

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิดและงานที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมในระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมของพนักงานในโรงงานกลุ่มบริษัท มินิแม(ประเทศไทย) นี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสาร
2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องช่องทางการสื่อสาร
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
5. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสาร

คำศัพท์ว่า COMMUNICATION หรือภาษาไทยว่า การสื่อสาร นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้ต่างๆ กัน เช่น อริสโตเติล (ARISTOTLE) ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือการแสวงหา "วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ"

ดร.ปรมะ สตะเวทิน ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร(Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร(Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

ดร.กรีซ สืบสนธิ์ ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดที่ไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และโต้ตอบ การถ่ายทอดสาระ (ข่าวสาร, ข้อมูล, ความคิด, อารมณ์, ความรู้สึก) จะเป็นไปตามทักษะประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้รับสาร (ผู้ฟัง, ผู้อ่าน) จะเป็นผู้ตีความกำหนดความหมาย สิ่งที่เขาได้ยิน ได้เห็น ได้รับรู้ บางครั้งจึงพูดกันว่า ผู้รับสารคือ ผู้กำหนดสาร คนฟังหลายคน ก็จะตีความออกไปหลายทาง(เข้าใจไม่ตรงกันซึ่งเป็นอุปสรรคหรือปัญหาในการสื่อสารที่เกิดขึ้นเสมอ ผู้ส่งสารจึงต้องระมัดระวังในการเสนอสาร โดยปรับให้เหมาะสมกับผู้ฟังแต่มิได้หมายความว่า จะต้องแก้ไขสารเพื่อเอาใจผู้ฟัง

เลดีเยอร์ เชยประทับ (พ.ศ.2538) ให้คำจำกัดความว่า "การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิด หรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร"

นอกจากนี้ยังมี นักทฤษฎีการสื่อสารอีกหลายๆ ท่านที่เป็นนักทฤษฎีชาวตะวันตกได้ให้นิยามแตกต่างกันอีกมากมาย เช่น

จอร์จ เอ มิลเลอร์ (GEORGE A. MILLER) การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสาร จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง"

จอร์จ เกร็บบเนอร์ (GEORGE GERBNER) การสื่อสาร คือ การแสดงกิริยาสัมพันธ์ทางสังคม(Social Interaction) โดยใช้สัญลักษณ์และระบบสาร (Message Systems)

วิลเบอร์ ชรัมม์ (WILBUR SCHRAMM) การสื่อสารคือการมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงว่าข่าวสาร (INFORMATIONAL SIGNS)

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ส และเฟลพ ฟลอยด์ ชูเมคเกอร์ (EVERETT M. ROGERS and F. FLOYD SHOEMAKER) การสื่อสาร คือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (CHARLES E. OSGOOD) ในความหมายโดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสารโดยใช้สัญญาณต่าง ๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย

และนักทฤษฎีการสื่อสารชาวตะวันตก อีกมากมาย เป็นต้น

ซึ่งจากคำจำกัดความ หรือนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่าแม้จะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า "การสื่อสาร" แตกต่างกันไป แต่ทุกคำนิยามหรือคำจำกัดความ จะอยู่บนพื้นฐานแนวความคิดเดียวกัน กล่าวคือ การสื่อสารของมนุษย์ จะต้องประกอบไปด้วยสองฝ่ายที่มีความสัมพันธ์ คือฝ่ายผู้ส่งสารฝ่ายหนึ่ง กับ ฝ่ายผู้รับสารอีกฝ่ายหนึ่ง การสื่อสารจึงจะเกิดขึ้นได้โดยส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ (message) ผ่านทางสื่อ (channel)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ ประกอบไปด้วยฝ่ายผู้ส่งสาร กับ ฝ่ายผู้รับสาร ดังนั้น วัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงต้องมี 2 แง่มุม คือ ในแง่มุมของฝ่ายผู้ส่งสาร (source) กับ แง่มุมของฝ่ายผู้รับสาร (receiver)

ซึ่งโดยทั่วไป เราสรุปกันถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของทั้งสองฝ่ายได้ ดังนี้ คือ

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform)	1. เพื่อทราบ (inform)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (teach)	2. เพื่อศึกษา (learn)
3. เพื่อความบันเทิง (entertain)	3. เพื่อความพอใจ (enjoy)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (propose or persuade)	4. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (dispose or decide)

ซึ่งจากตารางสรุป วัตถุประสงค์ของการสื่อสารดังกล่าวข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารจะประสบความสำเร็จ หรือมีประสิทธิภาพ จะต้องดำเนินการให้วัตถุประสงค์ทั้งของผู้รับ และวัตถุประสงค์ของผู้ส่งตรงกัน (ตามตาราง) เช่น ผู้ส่งสาร ต้องการสื่อสาร เพื่อการจูงใจ ให้ผู้รับสาร เกิดการตัดสินใจ เป็นต้นว่า ผู้ส่งสารสื่อสารโดยการโฆษณาสินค้า เพื่อจูงใจให้ผู้รับสารตัดสินใจซื้อสินค้านั้นแต่ปรากฏว่า ผู้รับสารไม่เกิดการตัดสินใจ แต่กลับเพียงแต่รับทราบเท่านั้น เป็นต้น ซึ่งเท่ากับว่า การสื่อสารครั้งนี้ประสบความสำเร็จ (COMMUNICATION BREAKDOWN) ดังนั้น จึงต้องตระหนักถึงการสื่อสาร ให้ถูกต้องเพื่อสร้างให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารอย่างเต็มที่

นอกจากนั้นสิ่งที่จำเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งของความสำเร็จ หรือประสิทธิภาพในการสื่อสารจะต้องคำนึงถึงอย่างมากก็คือ ช่องทางหรือสื่อ (channel) ในการสื่อสาร

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ (channel)

ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ ภาษาอังกฤษ อาจเรียกว่า channel หรือ medium (เอกพจน์ media (พหูพจน์) มีความหมายว่า เป็นวิธีการ หรือเครื่องมือที่สาร (message) ไหลจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องสารเปรียบเสมือนเรือลำเลียง ที่ขนถ่ายสินค้า (สาร) จากเรือใหญ่ไปขึ้นฝั่ง

และ อ.เสถียร เรขประดับ ได้กล่าวไว้ในหนังสือ "การสื่อสารและการพัฒนา" ว่า นักวิจัยแบ่งช่องสาร หรือสื่อออกเป็นประเภทใหญ่ ๆ สองประเภทดังนี้ คือ

1. ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน และช่องสารที่เป็นสื่อบุคคล
2. ช่องสารที่มาจากแหล่งภายนอก และช่องสารที่มาจากแหล่งภายในของระบบสังคม โดยที่ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน หรือช่องสารที่เป็นสื่อบุคคลก็ได้ ดังนี้เราจึงมาพิจารณารายละเอียดเฉพาะลักษณะ ของช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน และสื่อระหว่างบุคคล เท่านั้นโดยไม่พิจารณาช่องสารที่มาจากแหล่งภายใน หรือแหล่งภายนอกในระบบสังคม

ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน (MASS MEDIA)

ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน คือ ช่องทางที่ทำการสื่อสารกับมวลชน ซึ่งเป็นผู้รับสารจำนวนมากในขณะเดียวกันพร้อม ๆ กัน ซึ่งแต่ละคนอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ กัน ในเวลาอันรวดเร็ว ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะเป็นตัวกลาง หรือตัวเชื่อมระหว่างแหล่งสารและกลุ่มประชากร เป้าหมาย

ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล (INTER PERSONAL COMMUNICATION)

ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person) คือทั้งฝ่ายผู้รับสารและฝ่ายผู้ส่งสาร สามารถที่จะแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) เป็น two way communication เกิดขึ้นได้ทั้งในกรณี คน 2 คน และกรณีของคนกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรงได้ด้วย เช่น การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น ช่องทางแบบนี้มีประสิทธิภาพในการจูงใจ โน้มน้าวใจผู้รับสารได้มากกว่า ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน

ซึ่งจากการเปรียบเทียบ ช่องทางทั้งสองแบบ เราสามารถเขียนเป็นตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติหรือลักษณะของช่องทางทั้งสองได้ ดังนี้

ลักษณะ	ช่องทางระหว่างบุคคล	ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน
1. การไหลของข่าวสาร	สื่อสารสองทาง	สื่อสารทางเดียว
2. ลักษณะของการสื่อสาร	ลักษณะตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะตัวต่อตัว
3. ปริมาณของปฏิกิริยาตอบสนองในขณะทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
4. ความสามารถในการลดกระบวนการเลือกในทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
5. ความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ๆ	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
6. ผลที่อาจเกิดขึ้น	การก่อตัวของทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

