

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมสื่อสารภายใต้สภาวะความเครียด และ พฤติกรรมเผชิญความเครียด ของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร" ใช้แนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารและกระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับความเครียด พฤติกรรมการเผชิญความเครียด และ การสนับสนุนทางสังคม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมสื่อสาร (Communication Behavior)

พฤติกรรมสื่อสาร หมายถึง การกระทำ หรือ การแสดงออก ซึ่งสัญลักษณ์ที่มีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นการสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิดทัศนคติ ตลอดจน ประสบการณ์ เพื่อวัตถุประสงค์หลักคือความเข้าใจร่วมกัน

ลักษณะพื้นฐานของพฤติกรรมสื่อสาร

1. พฤติกรรมสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการ

กล่าวคือ การแสดงออกซึ่งการติดต่อสื่อความหมายของมนุษย์ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่มีจุดเริ่มต้นและสิ้นสุด ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างสลับสับเปลี่ยนบทบาทไปมาโดยอัตโนมัติ ต่างฝ่ายต่างแสดงปฏิกิริยาตอบสนองระหว่างกันและกัน จนกระทั่งเกิดความเข้าใจร่วมกัน ดังนั้นกระบวนการแห่งพฤติกรรมสื่อสารจึงเกิดเป็นวงจรต่อเนื่องกันตลอดเวลา จนบางครั้งเราอาจไม่รู้ตัวว่าตนเองกำลังกระทำกิจกรรมด้านการสื่อสารอยู่

2. พฤติกรรมสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา กระบวนการทางสังคม และ กระบวนการทางวัฒนธรรม

การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งกิจกรรมด้านการติดต่อสัมพันธ์ของมนุษย์ เป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ยากต่อการคาดหมายและวิเคราะห์ ปฏิสัมพันธ์ในการติดต่อระหว่างมนุษย์ ไม่ได้เกิดจากพฤติกรรมการตีความหมายเฉพาะเนื้อหาสาระของสารซึ่งเป็นตัวกระตุ้นเท่านั้น แต่ผู้ร่วมกระทำการสื่อสารจะสร้างหรือกำหนดความหมายไปตามลักษณะปัจจัยด้านจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นภายในตัวบุคคล ได้แก่ ความทรงจำ ความหวัง หักคินคติ ความกลัว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแรงกระตุ้นจากปัจจัยภายนอกตัวบุคคล อันได้แก่ กรอบแห่งการดำรงชีวิตในสังคม ซึ่งหมายถึงปทัสถาน จารีตประเพณี จรรยาบรรณ กฎหมาย วัฒนธรรม เป็นต้น ปัจจัยภายในและภายนอกบุคคลเหล่านี้ เป็นตัวกระตุ้นให้การแสดงพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เป็นไปตามกรอบแห่งการเรียนรู้ การรับรู้อารมณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี และ วัฒนธรรม ฯลฯ ทำให้ผลตอบสนองของพฤติกรรมการสื่อสารเป็นไปตามลักษณะเฉพาะตัวบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มสังคม ตัวอย่างเช่น บางคนมีบุคลิกลักษณะพร้อมที่จะเปิดตัวในการติดต่อสื่อสาร ยอมรับข่าวสาร ความรู้ แนวคิดใหม่ ได้อย่างรวดเร็ว แต่ในทางตรงข้าม บางคนอาจมีลักษณะเฉื่อยชาต่อการติดต่อสื่อสาร ไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะแนวคิดใหม่ที่ขัดต่อความเชื่อค่านิยมที่มีอยู่ดั้งเดิม บางครั้งพฤติกรรมการสื่อสารจึงมีผลตอบสนองไปในทางที่ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของผู้กระทำการสื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย เป็นเหตุให้การสื่อสารล้มเหลว ทั้งนี้เนื่องจากผู้ร่วมทำการสื่อสารไม่มีกรอบอ้างอิงและประสบการณ์ร่วมกัน

3. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ระบบการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารจะเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมภายนอก ระบบการสื่อสาร ซึ่งประกอบด้วย สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเมือง เศรษฐกิจ ฯลฯ ดังนั้นพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นกับปัจจัยและความผันแปรของปัจจัยสภาพแวดล้อมหรือสภาพการณ์ภายนอก ระบบการสื่อสารด้วยส่วนหนึ่ง ปัจจัยดังกล่าว อาทิเช่น เวลา โอกาส ระยะทาง การเงิน ฯลฯ จึงมีส่วนสำคัญยิ่งต่อการส่งเสริมหรือสะกิดกันการติดต่อสื่อสาร

4. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณและจากการเรียนรู้ทางสังคม

กล่าวคือ เป็นธรรมชาติของมนุษย์ทุกคน ที่มีสัญชาตญาณที่ต้องการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารนับแต่ลืมตาดูโลก เด็กทารกส่งเสียงร้องเพื่อบอกกล่าวบางอย่าง เช่น หิว ง่วงนอน เป็นต้น เมื่อโตขึ้นก็เริ่มเรียนรู้จุดจำแบบอย่างการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมการ

สื่อสารจากแม่แบบทางสังคม เริ่มจากบุคคลใกล้ชิด เช่น พ่อแม่ ครู เพื่อน อาจกล่าวได้ว่า โครงสร้างและส่วนประกอบของระบบสังคม ต่างมีส่วนในการเตรียมและกำหนดรูปแบบ แห่งพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร เพื่อให้สมาชิกในสังคมได้เรียนรู้และถือเป็นแนวปฏิบัติ สืบทอด กันไป เช่น การไหว้เพื่อแสดงความเคารพ ทักทาย หรือ ขอบคุณ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารและกระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสาร

● พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมปฏิบัติการ (Consummatory Behavior) และ พฤติกรรมอุปกรณ (Instrumental Behavior) โดยพฤติกรรมปฏิบัติการ เป็นปฏิกิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสื่อสารในทันทีที่มีสิ่งเร้า (Stimulus) หรือมีข่าวสาร (Message) มากกระตุ้น ผู้รับปฏิกิริยาอาจสังเกตได้หรือไม่ได้ แต่จะสิ้นสุดลงทันทีที่สิ่งเร้านั้นหมดแรงกระตุ้น หรือเมื่อยุติการให้ข่าวสาร เช่น เมื่อผู้รับสารอ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ แล้ว เกิดอารมณ์คล้อยตามและคิดสร้างภาพตามไป แต่เมื่อเลิกอ่าน เลิกฟัง หรือ เลิกชมแล้ว อารมณ์ปฏิกิริยาต่าง ๆ ก็ยุติลงเพียงเท่านั้น ปฏิกริยานี้เป็นพฤติกรรมกรรมการปฏิบัติการ และข่าวสารที่ผู้รับสารได้รับจากพฤติกรรมปฏิบัติการ เรียกว่า ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันที ในเชิงการบริโภค (Immediate Consummatory Gratifications)

ส่วนพฤติกรรมอุปกรณเป็นปฏิกิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับพฤติกรรมปฏิบัติการ แต่ต่างกันตรงที่พฤติกรรมอุปกรณนั้น ปฏิกริยาที่เกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดแรงกระตุ้น และ พฤติกรรม อย่างอื่น เช่น เมื่อผู้รับสารเปิดรับสารไปแล้ว อาจนำไปวิพากษ์วิจารณ์ต่อ เล่าให้ผู้อื่นฟัง แนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือ นำมาใช้เป็นหลักความคิดของตน เป็นต้น ปฏิกริยาเช่นนี้ถือว่าเป็นพฤติกรรมอุปกรณ และข่าวสารที่ผู้รับสารได้รับจากพฤติกรรมนี้ เรียกว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือ ในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด ตลอดจนการแก้ปัญหาต่าง ๆ (Instrumental Utility)

การที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและข่าวสารซึ่งอาจเหมือนหรือต่าง ไปจากผู้อื่นนั้น เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (Merrell & Lowenstein, 1971 อ้างถึงใน ขวรัตน์ เชิดชัย, 2527) กล่าวว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา เป็นเหตุผลจากจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราชอบไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง แต่ชอบที่จะรวมกลุ่มกับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวย เมื่อไม่สามารถติดต่อสังสรรค์

กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การใช้สื่อต่าง ๆ ซึ่งบางคนอาจพอใจที่ได้อยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแท้แห่งที่ไม่สร้างความกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. **ความอยากหรืออยากเห็น** พื้นฐานของมนุษย์จะมีความอยากหรืออยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวไปมากที่สุดไปจนถึงสิ่งที่ไกลตัวมากที่สุด ไม่ใช่เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้ง ผลที่เกิดขึ้นกับผู้อื่น เป็นต้น

3. **ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง** มนุษย์จะต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี รวมทั้งเพื่อความสนุกสนานบันเทิง นอกจากนี้ประโยชน์ใช้สอยแล้ว มนุษย์ยังมีการแสวงหาข่าวสารที่มาสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่ก่อน เป็นข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีจิตใจที่มีอยู่ก่อน และไม่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน

4. **ลักษณะเฉพาะ** สื่อแต่ละสื่อจะมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและใช้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ผู้รับข่าวสารย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อ ที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

อย่างไรก็ดี การที่บุคคลจะรับข่าวสารใด จากสื่อใดหรือไม่นั้น จะขึ้นอยู่กับทางเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารเป็นสำคัญ

● กระบวนการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

การที่ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน จึงมีความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสารต่างกัน Schramm (1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. **ประสบการณ์** เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุประสงค์ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน
2. **การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร** เนื่องจากผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารมีประโยชน์แตกต่างกัน จึงก่อให้เกิดพัฒนาการ ปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลนั้น ทั้งการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคน จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล
6. บุคลิกภาพ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และ พฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคน เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับสาร
8. ทัศนคติ ถือเป็นตัวแปรที่กำหนดการรับและการตอบสนองต่อข่าวสาร หรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ ทัศนคติของผู้รับสาร เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารก็จะแตกต่างกันไปด้วย

การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงด้วย นอกจากนี้ การที่บุคคลใดตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย ซึ่งผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2532 : 637-639)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ทฤษฎีการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีผู้ศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางและพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ที่เสนอโดย Festinger (1975) ว่า บุคคลมักแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุน ทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน นอกจากนี้ทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความต้องการ ซึ่งอาจจะเป็นการแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการนำมาใช้แก้ปัญหา ตลอดจนปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และ

ลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

2. **การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)** เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันไม่ตรงกัน ขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น
3. **กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention)** เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาของสารในส่วนที่ต้องการจำให้เป็นประสบการณ์ และมักลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่าย

การเลือกรับข่าวสารของบุคคล อาจเลือกใช้สื่อเดียวหรือหลายสื่อ ซึ่งแล้วแต่เหตุผลในการเลือกใช้สื่อของบุคคลนั้น โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังนี้ (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2530)

1. **เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability)** ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนัก มักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อที่ไม่ต้องให้ความพยายามมากนัก
2. **เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency)** กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และ ทัศนคติของตน
3. **เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience)** ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้อย่างหลากหลาย ดังนั้นแต่ละคนจึงมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันไปตามแต่ที่ตนสะดวก
4. **เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness)** ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในคนที่มีอายุมาก
5. **ลักษณะเฉพาะของสื่อ** อันเป็นลักษณะเด่นของสื่อแต่ละประเภท เช่น คนเปิดรับโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่รับได้ทั้งภาพและเสียง จะให้ความรู้สึกเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์นั้น

การเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารนี้ มีความสอดคล้องกับความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร ได้แก่ ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตน (Utilization) ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อ และ ทัศนคติของผู้รับสาร (Consistency) ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) และความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์

การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification)

เป็นแนวคิดของ คาทซ์ (Katz, 1959) ที่มีความคิดว่า การศึกษาเรื่องของสื่อควรให้ความสำคัญกับเรื่องของ "การใช้" สื่อของบุคคล แทนที่จะศึกษาเกี่ยวกับ "ผล" (effect) ของสื่อที่มีต่อบุคคล โดย คาทซ์ ได้ชี้ให้เห็นว่าสื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และการใช้สื่อนั้นก็สืบเนื่องมาจากเหตุผลทางจิตวิทยาและความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคลนั้น

คาทซ์ และ คณะ ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 ประการ มารวมเข้าด้วยกันเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ องค์ประกอบนี้ได้แก่

1. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น
 - ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - ต้องการให้ลดน้อยลง
 - ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก
 - การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และ สถานภาพ
 - การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอก ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - ตนเอง
 - ครอบครัว
 - เพื่อนฝูง
 - สังคม รัฐบาล
 - ชนบประเพณี วัฒนธรรม
 - โลก
 - สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้ คาทซ์ และ คณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นจำนวนหนึ่ง เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคล ซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (Gratifications) และได้นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคลเหล่านี้

มาตราวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับ คือ ความต้องการในแง่ที่ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก และ (4) ไม่สำคัญเลย

ต่อมา คาร์ท และ คณะ (1974) ได้วางแบบแผนของการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าวโดยสรุปไว้ดังนี้

การศึกษาการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาพของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร ซึ่งการคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

แบบจำลองที่ คาร์ท และ คณะ (1974) พยายามสร้างขึ้นนี้ อาจอธิบายได้ดังนี้ คือ สภาพของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะให้ความพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป โดยความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันด้วย แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ เขียนออกมาเป็นแผนภาพได้ดังนี้



คาร์ท , บลูมเลอร์ และ เกอริวิทซ์ (1974) ได้สรุปข้อตกลงพื้นฐานของทฤษฎีการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจไว้ 5 ประการคือ

1. ผู้รับสารมีลักษณะเป็นผู้กระทำ การใช้สื่อส่วนใหญ่ทำไปโดยมีจุดหมาย แม้ว่าสภาพแวดล้อมหรือโอกาสอาจมีส่วนให้เกิดการใช้สื่อ แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าการใช้สื่อที่นั้นมักจะต้องมีการหวังผลเสมอ แต่จะคาดหวังให้มากหรือน้อยเท่านั้น
2. ยึดถือผู้รับสารเป็นหลัก กล่าวคือ มองว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่ออย่างไร โดยมีเจตนาารมณ์อย่างไร ไม่ใช่มองว่าสื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติ และ พฤติกรรมของผู้รับสารแต่ฝ่ายเดียว

3. เป็นการมองอย่างเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจที่สามารถหาได้จากสื่อ กับแหล่งอื่น ๆ ดังนั้นเมื่อศึกษาจึงต้องเปรียบเทียบถึงวิธีสำรวจอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการด้วย
4. อาจกล่าวได้ว่า บุคคลสามารถอธิบายถึงความสนใจหรือแรงจูงใจของตนเองในเรื่องต่าง ๆ ได้
5. ต้องพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องและความแตกต่างระหว่างทฤษฎีกับ popular culture หรือ แบบอย่างในการดำรงชีวิตของหมู่คณะ หรือคนส่วนใหญ่ในสังคม

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของ เว็นเนอร์ (Wenner, 1985) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) เว็นเนอร์ ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. *Orientalional Gratifications* หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา เช่น การติดตามข่าวสาร เป็นต้น
2. *Social Gratifications* เป็นการให้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับได้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อตัดสินใจ เป็นต้น
3. *Para-Social Gratifications* หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น
4. *Para - Orientalional Gratifications* หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

การสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการสื่อสารที่รวมถึงการสื่อสารวจนภาษาและอวจนภาษา (verbal & non-verbal) ระหว่างคน 2 คนหรือมากกว่า 2 คน (Watson and Hill 1985) อันเป็นกระบวนการของการติดต่อสื่อสารหรือการแสดงปฏิกริยาโต้ตอบ (Reciprocal interaction) โดยที่มีระยะห่างทางกายภาพพอที่จะใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า และปฏิกริยาตอบสนองแบบปัจจุบันทันที

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่สำคัญมี 6 ประการ (DeVito 1986 : 14-15)

