บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติตามกฎจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ เป็นแนวทางในการศึกษา

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการการสื่อสาร
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ความตระหนัก และพฤติกรรม
5. แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร
6. แนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารกับการพัฒนา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533: 65) กระบวนการสื่อสารจึงประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร สาร ช่องสื่อ และผู้รับสาร

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ หมายถึง การมีลักษณะที่ต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา ไม่มีจุดเริ่มต้น และไม่มีจุดสิ้นสุด ไม่มีการหยุดนิ่ง หรือกล่าวได้ว่าจะมีการกระทำได้ตอบกลับไปกลับมาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารตลอดเวลา ผู้ส่งสารกลายเป็นผู้รับสาร และผู้รับสารกลายเป็นผู้ส่งสารในเวลาเดียวกันได้

การติดต่อสื่อสารมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ เฮอร์เบิร์ต เอ ไซมอน (Siomon, 1960: 154) กล่าวว่าถ้าองค์การหรือสังคมขาดการติดต่อสื่อสารก็จะอยู่ไม่ได้ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารเป็นเรื่องของการทำความเข้าใจระหว่างบุคคล องค์การ หรือสังคม จึงมีปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการติดต่อหรือส่งข่าวสาร (Transmit) คือ

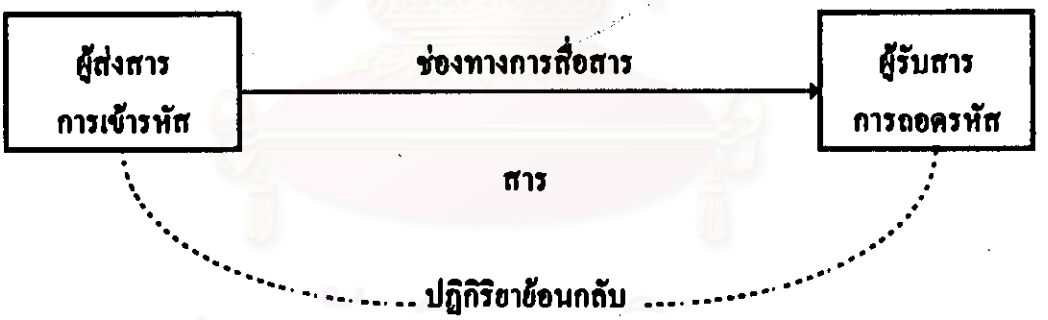
1. ปัจจัยเกี่ยวกับการเชื่อถือหรือรับรู้ (Cognitive Material) ได้แก่ เรื่องราวต่าง ๆ (Information) ข้อเท็จจริง (Facts) หรือปัญหาต่าง ๆ

2. ปัจจัยที่เกี่ยวกับการจูงใจและอารมณ์ (Motivational and Emotional Material) ได้แก่ บรรยากาศที่เกี่ยวกับอารมณ์ ทัศนคติ และปฏิกิริยา ความจงรักภักดี หรือท่าทีที่เป็นศัตรู ความรู้สึกสนับสนุนหรือไม่เห็นด้วย และวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ต้องการ (Likert, 1961: 45)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อหรือส่งข่าวสารนั้น จะมีผลกระทบต่อตัวบุคคล และต่อการรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ อยู่เป็นอันมากเพราะการติดต่อสื่อสาร (Communication) เป็นศิลปะการถ่ายทอดข่าวสาร ความคิดเห็นและทัศนคติจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง

เอฟเวอเรทท์ เอ็ม โรเจอร์ส (Everett M. Rogers, 1973: 43) กล่าวว่ากระบวนการสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสาร (Source) ไปยังผู้รับสาร (Receiver) ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางอย่างของผู้รับสาร

แบบจำลองของกระบวนการสื่อสารตามแนวความคิดของ โรเจอร์ส



กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นเมื่อผู้รับข่าวสาร แปลงเนื้อหาของสารให้เป็นรหัส (Encode) คือ แปลงข่าวสาร ความคิดเห็น ทัศนคติ หรือความรู้สึกใด ๆ ให้อยู่ในลักษณะที่สามารถถ่ายทอดไปยังผู้อื่นได้ แล้วส่งเนื้อหาที่แปลงนี้ออกไปสู่ผู้รับโดยผ่านช่องทางการสื่อสาร กระบวนการสื่อสารสมบูรณ์เมื่อเนื้อสารที่ส่งเป็นรหัสไปสู่ผู้รับนั้นได้ถูกถอดออก (Decode) และผู้รับได้รับรู้เนื้อหาสารที่ส่งไปนั้น แต่การที่จะตรงตามที่ผู้ส่งสารต้องการหรือไม่ก็แล้วแต่ประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร (Field of Experience) ในกระบวนการสื่อสารปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback) เป็นสิ่งที่

มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อข่าวสารของผู้ส่งสาร ซึ่งสามารถนำมาพิจารณาว่าการสื่อสารบรรลุผลสำเร็จหรือไม่

องค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 4 ประการ ซึ่งได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร สื่อและผู้รับสารของกระบวนการสื่อสารนั้น ช่องทางการสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดว่า ช่องทางการสื่อสารประเภทใดที่ผู้ส่งสารจะใช้เพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จในอันที่จะให้เกิดความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมแก่ผู้รับสารในทางที่ตนปรารถนาได้

ช่องทางการสื่อสาร (Channels) เป็นวิธีการที่ผู้ส่งสารจะนำข่าวสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. ช่องทางสื่อมวลชน (Mass Media Channels) เป็นการถ่ายทอดข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชนทั้งหมด ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และนิตยสาร แหล่งข่าวสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือสองสามคน ที่จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่เดิมได้

2. ช่องทางสื่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลต่อบุคคล เพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โรเจอร์ส (Rogers and Shoemaker, 1971: 252) ได้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงอันอาจจะเกิดได้ในกรณีที่คนเราได้มีการติดต่อกับผู้อื่น เช่น ผู้นำความคิดเห็น ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ฯลฯ การติดต่อกับญาติ เพื่อนฝูง หรือเจ้าหน้าที่ราชการ โรเจอร์สกล่าวว่า สื่อมวลชนมีความสำคัญในการให้ความรู้ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์ ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเริ่มมากขึ้น (วุฒิชัย จำนง: 2523)

Cherry (1978) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแปรปันข่าวสาร (An act of sharing) นั่นเอง การแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชาร์ล เค อัทคิน (Atkin, 1973: 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เลอร์เนอร์ (Lerner, 1958: 56) ให้คำจำกัดความการเปิดรับสื่อมวลชนว่า หมายถึง อัตราส่วนของประชาชนที่มีวิทยุ จำนวนจำหน่ายหนังสือพิมพ์ และจำนวนผู้นั่งดูภาพยนตร์ต่อประชาชน 1,000 คน

โรเจอร์ส และสเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969: 3) ขยายแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างขวางออกไปอีก โดยให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อห้าประเภทคือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

เลอร์เนอร์เป็นคนแรกที่ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชนในประเทศตะวันออกกลาง ในปี ค.ศ.1958 และพบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชนจนกลายเป็นเมือง จะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านความรู้หนังสือ และระดับการเรียนรู้หนังสือที่สูงขึ้นจะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกันเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชนและการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการรู้หนังสือมากขึ้นด้วย

โรเจอร์ส (อ้างใน เสถียร เชยประทับ, 2530: 104-105) เป็นคนแรกที่เสนอแนะว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นตัวแปรสอดแทรกได้ โรเจอร์สได้ใช้วิธีการทางสถิติแบบ Partial Correlation เพื่อทดสอบผลสอดแทรกของการเปิดรับสื่อมวลชนระหว่างตัวแปรที่มีมาก่อนและตัวแปรที่เป็นผลขั้นแรก โรเจอร์สหาค่าสหสัมพันธ์ด้วย Zero-Order Correlation ระหว่างตัวแปรที่มีมาก่อนกับตัวแปรที่เป็นผลสี่ตัว หลังจากนั้นก็หาค่าสหสัมพันธ์ด้วยวิธี First-Order Correlation สำหรับตัวแปรเหล่านี้ในขณะที่ควบคุมอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชน ความแตกต่างยิ่งมากขึ้นเท่าไร ระหว่างค่าของ Zero-Order และ First-Order Partial Scores ก็ยิ่งแสดงถึงผลสอดแทรกของตัวแปรที่ถูกควบคุมมากขึ้นเท่านั้น

