receiver's Behavior)

#### การเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี เช่น การได้รับข่าวสารต่างๆ จากบุคคลอื่น หรือสื่อมวลชนต่าง ๆ ข่าวสารที่ได้รับทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติด้านการเรียนรู้ หากองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบด้านอื่นมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าองค์ประกอบด้านการเรียนรู้เปลี่ยนแปลง มีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกและพฤติกรรมเปลี่ยนด้วย

กระบวนการในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับ (Yielding)
4. การเก็บเอาไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

#### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

มีผู้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมไว้ ได้แก่

ปกิจ พรหมายน (2531 : 29) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมายและเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้สีกตัวและไม่ว่าสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

พฤติกรรมจึงเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดิน หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น ผลมาจากการเลือกปฏิบัติตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้น ๆ

### องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (Cronbach) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลว่าเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการหลาย ๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่เหนือความสามารถของเขา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความหมายก็ได้

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่ และเลือกวิธีการสนองตอบใหม่ก็ได้

นักมานุษยวิทยา ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ดังนี้

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับ และพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและมั่นคงแห่งชีวิต อันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย
2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว มักจะต้องปฏิบัติไปตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนตัว
3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน
4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคน เรียกว่า บุคลิกภาพ
5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเดียวกัน ก็ย่อมเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย
6. มนุษย์มีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรอบตัวออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้น ๆ ได้

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม

ซิมบาร์โด และคณะ (Zimbardo . et al., 1977 : 49-53) กล่าวว่า การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้คือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ทักษะก็จะมีเปลี่ยนแปลงและเมื่อทัศนคติเกิดการเปลี่ยนแปลงจะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามมา ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้จะต้องมีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น การที่จะให้บุคคลเกิดการยอมรับที่จะปฏิบัติสิ่งใดจำเป็นต้องให้บุคคลนั้นมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวอย่างถ่องแท้เสียก่อน

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 : 118-122) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมไว้ดังนี้

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสารที่อาจจะมีผลกระทบต่อสังคมโดยมีหลักว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทักษะก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อนโดยการให้ความรู้

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในฐานะตัวแปรต้นสามารถพัฒนาไปสู่ชุมชนได้ โดยการศึกษาถึงความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารว่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพราะอะไร นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่ทัศนคติและกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป

**ความรู้ (Knowledge)** ในที่นี้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้อาจส่งผลพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ต่อไป ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารมักแสวงหาสารโดยอาศัยสื่อ เพื่อตอบข้อสงสัยของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมให้กับสารที่เป็นความคิดใหม่ เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ความคิดใหม่ ๆ
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับสารนั้น
4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of the Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ
5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนนำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ่มชัดขึ้น

**ทัศนคติ (Attitude)** เป็นความคิดและความรู้สึกกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมโดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจสอดด้านพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และทัศนคติเป็นพรมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม

ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้โดย บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ สื่อมวลชนต่าง ๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้า

ส่วนประกอบด้านอารมณ์ (Affective Component) เปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) จะเปลี่ยนแปลงด้วย

**พฤติกรรม (Practice)** การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมต่างกันไปก็เนื่องจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์ที่ผสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นมีวิธีการดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal)
2. การเห็นอกเห็นใจ (Emotional)
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms)
4. การให้รางวัล (Reward)

ผลของการโน้มน้าวใจ ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า

นอกจากนี้ได้มีการศึกษาของนักวิชาการหลายท่านที่ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมอีก เช่น

แนนซี อี. ชวาร์ทซ์ (Nancy E. Schwartz) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

◆ ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้น ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติ

◆ ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมาก

◆ ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน

◆ ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

### ช่องว่างของความรู้ ทักษะ และ การยอมรับปฏิบัติ (KAP Gap)

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้งความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อน โดยการให้ความรู้

ปรากฏการณ์เช่นนี้ โรเจอร์ส (Rogers) เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติ (KAP Gap) ได้อธิบายว่า ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP Gap ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุป ก็คือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทักษะ เช่นไรจะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ และทัศนคติที่มีอยู่นั้นคือ K (Knowledge) → A (Attitude) → P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกันหรือสัมพันธ์ แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในทุกกรณีไป

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะ และ การยอมรับปฏิบัติ KAP Gap นี้ Rogers ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้หรือการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศ

วริศรา วราลักษณ์ (2538) ศึกษา การรับรู้ข่าวสารความรู้เรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้นจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักเรียนเปิดรับข้อมูลจากสื่อมวลชนทุกประเภทบ่อยพอสมควร และมีระดับความรู้ ความเข้าใจพอสมควรในเนื้อหาการป้องกันสิ่งเสพติด รองลงมาคือ อันตรายของสิ่งเสพติด ลักษณะของผู้ติดยาเสพติดด้านสื่อบุคคล พบว่า ผู้ที่สนทนาเรื่องสิ่งเสพติดและการป้องกันสิ่งเสพติดมากที่สุด คือ ครู อาจารย์ รองลงมาคือ มารดา และเพื่อนสนิท ผู้ที่ทำให้เข้าใจมากที่สุด คือ ครู อาจารย์

ธนวดี บุญลือ และคณะ (2538) ศึกษา การสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดในสถานประกอบการอุตสาหกรรม โดยศึกษาถึงพฤติกรรมสื่อสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับยาเสพติดและการป้องกันในกลุ่มผู้ใช้แรงงานในอุตสาหกรรมที่มีสารระเหยในการประกอบการและอุตสาหกรรมผลิตอาหาร พบว่า กลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีการเปิดรับโทรทัศน์มากที่สุด เปิดรับหนังสือพิมพ์และวิทยุ รองลงมาตามลำดับ และเป็นการเปิดรับรายการทุกประเภท ทั้งบันเทิงและข่าว โดยเปิดรับตั้งแต่ 19.00 น. เป็นต้นไป ทั้ง 2 สื่อ การรับรู้ข่าวสารด้านยาเสพติด จากสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์ปริมาณน้อยมาก แต่มีพอสมควรจากสื่อโทรทัศน์ในรูปของสปอตโฆษณาสั้น ๆ หรือข้อความเตือนสติมิให้ใช้ยาเสพติด

ในแง่ของบุคคลที่คนงานได้พบปะและสนทนาเป็นประจำและได้ใช้เวลามากพอสมควร ได้แก่ เพื่อนในที่ทำงาน สารระเหยที่คุยกันเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไป ส่วนเพื่อนสนิทมีน้อย แต่ได้พูดคุยบ้าง บุคคลที่กลุ่มคนงานไว้วางในการปรึกษาหารือเรื่องทั่ว ๆ ไป คือ บิดามารดา คู่ครอง และเพื่อน ตามลำดับ ส่วนบุคคลที่กลุ่มคนงานไว้วางใจในการปรึกษาหารือเรื่องปัญหาเสพติด คือ พ่อแม่ เพื่อน แพทย์ บุคคลที่กลุ่มคนงานไว้วางใจเชื่อถือ คือ บิดา มารดา พระ และเพื่อน ตามลำดับ

นอกจากนั้น ยังพบว่า คนงานมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดในระดับปานกลาง แต่มีทัศนคติเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาและการใช้ยาเสพติด โทรทัศน์เป็นสื่อที่คนงานให้ความสนใจสำหรับการเผยแพร่ความรู้ด้านยาเสพติด โดยชี้แจงถึงอันตรายและโทษของยาเสพติด

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2538) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อออร์แกนิกสิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อออร์แกนิกสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อออร์แกนิกสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุและนิตยสาร และจากสื่อ

เฉพาะกิจประเภทการจัดงานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

นอกจากนั้น พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเรียงตามลำดับ คือ ทัศนคติ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและสื่อแผ่นพับ