ดังนี้

1. **การค้นพบตนเอง (To Discover Oneself)** เมื่อเราทำการสื่อสารระหว่างบุคคล จะช่วยให้เราเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและคนอื่นด้วย การรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (self-perceptions) ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการที่เราเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองจากการสื่อสารกับคนอื่น การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเปิดโอกาสให้เราได้พูดเกี่ยวกับสิ่งที่เราชอบ ความรู้สึก ความคิด และ พฤติกรรมของเรา
2. **การค้นพบโลกภายนอก (To Discover the External World)** การสื่อสารระหว่างบุคคล ทำให้เราเข้าใจโลกภายนอกได้ดีขึ้น ทั้งในด้านวัตถุ เหตุการณ์ ผู้คน ถึงแม้ว่าข่าวสารจำนวนมากจะมาถึงเราจากแหล่งของสื่อมวลชน แต่บ่อยครั้งที่เรามักจะอภิปรายและเรียนรู้ในท้ายสุด ผ่านทางปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
3. **การสร้างและดำรงความสัมพันธ์อันดี (To Establish and Maintain Meaningful Relationships)** ความปรารถนาที่สำคัญอันหนึ่งของคนเราก็คือ การสร้างและดำรงความสัมพันธ์อันใกล้ชิดกับคนอื่น เราใช้เวลาจำนวนมากในการสื่อสารระหว่างบุคคล ก็เพื่อการสร้างและดำรงความสัมพันธ์ทางสังคมกับคนอื่น ซึ่งความสัมพันธ์นี้ จะช่วยลดความเครียด ลดความเหงาและความหดหู ช่วยให้เรามีความสุขมากขึ้น และทำให้เรามีความรู้สึกในแง่ดีกับตัวเรา
4. **เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (To Change Attitude and Behavior)** บ่อยครั้งที่เราใช้ความพยายามในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของคนอื่นผ่านทาง การสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งผลของการศึกษาและวิจัยเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการสื่อสารระหว่างบุคคล กับ การสื่อสารมวลชน พบว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลจะมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเหนือกว่าการสื่อสารมวลชน (Roger, 1971)
5. **เพื่อการเล่นและความบันเทิง (To Play and Entertain)** การพูดคุยกับเพื่อนฝูงเพื่อฆ่าเวลา การวิจารณ์หนัง เล่านิยายเรื่องตลก เหล่านี้ล้วนเป็นการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการเล่นและความบันเทิง
6. **เพื่อการช่วยเหลือ (To Help)** เราสามารถใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการช่วยเหลือ การรักษาทางใจ เช่น การพูดแนะแนวนักเรียน นักศึกษา การพูดปลอบใจเพื่อนที่มีความทุกข์ ซึ่งเป็นการใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อการช่วยเหลือแบบไม่ใช่วิชาชีพ นอกจากนี้ยังมีการใช้แบบเป็นวิชาชีพด้วย ได้แก่ นักจิตวิทยาที่ใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลในการรักษาโรคทางจิต เป็นต้น

วัตถุประสงค์เหล่านี้เราอาจไม่ทราบหรือไม่ได้ตั้งใจ ในขณะที่ทำการสื่อสารระหว่างบุคคลอยู่ก็ได้ แต่ถ้าหากพิจารณาเป้าหมายหลักโดยทั่วไปของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบที่ตั้งใจหรือแบบมีการวางแผนมาล่วงหน้า มี 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงหรือเพื่อขอข้อมูล เช่น การซักถาม
2. เพื่อบอกหรือแจ้งให้ทราบหรือให้นำไปปฏิบัติ เช่น การสั่งงาน
3. เพื่อชักชวนหรือโน้มน้าวใจ เช่น การเจรจาต่อรองทางธุรกิจ
4. เพื่อให้ความเพลิดเพลินหรือความสบายใจ เช่น การระบายความคับข้องใจ การปรึกษาหารือเกี่ยวกับปัญหา

ตามทฤษฎี FIRQ (Functional Interpersonal Relationship Orientation) ของ วิลเลียม ไชร์ (William Schutz) กล่าวว่า คนเราสื่อสารกับผู้อื่น ก็เพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 3 ประการ คือ ความต้องการที่จะให้บุคคลยอมรับเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (inclusion) ความต้องการที่จะได้รับความรักและความรู้สึกจากผู้อื่น (affection) และ ความต้องการที่จะมีอิทธิพลบางอย่างเหนือผู้อื่น (control)

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันที มักจะให้ประโยชน์ในแง่ที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงมากกว่าการสื่อสารมวลชน โดย ลาซาร์เฟลด์และเมนเซล (Lazarsfeld and Menzel, 1968) ได้ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพกว่า

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกกับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว้างกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล มักจะมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

ความเครียด พฤติกรรมการเผชิญความเครียด และ การสนับสนุนทางสังคม

● ความเครียด (Stress)

ความหมายของความเครียด

ความเครียดเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อสุขภาพมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านสุขภาพจิต ตามแนวคิดของ เซลเย (Selye, 1986) จิตแพทย์ผู้ได้ชื่อว่าเป็นบิดาของการศึกษาเรื่องความเครียด กล่าวว่า ความเครียด คือ กลุ่มอาการที่แสดงถึงปฏิกิริยาตอบสนองของสิ่งที่มาคุกคาม ซึ่งอาจจะออกมาในรูปของการตอบสนองทางอารมณ์ เช่น เศร้า โกรธ กระสับกระส่าย คับข้องใจ ในรูปปฏิกิริยาทางพฤติกรรม เช่น การทำงานเปลี่ยนแปลงไป ขาดสมาธิ หลงลืม ทำงานได้น้อยลง ในรูปของการเปลี่ยนแปลงด้านสรีระซึ่งอาจนำไปสู่อาการต่าง ๆ เช่น ปวดศีรษะ ปวดหลัง ความดันโลหิตสูง และสุดท้ายคือ การตอบสนองในระดับความคิด เช่น ขาดความภูมิใจในตัวเอง นำไปสู่ความรู้สึกหมดหวัง เกิดเป็นความซึมเศร้าอย่างรุนแรงจนต้องเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล หรืออาจถึงกับฆ่าตัวตายได้

ลาซารัส (Lazarus, 1983) กล่าวไว้ว่า ก่อนที่จะเข้าใจถึงความหมายของความเครียด จะต้องเข้าใจก่อนว่าสภาวะซึ่งคน ๆ หนึ่งมองว่าเป็นสิ่งที่มาคุกคาม ไม่จำเป็นจะต้องมีความเครียดเสมอไป ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล ดังนั้น ความเครียดจึงเกี่ยวข้องกับระหว่างสภาวะนั้น ๆ กับการตัดสินใจ รับรู้ ซึ่งหมายความว่าสิ่งที่มาคุกคามนั้นเป็นความเครียดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจ ในคนที่รู้สึกว่าสามารถเผชิญและจัดการกับสภาวะนั้น ๆ ได้ไม่ถือว่าเป็นความเครียด แต่ในคนที่ไม่สามารถเผชิญกับสภาวะนั้นได้ ก็จะทำให้เกิดความเครียดขึ้น

นอกจากนี้ยังอธิบายว่า ความเครียดเป็นการรวมทั้ง 3 ด้านด้วยกัน คือ ด้านร่างกาย จิตใจ และ สังคม เกิดจากสิ่งแวดล้อมหรือความต้องการภายในของตน ความเครียดเป็นเสมือนสิ่งเร้าที่ไม่พอดีกับการตอบสนอง และความเครียดเป็นการตอบสนองภายในต่อเหตุการณ์ภายนอกซึ่งพยายามที่จะแก้ไขอย่างดีที่สุด แต่ขาดความสมดุลกัน ดังนั้นความเครียดจึงเป็นปฏิกิริยาระหว่างตนกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งตีความว่าเป็นสิ่งที่มาคุกคาม เป็นอันตรายหรือสิ่งที่มาทำร้าย

สำหรับ ซิลเวอร์แมน (Silverman, 1988) ได้กล่าวถึงความหมายของความเครียดว่า เป็นการตอบสนองภายในของแต่ละบุคคล ที่มีต่อความกดดันที่รู้สึกว่ามีมากเกินไปจนเกินความสามารถของบุคคลที่จะปรับตัวได้ เรียกว่าเกิด "ภาวะของความเครียด"

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า ความเครียด หมายถึง สาเหตุใด ๆ ที่รบกวนให้เกิดความเครียดขึ้นกับบุคคล และทำให้กลไกปรับตัวต่อสู้ของร่างกายต้องทำงานเพื่อขจัดความเครียดนั้น

สาเหตุของความเครียด

ฟาร์เมอร์ (Farmer) ได้แบ่งสาเหตุของความเครียดไว้ดังนี้

1. สาเหตุจากบุคคล (Personal Source) เป็นสาเหตุที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของบุคคล ได้แก่ โครงสร้างบุคลิกภาพ ประสบการณ์ในชีวิต สุขภาพ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในลักษณะของแต่ละบุคคล
2. สาเหตุจากการเงิน (Financial Source) เป็นสาเหตุที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ เช่น สถานภาพทางการเงิน รายได้
3. สาเหตุจากสัมพันธภาพ (Relational Source) หมายถึงสาเหตุที่เป็นผลจากการปะทะสังสรรค์กับคนอื่น ได้แก่ ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น
4. สาเหตุจากอาชีพการงาน (Occupational Source) เป็นสาเหตุที่สัมพันธ์กับประสบการณ์ทำงาน และการดำเนินชีวิต

แองเจิล (George L. Angel, 1987) ได้สรุปสาเหตุด้านจิตใจที่ก่อให้เกิดความเครียดไว้ 3 ประการคือ

1. การสูญเสียหรือเกรงว่าจะสูญเสียสิ่งที่มีค่า สิ่งที่รัก สิ่งที่มีความสำคัญต่อตนเอง ได้แก่ การสูญเสียหรือเกรงว่าจะสูญเสียบทบาทในสังคม การไม่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น
2. การได้รับอันตรายหรือเกรงว่าจะได้รับอันตราย เช่น การที่จะต้องอยู่ในสภาพการใหม่ การพลัดพรากจากบุคคลใกล้ชิด การพบกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างกะทันหัน โดยไม่คาดคิด
3. ความคับข้องใจ เมื่อบุคคลไม่ได้รับการตอบสนองด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และ สังคม ก็ จะเกิดความคับข้องใจ และความขัดแย้งขึ้น สาเหตุของความคับข้องใจมี 5 ประการ คือ
 - ความล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมที่เน้นเรื่องการตรงต่อเวลา
 - การสูญเสีย เช่น การตายของบุคคลที่รัก สูญเสียความเป็นเพื่อนเมื่อออกจากโรงเรียน ความสูญเสียทำให้เกิดความโศกเศร้าและคับข้องใจด้วย เพราะทำให้รู้สึกท้อแท้
 - ขาดคุณสมบัติ เช่น ความสามารถและความมีเสน่ห์ ที่มนุษย์มีความเชื่อว่าจำเป็นต่อสถานะและคุณค่าของตน
 - ความล้มเหลว มนุษย์จะคับข้องใจมาก ถ้ารู้สึกว่าตนมีส่วนต่อความล้มเหลวนั้น
 - ความไม่มีความหมายของชีวิต ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานอย่างหนึ่งของมนุษย์

● พฤติกรรมเผชิญความเครียด (Coping Behavior)

เมื่อความเครียดเกิดขึ้นกับบุคคลใด จะทำให้ร่างกายของคนนั้นพยายามปรับตัวเข้าสู่ภาวะสมดุล ถ้าร่างกายใช้พฤติกรรมหรือกลไกการเผชิญความเครียดได้อย่างถูกต้องเหมาะสม ก็จะทำให้เกิดการปรับตัวที่ปกติ แต่ถ้าการปรับตัวล้มเหลวหรือไม่ถูกต้อง จะทำให้เกิดความผิดปกติทั้งร่างกายและจิตใจได้ ทั้งนี้เพราะเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปแล้วว่า ไม่สามารถแยกจิตใจออกจากร่างกายได้โดยเด็ดขาด เนื่องจากคนประกอบขึ้นด้วยร่างกาย จิตใจ และ สังคม ดังนั้นเมื่อเผชิญความเครียด นอกจากต้องมีการปรับตัวด้านร่างกายตามที่กล่าวมาแล้ว ยังต้องมีการปรับตัวด้านจิตใจ และ สังคมร่วมด้วยเสมอ ซึ่งจะออกมาในรูปของอารมณ์ ความรู้สึก และการแสดงออกต่าง ๆ ซึ่งก็คือ พฤติกรรมเผชิญความเครียดนั่นเอง

พฤติกรรมเผชิญความเครียด (Coping Behavior) เป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลพยายามระงับ แบ่งเบา หรือ ขจัดความเครียดหรือสิ่งที่มาคุกคาม ซึ่งอาจจะประกอบด้วยพฤติกรรมที่เปิดเผยหรือแอบแฝงก็ได้