ในการทำงานเดียวกัน กับตารางสรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพการสื่อสาร เราต้องรู้จักเลือกใช้ช่องทางให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงว่าต้องการสื่อสารในเรื่องนั้นๆ เพื่ออะไร เช่น เพื่อให้ทราบ (understand) หรือเป็นการจูงใจ (persuade) เพื่อให้เกิดการตัดสินใจ (decide) นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงเนื้อหาของสารตลอดจนธรรมชาติของผู้รับสารด้วย หากเลือกและใช้ช่องทางแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการต่าง ๆ ก็อาจเป็นไปได้ยาก

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังบุคคลกลุ่มชนหรือมวลชนสร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media) สื่อเฉพาะกิจของการวิจัยนี้ ได้แก่ แผ่นพับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ และสื่อเฉพาะกิจอื่น ๆ

สำหรับการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลนั้น สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อระหว่างบุคคลนั้น จะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง

Rogers (1978) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลไว้ว่า สื่อมวลชนสามารถเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

Klapper (1960) เองก็ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนไว้ ดังนี้

1. สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยตรง แต่จะมีอิทธิพลโดยอ้อม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

- 1.1 ความมีใจโน้มเอียง คือ ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยมและความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อนที่จะมาสัมผัสกับสื่อมวลชน
- 1.2 การเลือกรับสาร ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะเลือกตีความหมายของสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม

1.3 อิทธิพลของบุคคล บางครั้งข่าวสารจากสื่อมวลชนจะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำ
ความคิดเห็น ก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึก
นึกคิดของตนเข้าไปด้วย ทำให้มีอิทธิพลต่อความคิดของประชาชนอยู่มาก

1.4 กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม

1.5 ระบบสื่อมวลชน

2. สื่อมวลชนจะเป็นเพียงแรงเสริม (Reinforcement) ที่สนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ความมี
ใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้นและพร้อมที่จะแสดงออก
มา เมื่อมีแรงจูงใจหรือเมื่อโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนได้เพียงเล็กน้อยและมักเป็นทัศนคติที่
ยังไม่มั่นคง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึก หรือเปลี่ยนไปในทางตรงข้ามนั้นเป็นไปได้ยาก
อาจเปลี่ยนได้บ้างแต่ต้องใช้เวลา และบุคคลต้องได้รับข่าวสารเพียงพอ อย่างไรก็ตามอิทธิพลของ
สื่อมวลชนในด้านการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยน
แปลงอยู่ก่อนแล้ว

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติให้แก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลไม่เคยมีความรู้และ
ประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน และต้องได้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็น
อิทธิพลในลักษณะสะสม ไม่ใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลทันทีทันใด

Katz และ Lazarsfeld (1995) ก็เห็นพ้องต้องกันว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการ
ทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนิน
กิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นรองใจ ส่วนสื่อ
มวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการ
สร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยน
ทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวคิดของ Lazarsfeld และ
Menzel (1968) มี 5 ประการ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถบริหารจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการ
หลีกเลี่ยงการรบกวน หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างมากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าว
สารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของ
ตน หรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
 3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงให้คล้อยตาม
 4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย
- โดยสรุป งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงการสื่อสารทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ ของพนักงานกลุ่มบริษัทนี้แบบ (ประเทศไทย) ในเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพราะการสื่อสารคือหัวใจของการสร้างความเข้าใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการทำให้ได้ตามข้อกำหนดของระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม อันเป็นหนึ่งในนโยบายของเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม ที่ถูกกำหนดขึ้นด้วยองค์การระหว่างประเทศ ว่าด้วยการมาตรฐานหรือ International Organization for Standard (ISO)

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีทางการสื่อสารที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร คือ กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selection Process) ของผู้รับสาร ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1. การเลือกรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตนเพื่อนำมาแก้ปัญหา หรือสนองตอบต่อความต้องการของตน
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารนอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ ความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ และหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดของเขา จะทำให้เขาเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ แล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ความต้องการ ทัศนคติ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ โดยเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะ และความเชื่อของตน และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเอง

พฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารของผู้ฟัง

พฤติกรรมกาารเปิดรับข่าวสารของประชาชน เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อซึ่งเมอร์ริลล์ และโรเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein , 1971 : 134-135) ได้สรุปไว้ว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่าโดยปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกกลับสน วิตกกังวล นวดกกลัว และการเมินเฉยจากสังคม คนเราจึงมีการรวมกลุ่มกันอยู่ เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง คนเราก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2. ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คนเราอยากรู้อยากเห็นตั้งแต่สิ่งที่อยู่ใกล้ตัว จนกระทั่งสิ่งที่อยู่ไกลตัวออกไปตามลำดับ ทั้งที่เป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำต่าง ๆ ของผู้อื่น ซึ่งสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการในสิ่งเหล่านี้ได้ดีที่สุด