โรเจอร์ส พยายามวิเคราะห์ระหว่างความสามารถในการรู้หนังสือซึ่งเป็นตัวแปรที่มีมาก่อนเพียงตัวเดียวกับตัวแปรที่เป็นผลสี่ตัวคือ ความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ความรวดเร็วในการยอมรับนวกรรมทางการเกษตร ความรู้ในทางการเมือง และความทะเยอทะยานในทางการศึกษา โรเจอร์สเลือกความสามารถในการรู้หนังสือเป็นตัวแปรที่มีมาก่อนด้วยเหตุผลในทางทฤษฎี และเนื่องจากตัวแปรที่มีมาก่อนมีค่าสหสัมพันธ์สูงสุด (เมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรที่มีมาก่อนอื่น ๆ กับการเปิดรับสื่อมวลชน)

จากผลการวิเคราะห์นี้ทำให้โรเจอร์สเชื่อว่าการเปิดรับสื่อมวลชนเป็นตัวแปรสอดแทรก

ทฤษฎีทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร คือ กระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ (Klapper, 1960: 5)

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกันกับความสนใจของตนเอง

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ชแรมม์ อธิบายว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไร จากสื่อใดนั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อสนองความต้องการของตน ปรากฏการณ์นี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวาบเลส (Waples) เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ในกระบวนการการสื่อสารจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญ ได้แก่

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

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวที่ผู้ส่งสารปรารถนา (Rogers, 1969: 32)

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ (สนั่น ปัทมะทิน, 2520: 3) หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อคือพาหะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2

ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) นั่นเอง (เสถียร เชยประทับ, 2528: 32)

1. สื่อมวลชน

หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

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

<u>อิทธิพลของสื่อมวลชน</u>

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

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition's) 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 จึงเป็นผู้อิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองขั้นตอน (Two-step Flow of Communication)

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

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

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

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

2. ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม กล่าวว่า บุคคลในกลุ่มเดียวกันย่อมจะเปิดรับสารและมีปฏิบัติตอบสนองต่อเนื้อหาของข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากความใกล้ชิดสนิทสนมผูกพันของกลุ่ม ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนเหล่านี้ ก็ต่อเมื่อส่งมาในลักษณะที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร นักสังคมวิทยาชนบทเชื่อว่าเครือญาติของชาวนามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ และชาวชนบทมีความผูกพันทางสังคมอย่างแน่นแฟ้นกับเพื่อนบ้าน ผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และการตัดสินใจยอมรับนวกรรมของบุคคลในสังคมนั้น ในกรณีเช่นนี้สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อคนได้ในลักษณะทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (Two-Step Flow Theory) ซึ่งต้องอาศัยอิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) เข้าร่วมด้วย

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐาน และสภาพแวดล้อมทางสังคม ถ้าสื่อมีเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม สื่อมวลชนอาจเพียงย้ำบรรทัดฐานเดิม และสร้างบรรทัดฐานใหม่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ฉะนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่ทางอ้อม 3 ประการ คือ

4.1 สื่อมวลชนจะส่งเสริมสนับสนุนหรือย้ำบรรทัดฐานทางสังคมให้คำรงอยู่ตลอดไป

4.2 สื่อมวลชนจะสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม

4.3 สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ แต่ต้องใช้ระยะเวลามาก

เออร์วิน พี เบททิงฮอส (Eravin P. Bettinghaus, 1968) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อ และทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุดคือ อารมณ์ ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังไม่ปรากฏผลจากการวิจัยแน่นอนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

2. สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

<u>การสื่อสารระหว่างบุคคล</u> (Interpersonal Communication)

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล Rogers และ Shoemaker ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มากในกรณีที่ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

<u>ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล</u>

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องชักจูงโน้มน้าวใจผู้รับสาร ดังที่ เสถียร เชยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบฉุกละหุกวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถ

ปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกิริยาตอบสนองหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่มดังนี้ (เสถียร เชยประทับ, 2525)

1) การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัยไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำเร็จข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจหรือชักจูงใจมักนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2) การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ Blumer (1969) กล่าวไว้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีความสนใจไปในทางนั้นด้วย" การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาภายในกลุ่มคือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิกิริยาโต้ตอบกัน 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) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบทติงฮ้อส (Bettinghaus, 1968: 180) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

แคทซ์ และ ลาซาสเฟล (Katz and Lazarfeld, 1955: 27) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในขั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในขั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของลาซาสเฟล และคณะมี 5 ประการคือ (Lazarsfeld and Menzel, 1968: 97)

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถขจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้ยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสิน และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่จะเข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อนแล้วบุคคลเหล่านี้จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อ ๆ ไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติหรือความคิดเห็นของตนลงไป ทำให้ผู้รับสารคนท้ายๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Katz, 1955: 377-452)

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้

การรับรู้ทางการสื่อสาร และการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เกือบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่จะกล่าวถึงการสื่อสารโดยไม่กล่าวถึงการเรียนรู้ (Read Hadley: 1972) การสื่อสารเป็นผลมาจากกระบวนการของการเรียนรู้ และการเรียนรู้ที่เป็นผลอย่างหนึ่งของการสื่อสารนักสังคมศาสตร์หลายท่านได้แนะถึงหลักการของการเรียนรู้บางประการ ซึ่งเป็นประโยชน์มากสำหรับการทำการสื่อสาร กล่าวคือ

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใดๆ ก็ตามจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้นว่า คนหนุ่มสาว จะเรียนรู้ได้เร็วและง่ายกว่าคนแก่ คนฉลาดเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่ซับซ้อนได้ง่ายกว่าคนโง่ เป็นต้น

2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ โดยทั่วไปแล้วการสรรเสริญจะให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการทำโทษ แต่บางครั้งการถูกทำโทษก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีเช่นเดียวกัน ถ้ามีการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์อย่างรุนแรงเนื่องจากคนเรามักจะเรียนรู้ภายหลังจากได้รับความเจ็บปวดเสมอ

3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอย่างไรดีกว่าการบอกเฉย ๆ เพราะการแสดงถึงวิธีการให้ผู้รับสารเห็นว่าควรทำอย่างไร เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน

4. ทัศนคติที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วยบางครั้งการที่บอกว่า "ใครเป็นคนพูด" มีความสำคัญพอ ๆ กับบอกว่า "พูดว่าอะไร" อย่างไรก็ตามในระยะยาวตัวสารจะมีความสำคัญมากกว่า

5. ความจำมีความสัมพันธ์กับความใหม่สด เรามักจะจำและมีการตอบสนองต่อข่าวสารที่เพิ่งได้รับสด ๆ และการให้ข่าวสารซ้ำ ๆ กันจะก่อให้เกิดการจดจำและเก็บสารนั้นไว้

6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ คนเราจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อได้มีการทดลองทำ

7. การนำเสนอด้วยวิธีแปลกใหม่ที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์สูงจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

ครอนบาช (Cronbach) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ได้รับผลมาจากประสบการณ์ ซึ่งองค์ประกอบของการเรียนรู้มีดังนี้ (อุบลรัตน์ เพ็งสถิตย์, 2530: 17-20)

1. ความสามารถทางสติปัญญาในการเรียนรู้ใด ๆ ก็ตามถ้าผู้เรียนขาดความสามารถทางสติปัญญาย่อมทำให้การเรียนรู้ครั้งนั้น ๆ ไม่ได้ผลหรือเรียนรู้ไม่ได้เลย การเรียนรู้สิ่งใดก็ตามจำ

ต้องคำนึงถึงความสามารถทางสติปัญญาของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถของเด็กที่มีอายุแรกเกิดจนถึงอายุ 18 ปี จะเป็นช่วงที่มีพัฒนาการทางด้านระดับสติปัญญาอย่างรวดเร็ว เด็กแต่ละคนจะมีพัฒนาการทางสติปัญญาแตกต่างกัน ดังนั้น ทำให้การเรียนรู้ของบุคคลที่มีระดับสติปัญญาแตกต่างกันจะมีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป

2. แรงจูงใจ แรงจูงใจของแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไปจะทำให้ความจำ แรงขับ ความต้องการ เป้าหมาย หรือแรงกระตุ้นของแต่ละบุคคลนั้นมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป

แรงจูงใจในการเรียนรู้อาจเกิดได้ด้วยสาเหตุ 2 ประการคือ

ก) แรงจูงใจเนื่องมาจากตัวผู้เรียน ลักษณะแรงจูงใจประเภทนี้ขึ้นอยู่กับธรรมชาติความต้องการ ลักษณะนิสัยของบุคคลนั่นเอง