ลาซารัส (Lazarus, 1989) มีความเห็นว่า รูปแบบกระบวนการเผชิญความเครียด ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1. **การแก้ปัญหา (Problem oriented coping strategies)** เป็นวิธีการเผชิญความเครียดด้วยการแก้ไขปัญหา หรือสถานการณ์ที่ก่อให้เกิดความตึงเครียด จะเกี่ยวข้องกับการคิดพิจารณาหาแนวทางแก้ไขสภาวะที่สร้างความยุ่งยากให้ลุล่วงไป
2. **การควบคุมอารมณ์ (Affective-oriented coping strategies)** เป็นวิธีการที่จะพยายามรักษาภาวะสมดุลภายในจิตใจไว้ โดยการกระทำ การพูด เพื่อให้ตนเองรู้สึกดีขึ้น แต่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงภาวะนั้น ๆ

โดยปกติ คนทั่วไปจะใช้วิธีการเผชิญความเครียดร่วมกันทั้ง 2 ส่วน นอกจากนี้ เมื่อบุคคลเผชิญกับความเครียด ส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพที่เรียกว่า "Ego" หรือ "Self-system" จะเป็นตัวควบคุมแบบแผนของพฤติกรรมเผชิญความเครียดของบุคคลด้วย โดยอาจเป็นไปแบบอัตโนมัติ หรือแบบตั้งใจก็ได้ แบบแผนของพฤติกรรมเผชิญความเครียด แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. **แบบแผนที่เหมาะสม** เป็นแบบแผนที่ใช้แล้วให้ผลดีแก่ตนเอง เช่น เล่นดนตรี กีฬา
2. **แบบแผนที่ไม่เหมาะสม** เป็นแบบแผนที่ไม่เกิดผลดีแก่ตนเอง เช่น ดื่มสุรา โทษผู้อื่น

พฤติกรรมเผชิญความเครียดนั้นกำเนิดมาจากแหล่งกำเนิดภายในและภายนอกของบุคคล ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า แหล่งกำเนิดของพฤติกรรมเผชิญความเครียดทั้งสองนี้ อาศัยการสื่อสารเป็นสำคัญ สำหรับแหล่งภายในของบุคคลนั้น จะเกิดจากที่บุคคลเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งที่มาคุกคาม โดยอาศัยความสามารถ ความพยายามของตน เช่น การพึ่งตนเอง การใช้อารมณ์ขัน การเรียนรู้ที่จะแก้ไขและควบคุมความเครียด ซึ่งบุคคลนั้น ๆ จะต้องมีการรับรู้เกี่ยวกับตนเองที่ดีพอ ส่วนแหล่งภายนอกบุคคลได้จาก การใช้ความรู้จากแหล่งให้บริการ จากบุคคลที่มีปัญหาคล้ายคลึงกัน ตลอดจน การช่วยเหลือ สนับสนุนจากสังคมในด้านต่าง ๆ

- การสนับสนุนทางสังคม (Social Support)

แนวคิดเรื่องการสนับสนุนทางสังคม ได้รับการสนใจอย่างมากในทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ โดยมีการศึกษาถึงผลของการสนับสนุนทางสังคมต่อมนุษย์ไว้หลายประเด็น ผลการศึกษาต่าง ๆ ให้การยอมรับว่า การสนับสนุนทางสังคมอย่างเพียงพอ จะช่วยลดความเครียด ช่วยปรับปรุงตัวได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และนำไปสู่การมีพฤติกรรมที่ดีของบุคคลด้วย

มีผู้ให้ความหมายของการสนับสนุนทางสังคมไว้หลายรูปแบบแตกต่างกัน

คาห์น (Kahn, 1979) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคม เป็นปฏิสัมพันธ์อย่างมีจุดหมายระหว่างบุคคลหนึ่งไปอีกบุคคลหนึ่ง มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน สิ่งเหล่านี้อาจเกิดเพียงอย่างเดียวหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งอย่าง

ฮับบาร์ด มูเลนแคมป์ และ บราวน์ (Hubbard Muhlenkamp and Brown 1984) ได้สรุปว่า การสนับสนุนทางสังคม เป็นโครงสร้างหลายมิติ ซึ่งประกอบด้วย การติดต่อสื่อสารในแง่ดี ทำให้มีความรู้สึกผูกพัน มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน โดยคำนึงถึงแหล่งที่มาด้วย

บุญเยี่ยม ตระกูลวงษ์ (2528) ได้ให้ความหมายของการสนับสนุนทางสังคมว่า แรงสนับสนุนทางสังคม หมายถึง สิ่งที่ได้รับแรงสนับสนุนได้รับการช่วยเหลือด้านข้อมูล ข่าวสาร วัสดุสิ่งของ หรือ การสนับสนุนทางด้านจิตใจจากผู้ให้การสนับสนุน ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือกลุ่ม แล้วมีผลทำให้ผู้รับนำไปปฏิบัติในทิศทางที่ผู้รับต้องการ ซึ่งหมายถึงการมีสุขภาพอนามัยที่ดี

หลักการของการสนับสนุนทางสังคม

หลักการสำคัญของการสนับสนุนทางสังคม ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญดังนี้

1. จะต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่าง "ผู้ให้" และ "ผู้รับ" การสนับสนุน
2. ลักษณะของการติดต่อสื่อสารนั้น จะต้องประกอบด้วย
 - 2.1 ข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะที่ผู้รับเชื่อว่ามี ความสนใจ เอาใจใส่ และ มีความรัก ความหวังดีต่อตนอย่างจริงใจ
 - 2.2 ข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะที่ผู้รับเชื่อว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม และมีประโยชน์แก่สังคม
 - 2.3 ข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะที่ผู้รับรู้สึกว่ามีคุณค่า และเป็นที่ยอมรับในสังคม
3. ปัจจัยนำเข้าของการสนับสนุนทางสังคมอาจอยู่ในรูปของข้อมูล ข่าวสาร วัสดุสิ่งของ หรือ ด้านจิตใจ
4. จะต้องช่วยให้ผู้รับได้บรรลุถึงจุดหมายที่เขาต้องการ