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self - Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความศดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านไหน ก็ล้วนแล้วแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm , 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่าคนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด(Promise of Reward) โดยผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้น ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน

4. "ลักษณะเฉพาะ" ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป เนื่องจากสื่อมวลชนแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ เช่น หนังสือพิมพ์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญคือ ให้ข่าวสารละเอียด ราคากุ และสามารถนำติดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งแสดงสถานภาพทางสังคมและเป็นการสัมผัสกับสังคมภายนอกส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจที่ได้แข่งขันและสามารถเอาชนะผู้อื่นได้ (เช่น รายการแข่งขันเกมส์โชว์ , รายการทนายปัญหา) สามารถชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Audience)

1. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประชากรหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (more liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (more conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (more idealistic) ใจร้อนกว่า (more impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (more optimistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (more pragmatic) , มีความระมัดระวัง (cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคเข็นต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่อายุมากกว่ามีทัศนคติมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงมักจะไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน , สถานะทางสังคมและความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง นอกจากนั้น คนที่รุ่นต่างกันยังมีประสบการณ์ของชีวิตที่แตกต่างกันไปด้วย ประสบการณ์บางอย่างของคนรุ่นเก่าเป็นประสบการณ์ที่ซึมซับลำบากยากแค้น ซึ่งคนรุ่นใหม่ ไม่เคยประสบไม่เคยรู้สึก จึงทำให้ทัศนคติและความรู้สึกนึกคิดของคนต่างรุ่นต่างวัยไม่เหมือนกัน เช่น คนในรุ่นใหม่ไม่เคยประสบกับปัญหาน้ำท่วมกรุงเทพฯ ครั้งใหญ่เมื่อ พ.ศ. 2495 ไม่เคยรู้เรื่องข้าวยากหนักหน่วงและภัยอันตรายในสมัยสงครามมหาเอเชียบูรพา ไม่เคยรู้เรื่องการเลือกตั้งทุจริต เมื่อปี พ.ศ. 2500 เป็นต้น

นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้น โอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นโดยปกติแล้ว คนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักคิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน, การรักษาพยาบาล, การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา, ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม

ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ, ข่าวการเมือง, หรือบทบรรณาธิการมากกว่าอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนัก ๆ เช่น ข่าว, การอภิปรายปัญหาสังคม, ดนตรีคลาสสิก, รายการศาสนาและไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ คนที่มีอายุมากมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษา, ข่าวและข่าวสารด้วย

2. เพศ (Sex)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (emotion) โอนอ่อนผ่อนตาม (submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (home-oriented) นอกจากนั้น การวิจัยหลายชิ้นยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย เช่น การวิจัยที่ทดลองทำกับนักศึกษา มหาวิทยาลัยวอชิงตัน โดยให้นักศึกษาหญิงและชายฟังปาฐกถาที่คัดค้านการเข้ามาแทรกแซงในเรื่องสาธารณสุขและการศึกษาของรัฐบาลกลาง ผลของการทดลองปรากฏว่า นักศึกษาหญิงเปลี่ยนทัศนคติของตนหรือถูกชักจูงใจมากกว่านักศึกษาชาย นอกจากนั้นผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย (more people-centered) การวิจัยชิ้นหนึ่งพบว่า ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำน้อยกว่าผู้หญิง ความแตกต่างอีกชิ้นหนึ่งระหว่างผู้หญิงกับชายก็คือ ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status)

การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพล อย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน , มีประสบการณ์ต่างกัน , มีทัศนคติ , ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัว ต่างกันย่อมมีค่านิยม , ความคิด , ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลกันโดยทั่วไป และถือครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล ในทำนองเดียวกันคนที่มีอาชีพ ต่างกัน ย่อมมองโลก , มีแนวคิด , มีอุดมการณ์ , มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศฐาบรรดาศักดิ์ , ศักดิ์ศรี , และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชน อาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของคนด้วยเงินทองที่สามารถจะซื้อหา หรือจับจ่ายใช้สอย สิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็นและค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน อาจารย์มหาวิทยาลัยถูกกำหนดบทบาท โดยสังคมให้เป็นสมณะ ชลุดอยู่กับการค้นคว้าตำรับตำราและการทดลอง ยึดมั่นในอุดมการณ์ และความมีอิสระเสรี ในทางความคิด จนกระทั่งกลายเป็นคนที่ยืนอยู่บนหอคอยงาช้าง ไม่รู้จักสัมผัสความจริง ในขณะที่ทหารมีความยึดมั่นในกฎระเบียบ มีพฤติกรรมที่เข้มแข็งห้าวหาญจนบางครั้งกลายเป็นคนก้าวร้าว แพทย์ , ตำรวจ , อัยการ , ผู้พิพากษา ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่มีความคิด , ทัศนคติ , ค่านิยม , ความเชื่อ และพฤติกรรมแตกต่างกันไป นอกจากครอบครัวและอาชีพแล้ว รายได้ตลอดจนเชื้อชาติก็ีบทบาทสำคัญ ต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆและพฤติกรรมต่างๆ การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจน หันมาใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มีรายได้มากกว่าซื้อเครื่องซักผ้าหรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่ฐานะดีหรือมีรายได้สูง ยังมักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหา เรื่องราวข่าวสารที่หนักๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ , อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการบ้านการเมือง , ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละชาติที่คอยกำกับค่านิยม , ทัศนคติ , ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะคิดว่าการมีลูกมากๆดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน หรือมีความคิดว่ามีลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น

4. การศึกษา (EDUCATION)

การศึกษาหรือความรู้ (knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน , ในยุคสมัยที่ต่างกัน , ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน , ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ ตัวครูผู้สอน ก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตัวเองให้กับผู้เรียน ในทำนองเดียวกับที่พ่อแม่ได้สอดแทรก ความคิดของตนให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดูบุตร คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง , มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อย มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือหากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอคนเหล่านี้จะใช้ทั้ง สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัด ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อประเภทอื่น

ข้อควรคำนึงประการหนึ่งในการวิเคราะห์ การศึกษาของผู้รับสารก็คือ เราจะต้องไม่วิเคราะห์ความรู้ของผู้รับสารโดยเฉพาะพื้นฐานของการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษา ของผู้รับสารเท่านั้น เพราะการแสวงหาความรู้นั้นสามารถกระทำได้ด้วยตัวเอง ตลอดชีวิต จากแหล่งอื่นๆ นอกเหนือจากสถาบันการศึกษา เช่น จากสื่อมวลชน จากตำรับตำราต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ การขาดโอกาสในการได้ใช้ความรู้ ก็เป็นสิ่งที่สามารถทำให้ความรู้ความสามารถ ของคนลดลงได้ ยกตัวอย่างเช่น ในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่เป็นชาวชนบท ซึ่งไม่มีโอกาสได้อ่านหนังสือต่อหลังจากที่ออกจากโรงเรียน หรือระบบการสอนที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้นักเรียนในชนบท ไม่มีความสามารถในการอ่านและเขียน (ILLITERACY) เมื่อสำเร็จการศึกษาในระดับประถมศึกษาแล้ว หากเรายึดถือสถิติของทางราชการ ที่ว่าส่วนใหญ่คนเหล่านี้จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ดังนั้น เราจึงทึกทักเอาว่าคนเหล่านี้สามารถอ่านออกเขียนได้ จึงดำเนินการเผยแพร่ข่าวสาร แก่คนเหล่านี้ โดยอาศัยสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ย่อมอาจทำให้การสื่อสารของเราขาดประสิทธิผลได้ เพราะในความเป็นจริงคนเหล่านี้ลืมการอ่านการเขียนไปแล้ว หรืออ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ทั้งๆที่จบระดับประถมศึกษา การจบระดับประถมศึกษากับความสามารถในการอ่านออกเขียนได้เป็นคนละเรื่องกัน นัก

นิเทศศาสตร์ที่ทำงานเกี่ยวกับประชาชนในชนบท หรือประชาชนในแหล่งเสื่อมโทรมที่มีการศึกษาต่ำ จึงควรตระหนักเรื่องนี้ให้ดี

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ของพนักงานกลุ่ม บริษัท มิเนิแบ (ประเทศไทย) ซึ่งมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน โดยเฉพาะการเปิดรับข่าวสารในเรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Concept of Attitude)

ความหมายของ "ทัศนคติ"

ความหมายของคำว่า "ทัศนคติ" หรือในภาษาอังกฤษว่า "Attitude" (Webster : 1960) มาจากภาษาละตินว่า "Aptus" แปลว่า นุ่มนวลและเหมาะสม นำมาใช้ในความหมายของคำว่า "Attitude" หรือ ทัศนคติ ว่าหมายถึง ท่าทีที่แสดงออกมาของคนเรา ซึ่งบ่งบอกถึงสภาพของจิตใจ ได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Gardon W. Allport , 1976) นอกจากนั้นยังมีนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้คำนิยามของ "ทัศนคติ" ไว้ในแง่มุมต่าง ๆ กันอีกมากมาย เช่น

นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Mun) ให้ความหมาย "ทัศนคติ" ว่า หมายถึง ความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของบุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวความคิดเห็น

ไซรัส เมย์ซัค และริชาร์ดสัน (Cyrus Mayshakk and E. Richardson) ให้ความหมาย "ทัศนคติ" ว่า หมายถึง ความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นภาพของพฤติกรรมหรือส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานการณ์ บุคคล หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่อยู่ภายใน วัตถุได้จากปฏิกิริยาต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและจะแสดงออกทางกายภาพ

การ์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ท (Gardon W. Allport) ให้ความหมาย "ทัศนคติ" ว่า หมายถึง ภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

สุธา จันทร์หอม (2524) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้ จะเป็นไปในทำนองพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

जारูนิ บุญนิพัทธ์ (2539) อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ได้รับมาซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกนั้น ออกมาโดยทางพฤติกรรม ดังที่ การ์ดเนอร์ ลินเซ และเอลเลียท อาร์สัน (Gardner Lindzey และ Elliot Arson) เชื่อว่าทัศนคติเป็นพลังสำคัญที่ทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกมา

องค์ประกอบของทัศนคติ

ซิมบาโด และเอมบีเซน (Zimbardo and Ebbeson , 1970) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ว่ามี 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component)

เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component)

เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นสามัญของแต่ละบุคคล เป็นตัวเฝ้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกมาในขณะที่คิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า "Positive Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า "Negative Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavior Component)

คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

การเกิดทัศนคติ

เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ได้ศึกษาการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience)

เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication with others)

ทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น นักเรียนเคยได้รับการสั่งสอนจากครูอาจารย์ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้นักเรียนมีทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับทราบมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models)

การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น ลูกที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบการแสดงท่าทางในการชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามพ่อแม่ของตนไปด้วย นอกจากนั้นก็อาจจะมีการเลียนแบบผู้อื่นอีกก็ได้ เช่น เลียนแบบผู้นำความคิด นักแสดง นักร้อง ผ่านสื่อต่าง ๆ ก็ได้

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors)

ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอด ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง หรือ เกิดจากสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือเกิดจากการเกี่ยวข้องกับสถาบัน หรือเกิดจากการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นก็ตาม จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ

การวัดทัศนคติ

เทอร์สโตน (Thurstone) ได้สรุปคุณลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะทำการวัดทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงตัวเดียว อย่างไรก็ตามเราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่าจะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม

2. ทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้สึกความโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่น ๆ ต่อเรื่องนั้น ๆ

3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องปงชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่าการกระทำของคน อาจจะเป็นเครื่องปงชี้ทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เราพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนคนนั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้นจึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อใช้ปงชี้ถึงทัศนคติ

4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในการวัดความคิดเห็น หรือการกระทำที่เราใช้เครื่องปงชี้ทัศนคติ แต่ความคลาดเคลื่อนระหว่างเครื่องปงชี้และความจริงถือว่า เป็น "สากล" (Universal)

5. ทัศนคติของคนคนหนึ่ง ไม่จำเป็นจะทำนายการกระทำของคนนั้นได้ถูกต้องเสมอไป

6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่วัดได้ อาจเกิดจากความผิดพลาดในการวัด ดังนั้น จึงมีแนวความคิดที่จะใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัด จากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติเอง

7. ไม่สามารถใช้คำว่า "มาก" หรือ "น้อย" อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติ อย่างไรก็ตามความคิดที่จะวัดทัศนคตินี้ มีความพยายามที่จะวัดค่าของทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Linear Measurement)

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ของชิมบาโด และ เฮบบ์เชน (Zimbardo Ebbesen and Marlach, 1977) ได้กล่าวไว้ว่า

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้หรือความคิด (Cognitive

Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปองค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน คือ เมื่อองค์ประกอบทางด้านความรู้หรือความคิดเปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย

จุมพล รอดคำดี (พ.ศ. 2532) กล่าวว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อสารมวลชนหรือบุคคลอื่น ๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบ ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ส่วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

การสื่อสารโดยทั่วไป ทำให้เกิดผล 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) ของผู้รับสารที่มีต่อสิ่งที่ได้รับรู้ ซึ่งทัศนคตินี้เองที่จะก่อให้เกิดการกระทำตามมา
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่แสดงออก (Practice)

การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติและขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ดังคำนิยามของ เอฟเวอเรทท์ เอ็ม โรเจอร์ส (Rogers, 1973) ที่กล่าวถึงการสื่อสารว่า คือ กระบวนการที่ความคิด ข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยที่ผลของการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม

ของผู้รับสาร (Practice) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการสื่อสารจะทำให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่ แต่ในขั้นการยอมรับและนำไปปฏิบัติ บุคคลอาจจะไม่ปฏิบัติตามทัศนคติของตนเองเสมอไปในทุกกรณีก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว มักจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติและการยอมรับปฏิบัติ หรือ Kap-gap ขึ้นได้ เช่น ผลการศึกษาของ Lapham และ Parker (1971) เกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่การวางแผนครอบครัวในประเทศ ส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวก ต่อวิธีการวางแผนครอบครัว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติกลับเป็นไปในทางตรงข้าม กล่าวคือ มีผู้มีความรู้เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวประมาณ ร้อยละ 70-90 แต่มีผู้มาเข้ารับบริการวางแผนครอบครัวเพียงร้อยละ 8 เท่านั้น (quoted in Rogers, 1973)

ซึ่งในเรื่อง ช่องว่างของ ความรู้ ทัศนคติและการยอมรับปฏิบัติ (Kap-gap) นี้ Rogers (1983) ได้เสนอวิธีการปิดช่องว่างไว้ 4 ประการ ดังนี้ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่แก่นักกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจอย่างแท้จริงในการปฏิบัติ
2. การให้คำแนะนำในการปฏิบัติอย่างใกล้ชิด ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม
3. การให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือ ยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจสมาชิกคนอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้สื่อบุคคลในการโน้มน้าวใจ โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

โดยสรุป " ทัศนคติ " ในงานวิจัยนี้ หมายถึง สภาพจิตใจของพนักงาน ซึ่งได้แก่ ความรู้สึก หรือ อารมณ์ ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร เรื่องระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ดังที่ การ์ดอน ดับบลิว (Gardon W. Allport) กล่าวว่า "ทัศนคติ" หมายถึง ภาวะทางจิตใจซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนอง ต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสนห์ พบพาน (2528) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมของประชาชนอำเภอนครหลวง โดยศึกษากรณีกิจการอุตสาหกรรมในเขตเกษตรกรรมพบว่า ประชาชนมีความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยส่วนรวมอยู่ในระดับปานกลาง การเปิด

รับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมในสวนรวม ส่วนอายุ ระยะเวลาที่อยู่ในชุมชนและการเข้าถึงสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยสวนรวม

พิสิฏฐ์ บุญไชย (2528) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของกรรมการสภาตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่าระดับความสนใจข่าว การได้รับทราบเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ทางสื่อมวลชนและความสนใจต่อโครงการอนุรักษ์ป่าไม้ มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ คือกลุ่มที่ได้รับทราบเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ทางสื่อมวลชนมาก จะมีระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้มากกว่ากลุ่มที่ได้รับน้อยกว่า

วรรณภา เจียรตันศิริกุล (2531) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของรายการโทรทัศน์ที่มีผลต่อความตระหนักในการส่งเสริม และรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยได้ทำการสำรวจเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 605 ราย พบข้อมูลที่น่าสนใจว่าสำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมนั้น พบว่าผู้ที่มีการศึกษาดั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป มีความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยได้ข้อมูลจากการเปิดรับรายการข่าวและรายการส่งเสริมความรู้ทั่วไปจากสื่อโทรทัศน์ และพบว่าในจำนวนนี้เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพราชการและทำงานรัฐวิสาหกิจมากกว่าอาชีพอื่น นอกจากนี้ยังค้นพบข้อบ่งชี้ว่ารายการที่ส่งเสริมความรู้ทางสิ่งแวดล้อมโดยใช้สื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันนี้ ไม่มีผลต่อความตระหนักในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของประชาชนแต่อย่างใด

บุษมา ภูตฤๅล (2535) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการรักษาทรัพยากรป่าไม้ ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ อำเภอวัฒนานคร จังหวัดปราจีนบุรี พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวก กับ ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ ทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากร

ป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและทัศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของประชาชนในหมู่บ้านป่าไม้ได้ โดยทัศนคติมีอิทธิพลในทางลบ ในขณะที่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีอิทธิพลในทางบวก

สุภาภรณ์ จุฑระกุล (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (RECYCLE) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภท การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นตัวแปรเพียงตัวเดียวที่สามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ธุมลิตี ตั้งจิตต์ศิลป์ (2537) ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนที่ได้รับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพของแหล่งน้ำมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ส่วนสื่อบุคคล คือ สามี/ภรรยา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สามี/ภรรยา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ความรู้ในเรื่องการรักษาแหล่งน้ำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และในส่วนของทัศนคติ ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ส่วนในเรื่องประชากรศาสตร์ ระดับการศึกษาเป็นตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ส่วนระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ

ไพสิน ศศิณากกรแก้ว (2537) ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่มีระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน และสื่อโทรทัศน์ ในระดับปานกลาง และมีระดับการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันไป ตามระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางเท่านั้น นอกจากนี้ระดับการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ และความตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม แต่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

ศศิวิมล ปาลศรี (2538) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัด ของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชนในระดับต่ำ ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดไม่มีความสัมพันธ์กับทักษะคิดและพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด แต่ทักษะคิดต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

พีระนันท์ บุรณโสภณ (2538) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจนั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ส่วนความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทักษะคิด แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและในส่วนของทักษะคิดนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ธีรภรณ์ สุวรรณดี (2538) ศึกษาการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคิดต่อการทำแท้งของนักศึกษาหญิง ระดับอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับการทำแท้งไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เรื่องการทำแท้ง แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับทักษะคิดต่อการทำแท้ง ส่วนความรู้เกี่ยวกับการทำแท้งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทักษะคิดต่อการทำแท้ง นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับการคุมกำเนิดไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เรื่องการทำแท้ง

กำเนิด แต่กลับมีความสัมพันธ์ทางลบกับทัศนคติต่อการทำแห้งเช่นกัน ส่วนความรู้เกี่ยวกับการคุมกำเนิดไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการทำแห้ง

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนักทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางปะอง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ทัศนคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมยังมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

วินิดา ชวนางกูร (2539) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ของหญิงมีครรภ์ที่มาฝากครรภ์ที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารโรคเอดส์ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่หญิงมีครรภ์เปิดรับมากที่สุด และลักษณะทางประชากรของหญิงมีครรภ์ เช่น อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์มีความสัมพันธ์กับความรู้ และปริมาณการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์จากสื่อบางประเภท แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโรคเอดส์ และสื่อต่างชนิดกันมีความน่าเชื่อถือในการให้ความรู้และการยอมรับปฏิบัติในการป้องกันโรคเอดส์ต่างกัน โดยสื่อมวลชนมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ทั้งนี้หญิงมีครรภ์ต้องการให้เผยแพร่โรคเอดส์ทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และต้องการทราบเรื่องการป้องกันโรคเอดส์มากที่สุด รองลงมาคือ อากาศของโรคเอดส์

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955) พบว่า รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Face to Face Communication) นั้น มีผลต่อผู้รับสารในการที่จะยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะร่วมมือในการปฏิบัติมากที่สุด

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้ทำการศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนนั้น ไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียว ที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกันหรือมีปัจจัยหรืออิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่น ๆ มากกว่าและประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของการสื่อสาร แหล่งสารหรือสถานการณ์ต่าง ๆ ของการสื่อสารด้วย

กล่าวโดยรวม ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ได้มีผู้วิจัยหลายท่าน ทำการศึกษาวิจัย หาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากร เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ฯลฯ กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ พบว่าส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ยังหาความสัมพันธ์ ระหว่าง การเปิดรับสื่อ กับ ความรู้ในข่าวสารที่ผ่านสื่อ นั้นๆ
 ความสัมพันธ์ ระหว่าง การเปิดรับสื่อ กับ ทักษะคิด ในข่าวสารที่ผ่านสื่อ นั้นๆ
 ความสัมพันธ์ ระหว่าง การเปิดรับสื่อ กับ การมีส่วนร่วมในเรื่องที่ผ่านสื่อ นั้นๆ
 ความสัมพันธ์ ระหว่าง ความรู้ กับ ทักษะคิด
 ความสัมพันธ์ ระหว่าง ความรู้ กับ การมีส่วนร่วม
 ความสัมพันธ์ ระหว่าง ทักษะคิด กับ การมีส่วนร่วม

ซึ่งพบว่า มีทั้งที่มีความสัมพันธ์กัน กับทั้งที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของแต่ละงานวิจัย

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย