

ทฤษฎี แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิดตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
2. แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์
3. ทฤษฎีและแนวความคิดการสื่อสารงานวารกรรม
4. ทฤษฎีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
5. แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ปรมะ สตะเวทิน (2531 : 65) ให้ความหมายว่า "การสื่อสารคือ กระบวนการของการถ่ายทอดสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสารไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสารโดยผ่านสื่อ"

โดยทั่วไปการสื่อสารมีองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 4 อย่างคือ แหล่งข่าวสาร (source) ข่าวสาร (message) ผู้รับ (receiver) ช่องทางข่าวสาร (channel) ซึ่งได้แก่ (Maxwell McCombs and Lee B. Becker 1979 : 75-76 อ้างถึงใน วิชา สุวสิน 2534 : 17-18)

1. ปัจจัยของผู้สื่อสาร ซึ่งมีปัจจัยอยู่ 4 ประการ ในส่วนของผู้ส่งสารที่จะมีผลต่อการเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะทัศนคติ ความรู้ สถานภาพในสังคม และวัฒนธรรมนั้น ๆ

2. ปัจจัยของผู้รับสาร คนเราสามารถเป็นได้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในขณะหนึ่งเป็นผู้ส่งสาร ในอีกขณะหนึ่งเป็นผู้รับสาร ดังนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของผู้รับสาร จึงประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร ทักษะทัศนคติ ความรู้ และสถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ลักษณะทางประชากรของผู้รับสารก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการสื่อสาร เช่น อายุ เพศ สถานทางเศรษฐกิจ การศึกษาซึ่งเป็นตัวกำหนด พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องต่าง ๆ ตลอดจนพฤติกรรมที่แสดงออกในการยอมรับที่จะปฏิบัติตามหรือปฏิเสธข่าวสารนั้น ๆ

3. ปัจจัยของสาร ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดประสิทธิผลของสารและประสิทธิผลของการสื่อสารมี 3 ประการคือ รหัสสาร (Message Code) เนื้อหาสาร (Message Content) และการจัดการ (Message treatment)

4. ปัจจัยของสื่อ สื่อเป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสาร และผู้รับสารเข้าด้วยกันทำให้ผู้ส่งสารทำการสื่อสารไปยังผู้รับได้ ในการสื่อสารนั้นผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีสื่อและเลือกใช้สื่อเพื่อนำสารไปสู่ผู้รับสารประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร ซึ่งสื่อจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึงสื่อที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้ (Rogers and Shoemaker 1971 : 145) ซึ่งสื่อมวลชนของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์

2. สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึงตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป (เสถียร เศษประทีป 2528) สื่อบุคคลของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครู เพื่อนบ้าน สมาชิกในครอบครัว เจ้าหน้าที่โครงการรณรงค์ทั้งขณะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มชน สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media) สื่อเฉพาะกิจของการวิจัยนี้ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ

โรเจอร์ส (Rogers) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า จากผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ (Rogers 1978 : 291)

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper) กล่าวถึงอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อบุคคลในสังคมว่า เป็นเพียงแรงเสริมในกระบวนการโน้มน้าวใจต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วของการสื่อสารมวลชน มิได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อบุคคลจึงต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการสื่อสารร่วมด้วย จึงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลได้ ซึ่งได้แก่ อุปนิสัย กระบวนการเลือกรับสาร บรรทัดฐานของกลุ่ม การเผยแพร่ข่าวสารโดยบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นระบบการปกครองและระบบการสื่อสารมวลชน (Joseph T. Klapper 1960 : 15-49)

แคทซ์และลาซาร์เฟลด์ (Katz and Lazarsfeld) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องและอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน (Katz and Lazarsfeld 1955 : 27)

โรเจอร์ (Rogers) ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะ ของสื่อบุคคลและสื่อมวลชน ไว้ดังนี้
(Rogers 1973)

คุณลักษณะ	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
-การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มเป็นแบบ 2 ทิศทาง	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบทิศทางเดียว
-ลักษณะการสื่อสาร	แบบตัวต่อตัว	ผ่านสื่อ
-ปฏิกริยาตอบสนอง	สูง	ต่ำ
-ความสามารถในการเปิดรับสื่อ	สูง	ต่ำ
-ความเร็วในการส่งสาร	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
-ผลของการสื่อสาร	การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

จากทฤษฎีการสื่อสารที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าการรณรงค์ให้ประชาชนทั้งชยะ
แยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่มีการใช้สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อ
เฉพาะกิจ เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีจุดเด่นและจุดด้อยต่างกัน ในการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อ
ให้ประชาชน เกิดความรู้ เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการทั้งชยะ
แยกประเภทของประชาชน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process)

กิติมา สุรสนธิ (2533 : 46-47) กล่าวถึงกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ไว้ดังนี้
 ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้าไปยังบุคคลแต่ละคนจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูก
 คัดเลือกอยู่ตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์ และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้
 รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร ดังนั้น ในฐานะของผู้ส่งสาร
 ผู้ส่งสารจำเป็นต้องเข้าใจถึงกระบวนการ การเลือกสรรมนุษย์ในการเลือกรับข่าวสารตาม
 ความรู้สึกและความต้องการในการสื่อสารมี 4 ลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะมีความเกี่ยวข้องกันดังนี้

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure)

เป็นการเลือกขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร ของมนุษย์เรา ซึ่งอาจ
 เป็นบุคคลหรือจัดประเภทขั้นดังกล่าวแล้วข้างต้นถึงทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจ
 ข่าวสารของคนเรานั้นมีแตกต่างกันบางคนนึกที่จะเขียนมากกว่าพูด หรือ บางคนนึกหรือที่จะ
 ฟังมากกว่าอ่านสิ่งเหล่านี้ จะเป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้สื่อของคนเรา จะ
 สังเกตได้ว่าบางคนชอบดูโทรทัศน์มากกว่า อ่านหนังสือ หรือชอบฟังวิทยุมากกว่าอ่านหนังสือ
 เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับหรือการเลือกใช้สื่อของมนุษย์เราก็คือ
 คือ ความสามารถอยู่ในถิ่นที่ไม่มีไฟฟ้าใช้ก็เป็นข้อจำกัดในการเลือกเปิดรับสื่อได้เช่นกัน เวลา
 ในบางเวลา สื่อบางชนิดไม่ถ้ายทอด ก็จำเป็นต้องหันไปเลือกรับสื่ออื่นแทน เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

เนื่องจากสมองคนเราสามารถรับข้อมูลได้จำกัด คือรับข้อมูลได้เพียง 500
 ส่วนใน 1 วินาทีเท่านั้น ในเวลาหนึ่ง ๆ สมองคนเราถูกกระตุ้นจากข่าวสารต่าง ๆ มากมาย
 ทั้งความคิดของตนเองและสิ่งกระตุ้นจากภายนอก เช่น เสียงพูดคุยหรือเสียงต่าง ๆ สมองเรา
 จะต้องคัดเลือกข่าวสารที่มากกระตุ้นอยู่ตลอดเวลาว่า ข่าวสารนั้นเป็นข่าวสารที่ควรรับรู้และ
 ข่าวสารใดไม่ควรรับรู้ ดังนั้นข่าวสารที่ถูกคัดเลือกแล้วมักเป็นข่าวสารที่ตรงตามความสนใจ
 ความต้องการของผู้รับ

3. การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

หลังจากเลือกเปิดรับสื่อ เลือกสรรตามความเหมาะสมและความต้องการของตนเอง แล้ว ในขั้นต่อไปก็คือการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับเป็นที่ยอมรับแล้วว่า คนเราจะไม่รับข่าวสารทั้งหมดถึงแม้ว่าข่าวสารนั้นจะเป็นข่าวสารที่ถูกคัดเลือกมาแล้วก็ตาม ในข่าวสารหนึ่ง ๆ คนเรามักจะเลือกรับและตีความในข้อความที่สอดคล้องกับประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดทัศนคติ และค่านิยมของตนเองเท่านั้น ข้อความหรือข่าวสารในช่วงใดที่ไม่สอดคล้องกับความคิด ความรู้สึก ทัศนคติ หรือค่านิยมที่ตนเองมีอยู่ก็จะถูกตัดทิ้งไป

ขั้นการเลือกรับรู้ และการเลือกตีความนี้ค่อนข้างจะสำคัญมากเนื่องจากแต่ละคนมีความรู้สึก ประสบการณ์และค่านิยมที่แตกต่างกันไป ดังนั้นจึงรับรู้ เลือกตีความเฉพาะในส่วนที่สอดคล้องกับประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดค่านิยมของตนเองอาจทำให้การสื่อความหมายนั้นไม่ตรงกันซึ่งจะทำให้เกิดความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ (Communication Breakdown)

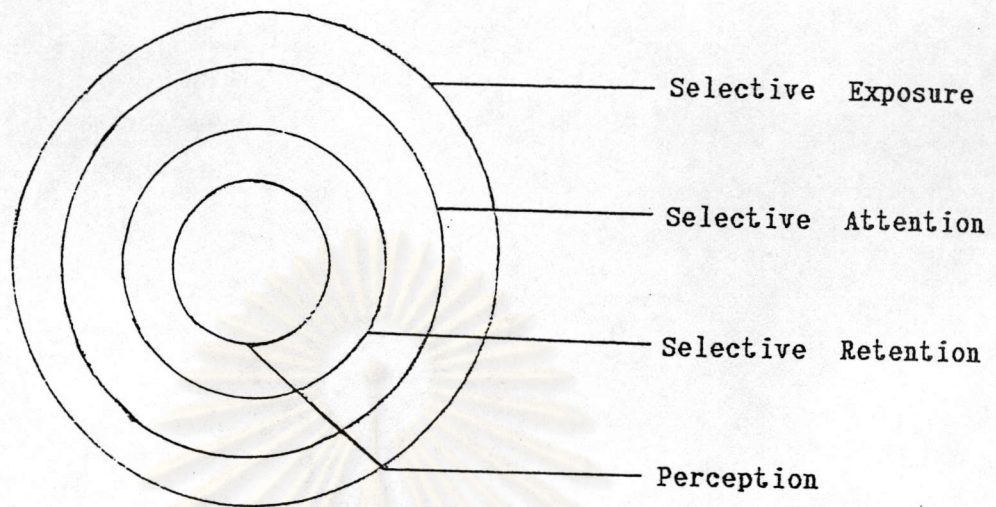
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

นอกเหนือจากการเลือกรับรู้ และการตีความหมายแล้ว คนเรายังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไปอีกด้วยซึ่งข่าวสารที่มนุษย์เลือกจดจำไว้นั้นมักเป็นข่าวสารที่จะช่วยเสริมย้ำ สนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยมของแต่ละคนที่มีอยู่แล้วให้เข้มแข็งหรือชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนนี้อาจนำไปใช้ในการสนับสนุนเมื่อเกิดความรู้สึกที่ขัดแย้งและสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

จากที่กล่าวมาในเรื่องของกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process) สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 2-1



พฤติกรรมกำรเลือกรับข่ำวสำรยังมีองค์ประกอบที่มีบทบาทสำค้ำญต่อกระบวนการเลือกรับสรของมนุษย์อีกได้แก่ (Wilbur Schramm 1973 : 121-122)

1. ประสบกำรณ์ ประสบกำรณ์ทำให้ผู้รับสรแสวงห่ำวสำรแตกต่างกัน
2. กำรประเมินสำรประโยชน์ของข่ำวสำรผู้รับสรจะแสวงห่ำวสำรเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. กำรศึกษาและสภำพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมกำรเลือกรับสรและเนื้อหาข่ำวสำร
5. ความสำมำรถในกำรรับสร เกี่ยวกับสภำพร่างกายและจิตใจที่กำรให้พฤติกรรมกำรเปิดรับข่ำวสำรต่างกัน
6. บุคลิกภำพทำให้มีผลต่อกำรเปลี่ยนแปลงทัศนคติกำรโน้มน้ำวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสร
7. อารมณ์ สภำพทางอารมณ์ของผู้รับสร จะทำให้ผู้รับสรเข้าใจความหมำยของข่ำวสำรหรือ อาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมำยของข่ำวสำรก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดทำที่ของกำรรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้ำหรือข่ำวสำรที่ได้พบ

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

พฤติกรรมปฏิบัติการ (consummatory behavior) (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2522 : 5-6 อ้างถึงใน อารยา ศุภทอมงคล 2533:33) เป็นปฏิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสื่อสาร ในทันทีที่มีสิ่งเร้า (stimulus) หรือมีข่าวสาร (message) มากกระตุ้น ผู้รับปฏิริยานั้นอาจสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ แต่จะสิ้นสุดลงในทันทีที่สิ่งเร้านั้นหมดแรงกระตุ้น หรือเมื่อยุติการให้ข่าวสาร เช่น เมื่อผู้รับสารอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ คุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ แล้วเกิดอารมณ์คล้อยตาม คิดสร้างภาพพจน์ต่าง ๆ ตามไป แต่เมื่อเลิกอ่าน เลิกฟัง หรือเลิกดูแล้ว อารมณ์หรือปฏิริยาต่าง ๆ ก็หยุดลงเพียงนั้น ปฏิริยาทำนองนี้จัดเป็นพฤติกรรมปฏิบัติการ

ส่วนพฤติกรรมอุปกรณ์ (instrumental behavior) เป็นปฏิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับพฤติกรรมปฏิบัติการ แต่ต่างกันตรงที่ในกรณีของพฤติกรรมอุปกรณ์นั้น ปฏิริยาที่เกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดแรงกระตุ้น และพฤติกรรมอย่างอื่น เช่น เมื่อผู้รับสารฟังหรือดูหรืออ่านข้อความไปแล้ว อาจนำไปวิพากษ์วิจารณ์ต่อ เล่าให้ผู้อื่นฟัง และแนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือนำมาใช้เป็นหลักความคิดประจำตน เป็นต้น ปฏิริยาเช่นนี้ถือว่าเป็นพฤติกรรมอุปกรณ์

ในการรณรงค์ให้ประชาชนมีการทิ้งขยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ มีการใช้สื่อหลายประเภททั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ ดังนั้น ในฐานะของผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารจำเป็นต้องคำนึงกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมในการเลือกรับข่าวสาร เลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้-ติดตาม และเลือกจดจำต่างกัน