ชนิดของการสนับสนุนทางสังคม

ชนิดของการสนับสนุนทางสังคม นับเป็นมิติหนึ่งของการสนับสนุนทางสังคม ซึ่งมีผู้แบ่งใช้แตกต่างกันออกไป

บราวน์ (Brown, 1986) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของการสนับสนุนทางสังคมว่า การสนับสนุนทางสังคมมี 4 ชนิด ได้แก่

1. การสนับสนุนทางอารมณ์ (Emotional Support) หมายถึง การให้การยกย่อง ความไว้ใจ ความรัก ความจริงใจ ความเอาใจใส่ และ ความรู้สึกเห็นใจ
2. การสนับสนุนทางด้านการประเมิน (Appraisal Support) เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเรียนรู้ตนเอง หรือ ข้อมูลที่นำไปใช้ประเมินตนเอง ในการรับรองทำให้เกิดความมั่นใจ และนำไปเปรียบเทียบตนเองกับผู้อยู่ร่วมในสังคม ตลอดจนการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น
3. การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Support) หมายถึง การได้รับคำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ทิศทาง และ เป็นข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ในการแก้ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ได้
4. การสนับสนุนด้านวัสดุสิ่งของ การเงิน และ แรงงาน (Instrument Support) หมายถึง การช่วยเหลือโดยตรงต่อความจำเป็นของคนในเรื่องวัสดุสิ่งของ เงิน แรงงาน

ในขณะที่ ทอยส์ (Thoits, 1982) ได้อธิบายถึงการสนับสนุนทางสังคมไว้ว่า เป็นระดับของความต้องการพื้นฐานทางสังคม (Basic social needs) ของบุคคล ซึ่งเกิดจากการติดต่อกับสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในกลุ่มสังคม และได้แบ่งการสนับสนุนตามลักษณะของความจำเป็นพื้นฐานทางสังคมไว้ 5 ชนิด คือ

1. การสนับสนุนด้านอารมณ์ (Emotional Support) หมายถึง ข้อมูลที่ทำให้บุคคลเชื่อว่า เขาได้รับความรัก และการดูแลเอาใจใส่ ซึ่งมักจะได้รับความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด และมีความผูกพันลึกซึ่งต่อกัน
2. การสนับสนุนทางด้านการยอมรับและเห็นคุณค่า (Esteem Support) หมายถึง ความรู้สึกที่บอกให้ทราบว่า บุคคลนั้นมีคุณค่า บุคคลอื่นยอมรับและเห็นคุณค่านั้นด้วย
3. การสนับสนุนด้านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Socially Support or Network) หมายถึง การแสดงออกที่บอกให้ทราบว่า บุคคลนั้นเป็นสมาชิกหรือส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคม และมีความผูกพันซึ่งกันและกัน
4. การสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Support) เป็นการให้คำแนะนำในการแก้ไขปัญหา หรือ การให้ข้อมูลป้อนกลับเกี่ยวกับพฤติกรรมและการกระทำของบุคคล
5. การสนับสนุนด้านสิ่งของ (Tangible Support) เป็นการให้ความช่วยเหลือในด้านสิ่งของ เงินทอง หรือ บริการ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหาด้านสุขภาพจิตของวัยรุ่น เยาวชน อยู่มาก ที่ชี้ให้เห็นว่าวัยรุ่นจะมีปัญหาทางด้านสุขภาพจิต ซึ่งความเครียด วิตกกังวล ในเรื่องต่าง ๆ นั้นเอง เป็นสาเหตุที่สามารถนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิตในที่สุด

สาวโรจ คำรัตน์ (2522) ได้ทำวิจัยเรื่อง "สุขภาพจิตของผู้ที่อยู่ในวัยเรียน" พบว่า ผู้ที่อยู่ในวัยเรียนร้อยละ 35 มีแนวโน้มเป็นคนมีอารมณ์อ่อนไหวง่าย คิดมาก มีความวิตกกังวลสูง เมื่อมีปัญหาสะท้อนอารมณ์มีความไม่เอียงที่จะเป็นโรคประสาทได้ง่าย ปัญหาภายในบ้านที่ไม่สบายใจมากที่สุดคือ ปัญหาการเงิน รองลงมาคือ ปัญหาที่บิดามารดาไม่เข้าใจซึ่งกันและกัน เรื่องที่ทำให้มีความวิตกมาก ได้แก่ เรื่องการเรียน เรื่องฐานะ

จากการสำรวจ "สภาพจิตใจของประชาชนในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ" (18-22 สิงหาคม 2540) โดย กรมสุขภาพจิต ยังพบว่าในกลุ่มอาชีพต่าง ๆ นั้น นักเรียน เป็นกลุ่มที่เสี่ยงต่อการมีความคิดฆ่าตัวตายมากที่สุดด้วย

ยุพา วิสุทธิโกศล จิรภา พรประสิทธิ์ เพลินพิศ กัลยาณสุด และ ชรัญทิพย์ โพธิ์วัดอุรรม (2525) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการป่วยทางจิตใจของนักเรียน โดยศึกษาจากนักเรียนที่มารับการตรวจรักษาในโรงพยาบาลศรีธัญญา ผลการศึกษาพบว่า นักเรียนที่ป่วยด้วยโรคทางจิตใจมีช่วงอายุระหว่าง 16-20 ปีมากที่สุด เนื่องจากในช่วงดังกล่าวเป็นช่วงวัยรุ่น ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายของตนเองมากที่สุด ทำให้มีอาการฉุนเฉียว และ ปรับตัวลำบาก นอกจากนี้ยังพบว่านักเรียนชายป่วยด้วยโรคทางจิตใจมากกว่านักเรียนหญิง เนื่องมาจากอิทธิพลของ สิ่งแวดล้อม ลักษณะนิสัย และการคบเพื่อน

กวี สุวรรณกิจ และ อัจฉรา จันทร์อมล (2520) ได้สำรวจปัญหาสุขภาพจิตในนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ชั้นปีที่ 1 จำนวน 156 คน พบว่า นักศึกษามีสุขภาพจิตดีร้อยละ 41.0 มีปัญหาสุขภาพจิตเล็กน้อย ร้อยละ 40.4 และที่มีสุขภาพจิตไม่ดี มีร้อยละ 18.6 โดยพบว่านักศึกษาหญิงมีสุขภาพจิตดีกว่านักศึกษาชาย เช่นเดียวกันกับที่ จิตรา วสุวานิช และ คณะ (2527) ซึ่งได้สำรวจสุขภาพจิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง รหัส 20 พบว่า นักศึกษาชายมีปัญหา มากกว่านักศึกษาหญิงในด้านการดำรงชีวิต และ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และ ทัศนคติ อินทนนท์ (2530) ศึกษาสุขภาพจิตและพฤติกรรมกล้าแสดงออกของวัยรุ่นที่อยู่ในสภาพแวดล้อมแตกต่างกัน พบว่า วัยรุ่นหญิงมีสุขภาพจิตดีกว่าวัยรุ่นชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

ในขณะที่ จากอบสัน ได้ศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายต่อปัญหาทางด้านจิตใจและความพยายามฆ่าตัวตาย กลับพบว่า เพศหญิงมีปัญหาจิตใจมากกว่าเพศชาย ในอัตรา 2:1 และมีความพยายามฆ่าตัวตายมากกว่าเพศชาย แต่เพศชายกลับฆ่าตัวตายสำเร็จมากกว่าเพศหญิง การศึกษาดังกล่าวยังพบว่า ภาวะซึมเศร้าของผู้ที่อยู่ในวัยต่อช่วง คือ วัยรุ่นต่อกับวัยรุ่นหนุ่มสาว และ วัยผู้ใหญ่สู่วัยชรา คือช่วงอายุ 16-24 ปี และ 60-79 ปี จะมีการฆ่าตัวตายมากกว่าวัยอื่น ๆ เนื่องจากไม่สามารถเลือกใช้วิธีการแก้ปัญหาที่เหมาะสมได้

รายงาน "การสำรวจสภาพจิตใจของประชาชนในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ" (18-22 สิงหาคม 2540) โดย กรมสุขภาพจิต ก็พบว่า เพศหญิงเสี่ยงต่อการมีความเครียดสูงกว่าเพศชาย (40.4% :

38.0%) และเพศหญิงยังมีความคิดฆ่าตัวตายสูงเป็น 1.6 เท่าของเพศชาย คือ คิดเป็นร้อยละ 5.4 และ 3.3 ตามลำดับ

ส่วนในเรื่องของการสื่อสารเมื่อเกิดความเครียดและการเผชิญความเครียดนั้น มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- *เบลล์* ได้ศึกษาเปรียบเทียบเพศ อายุ ของบุคคลต่อการเผชิญปัญหา พบว่า กลุ่มอายุที่แตกต่างกันจะเลือกใช้วิธีการเผชิญปัญหาที่แตกต่างกัน เพศชายและเพศหญิง จะเลือกใช้วิธีการเผชิญปัญหาที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน

- *ม่งศรี ศรีมรกต* ศึกษาถึงวิธีการเผชิญปัญหาและการปรับตัวด้านจิตใจในผู้ป่วยอุบัติเหตุที่รับไว้รักษาในโรงพยาบาลเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการเผชิญปัญหา ช่วงผู้ใหญ่จะมีการเผชิญปัญหามากกว่าวัยรุ่น โดยช่วงอายุ 30-35 ปี เป็นช่วงที่มีความสามารถที่จะเผชิญปัญหาได้มากกว่าช่วงอื่น ๆ ทั้งหมด นอกจากนี้ ระดับการศึกษายังเป็นปัจจัยกำหนดความสามารถในการเผชิญปัญหาด้วย โดยการศึกษาที่ศึกษาจะช่วยทำให้บุคคลตระหนักถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาได้ดีกว่า สามารถรับรู้ เข้าใจ และใช้การเรียนรู้ในอดีต ตลอดจนสามารถนำเอาพฤติกรรมที่เคยประสบความสำเร็จในการเผชิญปัญหามาแล้ว มาใช้อีกครั้ง

- จากการสำรวจ "สุขภาพจิตของประชาชนในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ทางโทรศัพท์ครั้งที่ 4" (7-11 กันยายน 2541) โดย *กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข* พบว่า เมื่อประสบกับปัญหา และมีความเครียดเกิดขึ้น บุคคลจะใช้วิธีการจัดการกับความเครียดด้วยตนเองมากที่สุด โดยบุคคลที่สามารถช่วยเหลือได้เมื่อเกิดความเครียด คือ ตนเอง และ บุคคลในครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 63.8 และ 42.6 ตามลำดับ ส่วนแหล่งที่สามารถช่วยเหลือได้เมื่อเกิดความเครียด ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยู และ หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 59.2, 32.9 และ 30.8 ตามลำดับ ในส่วนของบริการเฉพาะกิจเพื่อคลายเครียดนั้น พบว่าร้อยละ 56.9 ไม่รู้จักบริการปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์ มีเพียงร้อยละ 3.7 เท่านั้น ที่รู้จักและเคยใช้บริการปรึกษาปัญหาทางโทรศัพท์ และมีเพียงร้อยละ 11.5 ที่เคยได้รับสื่อคลายเครียดของกรมสุขภาพจิต