ข) แรงจูงใจอันเป็นผลเนื่องมาจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มาบังคับให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เช่น การได้รับการเสริมแรง สถานการที่น่าสนใจ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจได้ง่าย

3. การจำและการลืม การจำจะมีส่วนช่วยให้การเรียนรู้ประสบผลสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น ส่วนการลืมจะเป็นอุปสรรที่ทำให้เกิดการลืมเลือน หรือทำให้การเรียนรู้ไม่เกิดขึ้น ลักษณะการจำเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ และมีการรับรู้เข้าไปสะสมในสมอง บางครั้งอาจจะมีความรู้สึกทางอารมณ์เข้ามาผสม กลายเป็นความประทับใจ ซึ่งความประทับใจนี้มีผลต่อความจำทั้งสิ้น

4. ความสนใจ ความสนใจจะมีส่วนทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้เร็วขึ้น ถ้าผู้เรียนไม่มีความสนใจแล้วจะทำให้ขาดความตั้งใจ และทำให้การเรียนรู้นั้น ๆ ไม่มีประสิทธิภาพ

แพทริก เมเรดิท (Patrick Meredith, 1961: 10) ได้พูดถึง "ความรู้" ว่า จำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 ประการคือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้หมายถึง ความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1971: 271) กล่าวว่า "ความรู้" เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงสิ่งเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกได้ถึงวิธีการกระบวนการ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Good, 1973: 325) ได้ให้ความหมายของ "ความรู้" ไว้ว่าเป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับและรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่าง ๆ

ชวาล แพร่รัตกุล (2526: 16) กล่าวว่า "ความรู้" คือการแสดงออกของสมรรถภาพสมองด้านความจำ โดยใช้วิธีให้ระลึกออกมาเป็นหลัก

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 16) กล่าวว่า "ความรู้" เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยินจำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้างและวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2523: 130) กล่าวว่า "ความรู้" เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจดจำได้หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในที่นี้คือ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความ เป็นต้น

เชียรศรี วิวิธศิริ (2527: 19-20) กล่าวว่า การเรียนรู้ในผู้ใหญ่นั้นเกิดจากประสบการณ์ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ธรรมชาติ (Natural Setting) คือเรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว

2. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ทางสังคม(Society Setting) มีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น

3. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ของการจัดการเรียนการสอน (Formal Institutional Setting) คือมีผู้แทนจากสถาบัน จัดลำดับการเรียนรู้อย่างมีจุดมุ่งหมายและต่อเนื่อง

ชวัชชัย ชัยจิรฉายากุล กล่าวว่า "ความรู้" หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นความจำ และระลึกได้ที่มีต่อความคิด วัตถุ และปรากฏการณ์ต่าง ๆ เช่น ความจำที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ที่เป็นอิสระแก่กัน ไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความหมายต่อกัน

ปกิจ พรหมายน (2531: 27) ได้กล่าวถึง "ความรู้" ว่าหมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับ รวมทั้งสิ่งที่เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของ และบุคคล ซึ่งได้จากการ

สังเกต ประสบการณ์ หรือการค้นคว้า การรับรู้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ต้องอาศัยเวลา และมนุษย์ได้มีการเก็บรวบรวมสะสมไว้

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533: 118-122) ได้กล่าวถึง "ความรู้" จากความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ไว้ดังนี้

ความรู้ (Knowledge) ในที่นี้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้ถึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ต่อไป ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนะ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนะนั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่นวัตกรรมนั้น ๆ ในฐานะความรู้

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชน และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of the Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลาย และถักซึ่งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดเจนยิ่งขึ้น

ความรู้ หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และรายละเอียดต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้มีการเก็บรวบรวมสะสมไว้ ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือรายงาน เอกสาร

ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำแนกได้ อาจโดยฝึกหรือโดยการมองเห็น ได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎโครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา เป็นต้น

ความรู้ หมายถึง ความสามารถทางพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ ความสามารถ และทักษะต่าง ๆ ทางสมอง 6 ขั้นตอน ได้แก่ ความรู้ ความจำ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล (อนันต์ ศรีโสภา, 2520: 13-14)

แหล่งที่มาของความรู้

แหล่งที่มาของความรู้อาจแบ่งออกได้เป็น 5 แหล่ง (กิติยา ปรีดาดิลก, 2520: 29-30) ดังนี้

1. ความรู้ที่พระเจ้าเป็นผู้ให้ (Resealed Knowledge) เป็นความรู้อมตะ เป็นที่เชื่อกันว่าความรู้ประเภทนี้จะทำให้คนเป็นนักปราชญ์ได้ ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากคำสอนของศาสนาต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นจริงเพราะความเชื่อ ใครจะดัดแปลงแก้ไขไม่ได้

2. ความรู้ที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ (Authoritative Knowledge) เช่น หนังสือ พจนานุกรม ภาวิจัย เป็นต้น

3. ความรู้ที่เกิดจากการหยั่งรู้ (Intuitive Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตัวเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้องคือ ความถ่าเอียง ความสนใจ และความชอบ

4. ความรู้ที่ได้จากการคิดหาเหตุผล (Rational Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตนเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้องคือ ความถ่าเอียง ความสนใจ และความชอบ

5. ความรู้ที่ได้จากประสาทสัมผัส (Empirical Knowledge) ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้จับต้อง และการสังเกต

ระดับความรู้

ความรู้แบ่งออกเป็น 4 ระดับดังนี้

1. ความรู้ระดับต่ำ ได้แก่ ความรู้อันเกิดจากการเดาหรือกาพลวงตาทางประสาทสัมผัส

2. ความรู้ระดับธรรมดา ได้แก่ ความรู้ทางประสาทสัมผัส หรือความเชื่อถือที่สูงกว่าแต่ยังไม่แน่นอน เป็นเพียงขั้นอาจเป็นไปได้

I17920498

3. ระดับสมมติฐาน ได้แก่ ความรู้ที่เกิดจากความคิดหรือความเข้าใจ ซึ่งไม่ได้เกิดจากประสาทสัมผัส เช่น ความรู้ทางคณิตศาสตร์ ความรู้ขั้นนี้ถือว่าเป็นขั้นสมมติฐาน เพราะเกิดจากคำนิยามและสมมติฐานที่ไม่ได้พิสูจน์

4. ระดับเหตุผล ได้แก่ ความรู้จากตรรกวิทยา เป็นความรู้ที่ทำให้มองเห็นรูปหรือมโนภาพว่าเป็นเอกภาพ

การวัดความรู้

เนื่องจากความรู้ คือความสามารถทางพุทธิปัญญา ซึ่งแบ่งได้หลายระดับดังกล่าว ดังนั้น การวัดความรู้จึงควรวัดความสามารถในทุกระดับ

เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้จะต้องอาศัยแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ (Achievement Test) ซึ่งจะเป็นการวัดความสามารถทางปัญญาและทักษะต่าง ๆ ตลอดจนสมรรถภาพด้านต่าง ๆ ที่ได้รับจากการเรียนรู้ในอดีต ยกเว้นการวัดทางด้านร่างกาย (วิเชียร เกตุสิงห์, 2523: 16)

เบนจามิน บี บลูม (Benjamin B. Bloom, 1971) กล่าวถึงการวัดความรู้ใช้เครื่องมือแตกต่างกันตามความสามารถทางสติปัญญา ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ว่า

1. พฤติกรรมด้านความรู้ความจำ (Knowledge)

ความรู้ความจำ หมายถึง พฤติกรรมที่เป็นหลักเบื้องต้นของพฤติกรรมด้านอื่น ๆ ซึ่งนอกจากความจำแล้วยังมีการระลึกได้ (Recall) อีกด้วย แต่ไม่จำเป็นต้องใช้ความเข้าใจไปตีความหมายเรื่องนั้น ๆ

2. พฤติกรรมด้านความเข้าใจ (Comprehension)

ความเข้าใจ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถจับใจความสำคัญของเรื่องราวต่าง ๆ ได้ทั้งเป็นรูปธรรมและนามธรรม

3. พฤติกรรมด้านการนำไปใช้ (Application)

การนำไปใช้ หมายถึง พฤติกรรมที่สามารถนำเอาสิ่งที่ได้ประสบมาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ หรือนำไปแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

4. พฤติกรรมด้านการวิเคราะห์ (Analysis)

การวิเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการแยกแยะเรื่องราวต่าง ๆ ออกเป็นส่วนย่อย หรือเป็นการหาความสำคัญ ความสัมพันธ์ และหลักการหรือทฤษฎีที่เป็นมูลเหตุของเรื่องราวต่าง ๆ ได้

5. พฤติกรรมด้านการสังเคราะห์ (Synthesis)

การสังเคราะห์ หมายถึง ความสามารถในการนำเอาเรื่องราวหรือส่วนประกอบย่อยๆ มาผูกสัมพันธ์กันเป็นเรื่องราวเดียวกัน โดยมีการดัดแปลง ริเริ่มสร้างสรรค์ ทำการปรับปรุงให้ดีขึ้น

6. พฤติกรรมด้านการประเมินค่า (Evaluation)

การประเมินค่า หมายถึง การวินิจฉัยหรือการตีราคาอย่างมีหลักเกณฑ์ เป็นการตัดสินใจว่าสิ่งใดดีหรือไม่ดีอย่างไร โดยใช้หลักเกณฑ์ที่เชื่อถือได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนัก (Awareness)

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1975: 54) ได้ให้ความหมายว่าความตระหนักหมายถึง ความรู้สึกที่แสดงถึงการเกิดความรู้ของบุคคล หรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกรับผิดชอบต่อปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

คาโกเบิร์ท ดี รูนส์ (Dagobert D. Runes, 1971: 32) กล่าวถึงความตระหนักอย่างจำกัดว่า ความตระหนักเป็นการกระทำที่เกิดจากความสำนึก

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1971: 38) ได้ให้ความหมายความตระหนักว่าเป็นขั้นต่ำสุดของกาคอารมณ์ และความรู้สึก ความตระหนักเกือบคล้ายความรู้ ตรงที่ทั้งความรู้และความตระหนักไม่เป็นลักษณะของสิ่งเร้า ความตระหนักไม่จำเป็นต้องเน้นปรากฏการณ์ หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ความตระหนักจะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าให้เกิดความตระหนัก

เดวิด อาร์ แครทโวลท์ และคณะ (2523: 99) ได้ให้ความหมายว่าความตระหนักหมายถึง ความรู้สึกไวต่อการมีอยู่ของปรากฏการณ์บางอย่าง และของสิ่งเร้าบางอย่างซึ่งเราต้องการจะรับรู้

เบนจามิน บี โวลแมน (Benjamin B. Wolman, 1973: 38) ได้กล่าวถึงความหมายของความตระหนักไว้ว่า เป็นกาวะการณ์ที่บุคคลเข้าใจ หรือสำนึกถึงบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือวัตถุสิ่งของ

อีเซนค์ และอาร์โนลด์ (1972) ได้อธิบาย "ความตระหนัก" ในแง่ของจิตวิทยาว่า ความตระหนักเป็นความสัมพันธ์ของความสำนึก (Consciousness) และเจตคติ

แนวความคิดของเบรคเลอร์ (Breckler, 1986 อ้างในวรรณา เจือรัตนศิริกุล, 2531: 11)

เบรคเลอร์ กล่าวว่า ความตระหนักเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ บุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม และสิ่งต่าง ๆ ที่โน้มเอียง หรือที่จะสนองตอบในทางบวกหรือทางลบเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์

องค์ประกอบที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความตระหนัก

1. ความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) จะเริ่มต้นจากระดับง่าย และมีการพัฒนามากขึ้นตามลำดับ

2. อารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกด้านทัศนคติ ค่านิยม ความตระหนักชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี เป็นองค์ประกอบในการประเมินสิ่งเร้าต่าง ๆ

จากแนวความคิดของเบรคเลอร์ นำมาอธิบายถึงความตระหนักในการปฏิบัติตามกฎจราจรได้ว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าคือ ข่าวสารความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับปัญหาจราจร โดยผ่านสื่อต่างๆ แล้วจะเกิดอารมณ์ ความรู้สึก ความตระหนักในการรักษากฎจราจร โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึกจะทำหน้าที่ในการประเมินคุณค่ายอมรับหรือไม่ และให้ความสำคัญต่อสิ่งเร้ามากหรือน้อยแค่ไหน

ความตระหนัก เป็นความสัมพันธ์ของความสำนึก (Consciousness) และทัศนคติ (Attitudes) เป็นภาวะของจิตใจซึ่งไม่อาจแยกเป็นความรู้สึก หรือความคิดเพียงอย่างเดียวโดยเด็ดขาด (Evsench et al., 1972: 110)

กรมวิชาการเกษตร กระทรวงศึกษาธิการ (2521: 24) ได้ให้ความหมายของความตระหนักว่า หมายถึง ความรู้ตัวอยู่แล้วคือการที่รู้อยู่ว่าสิ่งนี้มีอยู่หรือเป็นอยู่ แต่ไม่รู้ละเอียดถ่องแท้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 20) กล่าวว่า ความตระหนักหมายถึง การที่บุคคลฉุกคิดได้ หรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่ง หรือสถานการณ์ ซึ่งการรู้สึกว่ามี หรือการได้ฉุกคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งนี้ เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจแต่ไม่ได้แสดงว่าบุคคลนั้นสามารถจำได้ หรือระลึกได้ถึงลักษณะบางอย่างของสิ่งนั้น

<u>การวัดความตระหนัก</u>

การวัดความตระหนักเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เพราะเป็นเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก จึงต้องอาศัยวิธีการวัดที่มีเทคนิคเฉพาะ ซึ่งอาจวัดได้โดยวิธีการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบตรวจรายการ (Checklist) มาตรวัดอันดับคุณภาพ (Rating Scale) หรือการใช้ความหมายภาษา (Semantic Differential Technique หรือ S.D.) (ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับการวัดเพิ่มเติมได้ที่ ถัดดาวัลย์ หวังพานิช, 2528)

การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงความรู้สึก อารมณ์นั้น เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละบุคคล ดังนั้น การปลูกฝังในเรื่องความรู้สึก อารมณ์ จึงเป็นสิ่งที่ต้องพยายามสอดแทรกในทุกเวลา ทุกโอกาสเท่าที่จะทำได้ แม้ว่าจะไม่เห็นผลในทันทีทันใดก็ตาม ในกาลข้างหน้าถ้าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเป็นไปตามที่มุ่งหวังก็จะเป็นการส่งเสริมและรักษากฎจราจรทางหนึ่ง ซึ่งจะบังเกิดผลดีต่อสภาพสังคมโดยส่วนรวมต่อไป

ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้กับความตระหนัก

จากความหมายของความรู้และความตระหนักที่นักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ดังกล่าวมาแล้วในตอนต้นจะพบว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกิดจากข้อเท็จจริง ประสบการณ์ การสัมผัสและการใช้จิตใตร่ตรองหาเหตุผล แต่ความตระหนักเป็นเรื่องของการได้สัมผัสจากสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อม การใช้จิตใตร่ตรองแล้วจึงเกิดความสำนึกต่อปรากฏการณ์หรือสถานการณ์นั้น ๆ ขึ้น

ความตระหนักจะไม่เกี่ยวข้องกับการจำ เพียงแต่รู้สึกว่ามีสิ่งนั้นอยู่ จำแนก และรับรู้ลักษณะของสิ่งของนั้น ๆ ว่าเป็นสิ่งเร้าออกมาว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร หรืออาจกล่าวได้ว่า ความรู้หรือการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักนั่นเอง

ดังนั้นความรู้และความตระหนัก จึงมีความสัมพันธ์กัน อย่างไรก็ดีสรุปได้ว่า ความรู้และความตระหนักต่างก็เกี่ยวข้องกับการสัมผัสและการใช้จิตใตร่ตรองทั้งสิ้น โดยความรู้เป็นเรื่องของข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ ฯลฯ ซึ่งได้จากการสังเกตและรับรู้ที่ต้องอาศัยเวลา ส่วนความตระหนักเป็นเรื่องของความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตที่ไม่เน้นความสามารถในการจำระลึกได้ อย่างไรก็ตาม การที่จะเกิดความตระหนักขึ้นมาได้นั้นก็ต้องผ่านการมีความรู้มาก่อนเป็นเบื้องต้น (จิราพร จักไพวงศ์, 2530: 19)

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

นิยะกา ชุณหวงศ์ และนินนาท ไอศวรวรวุฒิ (2520) กล่าวว่า "พฤติกรรม" หมายถึง อากัปกิริยาของคนเราที่แสดงออก บ่งถึงความชอบและไม่ชอบกิจกรรมบางอย่างซึ่งสามารถสังเกตได้