นอกจากนี้การรณรงค์ควรทำอย่างต่อเนื่องกันไปเพราะพฤติกรรมที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารเป็นลักษณะพฤติกรรมอุปกรณ์ (instrumental behavior) เกิดขึ้นหลังจากที่ประชาชนได้รับสารหรือข้อความไปแล้ว จึงเกิดพฤติกรรมขึ้น เช่น มีการวิพากษ์ วิจารณ์ ถึงประโยชน์ของการทิ้งขยะแยกประเภทและแนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตามต่อไป

ทฤษฎีและแนวความคิดการสื่อสารนวัตกรรม

โรเจอร์ (Rogers and Shoemaker 1971) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรม (Innovation) ไว้ว่าหมายถึงความคิด การกระทำ หรือสิ่งของซึ่งบุคคลเห็นว่าเป็นของใหม่ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นของใหม่โดยนับตั้งแต่แรกพบหรือไม่ แต่ขึ้นอยู่กับการณ์ที่บุคคลรับรู้ว่าเป็นของใหม่โดยความเห็นของบุคคลเอง จะเป็นเครื่องตัดสินใจการตอบสนองของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ถ้าบุคคลเห็นว่าอะไรเป็นสิ่งใหม่สำหรับตน สิ่งนั้นก็เป็นวัตกรรม ซึ่งคำว่า "ใหม่" ตามความหมายของนวัตกรรมไม่ใช่ความคิด การกระทำหรือสิ่งของใหม่จริง ๆ บุคคลอาจเคยได้ยินเกี่ยวกับนวัตกรรมมาก่อนแต่ยังไม่เกิดทัศนคติชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น หรือยังไม่เคยยอมรับหรือปฏิบัติสื่อนวัตกรรมนั้น

การทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) นับว่าเป็นสิ่งใหม่หรือแนวความคิดใหม่ที่เข้ามาในสังคมไทย ซึ่งคนไทยส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการทิ้งขยะรวมกันในถังใบเดียวไม่มีการแยกขยะ ในขณะที่ในต่างประเทศมีการตื่นตัวและรณรงค์มาหลายปีแล้วโดยการนำสิ่งของที่ทิ้งแล้วกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีกครั้งที่เรียกว่ารีไซเคิล (Recycle) อย่างจริงจังเพื่อลดปัญหาปริมาณขยะและช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างได้ผลมาแล้ว จากแนวความคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมนี้จะเห็นได้ว่า การรณรงค์ให้ประชาชนมีการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) จัดได้ว่าเป็นนวัตกรรมอย่างหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องมีการสื่อสารนวัตกรรมนี้ไปสู่ประชาชน เมื่อนวัตกรรมถูกเผยแพร่ไปยังสมาชิกในระบบสังคมแล้วย่อมส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเป็น 2 ระดับ คือ (ปรมะ สตะเวทิน 2533) ระดับที่ 1 การเปลี่ยนแปลงระดับบุคคล (Individual Social Change) เรียกว่าความทันสมัย (Modernization) เป็นกระบวนการที่บุคคลซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแบบเก่ามาเป็นแบบใหม่ ซึ่งมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ระดับที่ 2 การเปลี่ยนแปลงในระดับสังคม (Social System Change) เรียกว่าการพัฒนา (development) หมายถึงการที่ความคิดใหม่ถูกนำมาใช้ในสังคม เพื่อให้ราษฎรได้ค่อตัวของประชากรเพิ่มขึ้นและมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยใช้วิถีการผลิตที่ทันสมัยตลอดจนการมีสถาบันสังคมที่ทันสมัยด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลและระดับสังคมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด และจะต้องควบคู่กันไป

องค์ประกอบของการเผยแพร่ข่าวสาร

องค์ประกอบในการเผยแพร่ ข่าวสารจำเป็นต้องมีองค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ ที่ทำให้การเผยแพร่ประสบความสำเร็จ ได้แก่ (Rogers and Shoemaker 1971)

1. มีนวัตกรรม
2. ซึ่งถูกถ่ายทอดผ่านข่าวสาร
3. ในระยะเวลาหนึ่ง
4. ไปยังสมาชิกในสังคม

1. นวัตกรรม

ในการยอมรับหรือปฏิบัติหรือนวัตกรรมนั้น ความเร็วหรือช้าในการยอมรับนวัตกรรมใด ๆ นั้น ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรม ดังต่อไปนี้

- 1.1 ประโยชน์เชิงเทียบ (Relative Advantage) คือการที่ผู้ยอมรับนวัตกรรม รู้สึกว่านวัตกรรมนั้นดีกว่ามีประโยชน์มากกว่าสิ่งเก่า หรือวิธีปฏิบัติแบบเดิม
- 1.2 ความสอดคล้อง (Compatibility) คือระดับของความสัมพันธ์ของนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเป็นอยู่ ประสบการณ์ในอดีตและแนวโน้มความต้องการของผู้รับ นวัตกรรม
- 1.3 ความซับซ้อน (Complexity) คือ ระดับของความยากง่ายในการทำความเข้าใจหรือในการนำนวัตกรรมมาใช้
- 1.4 การทดลองใช้ได้ (Trialability) คือระดับที่นวัตกรรมสามารถแบ่งออกเป็น ส่วนย่อยได้เพื่อการนำไปทดลองใช้
- 1.5 การสังเกตเห็นได้ (observability) คือระดับที่บุคคลสามารถสังเกตเห็น ผลของนวัตกรรมได้

2. ช่องสาร

การสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข่าวสาร เป็นกระบวนการที่สารถูกถ่ายทอดจากแหล่ง สารไปยังผู้รับสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงระดับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมบาง ประการของผู้รับสาร

ช่องทางการสื่อสารที่นำมาใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารประกอบด้วย

2.1 ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล และช่องทางการสื่อสารมวลชน ซึ่งทั้ง 2 ช่องทางมีความสำคัญในชั้นต่าง ๆ ของกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมแตกต่างกันคือช่องทางการสื่อสารมวลชน มีความสำคัญในชั้นความรู้และช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญในชั้นจูงใจ นอกจากนี้ โรเจอร์และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker 1971) ยังได้กล่าวว่า สำหรับในประเทศกำลังพัฒนานั้น ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสำคัญในชั้นความรู้ด้วย

2.2 ช่องทางการสื่อสารภายในสังคมและช่องทางการสื่อสารภายนอกสังคมในการแบ่งประเภทช่องทางการสื่อสารภายในสังคมและภายนอกสังคมขึ้น อยู่กับจุดเริ่มต้น กล่าวคือ ช่องทางการสื่อสารภายในมีจุดเริ่มต้นที่ระบบสังคมของผู้รับสารช่องทางการสื่อสารภายนอกมีจุดเริ่มต้นจากภายนอกระบบสังคม เช่น การพูดปากต่อปากเพื่อกระจายข่าวสารอาจเป็นไปได้ทั้งภายนอกหรือภายในขึ้นอยู่กับแหล่งข่าวนั้นอยู่ภายในหรือภายนอกสังคมของผู้รับสาร

3. ช่วงระยะเวลา

ช่วงระยะเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องกับกระบวนการเผยแพร่ข่าวสาร 3 สถานการณ์ด้วยกันคือ

3.1 กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมประกอบด้วย

3.1.1 ชั้นความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นที่บุคคลรู้ว่ามึนวัตกรรมอยู่และมีความเข้าใจถึงหน้าที่ของนวัตกรรมนั้น

3.1.2 ชั้นจูงใจ (Persuasion) เป็นขั้นที่บุคคลสร้างทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม

3.1.3 ชั้นตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นที่บุคคลทำกิจกรรมซึ่งนำไปสู่การเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

3.1.4 ชั้นการนำมาใช้ (Implementation) เป็นขั้นที่บุคคลนำนวัตกรรมไปใช้

3.1.5 ชั้นทบทวนการตัดสินใจ (Confirmation) เป็นขั้นที่บุคคลแสวงหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ทำได้ แต่อาจเปลี่ยนการตัดสินใจได้ หากทราบข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่ขัดแย้งกับนวัตกรรมนั้น

3.2 ความเร็วหรือช้าในการยอมรับนวัตกรรมของบุคคล สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท (Rogers 1983) ดังนี้

3.2.1 พวกชอบของใหม่ (Innovators) เป็นพวกที่มีทัศนคติที่ดีต่อนวัตกรรม ชอบทดลอง

3.2.2 พวกรับเร็วส่วนแรก (Early Adopters) เป็นผู้นำความคิดเห็นในระบบสังคม

3.2.3 พวกรับเร็วส่วนมาก (Early Majority) เป็นพวกที่ยอมรับนวัตกรรมก่อนสมาชิก โดยเฉลี่ยในสังคมเล็กน้อยและให้ความเชื่อถือต่อข่าวสารมาก

3.2.4 พวกรับช้าส่วนมาก (Late Majority) เป็นพวกที่ยอมรับนวัตกรรมช้าเนื่องจากความจำเป็นทางเศรษฐกิจและแรงกดดันทางสังคม

3.2.5 พวกช้าหลัง (Laggards) เป็นพวกที่ยังยึดติดกับความคิดเก่า ๆ ของตนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง

3.3 อัตราการยอมรับนวัตกรรม ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของนวัตกรรมโดยพิจารณาจากระยะเวลาที่สมาชิกของระบบสังคมจำนวนหนึ่งที่ต้องใช้ในการยอมรับนวัตกรรม

4. สมาชิกภายในระบบสังคม

นวัตกรรมที่เผยแพร่เข้ามาสู่สังคมก็อาจจะถูกยอมรับหรือปฏิเสธ โดยสมาชิกแต่ละคนภายในสังคมหรือระบบสังคมก็ได้ ดังนั้น การตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมที่เผยแพร่เข้ามาในระบบสังคมจึงสามารถแบ่งออกได้เป็นประเภทต่าง ๆ กันดังนี้ (ปรมะ สตะเวทิน 2534)

1. การตัดสินใจระดับบุคคล (Optional Decision) เป็นการที่แต่ละบุคคลตัดสินใจด้วยตนเองโดยอิสระการตัดสินใจประเภทนี้จะส่งผลกระทบต่อตัวบุคคลเองไม่ได้กระทบกระเทือนบุคคลอื่น ๆ ภายในสังคม

2. การตัดสินใจร่วมกันหรือการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Collective Decision) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมที่สมาชิกของระบบสังคมตัดสินใจร่วมกันเมื่อมีการตัดสินใจแล้วสมาชิกทุกคนในระบบสังคมต้องทำตามการตัดสินใจนั้น

3. การตัดสินใจโดยผู้มีอำนาจ (Authority Decision) เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม โดยผู้ที่อยู่ในตำแหน่งหรือฐานะสูงกว่าเมื่อมีการตัดสินใจไปแล้ว สมาชิกแต่ละคนของระบบสังคมก็จะถูกบังคับให้ยอมรับการตัดสินใจนั้น

การตัดสินใจทั้งระยะแยกประเภท เพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) นั้นเป็นการตัดสินใจในระดับบุคคล (optional decision) คือผู้ที่ตัดสินใจ ทั้งระยะแยกประเภททันทีหลังจากได้รับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับเรื่องนี้ เพราะมีทัศนคติที่ ต่อนวัตกรรมที่เข้ามาในระบบสังคม ส่วนบางคนอาจต้องใช้เวลานานกว่าจะเกิดการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมในการทั้งระยะแยกประเภท ซึ่งขึ้นอยู่กับความเร็วหรือช้าในการยอมรับนวัตกรรมของ บุคคลและกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรมก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนสำคัญ ซึ่งประชาชน จะต้องรู้ว่าขณะนี้ มีการทั้งระยะแยกประเภทเกิดขึ้นในสังคมตลอดจนการมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อ การทั้งระยะแยกประเภท ซึ่งสื่อมวลชนจะต้องกระตุ้นส่งเสริมให้ประชาชนมีทัศนคติต่อการทั้งระยะ แยกประเภท เพื่อให้ประชาชนตัดสินใจปฏิบัติตามในที่สุด

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบ ต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปร ต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยทฤษฎี KAP เป็นตัวแปรตามในการ วัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร 2533 : 118)

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าจะมีปัญหาคืออะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสาร นั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่าการ สื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้ง เป้าหมายไว้ การรณรงค์ให้ประชาชนทั้งระยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ (Recycle) ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติ ที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ไปยัง ประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องประกอบด้วย (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร 2533 ; 120-121)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่าน ประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้าง

ของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วย เหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการคือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรมเพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่วัตกรรมการนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น
4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนจึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อถือที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ
5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่น่าเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

ทัศนคติ (Attitude) เป็นดัชนีชี้ว่าคุณคนนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างวัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร 2533 : 122)

นอกจากนี้ Thurstone Louts และ Chave E. มีความคิดเห็นต่อเรื่องทัศนคติว่า "A verbal expression of attitude..... An opinion is symbolizes on attitude..We shall use opinions as the means for measuring attitudes สามารถถอดความได้ว่า การแสดงทัศนคติทางคำพูด ความคิดเห็น เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ... เราสามารถใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องมือวัดทัศนคติ

Katz และ Stotland ได้แยกส่วนประกอบของทัศนคติได้เป็น 3 ส่วนด้วยกันคือ

1. ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจเรียกว่า "Cognitive component" ได้แก่ ความคิดซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปใดรูปหนึ่งแตกต่างกันออกไป

2. ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก เรียกว่า "Affective component" ซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า "positive affective component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า "negative affective component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปทางที่ไม่ดี

