



บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง การเปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการป้องกันโรคซาร์สของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
5. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคซาร์ส
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งๆ ได้มีการเลือกรับสื่อที่ตนเกิดจากคุณสมบัติ พื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน
2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

แม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์ต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญควรรู้

2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวได้

3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบๆ ตัว

การเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการพัฒนา ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะคือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ชาร์ล เค อัทकिन (Atkin, 1973: 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหูตากว้างไกลมีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทนต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

โรเจอร์ส และ เซเวนนิ่ง (Rogers and Sevensing, 1969: 3) ได้ขยายแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน ให้กว้างขวางออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนนั้น ครอบคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสารและโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสองจึงต้องประกอบด้วย จำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปีและอื่นๆ

ในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ คือ (Klapper, 1960: 5)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการของตนเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับ ทักษะคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อ

ทัศนคติ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) การบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วยตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ชรามม์ (Schramm) ได้อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงระดับความสนใจของผู้รับสาร จะแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่ออันมีนักวิชาการหลายท่าน ที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรลีย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่างแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม เป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้มีเมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวาบเลส (Waples) เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับข่าวสารรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างกันในการเลือกสารข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งงานการศึกษาของ เดอเฟออร์ (Defleur.M.L.,1996) ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพล ในกระบวนการสื่อมวลชนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันทีทันใดแต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยาและสังคมตลอดจนอิทธิพลของบุคคล

หรือกลุ่มที่บุคคลนั้นสังคมอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่ เป็นไปตามเจตคติของผู้ส่งสาร

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ

นอกจากการเลือกใช้ช่องทางข่าวสารให้เหมาะสมแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามไปก็คือทำอย่างไรจึงจะทำให้ข่าวสารที่ส่งไปนั้นเข้าถึงความสนใจของรับสารได้มากดังที่ชรัมม์ (Schramm, 1973: 200) ให้ความเห็นไว้ว่าข่าวสารเข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก จะมีแนวโน้มทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับข่าวสาร ได้ข้อมูลมากมายเป็นหลักฐานยืนยันและทำให้เชื่อได้ว่าผู้รับข่าวสารนั้น มิใช่จะเปิดรับหรือรับหรือมีทางที่จะเปิดรับหรือสนใจข่าวสารทุกคนเสมอไป ยิ่งไปกว่านั้นในการรับข่าวสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนยังมีการรับ, มีความจดจำ, มีการตอบสนองต่อข่าวสารที่แตกต่างกันไป ทั้งในฐานะที่เป็นรายบุคคลและสมาชิกของสังคม (ชวรัตน์ เชิดชัย, 27:156) ดังนั้น สิ่งที่เราควรให้ความสนใจในอันดับแรกคือ สิ่งนี้นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสาร เรียกว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสาร อันประกอบด้วยพฤติกรรมหลายประการคือ การเลือกสนใจ (Selective attention) การเลือกรับรู้และเข้าใจ (Selective perception) และการเลือกจดจำ (Selective retention) (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527:59)

ในเรื่องของการเลือกสนใจนั้น ชรัมม์ (Schramm, 1954: 3-26) ได้ให้เหตุผลว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of reward) ที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดนั้น หมายความว่าผู้อ่านก็ดี ผู้ดูก็ดี หรือผู้ฟังก็ดี จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด การใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความพร้อม (Availability) และความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่จะใช้สำหรับซื้อสื่อ (Expense) เวลา (Time) ที่รับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมถึงกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม ก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

การที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ และข่าวสารตามแบบฉบับของตนเอง ซึ่งอาจจะเหมือนแตกต่างกันไปจากผู้อื่นนั้น เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (Merrill & Lowenstein, 1971: 134-135) (อ้างถึงใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527: 170-174) กล่าวว่ามียปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราชอบไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถมาติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างความกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็น เป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุด และไม่ว่าสิ่งที่สนองความอยากรู้อยากเห็นนั้น จะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ ทั้งนี้มีสาเหตุเพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นสิ่งที่มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้นๆ รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-aggrandizement) โดยพื้นฐานของมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติทางจรโลงจิตใจ หรือแม้ทางความคิด ก็สามารถที่จะหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

นอกจากประโยชน์ใช้สอยแล้วเป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้รับข่าวสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconception) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอเมื่อเป็นดังนี้ ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกันเท่าที่ทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน นอกจากนั้นประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิตก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารอย่างไร

4. "ลักษณะเฉพาะ" ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะ ทักษะ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มี "ลักษณะเฉพาะตัว" ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้รับประโยชน์ไม่เหมือนกัน "ลักษณะเฉพาะตัว" ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และ ทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจเช่น หนังสือพิมพ์ มีลักษณะเฉพาะที่

สำคัญคือ ให้ข่าวสารละเอียดกว่า ราคาถูกและสามารถพกติดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งที่แสดงสถานภาพทางสังคมและเป็นการสัมผัสกับสังคมภายนอก ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น เป็นสื่อที่สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจที่ได้แข่งขัน และสามารถเอาชนะผู้อื่นได้ สามารถชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคมะเร็ง ก็มีโอกาที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับโรคมะเร็งได้ รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลต่อไปได้ และเมื่อประชากรเกิดความรู้ เกี่ยวกับโรคมะเร็งไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาก็คือ ทักษะความคิดเห็นในลักษณะต่างๆ

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ในกระบวนการสื่อสารจะประกอบด้วยองค์ประกอบของการสื่อสารที่สำคัญ ได้แก่

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

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ ความเข้าใจ มีทัศนคติและพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนา

สื่อ (Media) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อ คือ พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อมวลชน (Mass Media) และสื่อบุคคล (Personal Media) นั่นเอง

1. **สื่อมวลชน** หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กับอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของสารสื่อสารซึ่งมีลักษณะทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารรูปแบบอื่นๆ 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

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

อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533:142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กันอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยมและมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ 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 ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับ

การเรียนรู้ของมนุษย์ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และข่าวสารต่างๆ ที่แตกต่างกัน ตามทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลในแง่สร้างการเรียนรู้ หรือการย้ำในสิ่งที่เขาารู้อยู่แล้ว

2. ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม กล่าวว่า บุคคลในกลุ่มเดียวกันย่อมจะเปิดรับสารและปฏิบัติตอบสนองต่อเนื้อหาของข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้ เนื่องจากความใกล้ชิดสนิทสนมผูกพันของกลุ่ม ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนเหล่านี้ ก็ต่อเมื่อส่งมาในลักษณะที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ การสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร นักสังคมวิทยาชนบท เชื่อว่า เครือญาติของชาวนามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับ หรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ และชาวชนบทมีความผูกพันทางสังคมอย่างแน่นแฟ้นกับเพื่อนบ้าน ผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในสังคมนั้น ในกรณีเช่นนี้ สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อคนได้ในลักษณะทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (Two-Step Flow Theory) ซึ่งต้องอาศัยอิทธิพลของบุคคล (Personal Influence)

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

4.1 สื่อมวลชนจะส่งเสริมสนับสนุนหรือย้ำบรรทัดฐานทางสังคมให้ดำรงอยู่ตลอดไป

4.2 สื่อมวลชนจะสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม

4.3 สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล

โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ แต่ต้องใช้ระยะเวลา

เออวิน พี เบททิงฮอส (Eravin P. Bettinghaus, 1968) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสังคมไว้ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่า จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัด ประสพการณ์สิ่งที่สื่อมวลชนเปลี่ยนแปลงได้มากที่สุดคืออารมณ์ส่วนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมยังไม่ปรากฏผล จากการวิจัยแน่นอนว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมแต่อย่างใด กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้น เป็นผลมาจากการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งสิ้น

2. **สื่อบุคคล (Personal Media)** หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล Rogers และ Shoemaker ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุดที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นได้ด้วย

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร สามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มากในการใช้เครื่องจักรงู้นม้นำใจผู้รับสาร สื่อบุคคลมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุควิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไข สารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน

การที่ช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกิริยาตอบสนองหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับสูงสามารถทำให้อลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสารและการเลือกจำสารได้

2. สามารถงู้นบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ แบ่งออกเป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้

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

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Publics) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ Blumer (1996) กล่าวไว้ว่า “สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจไปในทางนั้นด้วย” การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุม อภิปราย และสนทนาภายในกลุ่ม คือ จัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสาร

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆ 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. ความสามารถในการที่จะขจัด การเลือกของผู้รับสาร (Selectivity processes)	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสารกลับ (Feedback)	มาก	น้อย
7. ผล (Effect)	เปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร	เพิ่มพูนความรู้แก่ผู้รับสาร

โรเจอร์ส (Rogers, 1978: 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่างๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตติงฮอส (Bettinghaus, 1968:180) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิด และเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้นเป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

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

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจาก การหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสาร อาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะง่ายๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อนแล้วบุคคลเหล่านี้จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งผู้ถ่ายทอดมักจะสอดแทรกทัศนคติหรือความคิดเห็นของตนลงไป ทำให้ผู้รับสาร

คนท้ายๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกมาด้วย ซึ่งอาจมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม

3. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) นอกจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลแล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดสารไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มชน สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ เรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ ประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio-Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

ในเรื่องของการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อบุคคลกับสื่อเฉพาะกิจ ชรามม์ (Schramm, 1973 : 156) กล่าวว่า จากหลักฐานที่ปรากฏชี้ให้เห็นว่า การโน้มหน้าใจโดยการเผชิญหน้า (Face to Face) จะมีประสิทธิภาพมากกว่าการโน้มหน้าใจด้วยสื่อเฉพาะกิจ ประเภทโสตทัศนูปกรณ์และสิ่งพิมพ์

นอกจากนี้ อาดัมส์ (Adams, 1971) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ว่า สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพราะเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้ และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

คาร์เตอร์ วี กูด (Carter V. Good, 1973) ให้ความหมายของความรู้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Fact) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับและสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่างๆ

คลิฟเฟอร์ ที มอร์แกนและริชาร์ด เอ คิง (Clifford T. Morgan and Richard A. King, 1977) ให้คำจำกัดความของความรู้ว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์และโครงสร้างที่เกิดขึ้นจากการศึกษาหรือเป็นความรู้ที่เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของหรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือจากรายงาน การรับรู้ข้อเท็จจริงเหล่านี้ต้องชัดเจนและต้องอาศัยเวลา

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1967) กล่าวว่า “ความรู้” เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับภาระระลึกถึงเฉพาะเรื่องหรือเรื่องทั่วไป ระลึกได้ถึงวิธีการกระบวนการหรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ

โรเจอร์ส (Rogers, 1978) ให้คำจำกัดความถึงความรู้อาสา หมายถึงการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองของสิ่งเร้า และจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ กับสภาพทางจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง เป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะรับรู้ได้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตโดยตรง

แพทริค เมียร์ดิท (Patrick Meredith, 1961) กล่าวว่า ใจว่า ความรู้ มีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) ซึ่งรวมองค์ประกอบทั้ง 2 แล้ว มีความหมายถึงความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราทำความเข้าใจแล้ว

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2523: 130) กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้รับสารสามารถจดจำได้ หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในที่นี้ คือข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความ เป็นต้น

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 16) กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้รับสารเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้ หรือโดยการมองเห็น ได้ยิน หรือจำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา

กาญจนา แก้วเทพ (2541: 12-13) กล่าวว่า “ความรู้” เป็นถ้อยคำที่กล่าวถึงสภาพความเป็นจริงที่ก้าวขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง เป็นระดับที่สาม (ต่อเนื่องจากข้อมูลสารสนเทศ) ถ้อยคำที่จะเรียกว่าเป็นความรู้จะต้องเพิ่มพูนคุณสมบัติของสารสนเทศที่ต้องผ่านกระบวนการปรุงแต่งจัดระบบเพิ่มเติมดังนี้ คือต้องมีกระบวนการที่จัดระบบที่ปราณีตมากยิ่งขึ้น เช่นต้องมีการอ้างอิงกัน ข้อความที่จะผ่านการพิสูจน์มาแล้ว มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นเหตุเป็นผลระหว่างสารสนเทศเอง ต้องมีความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal order) หมายถึง ความสามารถระบุได้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่มาก่อน (สาเหตุ) อะไรที่ตามมาทีหลัง (เป็นผล) คือมีลำดับของเวลา (time series) และต้องมีความสม่ำเสมอ (Regularity) คือข้อความที่กล่าวถึงนั้นต้องเป็นความจริงทุกๆ ไป ไม่ใช่เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นบางครั้ง บางคราวหรือเป็นกรณียกเว้น

กล่าวโดยสรุป “ความรู้” หมายถึงความสามารถของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความคิด ข้อเท็จจริง ความหยั่งรู้ หรือประสบการณ์ที่ถูกสะสมมาโดยวิธีการจดจำจากเหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่างๆ ประมวลเก็บไว้ และสามารถระลึกออกมาได้เมื่อจะใช้ประโยชน์

ปรมะ สตะเวทิน (2538: 65-68) กล่าวว่าความรู้เป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสาร ซึ่งจะต้องมองทั้งในแง่ความรู้ของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร โดยในด้านของผู้ส่งสารนั้นคนที่ไม่มีความรู้ย่อมไม่สามารถที่จะพูดหรือเขียนได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ ความถูกต้องและประสิทธิผลของการสื่อสาร ขึ้นอยู่กับความรู้ 2 ประเภทคือ

1. ความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร (Knowledge of the Subject Matter) หมายถึงความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะทำการสื่อสาร
2. ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (Knowledge of the Communication Process) การมีความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร จะช่วยให้ผู้ส่งสารเข้าใจในความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในกระบวนการ ซึ่งล้วนมีความสำคัญต่อการสื่อสารทั้งสิ้น

ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคซาร์ส โดยเฉพาะในประเทศไทยได้กระทำผ่านทั้งสื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจต่างๆ โดยข่าวสารที่เผยแพร่ทางสื่อมวลชน เช่น ทางสิ่งพิมพ์ จะมีค่อนข้างมาก ทั้งนี้การจะทราบว่าประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับโรคซาร์สอยู่ในระดับใด จะต้องทำการประเมินความรู้ คือ การประเมินความเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหาที่เรียนรู้ และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ของประชาชน ซึ่ง บรูม เอส เบนจามิน (Bloom S. Benjamin) (Benjamin, Bloom S., et al, 1967:82) กล่าวว่ามี 6 ระดับ คือ ระดับระลึกได้ ระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ ระดับการนำไปใช้ ระดับการวิเคราะห์ ระดับการสังเคราะห์ และระดับการประเมินผล ซึ่งสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1. ระดับระลึกได้ (Recall) เป็นการที่บุคคลเรียนรู้ จดจำเรื่องราว กระบวนการ และแบบแผนได้สามารถดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้ เช่น เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารเกี่ยวกับโรคซาร์สจากสื่อมวลชน หรือสื่ออื่นๆ แล้วบุคคลนั้นสามารถจำเนื้อหาที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับโรคซาร์สได้

2. ระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายถึงว่า บุคคลสามารถเขียนข้อคิดเห็นจากเนื้อหาได้โดยการใช้ถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้ความหมายและเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือคาดคะเนผลได้ ถือเป็นความสามารถของบุคคลในการทำบางสิ่งบางอย่างที่มากกว่าจำเนื้อหา

1. ระดับของการนำไปใช้ (Application) เป็นความสามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม

2. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง การที่บุคคลสามารถใช้ความคิดโดยนำความคิดมาแยกเป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
3. ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) คือการนำข้อมูลและแนวคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creating) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม
4. ระดับของการประเมิน (Evaluation) คือความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล และผลัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

การได้รับทราบหลักการเรียนรู้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผนการสื่อสารอย่างสัมฤทธิ์ผล กล่าวคือ

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนแตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใดๆ ก็ตามจำเป็นต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายด้วย
2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์
3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอย่างไรดีกว่าการบอกเฉยๆ เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน
4. ทักษะที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสารจะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย
5. ความจำเป็นมีความสัมพันธ์กับความใหม่ของข้อมูล ผู้รับสารมักจะจำได้และมีการตอบสนองต่อข้อมูลที่เพิ่มได้รับ และการให้ข้อมูลซ้ำๆ จะก่อให้เกิดการจดจำ และเก็บสารนั้นไว้
6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้
7. การนำเสนอด้วยวิธีที่แปลกใหม่จะเกิดประสิทธิภาพทางการเรียนรู้ได้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึนึกคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับ การเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา เพศ อายุ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร ถ้าประกอบกับการที่บุคคลมีความพร้อมในด้านต่างๆ เช่น มีการศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคซาร์ส ก็มีโอกาที่จะมีความรู้ในเรื่องนี้ และสามารถเชื่อมโยงความรู้นั้นเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ สามารถระลึกได้ รวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับโรคซาร์ส รวมทั้งสามารถวิเคราะห์ สังเคราะห์ รวมทั้งประเมินผลได้ต่อไป และเมื่อประชาชนเกิดความรู้เกี่ยวกับโรคซาร์สไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม สิ่งที่เกิดตามมาก็คือ ทัศนคติความคิดเห็นต่างๆ

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

นักวิชาการมองว่าทัศนคติเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งที่จะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์ โดยแต่ละคนให้คำจำกัดความของทัศนคติไว้ได้แก่

อัลพอร์ต (Allport, 1935 อ้างใน ศศิวิมล ปานศรี) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1954 : 128-221) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉยๆ ความชอบ ความเกลียด เป็นต้น

การ์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973 : 48) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่จะเป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคลบางคนหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จาร์เนน แกลโกศล (อ้างใน สุนีย์ หนูสง, 2539 : 23) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์วัตถุ หรือแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมถึงความรู้และความรู้สึก อารมณ์ ทัศนคติในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ หมายถึง ส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผล และความรู้ตามที่เป็นจริง และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการแสดงออก การมีปฏิกิริยาตอบกลับตลอดจนการประพฤติปฏิบัติต่างๆ ซึ่งทัศนคติอาจจะสะท้อนให้เป็นในรูปของพฤติกรรม เช่น การแสดงออกโดยการ กล่าวให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพราะเหตุใดเราจึงชอบหรือไม่ชอบสิ่งเหล่านี้ เป็นต้น

เสรี วงษ์มณฑา (อ้างใน สุนีย์ หนูสง, 2539 :23) กล่าวว่า “ทัศนคติ” คือ ความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติประกอบไปด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ทัศนคติ (Attitude) เป็นความคิดและความรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจสอดด้านพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะต้องสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของ

การประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือว่าเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันเป็นผลต่อพฤติกรรมต่อไป และทัศนคติเป็นพรมแดนเชื่อมโยงความรู้กับพฤติกรรม

การเกิดทัศนคติ

เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งนับได้ว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้ข้อสรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติได้
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้น เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน

ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้าความรู้ ความเข้าใจกันดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้ ก็มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น ในการที่จะให้มีการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้ (Zimbardo, Ebberson และ Maslach, 1977)

ทัศนคติของบุคคลสามารถทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะได้โดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนี้ อาจจะมาจกบุคคลอื่น หรือมาจากอุปกรณ์สื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive Component) เป็นที่เชื่อกันว่า ถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบด้านอื่นก็จะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้เปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (Affective Component) และส่วนประกอบด้านการปฏิบัติ (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย

องค์ประกอบของทัศนคติ

ซิมบาโด และเอเบเบเซน (Zimbardo, Philip G., Ebbesen B. Ebbe and Maslach Christina, : 1977 :270) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเข้าใจ ความเชื่อส่วนบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ ถ้าบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก อารมณ์ (Affective Component) คือลักษณะของการแสดงออกทางด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก ทั้งความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมจะเป็นภาพรวมทัศนคติของบุคคลต่อสิ่งที่ตนพบเห็น ยกตัวอย่างเช่น ทัศนคติที่มีต่อภาวะระบาดของโรคซาร์ส ของประชาชนที่เคยอยู่ในประเทศกลุ่มเสี่ยง หรือมีปัญหาต่างๆ ที่เกิดจากการระบาดของโรคซาร์ส จะมีผลต่อความเข้าใจว่า การระบาดของโรคซาร์สที่เกิดขึ้นส่งผลให้ประชาชนมีความรู้สึกไม่มั่นใจในความปลอดภัย จึงไม่กล้าที่จะเดินทางไปในประเทศกลุ่มเสี่ยง

ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงานองค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ

2. ทศนคติเชิงลบ เป็นทศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร การ สถาบัน และการดำเนินกิจการของ องค์กร สถาบัน องค์กร และอื่นๆ

3. ทศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อบุคคล หน่วยงาน สถาบัน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

ทศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียว หรือหลายประการรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกัน ก็จะเป็น "ประชามติ" ไป

การเปลี่ยนแปลงทศนคติ

ทศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะเป็นโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งมาจากบุคคลอื่น หรือสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทศนคติด้านการเรียนรู้ ซึ่งเป็นที่เชื่อกันว่าถ้าองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าองค์ประกอบด้านการเรียนรู้เปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึก และพฤติกรรมที่แสดงออกเปลี่ยนไปด้วย

แหล่งสาร (Source) อาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสื่อมวลชนก็ได้ แหล่งสารดังกล่าวนี้จะผลิตข่าวสารผ่านทางคำพูด ทางการกระทำของบุคคล ทางการตัดสินใจของกลุ่ม หรือเป็นข้อความที่ตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือการกระทำที่จัดผ่านทางวิทยุหรือโทรทัศน์ โดยแหล่งสารนี้จะต้องมีลักษณะน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของสังคมนั้นๆ จึงจะมีอิทธิพลทำให้เกิดความเห็นคล้อยตาม หรือมีการเปลี่ยนแปลงทศนคติได้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526)

นอกจากนี้จุมพล รอดคำดี (2532 อ้างถึงในदानินทร์ กิจนิตี, 2540) ยังอธิบายว่าในการเปลี่ยนแปลงทศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้นจะมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากแหล่งข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคล

2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้ จะมาจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ

3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งไม่มีผลต่อบุคคลทำให้ต้องเปลี่ยนพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้รับสาร ล้วนมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญปัญหา เหตุการณ์ต่างๆ มากมาย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ง่าย แต่บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ยาก เพราะทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนพอสมควร แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยการรับข่าวสารที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

ปภิจ พรหมายน (2531:29) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง หรือสิ่งกระตุ้นต่างๆ โดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมาย และเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้ตัว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิตและบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่จะเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากการมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดขึ้นได้เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

องค์ประกอบของพฤติกรรม

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

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองตอบความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง

2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรม เพื่อสนองความต้องการ

4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด

5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ โดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย

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

7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thwarting) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

นักมนุษยวิทยา ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ดังนี้ (ประจวบ อินอียด, ม.ป.ป.:12 อ้างถึงใน เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534: 33)

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและมั่นคงแห่งชีวิตอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย

2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักจะต้องปฏิบัติตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายส่วนตัว

3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน

4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ

5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกันมีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย

6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรอบตัวออกมาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ได้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรมนี้ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Behavior) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปจากการรับสารนั้นๆ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสาร หรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรที่สามารถเป็นตัวการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 118)

จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าเป็นขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติ และเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ เช่น การพัฒนาใดๆ ก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องประกอบด้วยความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (Stimulus-response theory) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา เหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำเป็นที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน

จากการศึกษาทางด้านมานุษยวิทยา หลายๆท่านได้ข้อสรุปกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์ไว้ดังนี้

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอด และความมั่นคงแห่งชาติ อันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย
2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักต้องปฏิบัติตามครรลองของสังคมแวดล้อมซึ่งสอดคล้องประสานกับเป้าหมายส่วนตัว
3. พลังทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์มากที่สุด ได้แก่ ครอบครัวของผู้นั่นเอง ตลอดจนเพื่อนบ้าน สังคมเพื่อน
4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคน เรียกว่า บุคลิกภาพ
5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกัน ภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย เช่นกลุ่มหัวโบราณ กลุ่มวัยรุ่นก้าวร้าว เป็นต้น
6. มนุษย์มีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรอบตัวเขาออกมาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเราสามารถสืบสานไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆได้ เช่น จากคำพูด การกระทำ ตลอดจนสิ่งที่สื่อถึงการกระทำที่เป็นจิตสำนึก และภายใต้จิตสำนึก เช่น ภาพของผู้ติดยาเสพติดคือ คนที่มีภูมิหลังทางครอบครัวที่ขาดความอบอุ่น ครอบครัวมีปัญหา

ในการศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมของคนเรานั้น นักจิตวิทยาเห็นพ้องต้องกันว่า จิตลักษณะที่ทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำที่สุดคือ ทศนคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้นๆ (จิรวัดมน์ นิเจนตร, ม.ป.พ. : 68)

จะเห็นได้ว่าถ้าบุคคลไม่มีความเข้าใจ หรือมีแนวความคิด ซึ่งเรียกว่า "concept" เกี่ยวกับสิ่งใดก็จะไม่สามารถมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นได้ การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกันก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจ หรือมีแนวความคิด ซึ่งเรียกว่า concept ต่างกัน

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวก และทางลบ ซึ่งขึ้นกับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้นที่มีต่อวัตถุ หรือปรากฏการณ์นั้นๆ เป็นสำคัญ)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการให้ความคิดเห็นว่า สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น เริ่มต้นด้วยองค์ประกอบที่สำคัญอันหนึ่ง คือ แหล่ง (Source) ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจเป็นบุคคลคนเดียว กลุ่มบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งทีก่อให้เกิดทัศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวต่างๆ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษาพบว่า แหล่งข่าวที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจและมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านั้น นอกจากนี้องค์ประกอบอื่นๆ เช่น เนื้อหาของข่าวสาร (ควรพิจารณาถึงภาษา ความยากง่าย คำที่ใช้ ฯลฯ) และตัวผู้รับ (เช่น ทักษะในการสื่อความหมาย ทัศนคติ ความรู้ระบบสังคม เป็นต้น) ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (สุภาพงษ์ ระรวยทรง, 2535 : 18)

พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจาก ความรู้และทัศนคติแตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้ และทัศนคติ เกิดขึ้นเพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการสื่อสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สิ่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคลโดยทั่วไป การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นสามารถเกิดได้ในทุกระดับ ตั้งแต่ปัจเจกชนข้างเคียง (กลุ่ม) ไปจนถึงระดับสังคม (สถานการณ์) การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารสังคม อาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการดังนี้ (สุภาพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 123-124)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (emotional arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นตัวสนใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพ หรือเสียง เช่นบรรยากาศในการประกาศปฏิวัติรัฐประหาร
2. การเห็นอกเห็นใจ (empathy) เป็นการเอาใจเขามาใส่ใจเรา การแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปรานี ก็อาจโน้มน้าวใจให้ผู้คนยอมรับได้
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (internalized norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (reward) เช่น การลดแลกแจกแถม ในการโฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้ออื่นๆ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐานสองแบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (deactivation)

ทั้งการกระตุ้น และการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหายุทธวิธีดำเนินการและการสร้างพฤติกรรมส่วนรวม

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland : 1960) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (Behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้ เมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจต่อๆ ไป

ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่น่าสนใจอีกอันหนึ่ง คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (Theory of attitude and behavior change) ซึ่งกล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงต่อกัน ฉะนั้นในการที่จะให้มีการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยการให้ความรู้

อย่างไรก็ตาม ได้มีการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน ที่ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม เช่น ซาลานิค (Salanic) และคอนเวย์ (Conway) พบว่าความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสอดคล้องกันภายใต้สภาพการณ์ที่แตกต่างกันในขณะที่ชาวนา (Zanna) พบว่า มีความสอดคล้องระหว่าง ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม ในระดับความแตกต่างของปัจเจกบุคคล

การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่ ตามปกติมักเกิดจาก ทัศนคติของบุคคลนั้นๆ ทัศนคติจึงเป็นเหมือนทางเลือกของพฤติกรรม คือ เป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล พฤติกรรมส่วนใหญ่ของคนถูกควบคุมด้วยทัศนคติของเขา การศึกษาทัศนคติจึงทำให้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมของคนได้ทางหนึ่ง (จำเนียร ช่างโชติ, จิตร วสุวานิช, จันทมาศ ชื่นบุญ, มลวิภา สุวรรณมาลัย, 2515 : 16)

การศึกษาในอดีตแสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติ และพฤติกรรมยังไม่อาจพิสูจน์ได้ชัดเจนนัก เฟสติงเจอร์ (Festinger) ได้ศึกษางานวิจัยหลายๆ ชิ้น และพบว่าเมื่อมีเพียง 3 งานวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเขาได้ให้คำอธิบายว่าเหตุผลหนึ่งที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมในทันทีทันใดนั้น เป็นเพราะปัจจัยทางสภาพแวดล้อม ซึ่งก่อให้เกิดทัศนคติแบบเดิมอาจจะยังคงอยู่ ภายหลังจากทัศนคตินั้นได้เปลี่ยนแปลง ซึ่งสถานการณ์เช่นนี้ทำให้ทัศนคตินั้นมีแนวโน้มที่จะกลับมาเป็นแบบเดิมหลังจากได้รับข่าวสารแล้ว หรือในกรณีการเกิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ

โรเจอร์ส (Rogers, 1971 : 288-289) เรียกความรู้ และทัศนคติในทางบวกแต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติกลับเป็นไปในทางตรงกันข้ามว่า เป็นช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP - gap และได้อธิบายว่า ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่ เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP - gap ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ ในกรณีทั่วไป เมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติเช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ และทัศนคติที่มีอยู่นั้น คือ $K \text{ (knowledge)} \rightarrow A \text{ (attitude)} \rightarrow P \text{ (practice)}$ จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกันหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในทุกกรณีไป

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคซาร์ส

โรคซาร์สเกิดจากเชื้อไวรัสชนิดใหม่ในกลุ่มโคโรนาไวรัส (Coronavirus) เนื่องจากเป็นเชื้อไวรัสที่มีลักษณะทางพันธุกรรมแตกต่างไปจากเชื้อโคโรนาไวรัสอื่นๆ ที่พบก่อโรคทั้งในมนุษย์ และในสัตว์หลายชนิด โดยเชื้อโคโรนาไวรัสที่พบนั้นมีสาเหตุประมาณร้อยละ 30 ของโรคหวัด และเป็นสาเหตุของโรคปอดบวม และโรคอุจจาระร่วงในเด็กด้วย สำหรับแหล่งที่มาของเชื้อตัวใหม่นี้สันนิษฐานว่าเกิดจากการกลายพันธุ์ของเชื้อซึ่งเป็นธรรมชาติที่พบได้บ่อยในไวรัสกลุ่มนี้

เชื้อไวรัสตัวนี้ รวมทั้งไวรัสที่ก่อโรคตัวอื่นๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอยู่ในร่างกายของคนหรือสัตว์ และเมื่อใดที่ต้องออกมาอยู่ภายนอกในสิ่งแวดล้อมก็จะถูกทำลายลงได้ง่าย โดยทั่วไปจะอยู่ได้ไม่เกิน 3 ชั่วโมง แต่ถ้าถูกความร้อนหรืออยู่ท่ามกลางแสงแดดก็จะถูกทำลายลงได้ง่าย เชื้อจะหมดฤทธิ์ไปในระยะเวลาสั้นๆ ในเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมง นอกจากนี้แล้ว สบู่ ผงซักฟอก น้ำยาฟอกขาว (โซเดียมไฮโปคลอไรต์) เจือจาง 1 เปอร์เซ็นต์ น้ำยาฆ่าเชื้อโรคที่ใช้กันทั่วไป เช่น แอลกอฮอล์ 70 เปอร์เซ็นต์ หรือน้ำยาไลโซลสามารถกำจัดเชื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน

ช่องทางการแพร่ติดต่อ

เชื้อโคโรนาไวรัสแพร่ติดต่อได้โดยการสัมผัสใกล้ชิด (close contact) กับผู้ป่วย ซึ่งมีเชื้อแพร่ออกมากับน้ำมูก น้ำลาย เสมหะ (มีรายงานพบเชื้อในอุจจาระและปัสสาวะของผู้ป่วยด้วย) เชื้อแพร่ติดต่อโดยการไอ จามรดกันโดยตรง (Droplet nuclei) หรือเชื้ออาจแพร่โดยอ้อมผ่านสิ่งของเครื่องใช้ เช่น ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดมือ ช้อน ส้อม แก้วน้ำ หลอดดูดน้ำ ฯลฯ สิ่งที่ยังระวางเป็นอยู่ยั้งคือ การแพร่เชื้อผ่านมือเข้าสู่เยื่อของปาก จมูก และตา ในขณะนี้ไม่มีหลักฐานว่ามีการแพร่ติดต่อทางการหายใจ (Air-borne)

ระยะฟักตัวของโรค

ระยะเวลาตั้งแต่ได้รับเชื้อนี้เข้าสู่ร่างกายจนกระทั่งปรากฏอาการออกมา อยู่ในช่วง 2 - 7 วัน โดยทั่วไปมักไม่เกิน 10 วัน

อาการของโรค

อาการเริ่มจากมีไข้สูงขึ้นมาทันทีทันใด (อุณหภูมิสูงกว่า 38 องศาเซลเซียส) ในช่วง 1-2 วัน โดยมีอาการอื่นๆร่วมด้วย เช่น ปวดเมื่อยเนื้อตัว ปวดศีรษะมาก หนาวสั่น อาจมีอาการท้องเสียด้วย (พบมากที่ฮ่องกง) หลังจากนั้นประมาณ 3-7 วัน จะเริ่มมีอาการเจ็บคอ ไอแห้งๆ ผู้ป่วยส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 จะมีอาการทุเลาขึ้นหลังจากป่วย 7-10 วัน ประมาณร้อยละ 10 ของผู้ป่วยอาจมีอาการรุนแรง เนื่องจากมีปอดบวมอักเสบ ในระยะนี้ผู้ป่วยจะเริ่มมีอาการหายใจลำบากหรือหอบ และมีอาการทรุดหนักลงในช่วงวันที่ 10-14 จนกระทั่งเสียชีวิตในช่วงวันที่ 17-18 ของการป่วย

ระยะแพร่เชื้อ

ผู้ได้รับเชื้อที่ยังอยู่ในระยะฟักตัวของโรคจะไม่มีหรือมีโอกาสแพร่เชื่อน้อยมาก ผู้ป่วยในช่วง 1-2 วันแรกซึ่งเป็นระยะเริ่มมีไข้สูงจะแพร่เชื้อได้น้อย ส่วนช่วงวันที่ 3-4 ที่เริ่มมีอาการไอหรือหอบแล้วนั้นจะแพร่เชื้อได้มาก ขณะนี้ยังไม่ทราบปัจจัยเกี่ยวข้องที่แน่ชัดว่าเหตุใดผู้ป่วยบางคนแพร่เชื้อ

ได้มากกว่าคนอื่น ๆ (Super spreader) ผู้ที่ใกล้ชิดกับผู้ป่วยจึงเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการติดเชื้อมากที่สุด ซึ่งได้แก่ บุคลากรที่ดูแลผู้ป่วย และผู้อยู่ร่วมบ้านกับผู้ป่วย

การรักษา

ใช้การรักษาตามอาการขณะนี้ยาต้านไวรัสและยาปฏิชีวนะไม่ให้ผลการรักษาที่ดี และยังไม่มียาวัคซีนป้องกันโรค ผู้ป่วยที่ได้รับเชื้อส่วนใหญ่อาการป่วยไม่รุนแรง ผู้ป่วยร้อยละ 90 จะหายป่วยในช่วงวันที่ 10 หลังเริ่มมีอาการ ผู้ป่วยร้อยละ 10 ต้องใช้เครื่องช่วยหายใจ และมีอัตราป่วยตายประมาณร้อยละ 8-14 ปัจจัยเสี่ยงต่อการเสียชีวิต ได้แก่ โรคประจำตัว และความสูงอายุ แต่ยังไม่ทราบสาเหตุใดผู้ป่วยหนุ่มสาวที่แข็งแรงบางรายจึงมีอาการรุนแรงและเสียชีวิตด้วย การที่จะกำจัดโรคนี้ได้สำเร็จหรือแม้เพียงควบคุมโรคไม่ให้แพร่ลุกลามออกไปนั้น จำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ที่ถูกต้องชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นความรู้เกี่ยวกับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการแพร่กระจายของเชื้อ การแพร่เชื้อในระยะต่างๆของการติดเชื้อ และความคงทนของเชื้อไวรัส

ตามที่มีภาวะระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (Severe Acute Respiratory Syndrome) ขยายตัวไปในหลายภูมิภาคของโลก ประเทศไทยได้รับผู้ป่วยที่สงสัยว่าเป็นโรคนี้ซึ่งเดินทางมาจากต่างประเทศหลายราย แต่สามารถป้องกันควบคุมมิให้เกิดการแพร่กระจายในประเทศได้ โดยมาตรการที่กระทรวงสาธารณสุขดำเนินการ ด้วยความร่วมมือของหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนรวมทั้งประชาชนทั่วไป

ในขณะนี้ ความรู้เกี่ยวกับโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง จากการศึกษาวิจัยและประสบการณ์ของประเทศต่างๆ ได้สะสมเพิ่มพูนทำให้รู้จักโรคนี้มากขึ้น และสามารถกำหนดมาตรการป้องกันควบคุมโรคได้ชัดเจนขึ้น ดังนั้นกระทรวงสาธารณสุขจึงให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ประชาชนเพิ่มเติม รวมทั้งปรับมาตรการป้องกันควบคุมโรคในประเทศไทยดังนี้

1. โรคนี้เกิดจากเชื้อไวรัส ติดต่อกันโดย การไอ จาม รดกันในระยะใกล้ชิด และโดยการสัมผัสกับเชื้อจากเสมหะ น้ำมูก น้ำลายของผู้ป่วยที่ติดอยู่กับวัตถุเครื่องใช้ เช่น ผ้าเช็ดหน้า ภาชนะ ลูกบิดประตู ราวบันได แล้วนำมาสัมผัสกับบริเวณจมูกและหน้า เมื่อแตะจมูก เกาหน้า ขยี้ตา เป็นต้น

2. ตามปกติผู้ติดเชื้อแต่ยังไม่มีอาการป่วยจะไม่แพร่เชื้อ การแพร่เชื้อมักเกิดจากผู้ป่วยที่มีการชัดเจน ผู้ที่ติดเชื้อส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้ป่วย ผู้ติดเชื้อจะมีอาการป่วยภายใน 2-10 วัน อาการป่วยได้แก่ ไข้สูงเกิน 38 องศาเซลเซียส ไอ หอบหรือหายใจลำบาก ผู้ป่วยมากกว่า

ร้อยละ 90 จะหายป่วยภายใน 2-3 สัปดาห์ แต่บางรายอาจมีอาการปวดอวัยวะรุนแรงถึงเสียชีวิต ซึ่งจะมีเพียงประมาณร้อยละ 6 เท่านั้น

3. ประชาชนทั่วไปมีความเสี่ยงต่อโรคนี้น้อยไม่ควรวิตกกังวล ผู้ที่มีความเสี่ยง ได้แก่ ผู้เดินทางไปประเทศที่มีการระบาด และผู้ที่สัมผัสใกล้ชิดกับผู้เดินทางมาจากประเทศที่มีการระบาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่มีอาการป่วย

4. ประชาชนควรรักษาสุขภาพให้แข็งแรง โดยรับประทานอาหารที่เหมาะสม พักผ่อนให้เพียงพอ ออกกำลังกายเป็นประจำ เพื่อให้มีภูมิคุ้มกันต้านต่อโรคโดยทั่วไป และควรสร้างสุขนิสัยเพื่อป้องกันโรคโดยทั่วไป เช่น ล้างมือก่อนรับประทานอาหารและหลังออกจากห้องน้ำ ใช้ช้อนกลางเมื่อรับประทานอาหารร่วมกับผู้อื่น ปิดปากและจุกด้วยผ้าเช็ดหน้าเมื่อไอและจาม หรือใช้หน้ากากอนามัยเมื่อเป็นหวัด

5. ประชาชนทั่วไปให้หลีกเลี่ยงการเดินทางไปพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงตามประกาศขององค์การอนามัยโลก หากมีความจำเป็นต้องเดินทาง ให้ป้องกันตนเองจากการติดเชื้อ โดยปฏิบัติตามคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุข และคำแนะนำของทางราชการในพื้นที่ที่เดินทางไปอย่างเคร่งครัด

6. เครื่องบินโดยสารที่มาจากพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง และพบว่ามีผู้โดยสารคนหนึ่งคนใดมีอาการผิดปกติ กระทรวงสาธารณสุขโดยกรมควบคุมโรคจะพิจารณากักแยกผู้โดยสารเป็นรายบุคคล เป็นรายคณะ หรือผู้โดยสารทั้งลำ ตามความจำเป็น

7. ผู้ที่เดินทางมาจากพื้นที่ที่มีการระบาดของโรค ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ จะต้องผ่านการตรวจของแพทย์ที่ด่านควบคุมโรค ณ ท่าอากาศยานและจุดผ่านแดนทุกแห่ง ถ้ามีอาการที่สงสัย จะได้รับการเฝ้าสังเกตอาการ หรือแยกรักษา จนกว่าจะปลอดภัย

8. ชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยและเดินทางกลับมาจากพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง ให้หยุดทำงาน หยุดเรียนหนังสือ เป็นเวลา 10 วันหลังเดินทางกลับ เพื่อเฝ้าสังเกตอาการตนเองที่บ้าน ในระยะเวลาดังกล่าว ให้หลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิดกับบุคคลในครอบครัวและบุคคลอื่น หากมีอาการไข้ (38 องศาเซลเซียสขึ้นไป) ไอ หอบ หรือหายใจลำบาก หรือสงสัยว่าป่วยเป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง ให้ใช้หน้ากากอนามัยและรีบไปพบแพทย์ทันที พำรงแจ้งประวัติการเดินทางไปประเทศที่มีการระบาด ให้แพทย์ทราบ ในกรณีที่ไม่สามารถหยุดทำงาน หรือหยุดเรียนได้ ให้ไปพบแพทย์ทุก 3 วัน เพื่อตรวจรับรองว่าไม่มีอาการป่วยที่น่าสงสัยว่าเป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง และนำไปรับรองแพทย์ไปแสดงต่อหัวหน้าส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ สถานศึกษา หรือสถานประกอบการ เพื่อให้แน่ใจว่าจะไม่แพร่เชื้อต่อผู้ร่วมงาน หรือผู้ร่วมสถานศึกษา

9. ให้หัวหน้าส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ สถานศึกษา สถานประกอบการทุกแห่งที่มีผู้เดินทางกลับมาจากพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรงอนุญาตให้ผู้เดินทางกลับมาจากพื้นที่ดังกล่าว หยุดทำงาน หยุดเรียนหนังสือ เป็นเวลา 10 วันแรก หลังเดินทางกลับ โดยให้เฝ้าสังเกตอาการตนเองอยู่ที่บ้าน รวมทั้งปฏิบัติตัวดูแลตนเองตามคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุขโดยเคร่งครัด ถ้าจะอนุญาตให้ทำงานหรือเรียนหนังสือในระหว่างช่วงเวลาดังกล่าว ให้เรียกไปรับรองแพทย์ ซึ่งรับรองว่า ไม่มีอาการที่น่าสงสัยว่าเป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง มาแสดงทุก 3 วัน

10. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งมาจากพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง ที่ผ่านการตรวจของแพทย์ที่ด่านควบคุมโรค และได้รับอนุญาตให้เข้าประเทศแล้ว ให้ใช้หน้ากากอนามัยตลอดเวลา 10 วันแรก ที่อยู่ในประเทศไทย มิฉะนั้นจะต้องไปพบแพทย์ทุก 3 วัน เพื่อตรวจรับรองว่า ไม่มีอาการที่น่าสงสัยว่าเป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ให้นำไปรับรองแพทย์แสดงต่อสำนักกระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เขตภูมิภาคให้แสดงต่อสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

11. นักท่องเที่ยวจากพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง หากเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นหมู่คณะ ให้ผู้รับผิดชอบคณะดังกล่าว แนะนำให้นักท่องเที่ยวใช้หน้ากากอนามัยตลอดเวลา 10 วันแรก ที่อยู่ในประเทศไทย มิฉะนั้นจะต้องไปพบแพทย์ทุก 3 วัน เพื่อตรวจรับรองว่าไม่มีอาการที่สงสัยว่าเป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง และให้เฝ้าสังเกตอาการ หากผู้ใดมีอาการไข้หรือไอ แนะนำให้ใช้หน้ากากอนามัยและนำส่งแพทย์พร้อมทั้งรายงานให้สำนักกระบาดวิทยากรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทราบทันที กรณีไม่มีผู้มีอาการป่วย ให้ผู้รับผิดชอบคณะท่องเที่ยว ส่งรายงานสรุปผลการสังเกตอาการของคณะนักท่องเที่ยวดังกล่าวต่อกระทรวงสาธารณสุข หรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ทุก 3 วัน และกรณีที่มีผู้มีอาการป่วยให้รายงานทันที การรายงานให้รายงานตามแบบรายงานที่กระทรวงฯ กำหนดขึ้น

12. โรงแรมหรือสถานพักแรมที่มีชาวต่างประเทศเดินทางมาจากพื้นที่ที่มีการระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง ให้จัดทำประกาศเตือนพร้อมจัดทำข้อปฏิบัติในการดูแลตนเองของผู้เข้าพัก ซึ่งรวมถึงคำแนะนำตามข้อ 10 และข้อ 11 และให้พนักงานโรงแรมระวังป้องกันไม่ได้รับเชื้อ โดยปฏิบัติตามคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุข หากพบว่าผู้ใดมีอาการผิดปกติให้แนะนำให้ใช้หน้ากากอนามัยและนำส่งแพทย์ พร้อมทั้งรายงานกระทรวงสาธารณสุขหรือสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทราบทันที

13. ให้มีการคัดกรองผู้ที่จะเดินทางไปต่างประเทศทุกคนก่อนออกเดินทาง หากมีอาการที่น่าสงสัยว่าเป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง ให้ไปพบแพทย์เพื่อตรวจรักษาอย่างเหมาะสม

14. โรงพยาบาลทุกแห่งทั้งรัฐและเอกชนต้องเตรียมห้องแยกและทีมปฏิบัติงานสำหรับรับผู้ป่วยที่เข้าข่ายว่าเป็นโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง กรณีที่จำเป็นต้องส่งต่อผู้ป่วยให้ใช้รถฉุกเฉิน ซึ่งมีการป้องกันการติดเชื้อทั้งก่อน ระหว่าง และภายหลังการส่งต่อผู้ป่วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

แคทซ์ และลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955) พบว่า รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Face to face Communication) มีผลต่อผู้รับสารในการที่จะยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะร่วมมือในการปฏิบัติมากที่สุด

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้ศึกษาและสรุปงานวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนและความสามารถในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่าสื่อมวลชนไม่ใช่สาเหตุสำคัญ แต่จะทำหน้าที่ร่วมหรือผ่านปัจจัย อิทธิพลหรือตัวกลางอื่นมากกว่าประสิทธิภาพของสื่อ ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆของสาร แหล่งสาร หรือสถานการณ์ของการสื่อสาร

งานวิจัยในประเทศ

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2538) : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ทัศนคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ชีรีภรณ์ เวฬุวนารักษ์ (2542) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ แรงจูงใจในการป้องกันโรคเอดส์ ณ ศูนย์บริการสาธารณสุข ในกรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์ กับความรู้เรื่องโรคเอดส์ แรงจูงใจในการป้องกันโรคเอดส์ และการป้องกันโรคเอดส์ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เรื่องโรคเอดส์กับการป้องกันโรคเอดส์ โดยกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้มารับบริการ ณ ศูนย์บริการสาธารณสุข ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่าผู้มารับบริการ ณ ศูนย์บริการสาธารณสุข เกิดแรงจูงใจในการป้องกันโรคเอดส์

หลังจากการเปิดรับข่าวสาร แต่การเปิดรับข่าวสารนี้ไม่มีผลต่อความรู้เรื่องโรคเอดส์ด้านอาการของโรคของผู้ที่มารับบริการ

ดาราวรรณ ศรีสุกใส (2542) พบว่า การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสจากสื่อมวลชน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอส เพราะโครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสเป็นเรื่องใหม่ ประชาชนอาจไม่มีทัศนคติเดิมเกี่ยวกับรถไฟฟ้า

ธวัชชัย พานิชยากรณ์ (2539) : การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายสารสนเทศห้องสมุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า ทัศนคติที่มีต่อเครือข่ายจุฬาลินเ็ดมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้เครือข่ายจุฬาลินเ็ดของนิสิตและนักวิชาการภายในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พีระนันท์ บุรณะโสภณ (2538) : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

รุจิรา คงรุ่งโรจน์ (2543) ที่พบว่า บุคคลที่เพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน โดยเนื่องมาจากสภาพสังคมในปัจจุบันเพศชายและเพศหญิงมีความสามารถเท่าเทียมกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคล้ายคลึงกัน ดังนั้นจึงน่าจะมีพฤติกรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่างกัน

วราพร กระหมุดความ (2545) ที่ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของวัยรุ่นที่มีต่อการรณรงค์การใช้ถุงยางอนามัยเพื่อป้องกันโรคเอดส์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารโดยผ่านสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับการใช้ถุงยางอนามัยของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร

สุภารักษ์ จุตระกุล (2536) ที่ทำการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (Recycle) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน

ศรเทพ เจริญพจนานชีวิน (2538) : การสื่อสารเพื่อการป้องกัน ยาเสพติดของกลุ่มผู้ใช้แรงงาน อุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล พบว่า การเปิดรับสารด้านการป้องกันยาเสพติดจาก สื่อมวลชนและสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการใช้ยาเสพติดและการป้องกัน

ศศิวิมล ตามไท (2542) ที่ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การบริโภคข้าวกล้องของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับข้าวกล้อง จากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สมาชิกในครอบครัว และญาติ/เพื่อน/คนรู้จัก มีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการบริโภคข้าวกล้อง เนื่องมาจากประชาชนได้รับการโน้มน้าวพฤติกรรมจากทั้ง สื่อมวลชนและสื่อบุคคล โดยผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีดังกล่าว จึงก่อให้เกิดพฤติกรรม การบริโภคข้าวกล้อง

ศิริพร เติดวงศ์สุข (2539) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสารเรื่องยาม้าของครูและ อาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษา ที่พบว่าอายุของครูไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับยาม้า

ศิริวรรณ จุลวินชรัตน์ (2542) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ โครงการราษฎร-รัฐร่วมใจต้านภัยยาเสพติด จากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์เชิงลบกับทัศนคติต่อ ปัญหาเสพติดตามโครงการราษฎร-รัฐร่วมใจต้านยาเสพติด จากสื่อประเภทอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติต่อปัญหาเสพติดตามโครงการราษฎร-รัฐ ร่วมใจต้านยาเสพติด

อัญชลี สิงหสูต (2534) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ เจตคติกับพฤติกรรมการ ป้องกันการติดเชื้อเอดส์ของนักศึกษาระดับอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความรู้เรื่องโรคเอดส์ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์

อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ที่ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ประเทศไทยใน สายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและพบว่ารายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่ง จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ กลุ่มที่มีรายได้ 5,001 – 10,000 บาท ส่วนผู้ที่ไม่มียาได้พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากประชาชน ที่ไม่มีรายได้ต้องคำนึงถึงเรื่องสถานะทางเศรษฐกิจ และประชาชนที่ไม่มีรายได้ต่างจากผู้ที่มีรายได้ ในด้านความหลากหลายในการเลือกรับสื่อ คือ ผู้ที่มีรายได้มีความหลากหลายในการเลือกรับสื่อที่ จะทำให้สามารถเกิดการรับรู้ข่าวสารที่ดีขึ้น

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านการสื่อสารตามที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น สามารถสรุปได้ว่า การมีความรู้ และความเข้าใจในหลักพื้นฐานทางด้านการสื่อสาร ตลอดจนการมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในด้านประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิด รวมทั้งการรู้จักเลือกและใช้สื่อได้อย่างเหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายแล้วนั้น จะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผลตามมานั้นคือกลุ่มผู้รับสารเป้าหมายเกิดความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ จนถึงขั้นเกิดพฤติกรรมตามที่คุณส่งสารต้องการในที่สุด