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533: 123) ได้กล่าวว่า "พฤติกรรม" เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ปกิจ พรหมาชน (2531: 29) ได้กล่าวว่า "พฤติกรรม" หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใดหรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ โดยการกระทำนั้นมีจุดมุ่งหมาย และเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกตัว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

นอกจากนี้ พฤติกรรมที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือ พฤติกรรมปฏิบัติการ (Consummatory behavior) และพฤติกรรมอุปกรณ์ (Instrumental behavior)

พฤติกรรมปฏิบัติการ (Consummatory behavior) (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2522: 5-6 อ้างใน อารยา ศุพุทธมงคล, 2533: 33) เป็นปฏิกิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสื่อสารในทันทีที่มีสิ่งเร้า (Stimulus) หรือมีข่าวสาร (Message) มากระตุ้น ผู้รับปฏิกิริยานั้นอาจสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ แต่จะสิ้นสุดลงในทันทีที่สิ่งเร้านั้นหมดแรงกระตุ้นหรือเมื่อยุติการให้ข่าวสาร เช่น เมื่อผู้รับสารอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ หรือกาพยนตร์ แล้วเกิดอารมณ์คล้อยตาม คิดสร้างภาพพจน์ต่าง ๆ ตามไป แต่เมื่อเลิกอ่าน เลิกฟัง หรือเลิกดูแล้ว อารมณ์หรือปฏิกิริยาต่าง ๆ ก็หยุดลงเพียงนั้น ปฏิกิริยาทำนองนี้จัดเป็นพฤติกรรมปฏิบัติการ

ส่วนพฤติกรรมอุปกรณ์ (Instrumental behavior) เป็นปฏิกิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับพฤติกรรมปฏิบัติการ แต่ต่างกันตรงที่ในกรณีของพฤติกรรมอุปกรณ์นั้น ปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดแรงกระตุ้น และพฤติกรรมอย่างอื่น เช่น เมื่อผู้รับสารฟัง หรือดู หรืออ่านข้อความไปแล้ว อาจนำไปวิพากษ์วิจารณ์ต่อ เล่าให้ผู้อื่นฟัง แนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือนำมาใช้เป็นหลักความคิดประจำตน เป็นต้น ปฏิกิริยาเช่นนี้ถือว่าเป็นพฤติกรรมอุปกรณ์

พฤติกรรมจึงเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดิน หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้นมีผลจากการเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้น ๆ (เพ็ญจันทร์ สุชีพิเชษฎถ, 2534: 32 อ้างถึงใน โสภิดสุดา มงคลเกษม, 2539: 46)

องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (Cronbach อ้างถึงใน ปกิจ พรหมายน, 2531: 29-30) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการที่รีบด่วนก่อนและสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไปเขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Frustration) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายของสถานะเสียใหม่และเลือกวิธีการสนองตอบใหม่ก็ได้

นักมานุษยวิทยาได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ไว้ดังนี้ (ประจวบ อินอ๊อด, ม.ป.ป.: 1-2; อ้างถึงใน เพ็ญจันทร์ สุธีพิเชษฐกุล, 2534: 33)

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและมั่นคงแห่งชีวิตอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย

2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักจะต้องปฏิบัติไปตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดประสานกับเป้าหมายส่วนตัว

3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน

4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ

5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกันมีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย

6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรอบตัวออกมาในรูปต่างๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้น ๆ ได้

พฤติกรรม (Practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องจากมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการใช้การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นมีวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 123)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง

2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละและความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระ ก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนให้ยอมรับได้

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบคือ

I. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)

2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้งเป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหายุทธวิธีการดำเนินงานและการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

แนวความคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) คือการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อตัวผู้ส่งสารหรือแหล่งข่าวสารในแง่ที่ว่า น่าเชื่อถือหรือยอมรับได้มากน้อยเพียงใด (พีระ จิรโสภณ, 2537) โดยทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร มาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Communication) ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ หรืออีกนัยหนึ่ง การใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของผู้รับ จะบรรลุผลทางการสื่อสารมากกว่าใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำกว่า อาทิเช่น ผลการศึกษาของ Weiss (1995) เกี่ยวกับความเชื่อถือได้ของผู้ส่งสารในที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารมวลชน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้รับสารจะเชื่อในสารซึ่งได้รับจากผู้ส่งสารที่เขาคิดว่ามีความน่าเชื่อสูงมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนี้ มีมาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ หรือเมื่อ 2,000 ปีก่อน โดยอริสโตเติลได้ทำการวิเคราะห์ถึงความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร และสรุปว่าความน่าเชื่อถือดังกล่าวเกิดจากลักษณะ 3 ประการของผู้ส่งสารคือ ความเป็นผู้มีสติ ปัญญา ความเป็นผู้มีเจตนาที่ดี และจริงใจต่อผู้รับสาร (Good Will) และความเป็นผู้มีลักษณะภายนอกที่ดี (Good Character) โดยเรียกรวมว่า Ethos (McCroskey, 1968) ซึ่งในปัจจุบันความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารยังคงเป็นเรื่องที่นักนิเทศศาสตร์ให้ความสนใจ และทำการศึกษากันอย่างกว้างขวาง โดยได้ข้อสรุปในแนวทางต่าง ๆ ดังนี้

Berelson (1954) อธิบายว่า ผู้ส่งสารที่มีคุณลักษณะในการเป็นผู้นำทางความคิด เป็นกลุ่มหนึ่งที่ได้รับความเชื่อถือจากผู้ส่งสาร แม้ผู้ส่งสารเหล่านั้นจะมิได้มีสถานภาพทางสังคมสูงกว่าผู้รับสารแต่อย่างใด ทั้งนี้เขาได้อธิบายถึงลักษณะเฉพาะของผู้นำทางความคิดไว้ว่า

1. เป็นต้นแบบ (Model) ของสมาชิกในกลุ่ม
2. มักมีสถานภาพทางสังคมสูงกว่าผู้ตามความคิดเห็น
3. ได้รับการถ่ายทอดข่าวสารที่เขาเป็นผู้นำความคิดในเรื่องที่เขาเป็นผู้นำมากกว่าคนอื่น
4. เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลอื่น
5. ได้รับความรู้จากเนื้อหาของสื่อมวลชนที่เกี่ยวกับหัวข้อหรือเรื่องที่สมาชิกได้รับอยู่ดีกว่าสมาชิกที่เป็นผู้ตามความเห็น
6. ในสถานการณ์ที่มีการเลือกตั้ง ผู้นำทางความคิดจะให้ความสนใจกับการเลือกตั้งมากกว่าบุคคลอื่น และมีข้อมูลในการเลือกตั้งดีกว่าบุคคลอื่น และเขารู้สึกว่า เขามีส่วนร่วมในการเลือกตั้งมากกว่าบุคคลอื่นด้วย
7. มักมีการศึกษาสูงกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ

ส่วน Hovland, Janis and Kelly (1953) ทำการศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร พบว่า ความน่าเชื่อถือประกอบด้วย ความเชี่ยวชาญ ความน่าไว้วางใจ และความสามารถของผู้ส่งสารในอันที่จะแสดงหลักฐานให้แก่ผู้รับสาร

Bettinghaus (1968) ได้สรุปปัจจัยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารไว้ 3 ประการ อันประกอบด้วย

1. ความปลอดภัยหรือความน่าไว้วางใจในผู้ส่งสาร ได้แก่ ลักษณะของผู้ส่งสารที่มีความเป็นมิตร ความไม่เห็นแก่ตัว ความยุติธรรม ความสงบ ความจริงใจ จริยธรรม การให้อภัย เป็นต้น

2. คุณลักษณะของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความประทับใจของผู้รับสารที่มีต่อความสามารถของผู้ส่งสาร เช่น การมีประสบการณ์มีอำนาจความฉลาด ความเชี่ยวชาญของผู้ส่งสาร

3. บุคลิกภาพของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความเป็นกันเองกับผู้รับสาร ความคล่องตัวของผู้ส่งสาร ความกระตือรือร้น เป็นต้น ซึ่งอาจแสดงออกมาในลักษณะของการใช้ภาษาที่ให้ความเป็นกันเอง

ซึ่งนอกจากคุณสมบัติข้างต้นแล้ว เขายังกล่าวด้วยว่า สถานภาพก็เป็นตัวกำหนดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารด้วย ในลักษณะดังนี้คือ

1. บุคคลที่เป็นผู้ส่งสารที่มีสถานภาพ หรือเกียรติยศสูงกว่าผู้รับสาร สถานภาพจะทำให้บุคคลนั้น ๆ เป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง

2. บุคคลที่เป็นผู้ส่งสารอาจมีสถานภาพสูงแต่มีความน่าเชื่อถือต่ำ หรือในทางกลับกันอาจมีสถานภาพต่ำแต่มีความน่าเชื่อถือสูง

สำหรับคุณลักษณะภายนอกของผู้รับสารซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้รับสารคือ ความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสารนั้น ได้มีปราชญ์ทางการสื่อสาร สรุปเอาไว้ในแนวทางที่คล้ายคลึงกันว่า คุณลักษณะดังกล่าวขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence or Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ปัจจัยทั้งสองประการนี้ ผู้รับสารต้องมองเห็น (Perceive) ว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ความน่าเชื่อถือนี้ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบ และได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือไม่ได้มีลักษณะโดด ๆ (Single Characteristic) เหมือนอายุ เพศ แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็น รับรู้และเชื่อ (อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2534)

แนวความคิดเกี่ยวกับบทบาทของการสื่อสารกับการพัฒนา

เป็นที่ยอมรับกันมานานแล้วว่า การสื่อสารกับสังคมไม่สามารถแยกจากกันได้โดยเด็ดขาด การสื่อสารจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอควบคู่ไปกับสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดนิ่ง

โดยที่คำจำกัดความของการพัฒนานั้น คือการเปลี่ยนแปลงทางสังคมซึ่งจะเน้นเป็นพิเศษว่าการเปลี่ยนแปลงนั้น เปลี่ยนแปลงอะไร เปลี่ยนแปลงอย่างไร ไปสู่จุดมุ่งหมายอะไร การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสังคมย่อมมีการสื่อสารเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการพัฒนาสังคมทุกรูปแบบ การสื่อสารย่อมเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การพัฒนานั้นได้รับความสำเร็จ (จุมพล รอดคำดี, 2532: 4)

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "การพัฒนา" ไว้ดังนี้คือ (เสถียร เชยประทับ, :6)

Sinha กล่าวว่า "เป็นกระบวนการของการเคลื่อนไหวจากสภาพที่ไม่น่าพอใจไปสู่สภาพที่น่าพอใจ การพัฒนาเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง

Rogers และ Shoemaker ให้นิยามว่า "การพัฒนาเป็นการเปลี่ยนแปลงสังคมอย่างหนึ่งที่ความคิดใหม่ถูกนำเข้าสู่ระบบสังคม ทั้งนี้เพื่อเพิ่มรายได้ต่อหัวให้สูงขึ้น และปรับปรุงระดับการดำรงชีวิตให้ดีขึ้น โดยผ่านกรรมวิธีการผลิตที่ทันสมัยกว่า และการจัดองค์กรทางสังคมที่มีสมรรถภาพดีกว่า การพัฒนาเป็นการปรับปรุงให้ทันสมัยในระดับสังคม"

Seers กล่าวว่า "การพัฒนาหมายถึง การมีอาหารกินดีพอเพียง มีระดับรายได้ที่พอเพียงที่จะสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน อันได้แก่ เครื่องนุ่งห่ม และที่อยู่อาศัย มีงานทำ มีความเสมอภาคกันในสังคม"

การสื่อสารและการพัฒนาต่างมีอิทธิพลอย่างสำคัญซึ่งกันและกัน ดังจะเห็นได้จากคำกล่าวของ Pool ที่ว่า "การสื่อสารมวลชนจะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนา ถ้าการสื่อสารมวลชนมีบทบาทต่าง ๆ กัน ต่อเหตุการณ์ทางสังคมซึ่งการสื่อสารมวลชนเป็นส่วนหนึ่ง การสื่อสารมวลชนจะไม่เป็นสิ่งสำคัญ ถ้าการสื่อสารมวลชนเป็นตัวคงที่ที่ไม่มีอิทธิพลต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางสังคมซึ่งต่างก็มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (เสถียร เชยประทับ, 25 : 36)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านได้กล่าวถึงบทบาทของการสื่อสารมวลชนในการพัฒนาประเทศ กล่าวคือ

Lerner กล่าวว่า "การสื่อสารมวลชนจะส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคม"

Pool, Schramm และ Rao ทั้งสามท่านได้สรุปบทบาทของการสื่อสารในการพัฒนา ดังนี้

- ช่วยกระตุ้นให้เกิดการลงมือกระทำ
- ช่วยทำให้ประชาชนเกิดความสนใจในปัญหาที่ควรได้รับความสนใจ
- ช่วยส่งเสริมให้เกิดการยอมรับ ค่านิยม และบรรทัดฐานใหม่

นักนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่ก็มองเห็นความสำคัญของสื่อมวลชนที่จะช่วยพัฒนาประเทศได้อย่างดี อาทิเช่น ศาสตราจารย์ แชรม (Wilbur Schramm) ได้กล่าวสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวนี้ในหนังสือ Mass Media and National Development ว่า

1. เป็นยามตรวจสอบ (The mass media as watchman) คือ การให้ข่าวสารและอธิบายเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่าได้รุดหน้าไปเพียงใด หน้าที่นี้สื่อมวลชนต่าง ๆ ก็ได้ทำหน้าที่อยู่แล้ว ซึ่งในการพัฒนาประเทศก็เช่นกัน ถ้าขาดสื่อมวลชนข่าวสารการพัฒนาประเทศก็จะถึงหมู่ประชาชนได้ช้ากว่ากำหนด ซึ่งผลอาจจะทำให้แผนการพัฒนาต่าง ๆ ล้มเหลวได้

2. เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (The mas media can widen horizons) สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาให้ประชาชนได้รู้จัก และได้ทราบว่าผู้อื่นหรือสังคมอื่นเขาเป็นอย่างไร มองในแง่การพัฒนาแล้วก็เท่ากับว่า ช่วยสร้างเสริมประสบการณ์ที่ดี และช่วยทำให้ประชาชนแต่ละสังคมเกิดความรู้สึกเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคนเพื่อให้เกิดความอยากที่จะร่วมมือกัน

3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention) หมายถึงว่า สื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาสิ่งต่าง ๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจขึ้น ซึ่งในประเทศที่กำลังพัฒนาสามารถสร้างสื่อมวลชนให้มีบทบาทที่สำคัญที่ทำให้การพัฒนาประเทศเป็นสิ่งที่น่าสนใจแก่ประชาชนได้

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspirations) โดยจะเป็นผู้สร้างความทะเยอทะยานทั้งในส่วนตัวและชาติให้เกิดความอยาก

อยู่ดีกินดี หรือแสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า การที่คนเราพอใจในสิ่งที่เป็นอยู่จนเกินไปก็อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ช้า

5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can create a clunate for development) ในที่นี้หมายถึงว่า สื่อมวลชนได้กระตุ้นและให้มโนภาพและความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งก่อให้เกิดความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ก่อให้เกิดการเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและสิ่งที่ควรจะเป็นในอนาคตว่าควรจะดีกว่าปัจจุบันอย่างไรบ้าง

6. ช่วยทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ของทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices) สื่อมวลชนจะเป็นตัวกระตุ้นในทางอ้อมให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยมเดิม ถึงแม้ว่าจะยังไม่มีใครพิสูจน์ได้แน่ชัดว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนค่านิยมและทัศคติที่ถูกฝังแน่นอยู่ในหมู่ประชาชนได้สำเร็จ แต่สื่อมวลชนก็เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงในทางอ้อม กระบวนการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้นต้องอาศัยสื่อบุคคลเป็นสื่อที่สำคัญ

7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล (The mass media can feed the interpersonal channels) หมายถึงการกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปเพื่อวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับเอาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งผลก็คือทำให้มีการตัดสินใจได้ดีขึ้น

8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้ (The mass media can confer status) หมายถึงว่าสื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลได้ โดยอาจจะใช้วิธียกย่องหรือเอ่ยถึงอยู่เสมอ เท่ากับสื่อมวลชนช่วยสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นแก่ตัวบุคคล ซึ่งหมายถึงบุคคลผู้นั้นอาจจะกลายเป็นผู้นำในการพัฒนาประเทศต่อไปได้

9. สามารถขยายนโยบายของรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรือออกไปรายกันกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้ (The mass media can broden the policy dialogue) ความคิดเห็นหรือแนวนโยบายของรัฐบาลในการบริหารประเทศย่อมเป็นที่สนใจแก่ประชาชนเป็นอันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในท้องถิ่นของตนเองว่าจะมีแผนหรือนโยบายในการพัฒนาอย่างไรเมื่อสื่อมวลชนได้ช่วยขยายความหรือถ่ายทอดออกไปอย่างกว้างขวาง และประชาชนก็ย่อมจะแสดงความเข้าใจและพร้อมที่จะปฏิบัติตามได้ง่าย

10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติไปตามบรรทัดฐานทางสังคมได้ (The mass media can enforce social norms) สิ่งใดก็ตามที่ถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดไปจากบรรทัดฐานทางสังคม ถ้ายังไม่มีการนำมาตีแผ่กันในหมู่ประชาชนอย่างกว้างขวางแล้ว ทุกคน

ในสังคมก็ดูเหมือนว่าจะมีปฏิกิริยาคัดค้านหรือแสดงความไม่เห็นด้วยอยู่ในใจเท่านั้น แต่เมื่อไหร่ก็ตามที่สื่อมวลชนนำมาตีแผ่สู่สาธารณชน การคัดค้านอย่างออกหน้าออกตา ก็จะเกิดขึ้นทันที ซึ่งเท่ากับว่าสื่อมวลชนได้ช่วยให้สังคมอยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้ได้

11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนการมีรสนิยมที่ดี (The mass media can help form tastes) ในการพัฒนาประเทศ สื่อมวลชนจะเป็นผู้ที่ช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ถือได้ว่า เป็นการปฏิบัติที่ถูกที่ควร การกระทำบางอย่างอาจจะกลายเป็นสิ่งที่ล้านสมัยหรือค่อนข้างจะไม่มีวัฒนธรรม บางสิ่งบางอย่างสามารถบอกได้ว่าสิ่งเหล่านี้คือเอกลักษณ์ของชาติ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็น "คนไทย" เป็น "ของไทย" เป็นต้น

12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect attitudes lightly held, and slightly canalize stronger attitudes) จริงอยู่ว่ายังพิสูจน์ไม่ได้ว่าสื่อมวลชนโดยลำพังสามารถเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนแต่ก็มีหลักฐานบางอย่างที่แสดงให้เห็นว่า บางครั้งสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ยึดกันอย่างไม่ฝังแน่นนักได้ ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะเป็นสิ่งแปลกใหม่ หรือเป็นทัศนคติที่สังคมสมัยใหม่เข้ามามีส่วนทำให้เกิดสภาวะการตัดสินใจขึ้นว่าจะเป็นตามสมัยนิยมดีหรือจะยังยึดถือของเก่าดี ซึ่งในจังหวัดนี้ถ้าสื่อมวลชนเสนอแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุมีผลมีน้ำหนัก ก็อาจจะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติได้

13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teachers) หมายความว่าสื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ให้การศึกษาให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิตหรืออาจช่วยเสริมการสอนของครูให้ดีขึ้น ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

สุกัค รพีพันธ์ (2537) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความรู้ กับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในเขตกรุงเทพฯ จำนวน 972 คน โดยเลือกตามกลุ่มอาชีพที่มีการขับขี่รถยนต์เป็นส่วนใหญ่คือ อาชีพรับราชการ อาชีพรัฐวิสาหกิจ อาชีพรับจ้างตำแหน่งพนักงานฝ่ายขาย อาชีพนักศึกษา อาชีพขับรถแท็กซี่ อาชีพขับรถรับส่งนักเรียน พบว่า

- ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านอาชีพเท่านั้นที่มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยแตกต่างกัน ส่วนผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ ประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุแตกต่างกัน มีความรู้เรื่องเข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

- ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีระดับการศึกษาและอาชีพแตกต่างกัน มีการใช้เข็มขัดนิรภัยแตกต่างกัน แต่ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีเพศ อายุ และประสบการณ์เกี่ยวกับอุบัติเหตุแตกต่างกัน มีการใช้เข็มขัดนิรภัยไม่แตกต่างกัน

ปกิจ พรหมายน (2531) ได้ศึกษาความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติภัยจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในกรุงเทพมหานคร จำนวน 300 ราย โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 30 ปีลงมา กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 31 ปี ถึง 44 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไป

ผลการศึกษาพบว่า

- ความแตกต่างกันในเรื่องอายุ ก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องความรู้ในการป้องกันอุบัติภัยจากการจราจร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001
- ความแตกต่างกันในด้านสถานภาพสมรส ก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องความรู้ในการป้องกันอุบัติภัยจากการจราจร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
- ความแตกต่างกันในเรื่องของการประกอบอาชีพ ก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องความรู้ในการป้องกันอุบัติภัยจากการจราจร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001
- ความแตกต่างกันในเรื่องอายุ เพศ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนปีที่ขับรถยนต์ ความเป็นเจ้าของรถยนต์ ก่อให้เกิดความแตกต่างในเรื่องการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติภัยจากการจราจร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001
- ผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ประกอบอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจกลุ่มที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่า เป็นเพศชาย ขับรถยนต์มาแล้วมากกว่า 10 ปี เป็นกลุ่มที่มีความรู้ในการป้องกันอุบัติภัยจากการจราจรได้ถูกต้องมากที่สุด โดยปัจจัยดังกล่าวมีต่อความรู้ในการป้องกันอุบัติภัยจากการจราจรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ และคณะ (2537) ได้ทำการศึกษาเรื่อง เข็มขัดนิรภัย : ความเชื่อทัศนคติ และการใช้ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในทุกภูมิภาคของประเทศ จำนวน 15 จังหวัด จำนวน 1,235 ราย พบว่า ผู้ขับขี่รถยนต์ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า มีการยอมรับเข็มขัดนิรภัยในระดับมาก นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรทั้ง 16 ตัว อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพในการทำงาน ประสบการณ์ในการขับรถ ประสบการณ์อุบัติเหตุรถยนต์ การเชื่ออำนาจ

กายในกายนอกตน แบบของบุคลิกภาพ ทัศนคติ ประโยชน์ ความวิตกกังวล ความไม่สบาย ความไม่สะดวก ความเสี่ยง การยอมรับในกฎระเบียบ สามารถทำนายพฤติกรรมการคาดเข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลได้ร้อยละ 25.30

สงคราม ชัย สีทองดี (2536) ได้ศึกษามาตรการทางกฎหมายต่อการบังคับใช้เข็มขัดนิรภัยตามทัศนะของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ขับขี่รถยนต์ที่มาติดต่อเกี่ยวกับการชำระภาษีรถยนต์ ณ กรมการขนส่งทางบก และสำนักงานขนส่งสาขาในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ราย พบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ การเคยได้รับทราบประโยชน์ของเข็มขัดนิรภัย ความร่วมมือในกิจกรรมป้องกันอุบัติเหตุ อายุการใช้งานของรถยนต์ สภาพการจราจร การขับรถออกต่างจังหวัด ความเร็วในการขับขี่ การติดตั้งเข็มขัดนิรภัยภายในรถยนต์ และประสบการณ์ในการประสบอุบัติเหตุ มีความสัมพันธ์กับทัศนะต่อการใช้มาตรการทางกฎหมายในการบังคับใช้เข็มขัดนิรภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิลาสินี วงศ์ประเสริฐ (2529) ได้ทำการศึกษาวิจัย การยอมรับการใช้หมวกนิรภัยของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ที่มาชำระภาษีป้ายทะเบียน ณ กองทะเบียนกรมตำรวจ จำนวน 420 ราย พบว่า อายุ อาชีพ รายได้ ประสบการณ์อุบัติเหตุบนถนน ความถี่ในการใช้รถจักรยานยนต์ต่อสัปดาห์ การรับข่าวสารเกี่ยวกับประโยชน์ของหมวกนิรภัย ความคิดเห็นต่อหมวกนิรภัย และความทันสมัย มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการใช้หมวกนิรภัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วีระ เกศะรักษ์ (2535) ได้ศึกษา การยอมรับการใช้เข็มขัดนิรภัยของผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานคร โดยทำการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงจากผู้ขับขี่รถยนต์ในกรุงเทพมหานครที่มาติดต่อขอจดทะเบียนรถยนต์ จากสำนักงานขนส่งพื้นที่ 1-4 จำนวน 500 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ปวส.-อนุปริญญา และสูงกว่า กลุ่มที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน กลุ่มที่ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของเข็มขัดนิรภัยบ่อยครั้ง รวมทั้งกลุ่มที่มีระดับความทันสมัยสูง และที่เห็นด้วยกับการใช้เข็มขัดนิรภัยสูง เป็นกลุ่มที่ยอมรับการใช้เข็มขัดนิรภัยมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

มุทิตา ถิระพร (2531) ศึกษาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงความรู้ เกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยจราจรของเด็กนักเรียน ระหว่างกลุ่มที่ได้รับการอบรมในเรื่องความปลอดภัยจราจรกับ

กลุ่มที่ไม่ได้รับการอบรม และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงความรู้เกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยจราจรกับตัวแปรทางประชากรของเด็กนักเรียนและตัวแปรทางเศรษฐกิจสังคมของครอบครัว ผลการวิจัยพบว่า เด็กนักเรียนที่เข้ารับการอบรมเรื่องความปลอดภัยจราจร มีความรู้เพิ่มขึ้นหลักจากที่ได้รับการอบรม

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงว่าการให้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง ความปลอดภัยจราจรสามารถช่วยเพิ่มความรู้ได้

ชนวัฒน์ สุวรรณจรัส (2539) ได้ศึกษาการประเมินประสิทธิภาพของการใช้เนื้อหาสารที่เร้าความกลัวในสื่อโทรทัศน์เพื่อป้องกันอุบัติภัยจากการขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การใช้เนื้อหาสารที่เร้าความกลัวมีประสิทธิผลในการที่จะเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ ทัศนคติ และความตั้งใจในการขับรถยนต์

วีณา ถอยกุลนันท์ (2532) ศึกษาความรู้และความตระหนัก ของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์ในกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับมลพิษทางเสียงพบว่า ผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์มีความรู้เกี่ยวกับมลพิษทางเสียงในระดับปานกลาง และพบว่าปัจจัยความสนใจข่าวสารมลพิษทางเสียก่อให้เกิดการผันแปรในความรู้เรื่องมลพิษทางเสียอย่างมีนัยสำคัญ ความรู้และความตระหนักของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์เกี่ยวกับมลพิษทางเสียงมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ศึกษาการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน

เสน่ห์ พบพาน(2528)ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของประชาชนอำเภอนครหลวง โดยศึกษากรณีกิจการอุตสาหกรรมในเขตเกษตรกรรม พบว่าประชาชนมีความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในส่วนรวม ส่วนอายุ ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชนและการเข้าถึงสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อม

บุญถือ คชเสนีย์ (2532) ได้ศึกษาความรู้และความตระหนักของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บริเวณสถานที่ท่องเที่ยวชายทะเล ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง พบว่า ประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับสูง โดยผู้ประกอบอาชีพหลักเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะมีความรู้มากกว่าผู้ที่ประกอบอาชีพหลักไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและประชาชนที่มีการศึกษาสูง มีความตระหนักมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ประชาชนในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับข่าวสารในระดับปานกลาง

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2536) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

อารยา ศุทธมงคล (2535) ได้ศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากโทรทัศน์ โดยเปิดรับด้วยความถี่บ่อยครั้ง ประชาชนที่เปิดรับ และสนใจโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจะมีความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อม และมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการแก้ไข ป้องกัน และรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม

เสรี วงษ์มณฑา(2520)สำรวจความเห็นทางการเมืองของนักศึกษาไทยจากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า การที่นักศึกษาเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์นั้น มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสำคัญทางการเมือง ยิ่งให้ความสนใจและรับฟังข่าวสารทางการเมืองจากสื่อมวลชนมากเท่าไร ก็ยิ่งจะมีแนวโน้มตระหนักถึงความสำคัญของการเมืองตามไปด้วย

วันพร ผลาวัลย์ (2528) ศึกษาความรู้ความตระหนักของครูมัธยมศึกษาในเรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากโครงการที่พัฒนาชายฝั่งตะวันออก พบว่า ครูมัธยมศึกษามีความรู้เรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดจากโครงการพัฒนาชายฝั่งทะเลตะวันออกในระดับปานกลาง แต่มีความตระหนักต่อปัญหา และผลกระทบสิ่งแวดล้อมค่อนข้างสูง

จินตนา เลิศทวีสินธุ์ (2528) ศึกษาความรู้ ความตระหนัก และการปฏิบัติของตำรวจจราจรเพื่อป้องกันอันตรายจากมลพิษทางอากาศและเสียง ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ตำรวจจราจรมีความรู้เกี่ยวกับมลพิษทางอากาศและเสียงในระดับปานกลาง แต่มีความตระหนักต่อมลพิษทางอากาศและเสียง โดยเฉลี่ยในระดับค่อนข้างสูง สำหรับความรู้และความตระหนักของตำรวจเกี่ยวกับมลพิษทางอากาศและเสียมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวก

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2531) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

1. ประชาชนส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนและสื่อโทรทัศน์ ในระดับปานกลาง มีความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน

2. ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

3. ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

บุษบา กู่สกุล (2536) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้

งานวิจัยต่างประเทศ

กลีฟ (Gleave, 1979) ได้ทำการทดลองใช้สื่อบุคคลสอนเรื่องการปฏิบัติตามกฎจราจรของเด็กนักเรียนวัยอนุบาล (Kindergarten) จนถึงระดับที่ 7 หรือ Grade 7 ที่ Vancouver ประเทศแคนาดา โดยใช้คนแต่งตัวเป็นการ์ตูนสวมชุดตำรวจจราจรอบรมเด็กให้รู้จักถึงวิธีการขับขี่รถจักรยานอย่างปลอดภัย ข้อปฏิบัติในการขับขี่ที่ถูกต้อง เช่น การหยุด การเลี้ยว การให้สัญญาณ การโดยสารรถประจำทาง ได้แก่ วิธีการเข้าแถวขึ้นรถเมล์ การปฏิบัติตนขณะโดยสารรถ เช่น ไม่ยื่น

แขนขาออกมานอกรถ การลงรถเมล์ และการเดินข้ามถนนด้านหน้ารถเมล์ที่จอดอยู่ การข้ามถนนโดยใช้ทางม้าลาย โดยได้เห็นเด็กทดลองทำจริง ๆ ผลจากการทดลองปรากฏว่า การเกิดอุบัติเหตุของเด็กในวันนี้ลดลงจาก 34% เหลือเพียง 10% ภายใน 1 ปี

ฟานเนอร์ และเฮน (Fhaner and Hane, 1975: 589-598 อ้างถึงใน เสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์ และคณะ, 2537: 37) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้เข็มขัดนิรภัย โดยการเปลี่ยนแปลงความเชื่อของผู้ขับรถยนต์ ในการศึกษาครั้งนี้ฟานเนอร์และเฮน ได้วิจัยแบบทดลองกับพนักงานของบริษัทแห่งหนึ่งในประเทศสวีเดน ซึ่งเป็นคนที่ไม่เคยใช้เข็มขัดนิรภัยมาก่อนเลย ฟานเนอร์ และเฮน ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม แต่ละกลุ่มจะได้รับการกระทำ (Treatment) อย่างใดอย่างหนึ่งใน 3 วิธีคือ วิธีที่ 1 เป็นการให้ข้อมูลแก่กลุ่มโดยการสื่อสารแบบใช้คำพูดเกี่ยวกับบทบาทของเข็มขัดนิรภัยในการลดการบาดเจ็บจากอุบัติเหตุ วิธีที่ 2 เป็นการให้กลุ่มได้ฝึกปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้เข็มขัดนิรภัย โดยไม่มีการสื่อสารด้วยคำพูดใด ๆ ทั้งสิ้น และวิธีที่ 3 เป็นการให้ข้อมูลแก่กลุ่มโดยการสื่อสารแบบใช้คำพูดในเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกันกับเข็มขัดนิรภัย ก่อนทำการทดลอง กลุ่มตัวอย่างจะได้รับการทดสอบ และหลังจากทดลองแล้วก็ได้รับการทดสอบอีกครั้งหนึ่ง ผลการทดลองพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเข็มขัดนิรภัยมีความเชื่อในทางที่ดีเกี่ยวกับการใช้เข็มขัดนิรภัยมากที่สุด และมีพฤติกรรมการใช้เข็มขัดนิรภัยเพิ่มมากขึ้น จากการติดตามสังเกตพฤติกรรมการใช้หรือไม่ใช้เข็มขัดนิรภัยในเวลาต่อมาหลังจากที่ได้รับการทดลองแล้ว

บาบารา เจ วินสตัน (Babara J. Winston, 1974) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ด้านความตระหนักของนักเรียนมัธยมศึกษาในชิคาโก ต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนยอมรับและมีความรู้ ความเข้าใจในสิ่งแวดล้อม และจากการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างความห่วงใยในปัญหากับความตระหนัก และการปฏิบัติจริงในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