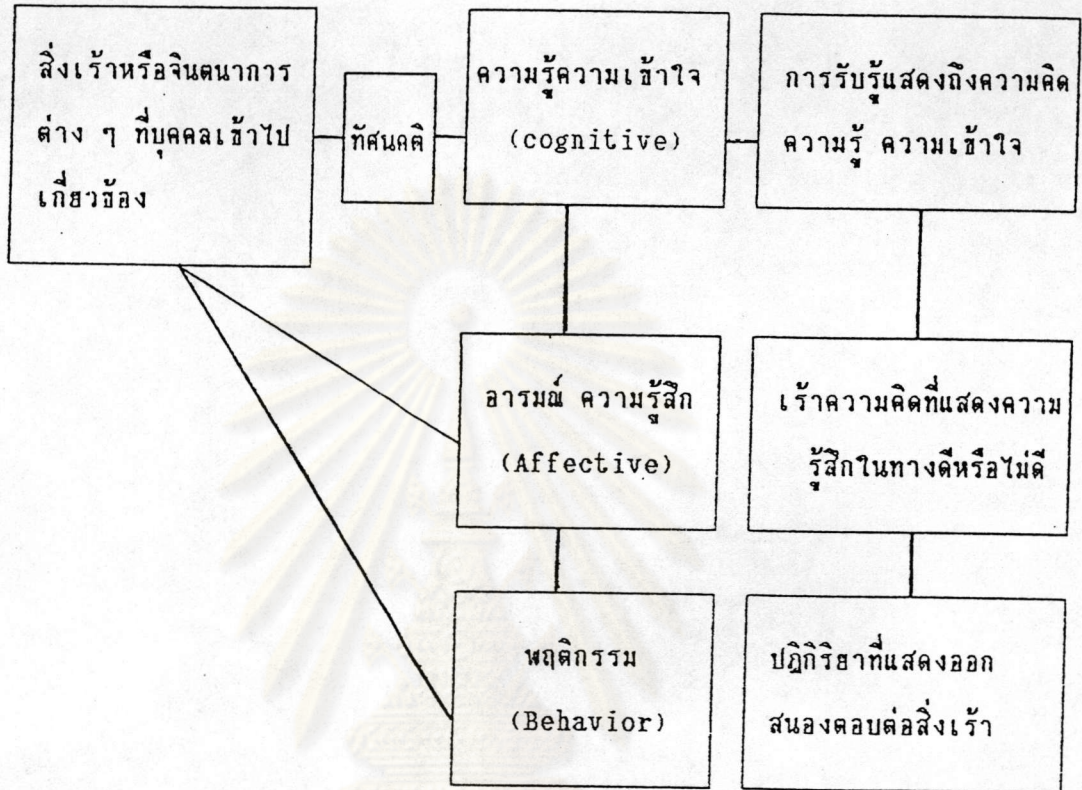
3. ส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรมเรียกว่า "Behavioral Component" ซึ่งมีแนวโน้มเน้นไปในทางการกระทำ หรือพฤติกรรมในลักษณะที่ว่าเมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี (อ้างใน ปาโรลิตร์ มั่นคง 2534 : 22)

จะเห็นได้ว่าถ้าบุคคลไม่มีความเข้าใจ หรือมีแนวความคิดซึ่งเรียกว่า "concept" เกี่ยวกับสิ่งใดก็จะไม่สามารถมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นได้ การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจหรือมีแนวความคิดซึ่งเรียกว่า "Concept" ต่างกัน

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้น ที่มีต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์นั้น ๆ เป็นสำคัญ

จากที่กล่าวมาทั้งหมดในเรื่องของส่วนประกอบของทัศนคติ สามารถแสดงเป็นแผนภูมิได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2-2
ส่วนประกอบของทัศนคติ



ที่มา : Milton J. Rosenberg and Carl I. Hovland. Attitude Organization and Change. New Haven, Yale University Press, 1960. p.3. (อ้างถึงใน ปาวิจิตร มั่นคง 2534 : 24-25)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการได้ให้ความคิดเห็นว่า สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น เริ่มต้นด้วยองค์ประกอบที่สำคัญอันหนึ่ง คือแหล่ง (Source) ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจจะเป็นบุคคลคนเดียว กลุ่มบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งที่ก่อให้เกิดทัศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวต่าง ๆ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษาพบว่าแหล่งข่าวที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจและมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นอกจากนี้องค์ประกอบอื่น ๆ

เช่น เนื้อหาของข่าวสาร (ควรพิจารณาถึงภาษา ความยากง่าย ค่าที่ใช้ ฯลฯ) และตัวผู้รับ (เช่น ทักษะในการสื่อความหมาย ทักษะคิด ความรู้ระบบสังคม เป็นต้น) ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (สุภาพงษ์ ธรรมพร 2535 : 18)

พฤติกรรม เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติ แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับจึงก่อให้เกิดประสบการณ์ สิ่งสมที่ต่างก็อันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ปัจเจกชนคนข้างเคียง (กลุ่ม) ไปจนถึงระดับสังคม (สถานการณ์) การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารสังคม อาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการดังนี้ (สุภาพงษ์ โสธนะเสถียร 2533 : 123-124)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นตัวสนใจ ในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง เช่น บรรณาธิการในการประกาศปฏิวัติรัฐประหาร
2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละและความกรุณาปราณี ซอมแพ้เพื่อความ เป็นพระก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนให้ยอมรับได้ เช่น คนไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ก็เพราะเห็นผู้สมัครคนนั้นถูกโจมตีจากผู้สมัครคนอื่น ๆ
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้าอื่น ๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)
 2. หดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)
- ทั้งการกระตุ้นและการหดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหาทรัพยากรดำเนินงานและการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

Rosenberg and Hovlaand 1960 (อ้างถึงใน อารยา ศุภทตมมงคล 2535:30) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้ เมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจต่อ ๆ ไป

ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมที่น่าสนใจอีกอันหนึ่งคือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ซึ่งกล่าวว่า การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงและเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงต่อกัน ฉะนั้นในการที่จะให้มีการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อนโดยให้ความรู้

นอกจากทฤษฎีความรู้ ทศนคติ พฤติกรรม สามารถใช้วัดความสำเร็จในการพัฒนาประชาชนดังที่กล่าวมาแล้วนั้นทฤษฎีนี้ยังเป็นทฤษฎีที่ใกล้เคียงกับการเผยแพร่ข่าวสาร โดยมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกันและมีนักวิชาการหลายท่าน ที่มักเห็นว่าทฤษฎีทั้งสองเป็นทฤษฎีเดียวกัน เนื่องจากเป็นส่วนเสริมกันเพราะการเผยแพร่ข่าวสารสามารถเป็นตัวแปรต้น ในขณะที่ความรู้ ทศนคติ พฤติกรรม เป็นตัวแปรตาม กล่าวคือ การเผยแพร่ข่าวสารเน้นกลไกของการยอมรับสาร (นวัตกรรม) ของผู้รับสาร เมื่อรับสารแล้วจะเกิดผลกระทบอย่างไร ด้วยเหตุนี้ ความรู้ ทศนคติ พฤติกรรม จึงเป็นผลที่สามารถวัดได้จากการเผยแพร่ข่าวสาร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร 2533 : 119)

ช่องว่างของความรู้ ทศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ

โรเจอร์ (Rogers 1971:288-289 อ้างใน สุวรรณี โพธิศรี 2535 : 42-43) เรียกว่าช่องว่างของความรู้ ทศนคติ และการยอมรับปฏิบัติหรือ KAP - gap และได้อธิบายว่า ทศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือเมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติ ในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะใน

บางกรณีอาจเกิด KAP-gap ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทักษะคติ เช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทัศนคติที่มีอยู่นั้นคือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกันหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในทุกกรณีไป

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะคติ และการปฏิบัติ KAP - gap นี้โรเจอร์ส (Rogers 1983 : 289 - 290) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 วิธีการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้นกล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้หรือการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้นำทางความคิด เข้าไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูงเพื่อโน้มน้าวใจสมาชิก ให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

แนวความคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (Concept of Participation)

การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมต่าง ๆ นั้นเริ่มมีมาตั้งแต่สมัยที่มนุษย์เริ่มอยู่ด้วยกันเป็นชุมชน ซึ่งเกิดได้หลายลักษณะ หลายรูปแบบ และหลายวัตถุประสงค์ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามคำว่า "การมีส่วนร่วม" ตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหาที่เน้นตามความสนใจของตน ดังเช่น

องค์การสหประชาชาติ (United Nation 1978 : 4) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนในฐานะที่เป็นกระบวนการในการพัฒนาว่าคือ การเข้าร่วมอย่างกระตือรือร้น และมีพลังของประชาชนในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ในกระบวนการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมายของสังคมและการจัดสรรทรัพยากร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้น
- ในการปฏิบัติตามแผนการหรือโครงการต่าง ๆ โดยความสมัครใจ

Rousseau (อ้างถึงในบุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ 2535) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่าจะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ที่สำคัญคือจะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และความสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนัก รับรู้ในความสำเร็จของการมีส่วนร่วมของตนเอง

ทางสังคมวิทยา สัจญา สัจญาวัฒน์ (สัจญา สัจญาวัฒน์ 2523 : 28) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมหมายถึงพฤติกรรมอันประกอบไปด้วยการร่วมและการสละยอมประพฤติดตาม พฤติกรรมคาดหวังของกลุ่มทางการและไม่ใช่ทางการ ดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนในความหมายนี้คือ การที่ประชาชนก่อให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ร่วมกันนั่นเอง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางจิตวิทยา (Active Participation of Theory) มีผลการวิจัยจิตวิทยาสังคมบางเรื่องเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ให้ข้อเสนอแนะว่า " การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ" การทำให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การเกิดความรู้สึกผูกพันต่อเรื่องนั้น และมีส่วนในการปฏิบัติ จะทำให้บุคคลกลุ่ม ชุมชนเกิดความรู้สึกว่าคนได้ลงทุนให้ความคิดเห็น การตัดสินใจและอุทิศพลังงานทุกอย่างเมื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการแก้ปัญหา นั้น ๆ ซึ่งมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตนเอง เทคนิคในการก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม เช่น การกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจหรือการให้แรงเสริม (Rienforcement)

William W. Reeder (อ้างถึงใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์ 2535 : 80) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมหมายถึงการมีส่วนร่วมในการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล และการมีส่วนร่วมของทุกกลุ่ม

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (อ้างถึงใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ 2527 : 183) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่าหมายถึง การเกี่ยวข้อทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้อดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการบรรลุจุดหมายของกลุ่มนั้น ทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

แนวความคิดเกี่ยวกับการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนนั้นได้
บังเกิดขึ้นกับชุมชนต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิด 3 ประการคือ (นิรันดร์
จงวุฒิเวศย์ อ้างถึงใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ 2527 : 182 - 183)

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วง
กังวลของบุคคล ซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วน
รวม

2. ความเดือดร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นลงมือ
กระทำร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่ม หรือ ชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา
การตัดสินใจร่วมกันนี้ จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำการที่สนองตอบ
ความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้น

อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมยังอาจจะเกิดจากแนวคิดอื่น ๆ เช่น

1. ความศรัทธาที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำให้ประชาชนมีส่วน
ร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการบำเพ็ญประโยชน์

2. ความเกรงใจที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือมีเกียรติยศตำแหน่ง ทำให้ประชาชน
เกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีความศรัทธา หรือความเต็มใจอย่างเต็ม
เปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอให้ช่วย

3. อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่าทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้
มีส่วนร่วมในการกระทำต่าง ๆ เช่น บีบบังคับให้ทำงาน

การมีส่วนร่วม เป็นได้ทั้งวิธีการซึ่งนำไปสู่การพัฒนา และเป็นเป้าหมายของการ
พัฒนา กล่าวคือ การมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่ขาดไม่ได้ในการบรรลุเป้าหมาย
ของการพัฒนาซึ่งได้มีผู้พยายามแยกแยะการมีส่วนร่วมของประชาชนในมิติต่าง ๆ หลายประการ
เช่น

แนวคิดของ อัพฮอฟ (Uphoff 1981) แบ่งพิจารณาการมีส่วนร่วมเป็น 2 มิติ คือ
มิติของการมีส่วนร่วมและบริบทหรือสภาพเงื่อนไข สถานการณ์ ซึ่งแวดล้อมการมีส่วนร่วม

ในแง่มิติ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ

1. ประเภทของการมีส่วนร่วมซึ่งแบ่งออกเป็นการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการ
ปฏิบัติงาน ในการรับผลของกิจกรรม และในการประเมินผล

2. ผู้มีส่วนร่วม ผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมตามข้อ 1. อาจเป็นบุคคลภายในหรือบุคคลภายนอกชุมชนก็ได้ ประเด็นที่น่าสนใจคือ ลักษณะสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้มีส่วนร่วมดังกล่าว

3. วิธีการเข้าร่วม พิจารณาได้จากสาเหตุจูงใจ ลักษณะการร่วม ขอบเขตระยะเวลา หรือลักษณะกิจกรรมที่เข้าร่วม ตลอดจนผลของการเข้าร่วม

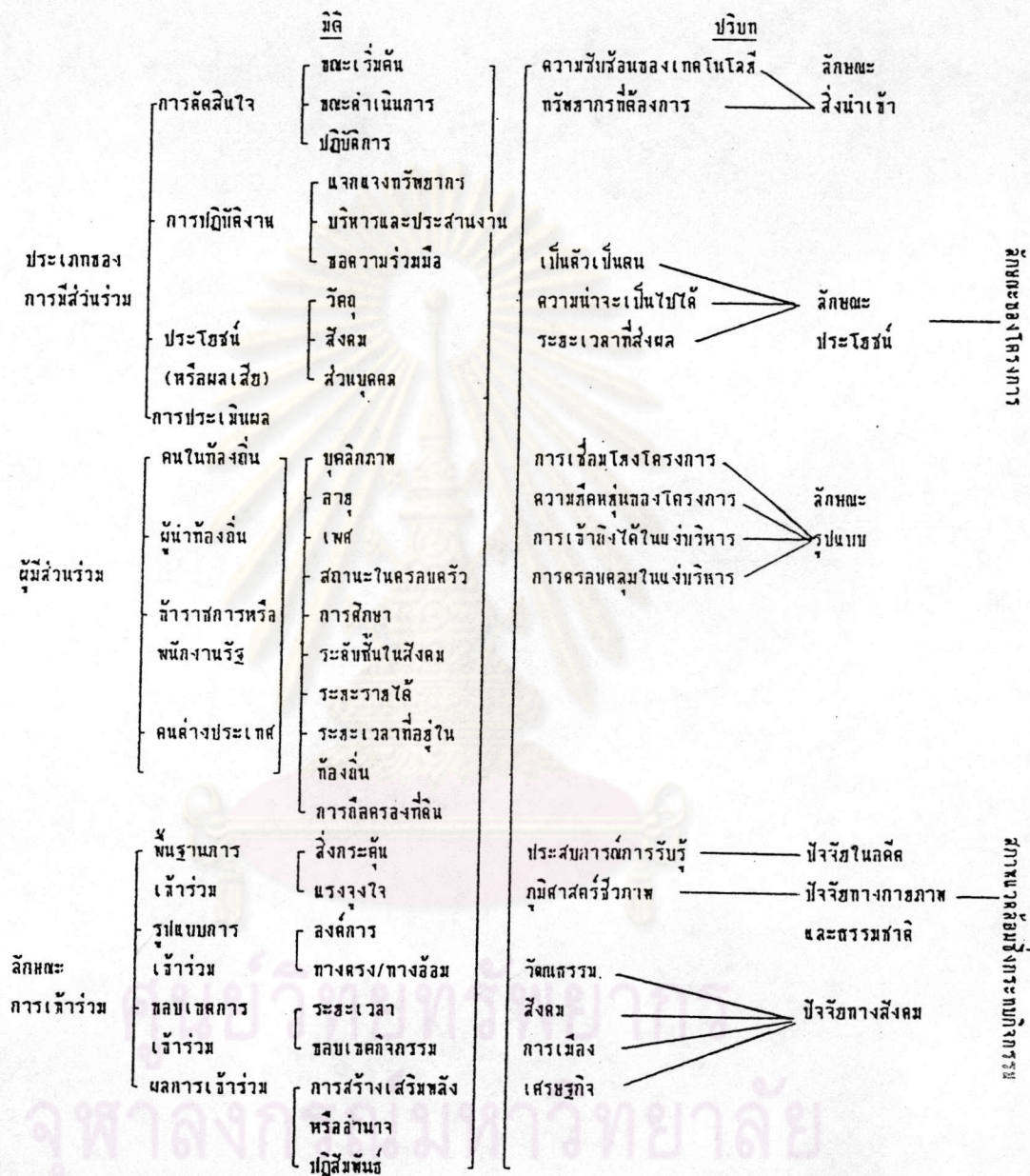
ในแง่ปริบท หรือ เงื่อนไขสภาพแวดล้อมพิจารณาได้ 2 ส่วนคือ