จารุณี บุณนิพัทธ์ (2538) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ และสื่อบุคคล คือ เพื่อนฝูง / เพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อบุคคล คือ เพื่อนฝูง / เพื่อนร่วมงานและเจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์และสื่อบุคคล คือ บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนฝูง / เพื่อนร่วมงาน และเจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และทัศนคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ศรเทพ เริงยุทธนาชีวิน (2538) ศึกษา การสื่อสารเพื่อการป้องกันยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานโรงงานอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า ผู้ใช้แรงงานส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารเรื่องยาเสพติดและการป้องกันจากโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนความรู้เรื่องสารเสพติดนั้นผู้ใช้แรงงานส่วนใหญ่จะทราบว่าอะไรคือสารเสพติด แต่จะไม่ทราบถึงอันตรายของยาเสพติดแต่ละประเภท สื่อที่น่าเชื่อถือที่สุดเรื่องโทษพิษของยาเสพติดคือ สื่อบุคคล ได้แก่ พ่อแม่ ส่วนอายุ การศึกษา รายได้ของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับอัตราการเปิดรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดทางสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ส่วนเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการทำงานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสารด้านการป้องกันยาเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล



รายได้ การศึกษาของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสารด้านการป้องกันยาเสพติดที่ได้รับจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ส่วนเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการทำงานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับสารด้านการป้องกันยาเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

การศึกษาของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน ส่วนเพศ อายุ รายได้ สถานภาพการสมรส ระยะเวลาในการทำงานของผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน

นอกจากนั้น พบว่า อัตราการเปิดรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติต่อการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน

สุกัญญา อามีน (2539) ศึกษา การศึกษาความรู้และทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ ความรู้เกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ ความรู้เกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ ทัศนคติที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ และตัวแปรสำคัญในการอธิบายการมีส่วนร่วมในโครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ คือ ทัศนคติ

ขวัญใจ ผลิเจริญสุข (2539) ศึกษา การสื่อสารในครอบครัว กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด สื่อมวลชนที่นักเรียนส่วนใหญ่เปิดรับบ่อยที่สุด คือ โทรทัศน์ ส่วนผลของการเปิดรับเรื่องราวเกี่ยวกับยาบ้าจากสื่อโทรทัศน์ทำให้หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงในการลองเสพ สื่อวิทยุทำให้เกรงกลัวอันตราย และสื่อหนังสือพิมพ์ทำให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจ นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าในระดับปานกลาง และเห็นด้วยกับการต่อต้านการเสพยาบ้า เมื่อทำสมมติฐานในการวิจัยได้ผลดังนี้ คือ นักเรียนที่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ แต่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับวิทยุ โดยพบว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด มีการเปิดรับมากกว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปิด

นอกจากนั้น ยังพบว่า รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า การรับรู้ข่าวสารจากโทรทัศน์และวิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า ส่วนการเปิดรับหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการป้องกันการใช้ยาบ้า นักเรียนหญิงและนักเรียนชาย มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน และนักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 , 2 และ 3 มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน

รัชชัย พานิชยากรณ์ (2539) ศึกษา การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และมีการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จุฬาลิเน็ต) ของนิสิต และบุคลากรภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายจุฬาลิเน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในเรื่องเครือข่ายจุฬาลิเน็ตของอาจารย์ นิสิต และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายจุฬาลิเน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลิเน็ตของอาจารย์ และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ในส่วนของนิสิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเครือข่ายจุฬาลิเน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายจุฬาลิเน็ตของอาจารย์ นิสิต และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นอกจากนั้น ยังพบว่า ความรู้ในเรื่องเครือข่ายจุฬาลิเน็ตมีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลิเน็ตของอาจารย์ นิสิต และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมีสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลิเน็ตของอาจารย์ นิสิต และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลิเน็ตมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายจุฬาลิเน็ตของนิสิต และนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์ แต่ไม่พบความสัมพันธ์ในส่วนของอาจารย์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความรู้ในเรื่องเครือข่ายจุฬาลิเน็ตสามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายจุฬาลิเน็ตของอาจารย์ และนิสิตได้ แต่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเป็นตัวแปรเดียวที่สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายจุฬาลิเน็ตของนักวิชาการ

ถนอมนุช พิทักษ์โกศล (2540) ศึกษา ปัจจัยทางสังคม พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ กับความรู้และทัศนคติที่มีต่อการป้องกันการใช้ยาบ้าของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ระดับการศึกษา อายุ สถานภาพการสมรส ขนาดของโรงงานแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าแตกต่างกัน เพศแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน สถานภาพ

การสมรสแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันการใช้ยาบ้าแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา เพศ อายุ และขนาดของโรงงานแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันการใช้ยาบ้าไม่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้า จากเจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงลบกับ ความรู้เกี่ยวกับยาบ้า ส่วนการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า และ พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้าจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่มีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติต่อการป้องกันการใช้ยาบ้า

การรับรู้ข่าวสารเรื่องยาบ้าผ่านสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน และหนังสือพิมพ์ และ ระดับการศึกษา อธิบายความรู้เกี่ยวกับยาบ้าได้ตามลำดับ โดยอายุ และการรับรู้ข่าวสารเรื่องยา บ้าผ่านสื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ในที่ทำงานมีความสัมพันธ์ในทางลบ ในขณะที่การรับรู้ข่าวสารเรื่อง ยาบ้าผ่านทางหนังสือพิมพ์และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ในทางบวก และสถานภาพการสมรส ของผู้ใช้แรงงานในสถานประกอบการอุตสาหกรรมเป็นตัวแปรเพียงตัวเดียวที่อธิบายทัศนคติเกี่ยวกับ การป้องกันการใช้ยาบ้า

เกยูร ชิวหากาญจน์ (2541) ศึกษา การรับรู้ข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกัน ยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ระดับการ ศึกษา อายุ แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดแตกต่างกัน เพศ สถานภาพสมรส รายได้แตก ต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดไม่แตกต่างกัน อายุแตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติดแตกต่างกัน เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ แตกต่างกันมีทัศนคติ เกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติดไม่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับยาเสพติดจากลูก มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับ ยาเสพติด ส่วนการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด พฤติกรรม การเปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเอง จากยาเสพติด ส่วนการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจาก ยาเสพติด พฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ส่วนการเปิดรับ สื่อมวลชน ความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด และทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด ไม่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์

นอกจากนั้น ระดับความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด และการป้องกันตนเองจากยาเสพติด มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด และความรู้เกี่ยวกับยาเสพติด เป็นตัวแปรเดียวที่สามารถอธิบายทัศนคติเกี่ยวกับการป้องกันตนเองจากยาเสพติด

จิตรา ธนสารเสนี (2541) ศึกษา การสื่อสาร ความรู้ ทักษะคิด และทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติดของนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ ระดับชั้นเรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแตกต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติดแตกต่างกัน ลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน เพศ ระดับชั้นเรียน และลักษณะทางครอบครัวแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน เพศ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติดแตกต่างกัน ส่วนระดับชั้นเรียน และลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน เพศ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และลักษณะครอบครัวแตกต่างกันมีทักษะปฏิเสธสิ่งเสพติดแตกต่างกัน ส่วนระดับชั้นเรียนแตกต่างกัน มีทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติดไม่แตกต่างกัน

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติด ความรู้เรื่องสิ่งเสพติด และทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติด มีความสัมพันธ์ในทางบวกต่อทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติด

ทัศนคติต่อการป้องกันสิ่งเสพติด เพศ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งเสพติด และลักษณะครอบครัวสามารถอธิบายทักษะการปฏิเสธสิ่งเสพติดได้ตามลำดับ

ณัฐพรรณ ศรีมุข (2541) ศึกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิดและพฤติกรรมกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจากหนังสือของ ดร. สาทิส อินทรกำแหงและวารสารเกี่ยวกับชีวิตมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจากสื่อ โทรทัศน์ นิตยสาร บุคคลในครอบครัว หนังสือของ ดร. สาทิส อินทรกำแหง และวารสารเกี่ยวกับชีวิต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต

ผู้ที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส แตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตแตกต่างกัน และการเปิดรับสื่อจากหนังสือพิมพ์ บุคคลในครอบครัวและเพื่อนฝูง หนังสือของ ดร. สาทิส อินทรกำแหง วิดีโอเกี่ยวกับชีวิต แผ่นพับ และลักษณะทางประชากร เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายเรื่องกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต

ชลลดา สมุทรพงษ์ (2541) ศึกษา อิทธิพลของการสื่อสารในการป้องกันยาเสพติดของนักเรียนอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารของนักเรียนอาชีวศึกษา มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการป้องกันยาเสพติด ส่วนปริมาณการเปิดรับข่าวสาร ไม่มี

ความสัมพันธ์กับทัศนคติและทักษะการปฏิเสธในการป้องกันยาเสพติด ตัวแปรที่อธิบายการมีส่วนร่วมในการป้องกันยาเสพติด คือ การเปิดรับข่าวสารในการป้องกันยาเสพติด และสาขาวิชาศึกษา

#### งานวิจัยในต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด

ฮอฟมานน์ (Hoffmann , 1993) ได้ศึกษาในวัยรุ่นชายอายุ 11-17 ปี 1,725 คน โดยศึกษาถึงผลกระทบทางตรงและทางอ้อมของครอบครัวต่อการใช้สารเสพติดของวัยรุ่น โดยมุ่งถึงผลกระทบโดยตรงของโครงสร้างครอบครัว สัมพันธภาพระหว่างผู้ปกครองและวัยรุ่น หรือความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อน ในการใช้กัญชาและสารเสพติดอื่น ๆ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเพื่อนมีผลกระทบมากที่สุด รองลงมาคือ สัมพันธภาพของครอบครัว และสุดท้ายคือโครงสร้างของครอบครัว จากการศึกษาเพิ่มเติม พบว่า กลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลต่อการใช้สารเสพติดในกลุ่มวัยรุ่นมากที่สุด ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปกครองและเด็ก โครงสร้างของครอบครัวเป็นผลกระทบทางตรงสำหรับผลกระทบทางอ้อมคือ ปัจจัยของครอบครัวที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มเพื่อน โครงสร้างของครอบครัวมีผลกระทบต่อสัมพันธภาพของครอบครัว

แฟน และ ฮอลเวย์ (Fan , C.P. and Holway , W.B. .,1994) ได้ศึกษาเรื่อง การครอบคลุมของสื่อในเรื่องของโคเคนและผลกระทบของโคเคนในเรื่องรูปแบบการใช้ พบว่า ผลที่เด่นชัดของข้อมูลเชิงใจนะให้เห็นว่า นโยบายการควบคุมยาเสพติดนั้น จะประสบความสำเร็จเมื่อมุ่งไปที่ความต้องการ (Demand) มากกว่าการตอบสนอง (Supply) ในเรื่องของความต้อการนี้ การศึกษาพบว่าไม่ควรตีความว่าสื่อมวลชนรับผิดชอบโดยตรงต่อข้อมูลเชิงใจนะในการต่อต้านโคเคน ควรจะใช้ให้เป็นประโยชน์เสมือนเป็นตัวรายงาน และนำข้อมูลข่าวสารต่อต้านยาเสพติดถ้าข้อมูลนั้นสามารถรายงานเหตุการณ์ซึ่งเป็นที่สนใจต่อสาธารณชน

เพาเวอร์ และกิบสัน (Power, - Robert ; Power,- Tom ; Gibson,- Nigel, 1996) ได้ศึกษาเรื่อง ทัศนคติและประสบการณ์การใช้ยาเสพติดในกลุ่มวัยรุ่นอังกฤษ อายุระหว่าง 16 -19 ปี ที่มีการใช้แอมเฟตามีน พบว่า เครือข่ายทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน เป็นปัจจัยพื้นฐานของการเริ่มและใช้ยาเสพติด นอกจากนั้น ความสำคัญของการปรึกษาในกลุ่มและการสื่อสารในครอบครัว ยังมีผลต่อการลดการใช้ยาเสพติดในหมู่วัยรุ่นอีกด้วย