1. สภาพแวดล้อมในแง่ตัวโครงการ ได้แก่ส่วนที่นำเข้า ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ และรูปแบบของโครงการ

2. สภาพแวดล้อมอื่น ซึ่งกระทบกิจกรรม ได้แก่ สภาพแวดล้อมในอดีต ตลอดจนประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้อง สภาพแวดล้อมทางกายภาพและธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางสังคมซึ่ง อีพฮอฟ (Uphoff 1981) ได้แสดงมิติการมีส่วนร่วมได้ตั้งแผนภาพที่แผนภาพที่ 2-3 กรอบการวิเคราะห์การมีส่วนร่วม (อีพฮอฟ)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แผนภาพที่ 2-3 กรอบการวิเคราะห์การมีส่วนร่วม (อังกฤษ)



ที่มา : Norman Uphoff, "Farmers Participation in Project. Formulation, Design and Operation," paper prepared for Second Annual Agricultural Sector Symposium, Washington, D.C., January 5-9, 1981

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับลักษณะประชากรกับการเปิดรับสื่อมวลชน

งานวิจัยในประเทศ

แชรรมม์ (Schramm 1964) พบว่า การศึกษามีอิทธิพลต่อความสนใจข่าวสาร การเมือง อาชีพ และรายได้ จะมีอิทธิพลต่อเมื่อคนมีการศึกษาต่ำเท่านั้น นั่นคือ ถ้าคนมีการศึกษาสูงแล้วไม่ว่าจะอยู่ในอาชีพใด มีฐานะทางเศรษฐกิจอย่างไร ความสนใจข่าวสารทางการเมืองจะไม่แตกต่างกัน แต่ถ้ามีการศึกษาต่ำแล้ว การมีฐานะดีขึ้น มีอาชีพที่มีค่านิยมสูง ในสังคมจะช่วยเพิ่มความสนใจข่าวสารการเมืองให้กับประชาชน

แม็คเนลลี่และฟอนซีกา (McNally and Fonseca 1964) พบว่าการใช้สื่อที่เป็นสิ่งตีพิมพ์ ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจข่าวสารการเมืองได้ดีกว่าการใช้วิทยุ และโทรทัศน์ที่ประชาชนถือว่าเป็นสื่อที่ใช้สำหรับให้ความบันเทิง ในการศึกษาครั้งนี้ แม็คเนลลี่และฟอนซีกา ศึกษากลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยคอสตาริกัน พบว่าฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีผลต่อการสนใจข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษา

อลายโม (Alaimo 1969) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าใจในปัญหาสิ่งแวดล้อมของนักเรียนมัธยมศึกษา ปัจจัยที่ศึกษาได้แก่ เพศ การยอมรับตนเองการเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม โอกาสในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมและแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่านักเรียนเพศชายและเพศหญิงมีค่านิยมต่อสิ่งแวดล้อมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญและนักเรียนทุกระดับจะคำนึงถึงเหตุผลด้านเศรษฐกิจ เป็นสาเหตุแรกที่ทำให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม

แม็คคอมบ์และมัลลินส์ (McCombs and Mullins 1973) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา การใช้สื่อมวลชน และความสนใจทางการเมือง พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชน และการใช้สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง แต่การศึกษานั้น มีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมืองโดยทางอ้อมเท่านั้น กล่าวคือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อมวลชน และเพราะการใช้สื่อมวลชนมีมากขึ้นในหมู่ผู้มีการศึกษาสูง จึงทำให้เขาสนใจข่าวสารการเมืองไปด้วย แต่ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการศึกษากับความสนใจทางการเมือง โดยไม่ผ่านการใช้สื่อมวลชนนั้นไม่มี จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าขณะที่การศึกษาเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อมวลชน แต่ก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจทางการเมืองด้วย

แอทกินและการ์ราโมน (Atkin and Garramone 1983) ได้ศึกษากลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่าการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ช่วยให้เด็กมีความรู้ด้านต่างประเทศเพิ่มขึ้น และสามารถลำดับความสำคัญของผู้นำและบทบาทของประเทศต่าง ๆ ได้ นอกจากนั้น แอทกินและการ์ราโมน ยังพบว่าการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางโทรทัศน์มีส่วนสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของเด็กนักเรียน มากกว่าการเปิดรับข่าวต่างประเทศจากวิทยุและหนังสือพิมพ์

งานวิจัยในประเทศ

เสมอสุข อุไรสวัสดิ์ (2521) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของอาสาสมัครรุ่นที่ 26 ของกรมพัฒนาชุมชนพบว่าผู้มีรายได้ของครอบครัวสูงมีความถี่ในการอ่านข่าวสารทั่วไปจากหนังสือพิมพ์บ่อยมีจำนวนมากที่สุด ส่วนผู้มีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างต่ำและปานกลางมีความถี่ในการอ่านน้อย ในอัตราที่เกือบเท่ากัน โดยปกติ ผู้ที่มีรายได้ต่ำมักจะเปิดรับสื่อมวลชนน้อยกว่าผู้ที่มีรายได้สูงโดยเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวัน

ศิริชัย ศิริกาษา (2525) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปทุมธานี พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน ขณะเดียวกันยังพบว่าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นสื่อที่ผู้นิยมใช้มากเรียงตามลำดับ โดยที่โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มของการได้รับความนิยมนสูงขึ้นอย่างมาก

ทัศนัย สุนทรวิภาค (2531) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ เมืองพัทยา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรในเรื่อง เพศ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์ อาศัยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากนิตยสาร ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ โปสเตอร์ แผ่นพับ การจัดนิทรรศการ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

บุญชัย รัตนวีระประดิษฐ์ (2532) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารเกี่ยวกับ กีฬาทางโทรทัศน์ กับความสนใจ และการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของเยาวชน ศึกษาเฉพาะเยาวชนที่เป็นสมาชิกของศูนย์ส่งเสริมกีฬาของศูนย์เยาวชน กรุงเทพมหานครพบว่าการเปิดรับข่าวสารทางด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์ ของเยาวชน ชาย-หญิง มีความแตกต่างกัน ส่วนปัจจัยทางด้านอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ พบว่าไม่มีความแตกต่างกัน

สุภาพงส์ ระราชทรง (2535) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ารายได้ เพศ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ อายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางวิทยุ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางสื่อมวลชน การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศ การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ

สุวรรณณี โพธิศรี (2535) ได้ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ เอกสารเผยแพร่ คู่สมรส และเพื่อนตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางด้าน อายุ รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสาร รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับหนังสือพิมพ์และโปสเตอร์ อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับคู่สมรส เพื่อน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และอาสาสมัคร สาธารณสุข ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับครู การเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์และพบว่าสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีบทบาทในการให้ความรู้ และการยอมรับปฏิบัติ การป้องกันโรคเอดส์สูงที่สุด

งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วม
งานวิจัยในต่างประเทศ

ฮีโร (Hero 1959) พบว่าสื่อแต่ละประเภทเสนอข่าวต่างประเทศ ในประเด็นที่ต่างกัน และให้ประชาชนมีทัศนคติต่อข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกัน โดย ฮีโร สรุปว่า หนังสือพิมพ์และนิตยสารข่าว มีส่วนทำให้ประชาชนมีทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศแตกต่างกันมากกว่าวิทยุโทรทัศน์ ฮีโรให้ข้อเสนอแนะด้วยว่า หนังสือพิมพ์และนิตยสารข่าวควรเสนอเนื้อหาสาระด้านข่าวต่างประเทศให้มากขึ้น และควรเสนอข่าวต่างประเทศในทัศนคติที่แตกต่างกันมากกว่าเดิม

แคลปเปอร์ (Klapper 1960) ได้ศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับผลหรืออิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนไม่ใช่สาเหตุที่สำคัญเพียงประการเดียวที่ทำให้เกิดผลในผู้รับสารแต่จะทำหน้าที่ร่วมกัน หรือผ่านปัจจัยและอิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่น ๆ มากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน ขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของสื่อสาร แหล่งสาร หรือ สถานการณ์ของการสื่อสาร

ไดโคโน (Diokno 1973) ได้ศึกษาวิธีการสื่อสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว โดยเลือกสตรีที่สมรสแล้ว 142 คน มาเป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่าในด้านข่าวสารนั้นชอบสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาได้แก่วิทยุ โทรทัศน์ และวิทยุกระจายเสียงตามลำดับส่วนแหล่งข่าวสารคือแพทย์สตรี มักรับฟังวิทยุโดยใช้เวลา 1 ชั่วโมง ในสุดสัปดาห์และชอบรายการประเภทละคร, การแสดง (Drama)

คาสติลโล (Castillo 1979) ได้สรุปผลงานของผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการติดต่อสื่อสาร (Channel) และแหล่งความรู้ทางการเกษตร ที่เกษตรกรได้รับว่าแหล่งข่าวที่เป็นตัวบุคคลสำคัญที่สุด ได้แก่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเพื่อนบ้านและญาติ นอกจากนี้เขายังพบว่าเกษตรกรที่ไม่ได้รับการส่งเสริมโดยตรงจากเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ จะได้รับข่าวสารจากวิทยุมากที่สุด และเป็นที่ยอมรับของเกษตรกร มากกว่าเอกสารหรือหนังสือพิมพ์

เฟลิป คอร์เซนนิย์ วันดา เดล โทโร และเจมส์ กานดีโน (Felipe Korzenny, Wanda del Toro and James Gandino 1987) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อความรู้ ทักษะ และความคิดเห็นในด้านข่าวต่างประเทศของชาว

อเมริกัน พบว่าการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของประชาชนและหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ ส่วนในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น เพศ อายุและการศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ โดยผู้ตอบคำถามที่เป็นเพศชายมีความรู้ด้านข่าวต่างประเทศมากกว่าผู้ตอบคำถามเพศหญิงและอายุกับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศ

งานวิจัยในประเทศ

พรพิมล วรติลก (2524) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการปลูกกาแฟของเกษตรกร ในท้องที่กิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาปรากฏว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการยอมรับแตกต่างกัน สื่อบุคคลมีผลมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ ส่วนสื่อมวลชนไม่มีผลต่อการยอมรับเลย

ดวงทิพย์ วรพันธ์ (2525) ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อปลูกฝัง โภชนาศึกษาแก่สตรีชนบท จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าสตรีที่เปิดรับสื่อจากการปลูกฝังโภชนาการศึกษา ซึ่งได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ มีความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติทางด้านโภชนาการดีกว่าสตรี ที่ไม่เปิดรับสื่อดังกล่าว

จินดา คัมภิตติชัย (2532) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความร่วมมือของประชาชนในการปลูกต้นไม้ในที่ดินสาธารณประโยชน์ ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชน ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ประชาชนในเขตเกษตรกรรมก้าวหน้ารับฟัง เรื่องการปลูกต้นไม้ที่ที่ดินสาธารณประโยชน์จาก วิทยุ และเสียงตามสาย น้อยกว่าประชาชนในเขตเกษตรกรรมล่าช้า แต่มีความรู้ เรื่องการปลูกต้นไม้ในที่ดินสาธารณประโยชน์ มากกว่าประชาชนในเขตเกษตรกรรมล่าช้า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางลบกับการให้ความร่วมมือ ในการปลูกต้นไม้ และอิทธิพลของสื่อต่อความเข้าใจและการตัดสินใจ เข้าร่วมโครงการมีความสัมพันธ์ทางลบกับการให้ความร่วมมือในการปลูกต้นไม้ในที่ดินสาธารณประโยชน์

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ศึกษาการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน

มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน พบว่าปริมาณการเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนปริมาณ การเปิดรับข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชนและจากการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน

มันทนา มาศมาลัย (2534) ศึกษาบทบาทสื่อมวลชนและสื่อบุคคลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรี ศึกษาเฉพาะกรณี อำเภอพรหมคีรี จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับความรู้ทางด้านข่าวสารการเมือง แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสตรี

ศรัทธา วรรณสุพรรณ (2534) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อมวลชนกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการอ่านหนังสือพิมพ์และการดูโทรทัศน์ทั้งแบบเจาะจงและแบบทั่วไปมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องสิ่งแวดล้อมแต่การอ่านหนังสือพิมพ์แบบเจาะจงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่อง สิ่งแวดล้อมสูงกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์แบบทั่วไป และการดูโทรทัศน์แบบเจาะจงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่อง สิ่งแวดล้อมสูงกว่าการดูโทรทัศน์แบบทั่วไป

ฉลิฉวี บุญไชย (2535) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ระดับความสนใจข่าวสารการได้รับทราบเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ทางสื่อมวลชน และความสนใจต่อโครงการอนุรักษ์ป่าไม้มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ คือ กลุ่มที่ได้รับทราบเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ทางสื่อมวลชนมาก จะมีระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้มากกว่ากลุ่มที่ได้รับน้อยกว่า

บุษบา กุศลกุล (2536) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้

สุวารี วังวัฒนา (2536) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วม ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัด พิชณุโลก พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย