

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "อิทธิพลของโฆษณาสินค้าบนปกเพลงไทยสากลต่อวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร" ได้ทำการศึกษากายได้แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดด้านประชากรกับการเปิดรับสื่อ
2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางจิตวิทยาวัยรุ่น
3. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับและแสวงหาข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดด้านประชากรกับการเปิดรับสื่อ

แนวคิดด้านประชากร มีการเสนอไว้ในหลายแนวด้วยกัน แต่ในงานวิจัยนี้ เลือกพิจารณาตามแนวทางที่มีผู้รวบรวมงานค้นคว้า และวิจัยต่างประเทศ เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร โดยยุบล เบญจรงค์กิจ (2534 : 64-72) ซึ่งเสนอว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารที่แตกต่างกัน ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic variables) อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-economic Status) มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งสามารถแยกพิจารณาได้ดังนี้

#### 1. อายุและการเปิดรับสื่อ

อายุและการศึกษา มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการรับสารทางสื่อมวลชน จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนของเด็กอเมริกัน พบว่าเด็กวัยตั้งแต่ 2 ขวบ จนถึง 8 ขวบ ดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้น เมื่อวัยเพิ่มขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิด เมื่อวันเพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่แล้วเด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น รายการบันเทิง การ์ตูน และเพลงสมัยใหม่ เด็กจะเริ่มฟังวิทยุและโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งหมด และเริ่มอ่านหนังสือเอง เมื่อมีอายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์

สำหรับวัยผู้ใหญ่ นั้น การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มีมากพอกัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลงเล็กน้อย อาจเนื่องมาจากสายตาเสื่อมลงและเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์ก็กลับเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งคงเนื่องมาจากมีเวลาว่างมากขึ้น ส่วนใหญ่แล้ว การใช้สื่อมวลชนของผู้สูงอายุ เพื่อคลายความเหงา

สำหรับปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์นั้น มีลักษณะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในทำนองเดียวกัน ผู้ใหญ่ที่มีวัย 50 ปี อ่านหนังสือพิมพ์ถึง 77% แต่เมื่อถึงอายุ 65 ปี ปริมาณก็ลดลงอย่างมาก ในหมู่วัยรุ่นและหนุ่มสาว เวลาที่ให้การอ่านหนังสือพิมพ์ มีไม่สูงเท่ากับเวลาที่ให้การชมโทรทัศน์ ในยุคที่ความนิยมชมวีดีโอค่อนข้างเฟื่องฟูนี้ ตัวเลขการชมภาพยนตร์ของผู้รับสารลดลงมาก อย่างไรก็ตาม นิติสารและภาพยนตร์ ก็ยังเป็นสื่อที่วัยรุ่นสาวสนใจ และเปิดรับมากกว่าวัยอื่น เนื่องจากเป็นสื่อที่ช่วยให้ผู้รับสารในวัยรุ่น สร้างความคิดและแสวงหาแบบแผนการดำเนินชีวิต ได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น

## 2. การศึกษาและการเปิดรับสื่อมวลชน

การศึกษา มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับการเปิดรับสาร กล่าวคือ การเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและระดับของการศึกษา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับข่าว และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน และยังมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง จะเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ส่วนผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะฟังวิทยุมากกว่า นอกจากนี้ยังพบว่า ในหมู่ผู้สูงวัย ที่มีการศึกษาสูง การชมภาพยนตร์จะมีน้อยมาก กล่าวโดยสรุป คือ เมื่อคนที่มีการศึกษาในระดับสูง ต้องการจะจัดสรรเวลาในการเปิดรับสื่อให้เหมาะสม โดยลดเวลาที่ให้กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ลงมากกว่าที่จะลดเวลาที่ให้กับสื่อสิ่งพิมพ์

นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้ว ยังพบความแตกต่างเกี่ยวกับเนื้อหาที่ผู้รับสารนิยมรับจากสื่อด้วย คนที่มีการศึกษาสูงและอายุมาก นิยมเปิดรับข่าว และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะชนมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย ผลของการศึกษาวิจัยทั้งหลาย ทำให้มองเห็นค่อนข้างชัดว่า ยิ่งคนมีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจในข่าวสาร บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่มีเนื้อหาหนัก ก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น สถานีโทรทัศน์สาธารณะ (Public Television) ซึ่งเสนอรายการที่เน้นเนื้อหาเพื่อสาธารณะ รายการเพื่อการศึกษา จึงมีผู้รับสารเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย

### 3. เพศและการเปิดรับสื่อ

ผู้ชาย และผู้หญิง มีการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน ผู้หญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าผู้ชาย โดยรายการที่ผู้หญิงนิยม คือ รายการละคร ในขณะที่ผู้ชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์ผู้ชายนิยมดูรายการข่าวและกีฬา อย่างไรก็ตาม เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับสารทั้งผู้ชายและผู้หญิง ในขณะที่ชมโทรทัศน์แล้ว พบว่า การดูโทรทัศน์ของผู้ชายนั้น มักจะเกิดขึ้นในขณะที่พักผ่อน แต่สำหรับผู้หญิงแล้ว มักจะดูโทรทัศน์ไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่น ๆ ที่ต้องใช้สมาธิและพลังงานมากพอสมควร

### 4. รายได้กับการเปิดรับสื่อ

รายได้เป็นตัวแปรสำคัญ ที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status) ของบุคคล รายได้นั้นเป็นตัวแปรที่มีบทบาทใกล้เคียงกันกับตัวแปรด้านการศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉพาะแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้น มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ดังนั้น ตัวแปรทั้งสองนี้ จึงถูกมองรวมกัน ไม่ว่าเป็นฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ที่มีรายได้สูง มักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

ผู้มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ารายการโทรทัศน์ ซึ่งคนส่วนใหญ่เน้นเนื้อหาด้านความบันเทิง นอกจากนี้ตำแหน่งหน้าที่การงาน มักทำให้กลุ่มผู้รับสารกลุ่มนี้ ต้องมีภาระและงานสังคมมากมาย การชมโทรทัศน์จึงเป็นไปได้น้อย ในขณะที่การอ่านหนังสือพิมพ์ ทำได้ง่ายกว่ามาก อาจอ่านในขณะที่นั่งรถไปทำงาน หรืออ่านที่ทำงานในขณะที่พักก็ได้ และความบันเทิงของคนกลุ่มนี้ อาจแสวงหาได้ง่ายจากสถานเริงรมย์ โดยไม่ต้องพึ่งพาโทรทัศน์ โทรทัศน์จัดว่าเป็นสื่อ ที่ใช้ความพยายามน้อย (Low Effort) และทักษะต่ำ (Low Skills) ดังนั้นกลุ่มผู้รับสารที่มีการศึกษาน้อยและรายได้ต่ำ ซึ่งมีทักษะในการอ่านน้อย และขาดเงินในการที่จะไปหาความบันเทิงอื่น ๆ จึงมักอาศัยเครื่องรับโทรทัศน์เป็นเครื่องช่วยให้ชีวิตประจำวันรื่นรมย์และน่าสนใจมากขึ้น

## แนวความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่น

จิตวิทยาวัยรุ่น คือ การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของวัยรุ่น ทั้งที่เป็นกิจกรรม การแสดงออกต่าง ๆ ที่สามารถมองเห็นหรือสังเกตได้ง่าย เช่น การเดิน การนั่ง การนอน ตลอดจนการกิน และพฤติกรรมที่สะท้อนจากอารมณ์ ความรู้สึก ซึ่งจะต้องอาศัยการสังเกตอย่างใกล้ชิด เช่น การแสดงความเสียใจ ดีใจ ตื่นเต้น และหวาดกลัว (สุชา จันทรโสม : 2529)

จิตวิทยาวัยรุ่นจะช่วยทำให้เราเข้าใจถึงสาเหตุของพฤติกรรมของวัยรุ่น สามารถพยากรณ์พฤติกรรม และแสวงหาแนวทางในการควบคุมพฤติกรรมของวัยรุ่นได้ นอกจากนี้จิตวิทยาวัยรุ่น ยังทำให้เราเข้าใจเกี่ยวกับสภาพของบุคคลในช่วงวัยรุ่นว่าเป็นเช่นไร ทั้งทางด้านการเจริญเติบโตทางร่างกาย ความผันแปรทางอารมณ์ แนวคิดและศีลธรรมจรรยา ความสามารถทางสติปัญญา กระบวนการเรียนรู้ การปรับตัว และอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่มีต่อความสนใจและความต้องการของวัยรุ่น

### ความหมายของวัยรุ่น

คำว่า "วัยรุ่น" ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า "Adolescence" มีรากศัพท์เดิมมาจากภาษาละตินว่า "Adolescere" ซึ่งหมายถึง เจริญเติบโต หรือก้าวไปสู่วุฒิภาวะ การที่เด็กจะบรรลุถึงขั้นวุฒิภาวะนี้ ไม่ใช่เพียงแต่มีการเจริญเติบโตทางด้านร่างกายและจิตใจเท่านั้น แต่จะต้องมีการพัฒนาทั้ง 4 ด้านไปพร้อม ๆ กัน คือ ร่างกาย อารมณ์ สติปัญญา และสังคม (สุชา จันทรโสม : 2529)

นักวิชาการได้ให้ความหมายของวัยรุ่น ในลักษณะการเติบโตทางร่างกาย จิตใจ และวัยแตกต่างกันดังนี้

สุชา จันทรโสม (2539) ได้กล่าวว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่สิ้นสุดความเป็นเด็ก เป็นวัยที่เป็นสะพานไปหาความเป็นผู้ใหญ่ ไม่มีเส้นขีดคั่นที่แน่นอนว่าเริ่มเมื่อใด แต่กำหนดเอาความเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและรูปร่างเป็นสำคัญ และถ้าจะกำหนดลงไปว่าเริ่มเมื่อใด ก็ถือเอาที่ตอนเด็กหญิงเริ่มมีประจำเดือน (Menstruation) ส่วนเด็กชายถือเอาตอนที่มือสุจิ (Sperm)

สุพัทธรา สุภาพ (2525) กล่าวว่า วัยรุ่น เป็นวัยที่มีความเจริญทั้งทางร่างกาย และจิตใจ ร่างกาย หมายถึง การไม่เป็นเด็กอีกต่อไป จิตใจ หมายถึง การรู้จักใช้เหตุผล รู้จักควบคุมอารมณ์ รวมทั้งสามารถเข้ากลุ่มหรือทำกิจการในสังคมได้ ช่วงอายุวัยรุ่นอยู่ระหว่าง 12-21 ปี

โดยปกติแล้ว เด็กหญิงจะย่างเข้าสู่วัยรุ่นตอนต้นก่อนเด็กชายประมาณ 1-2 ปี คือ เด็กหญิงจะเข้าสู่การเป็นวัยรุ่นเมื่ออายุประมาณ 13-15 ปี ส่วนเด็กชายจะเริ่มเมื่ออายุประมาณ 15 ปี Luella Cole ได้แบ่งช่วงอายุของเด็กวัยรุ่นไว้ดังนี้

1. วัยเตรียมเข้าสู่วัยรุ่น (Pre-Adolescence) 10-13 ปี (ชาย 13-15 ปี)
2. วัยรุ่นตอนต้น (Early Adolescence) 13-15 ปี (ชาย 15-17 ปี)
3. วัยรุ่นตอนกลาง (Middle Adolescence) 15-18 ปี (ชาย 17-19 ปี)
4. วัยรุ่นตอนปลาย (Late Adolescence) 18-21 ปี (ชาย 19-21 ปี)
5. วัยผู้ใหญ่ (Adulthood) 21 ปีขึ้นไป

#### ลักษณะเฉพาะและความต้องการของวัยรุ่น

วัยรุ่นมีลักษณะเฉพาะทางกาย อารมณ์ สังคม และสติปัญญา แตกต่างจากวัยอื่น ๆ ดังนี้

**ลักษณะเฉพาะทางกายของวัยรุ่น** วัยรุ่นจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของส่วนสูง และน้ำหนัก อันเป็นผลมาจากฮอร์โมนในร่างกายกระตุ้นระบบกระดูก ระบบกล้ามเนื้อ และระบบต่าง ๆ ของร่างกาย นอกจากนี้ในช่วงวัยรุ่นจะมีการเพิ่มขนาดและหน้าที่ของอวัยวะเพศ โดยในเพศชาย องคชาติ อัณฑะ จะมีขนาดโตขึ้นและเริ่มผลิตอสุจิ ลักษณะทางเพศจะปรากฏเด่นชัด เช่น มีหนวดเครา ขนรักแร้ ขนตามตัว ขนบริเวณอวัยวะเพศ กล้ามเนื้อเป็นมัด ๆ เสียงห้าว สำหรับในเพศหญิง รังไข่จะมีขนาดเพิ่มขึ้นและเริ่มมีประจำเดือน ลักษณะทางเพศที่ปรากฏชัดเจน เช่น มีขนตามตัวและบริเวณอวัยวะเพศ เสียงแหลม เต้านมและสะโพกขยาย

**ลักษณะเฉพาะทางอารมณ์ของวัยรุ่น** วัยรุ่นเป็นวัยที่มีอารมณ์รุนแรง อ่อนไหว ไม่คงที่ เกิดง่ายหายเร็ว ควบคุมการแสดงออกของอารมณ์ไม่ค่อยได้ การแสดงออกของอารมณ์จะมีมาก แม้ได้รับความกระทบกระเทือนทางใจเพียงเล็กน้อย เช่น เมื่อออกหัก อาจแสดงออกด้วยการทำร้ายตนเอง หรืออาจถึงขั้นฆ่าตัวตาย

ลักษณะเฉพาะทางสังคมของวัยรุ่น วัยรุ่นมีลักษณะเฉพาะทางสังคมที่เด่น 2 ประการ คือ วัยรุ่นจะมีความสัมพันธ์กับเพื่อนจนยึดเพื่อนเป็นหลัก และมีความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ

ลักษณะความสัมพันธ์กับเพื่อน แบ่งได้เป็น 3 ระยะ คือ

- ระยะแรก คบเป็นหมู่คณะ (Peer) คือ เลือกคบเพื่อนที่มีความสนใจตรงกัน และตั้งเป็นกลุ่มขึ้น
- ระยะที่สอง คบเป็นเพื่อนสนิท (Colleague) คือ เลือกคบเฉพาะเพื่อนที่สนิทสนม ประมาณ 4-5 คน
- ระยะที่สาม คบเป็นคู่หู (Pal) คือ คบเฉพาะเพื่อนที่จะเล่าทุกสิ่งทุกอย่างให้ฟังได้ ส่วนมากจะมีประมาณ 1-2 คน

วัยรุ่นจะพัฒนาการคบเพื่อนจากการคบเป็นหมู่คณะในช่วงวัยรุ่นตอนต้น และเป็นการคบแบบเพื่อนคู่หูในวัยรุ่นตอนปลาย ส่วนความสัมพันธ์กับต่างเพศ จะเริ่มเมื่อมีอายุประมาณ 14-16 ปี และจะเริ่มสัมพันธ์กับต่างเพศจนแยกเป็นคู่ ๆ ประมาณอายุ 16-17 ปี

ลักษณะเฉพาะทางสติปัญญาของวัยรุ่น Jean Piaget ได้สรุปลักษณะสติปัญญาของวัยรุ่นว่า เป็นวัยที่มีความคิดแบบมีเหตุผลเชิงนามธรรม ซึ่งมีลักษณะเด่น คือ (H. Ginsburg and Oppen : 1979)

1. คิดในสิ่งที่ เป็นนามธรรมได้
2. สามารถตั้งสมมติฐานได้
3. สามารถทดสอบสมมติฐานได้

สุพัตรา สุภาพ (2525) กล่าวว่าเมื่อลักษณะทางกายและอารมณ์เปลี่ยน ความต้องการต่าง ๆ ของวัยรุ่นย่อมเปลี่ยนแปลงไปด้วย เพราะไม่ได้ยึดความต้องการของกลุ่มครอบครัวเป็นหลัก เหมือนสมัยเด็ก ๆ ที่พ่อแม่มีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างทัศนคติ และความประพฤติต่าง ๆ ความต้องการของวัยรุ่นนี้มักเกิดจากค่านิยมของกลุ่มที่ตนเป็นสมาชิก โดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนฝูง กลุ่มเพื่อนเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบัน เพราะบุคคลจะยึดเอากลุ่มเพื่อนเป็นแนวทางในการปฏิบัติ คุณค่าของคนสมัยใหม่ชอบทำอะไรที่เป็นที่ยอมรับของผู้อื่น และคุณค่าที่สำคัญที่สุดก็คือ คุณค่าของกลุ่มเพื่อน เช่น เป็นสมาชิกของชมรมว่ายน้ำ ชมรมฟุตบอล เป็นต้น ความต้องการ



แบบนี้จึงเป็นความต้องการของตนเองบวกกับความต้องการของกลุ่ม (ที่ตนเข้าร่วมด้วย) ความต้องการเหล่านี้ อาจแยกเป็น

1. ความต้องการทางกาย เป็นความต้องการปัจจัยสี่ คือ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย เนื่องจากเป็นวัยที่เลี้ยงตัวเองไม่ได้ ต้องพึ่งพาผู้ใหญ่ตลอดเวลาเด็กจึงอยากได้รับความมั่นใจว่า เขาจะได้รับการเลี้ยงดู คุ้มครอง ป้องกันจนสามารถจะช่วยเหลือตัวเองได้ต่อไป
2. ความต้องการด้านจิตใจ เป็นความต้องการที่มองเห็นไม่ได้ จับต้องไม่ได้ แต่ความต้องการแบบนี้มีส่วนสำคัญเช่นกัน ซึ่งความต้องการทางด้านจิตใจสามารถแบ่งออกได้เป็นดังนี้
  - 2.1 ต้องการความรัก
  - 2.2 ต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน
  - 2.3 ต้องการความเป็นอิสระ
  - 2.4 ต้องการได้รับการยกย่อง
  - 2.5 ต้องการมีอนาคตที่ดี
  - 2.6 ต้องการเป็นผู้ที่มีอุดมคติสูง
  - 2.7 ต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ

จากแนวความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นดังกล่าวมาแล้วนั้น ทำให้ทราบว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมาก อีกทั้งมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ มากเช่นกัน วัยรุ่นจะไขว่คว้าหาสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนทั้งทางด้านร่างกาย และจิตใจ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับจิตวิทยาวัยรุ่นมาใช้ในการวิเคราะห์ผลของการวิจัย

### แนวความคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับ และแสวงหาข่าวสาร

ทฤษฎีนี้ปรับปรุงต่อมาจากทฤษฎีการเรียนรู้ คือ แทนที่จะมองว่าสิ่งเร้าอันเดียวจะสามารถก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบโต้แบบเดียวกันหมดในผู้รับสารทุกคน นักการสื่อสารเริ่มมองเห็นว่าคุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้รับสารก็เป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะกำหนดรูปแบบของปฏิกิริยาตอบโต้ในผู้รับสารด้วย ตามทฤษฎีนี้ การจะส่งข่าวสารใด ๆ ออกไป ต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารคือ ประชาชนด้วย เพื่อเข้าใจความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยม ทัศนคติ โลกทัศน์

ประสบการณ์ อิทธิพลกลุ่ม อิทธิพลครอบครัว และสภาพวัฒนธรรมต่าง ๆ ของผู้รับสารก่อน จึงจะ มาจัดวางยุทธวิธีของการสื่อสาร คือ การเลือกผู้ส่งสาร สร้างสาร และการเลือกสื่อในการกระจาย ข่าวสาร เพราะตามทฤษฎีนี้เชื่อว่า ถ้าหากข่าวสารใดไม่สอดคล้องกับความรู้ ความคิดเห็น ความ เชื่อ ค่านิยม ทักษะคติ หรือปทัสถานของกลุ่มแล้ว ข่าวสารนี้จะไม่ได้รับความสนใจ ประชาชนจะปิด รับข่าวสารดังกล่าว หรือถ้าเปิดรับก็จะไม่สนใจอย่างแท้จริง และสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อการตีความ ข่าวสารที่ได้รับด้วย ดังนั้น การสร้างสารจะต้องกระทำกันอย่างพิถีพิถัน เพื่อไม่ให้เนื้อหาของข่าว สารขัดต่อความเชื่อ ความรู้สึก ค่านิยมและตัวแปรอื่น ๆ ที่มีอยู่ในตัวผู้รับสาร

ชาร์ล เค อัลคิน (Charles K. Alkin, 1973) กล่าวถึง ความสำคัญของการเปิดรับข่าวสาร ไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจสภาพแวดล้อม และเป็น คนที่ทันสมัยทันต่อเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

โรเจอร์ และเซนนิง (Rogers and Svenning, 1969) ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ มวลชนว่า หมายถึง สื่อมวลชนที่ครอบคลุมสื่อ 5 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร โทรทัศน์ ดังนั้น ตัวชี้วัดการเปิดรับสื่อมวลชน จึงต้องประกอบด้วยจำนวนครั้งในการรับ ฟังรายการวิทยุต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์หรือการดูภาพยนตร์ต่อปี เป็นต้น

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับ กระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Processes) ของ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960)

### 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสาร จะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิด เห็น และความสนใจที่มีอยู่เดิมเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา หรือสนองความต้องการของตน

### 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

ผู้รับสาร นอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม ในขณะที่เดียวกัน ก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อ ทัศนคติหรือความเชื่อดั้งเดิมของตน



### 3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

เมื่อเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกที่จะรับรู้และตีความ (Interpretation) สารที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละคน ซึ่งอาจมีการตีความข่าวสารที่ได้รับ มาตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

### 4. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

นอกจากผู้รับสารจะเลือกเปิดรับเลือกให้ความสนใจ ตลอดจนเลือกรับรู้ และตีความหมาย สารให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว ผู้รับสารยังเลือกที่จะจดจำเนื้อหาสาระของ สารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของตนอีกด้วยและในขณะเดียวกัน ก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับ ความสนใจของตนเอง

เมอร์ริลล์ และโลว์เวนสไตน์ (Merril and Lowenstein, 1971 อ้างถึงในชวรัตน์ เติตชัย, 2527) กล่าวได้ว่า ผู้รับสารแต่ละคนจะมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและข่าวสารแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะและปัจจัยที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการคือ

#### 1. ความเหงา

เป็นเหตุผลทางด้านจิตวิทยาที่ว่าโดยปกติคนเราจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากจะทำให้เกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคมจึงต้องพยายามที่จะรวมกลุ่ม หรือติดต่อกับบุคคลโดยตรง หรือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ

#### 2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ

ซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์โดยปกติความอยากรู้อยากเห็นจะเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อน ตลอดจนถึงที่อยู่ห่างตัวเอง ที่จะมีผลกระทบต่อนองทั้งทางตรงและทางอ้อมแล้ว มนุษย์ยังสนใจอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ ด้วย รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

### 3. ประโยชน์ใช้สอย

โดยพื้นฐานมนุษย์มีความเห็นแก่ตัว ดังนั้นในฐานะที่เป็นผู้รับสาร จึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง

### 4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป

นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนทัศนคติ ความเชื่อต่าง ๆ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับสารแล้ว คุณสมบัติเฉพาะของผู้รับสารก็มีความต้องการที่แตกต่างกัน ดังนั้น ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละชนิดมีส่วนทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชน มีจำนวนและองค์ประกอบที่แตกต่างกัน เพราะผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารเฉพาะอย่างที่สามารถสนองความต้องการ และความพึงพอใจของตนเอง

ชรัมม์ (Schramm, 1973 : 121-122) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารไว้ ดังนี้

#### 1. ประสบการณ์

เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน

#### 2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร

เนื่องจากผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารมีประโยชน์แตกต่างกัน จึงก่อให้เกิดพัฒนาการปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

#### 3. ภูมิหลังที่แตกต่าง

จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน

#### 4. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม

นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน ที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นรั้วที่พฤติกรรม การสื่อสารของบุคคลนั้น ทั้งการเลือกรับสื่อและการเลือกเนื้อหาของข่าวสาร

#### 5. ความสามารถในการรับสาร

ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กันความสามารถในการรับข่าวสาร ของบุคคล

#### 6. บุคลิกภาพ

เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร

#### 7. อารมณ์

สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับสาร

#### 8. ทัศนคติ

ถือเป็นตัวแปรที่กำหนดการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ ทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารก็จะแตกต่างกันไปด้วย

แมคคอมส์ และเบคเกอร์ (Mc Combs and Becker, 1979) แสดงความเห็นไว้ว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ ดังต่อไปนี้

##### 1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)

โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้

## 2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision)

โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวันของตน ซึ่งการรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

## 3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion)

โดยการรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น

## 4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participating)

อันได้แก่การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ และความเป็นไปที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว

## 5. ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

## 6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertaining)

เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

เดอเฟลอร์ (De Fleur, 1966) ได้กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกัน หรือไม่เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสาร ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟลอร์เกี่ยวกับเรื่องนี้ มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี ดังนี้

## 1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory)

เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันได้ทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ และความเชื่อทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสาร จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมี ดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างนี้มีบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป
- การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

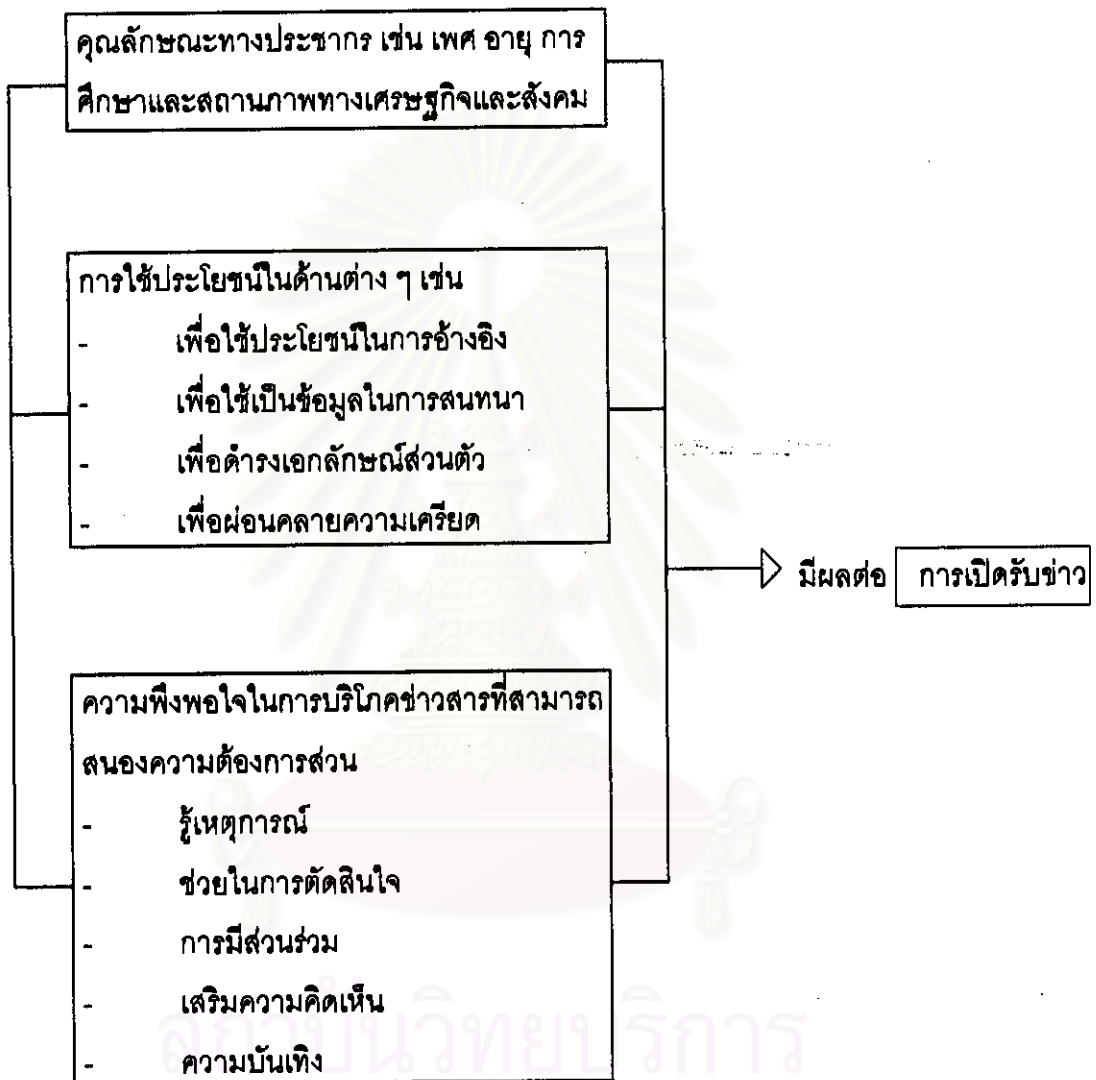
ความแตกต่างเหล่านี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน

## 2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้ กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ และอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิภคานา ซึ่งตามสมมติฐานนั้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมี ความสนใจหรือพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมการรับข่าวสาร ก็เพื่อสนองความพึงพอใจส่วนบุคคล โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชน ซึ่งจะพิจารณาจากความพึงพอใจ และประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสารบนพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลักและการเลือกสรรหรือแสวงหาข่าวสารก็ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานของคุณลักษณะทางประชากรของแต่ละบุคคลอีกด้วย ดังจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะประชากร ประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน กับพฤติกรรมการรับข่าวสาร ดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 1 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากร การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และการได้รับความพึงพอใจจากการบริโภคข่าวสารกับการเปิดรับข่าวสาร (De Fleur, 1966)



### 3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory)

เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคมในลักษณะของกลุ่มปฐมภูมิหรือกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัว และวงศาคนาญาตินี้ จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูก



รับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือโต้สวนถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิด อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เราเรียกว่า "อิทธิพลของบุคคล" (Personal Influence)

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531 : 23-26) กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสื่อดังนี้

### 1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล

มีแนวคิดที่ว่า คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสติปัญญา ความคิด หัสนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ

### 2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม

เนื่องจากคนเราจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในด้านความคิด หัสนคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

### 3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร

เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ การศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันของการเปิดรับเนื้อหาของสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

สำหรับ ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531 : 110-112) ได้ศึกษาความต้องการของผู้รับสารต่อการใช้สื่อมวลชน ดังนี้

#### 1. ความต้องการสารสนเทศ

- 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

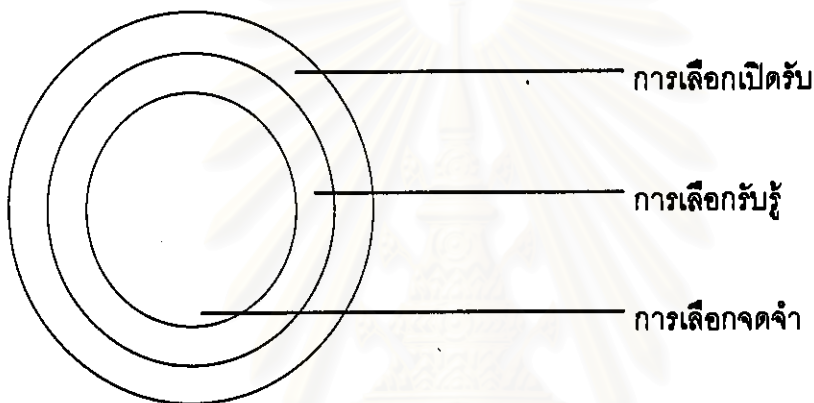
- 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และการตัดสินใจ
  - 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
  - 1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
  - 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคงโดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
2. **ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล**
- 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
  - 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
  - 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
  - 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง
3. **ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม**
- 3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
  - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
  - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
  - 3.4 ใช้แทนเพื่อน
  - 3.5 ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม
  - 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. **ความต้องการความบันเทิง**
- 4.1 การหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
  - 4.2 การผ่อนคลาย
  - 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
  - 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
  - 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
  - 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ก็คือกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ให้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถ

และความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็ได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับตามที่ผู้ส่งต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรร เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ขำวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยกรกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2532 : 637-639)

### แผนภาพที่ 2. กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น



*การเลือกเปิดรับ หรือการเลือกสนใจ (Selective exposure or selective attention)*

หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง ทฤษฎีการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีผู้ศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางและพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ที่เสนอโดย Festinger (1975) ว่า บุคคลมักแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุน ทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า "cognitive dissonance" ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่ลงรอยกับความคิดเดิม นอกจากนี้ ทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม และประสบการณ์ ฯลฯ

### การเลือกรับรู้ หรือการเลือกตีความ (Selective perception or selective interpretation)

เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา ผู้รับสารแต่ละคนอาจมีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันไม่ตรงกันขึ้นอยู่กับทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น

### กระบวนการเลือกจดจำ (Selective retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

โดมินิค (Dominick, 1990) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารมีสิทธิ์ที่จะเลือกเปิดรับสื่อมวลชนตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งเหตุผลในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคนนั้น ก็มีแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถที่จำแนกได้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อความรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักต่าง ๆ คือ

- ข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกสังคม
- ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางวิชาการ หรือความรู้รอบตัว
- ความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน

- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร่งรีบในชีวิตประจำวันให้น้อยลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ซึ่งผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อคำนิยามใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นนี้ คนเรายังกลับมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดได้ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขัน และการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ที่ประชากรส่วนใหญ่ต้องอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบกันกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผลจากสังคม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ นั้น ก็เป็นการหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความน่าเบื่อหน่ายให้แก่ชีวิต จึงทำให้คนรีบเร่งในการทำงาน และเพื่อจะเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ เช่น การเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์

ชาร์ลส เค อัทคิน (Charles Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารได้จากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้วบุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อย

กว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่า การรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่นทำให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สบายใจหรือไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้ง ถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารที่ต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding)

Chales Atkin ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง และ

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นที่ระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้น ถือเป็นข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค (Immediate Consummatory Gratifications) ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) เรียกว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด และแก้ปัญหต่าง ๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่าง อาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน



โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การเลือกเปิดรับและแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อตอบสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงเริงใจด้วย

### แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

#### แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

Carter V.Good (1973) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับ และรวบรวมไว้จากมวลประสบการณ์ต่าง ๆ

Benjamin B.Bloom (1971) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับ การระลึกถึงเฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกถึงวิธี กระบวนการ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ

ชวาล แพรววัตกุล ( 2526) ได้ให้ความหมายว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการฝึกได้หรือการมองเห็น ได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎีกฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหา

วิชัย วงศ์ใหญ่ (2523) กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจดจำได้ หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในที่นี้คือ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความ เป็นต้น

โดยสรุปแล้ว จะเห็นได้ว่า ความรู้ นั้นเป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง หรือความคิด ความหยั่งรู้หยั่งเห็น ที่มนุษย์ได้รับและรวบรวมสะสมไว้จากประสบการณ์ และสามารถจดจำและระลึกได้

ความรู้ทำให้รู้ถึงความสามารถในการจดจำและระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งได้ดังนี้

- ก. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชา
- ข. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

### ค. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง

การประเมินผลด้านความรู้ หมายถึง การประเมินการเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหาที่  
ได้เรียนรู้ และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ เบนจามิน บิบลอม (Benjamin B.Bloom, 1956) ความ  
รู้ไว้ 6ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ  
กระบวนการและแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้คือ ความสามารถในการดึงข้อมูล  
จากความจำออกมาได้
2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายความว่า บุคคลสามารถทำ  
บางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้  
ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมาย แปลความ  
และเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้
3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็น  
นามธรรม (Abstract) ปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมา  
แยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) คือการนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบ  
กันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม
6. ระดับของการประเมินผล (Evaluation) คือความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์  
(Criteria) การรวบรวมและวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของ  
ประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

ความรู้ต่าง ๆ ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิด จิตใจของบุคคลซึ่งแตกต่างกันไป  
ตามประสบการณ์ของแต่ละคน จึงทำให้ความรู้มีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก จนอาจก่อให้เกิด  
ทัศนคติต่อสิ่งที่รับรู้มาได้

#### แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ หมายถึง ระดับความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็น  
ศักยภาพของพฤติกรรม หรือส่วนนำที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวก หรือทางลบต่อสถานการณ์

ได้อธิบายการหนึ่ง ทศนคติเป็นคำที่มาจากรากศัพท์ภาษาลาตินว่า "Aptus" (Gardon W. Allport : 1976) แปลว่า ไหมเยี่ยงเหมาะสม

Norman L. Mun ให้ความหมายของทศนคติว่า เป็นความรู้สึก และความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ และข้อเสนอดู ๆ ในทางที่ยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวคิดนั้น ๆ

W.J. Mcquire (1968) ได้อธิบายขั้นตอนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงทศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอน คือ

1. การใส่ใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การยอมรับ (Yielding)
4. การเก็บเอาไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทศนคตินั้นเริ่มด้วยองค์ประกอบสำคัญหนึ่ง คือ แหล่งของการเปลี่ยนแปลงทศนคติ (Source) อาจเป็นบุคคลเดียว กลุ่มบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งทีก่อให้เกิดทศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวต่าง ๆ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษาพบว่า แหล่งข่าวที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจ และมีอำนาจจะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทศนคติมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นอกจากนี้องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น เนื้อหาของข่าวสาร วิธีการส่งข่าวสาร และผู้รับสาร เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทศนคดียังให้ผลที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการทั้งในด้านสรีระวิทยา วัตถุประสงค์ และอื่น ๆ ซึ่งเชื่อว่า "อายุ" มีผลต่อทศนคติของบุคคล ผู้ใหญ่มักปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ยากซึ่งต่างกับวัยรุ่นที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลง

*ส่วนประกอบของทศนคติ*

Katz and Stotland ได้แบ่งส่วนประกอบของทศนคติออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ความเข้าใจ เรียกว่า "Cognitive Component" ได้แก่ ความคิดซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้อาจอยู่ในรูปใดรูปหนึ่งแตกต่างกันออกไป
2. ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก เรียกว่า "Affective Component" ซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง หากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดี หรือไม่ดี ก็willแสดงออกขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า "Positive Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า "Negative Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี
3. ส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม เรียกว่า "Behavioral Component" ซึ่งมีแนวโน้มเน้นไปในทางการกระทำ หรือพฤติกรรมในลักษณะที่ว่า เมื่อมีสิ่งเร้า ก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี

### ประเภทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกมาได้ 3 ประเภท คือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ
2. ทัศนคติเชิงลบ คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึก เป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราว และปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร และอื่น ๆ
3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว และปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคล หน่วยงาน องค์กร และอื่น ๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้บุคคลอาจมีเพียงประเภทเดียว หรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่น ๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การ

กระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของแต่ละบุคคลถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น"สาธารณมติ"ไป

### แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

ความหมายของ "พฤติกรรม"

นิยามา ชุนหวงส์ และนินนาท โอฟารวรุฒิ (2520) : อากัปกิริยาของคนเราที่แสดงออกบ่งถึงความชอบและไม่ชอบต่อกิจกรรมบางอย่างที่สามารถสังเกตได้

พฤติกรรมจึงเป็นกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดิน หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเดินของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลมาจากการเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้น ๆ

### องค์ประกอบของพฤติกรรม

พฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบต่อไปนี้

1. เป้าประสงค์
2. มีความพร้อม
3. สถานการณ์
4. การแปลความหมาย
5. การตอบสนอง
6. ผลที่ได้
7. ปฏิกิริยาต่อการไม่สมหวัง

ประจวบ อินฮืด ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ดังนี้

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับและพลังที่จะประพฤติปฏิบัติเพื่อความอยู่รอดและมั่นคงแห่งชีวิตอันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย
2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักจะต้องปฏิบัติไปตามครรลองของสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องประสานกับเป้าหมายส่วนตัว

3. พลังของสังคมที่มีอิทธิพลมากที่สุด ได้แก่ ครอบครัว เพื่อนบ้าน
4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ
5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย
6. มนุษย์จะมีสัญลักษณ์ในการสื่อความหมายที่เขามีต่อโลกรอบตัวออกมาในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถสืบไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้น ๆ ได้

### การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

แนนซี ซวาทซ์ (Nancy Schwartz อ้างใน สุรีย์ จันทร์โมลี, 2526) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคน ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ      ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม



## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสาร กล่าวคือ การเปลี่ยนแปลงทศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจดี ทศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงและเมื่อทศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการยอมรับปฏิบัติหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนั้น การที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทศนคติก่อน โดยการให้ความรู้

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทศนคติ และพฤติกรรมได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในฐานะตัวแปรต้นสามารถนำการพัฒนาไปสู่ชุมชนได้โดยการศึกษาถึงความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารว่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพราะอะไร นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่ทศนคติ และกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โธธาเสถียร, 2533)

ความรู้ (Knowledge) อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้และผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 รูปแบบ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (ambiguity resolution) การสื่อสารสังคมมักสร้างความสับสนให้กับสมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศ การอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน
2. การสร้างทศนคติ (attitude formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝัง ทศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทศนคติให้ตน ยอมรับการแพร่ร่นวัตกรรมนั้น ๆ
3. การกำหนดวาระ (agenda setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้วผู้รับสารก็จะเลือกสรรสารสนเทศนั้น
4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (expansion of the belief system) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้ง ไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (value clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์ เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดเจนขึ้น

*ทัศนคติ (attitude)* เป็นความคิดและความรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อ อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและทัศนคติเป็นพรมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะทำได้โดยที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารนี้อาจจะมาจากบุคคลอื่นหรือมาจากอุปการณ์สื่อมวลชนต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (cognitive component) เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้ามีส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (affective component) เปลี่ยนแปลงส่วนประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral component) จะเปลี่ยนแปลงด้วย

Mcguire ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ การใส่ใจ (attention) ความเข้าใจ (comprehension) การยอมรับสารใหม่ (yielding) การเก็บเอาไว้ (retention) และการกระทำ (action) และกล่าวว่า ถ้ากระบวนการสื่อความหมายหรือการติดต่อทางด้านข่าวสารทำให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้วจะทำให้เกิดการใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับสาร การเก็บเอาไว้ การกระทำ และการที่ผู้รับสารจะเกิดขึ้นตอนเหล่านี้หรือไม่ขึ้นอยู่กับความสามารถทางสติปัญญา ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษาและอื่น ๆ

*พฤติกรรม (practice)* การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกันซึ่งความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิดประสบการณ์สิ่งสมที่แตกต่างกันอันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไปการใช้การสื่อสารเพื่อนำมาพฤติกรรมนั้นมีวิธีการดังนี้ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (emotional arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นตัวเร้าใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง
2. การเห็นอกเห็นใจ (empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยนเสียสละและความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระ ก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนที่ยอมรับได้
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (internalized norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลุกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (deactivation)

ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวิจัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหาทรัพยากรวิธีการดำเนินงานและการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

นอกจากนี้ Rogers ได้กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร
2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 นี้จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกันคือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องหนึ่งเรื่องใด ก็จะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้น ๆ และความรู้ความเข้าใจนี้จะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่กระทำต่อเรื่องนั้น ๆ ตามมา (Rogers, 1973)

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภทณิดา พันธมเสนา (2536) ได้ทำการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนสตรีนันทบุรี ปีการศึกษา 2535 พบว่า นักเรียนเปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง นิตยสาร นวนิยาย เกมส์ หนังสือพิมพ์ วีดีโอเทป และภาพยนตร์ ตามลำดับ โดยจะเปิดรับเนื้อหาประเภทบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าว และความรู้ ส่วนเนื้อหาประเภทบริการประชาชนจะไม่สนใจเปิดรับเลย การเปิดรับข่าวสารดังกล่าวตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการสร้างความมั่นใจ และสภาพของนักเรียน อันดับต่อมาคือ ความต้องการด้านข่าวสาร ความรู้และสุดท้ายคือ ความต้องการหลีกเลี่ยงสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

ณัฐพร พาณิข (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่า

- วิทยุรุ่นที่มีเพศ ระดับการศึกษา ประเภทของโรงเรียน อาชีพของบิดา สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องต่างกัน
- วิทยุรุ่นที่มีเพศ ประเภทของโรงเรียน และรายได้ของครอบครัวต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องต่างกัน
- วิทยุรุ่นที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องแตกต่างกัน
- การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง
- การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง
- การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง

ศิริภาณี อนุศิลาปชาญ (2530) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อและการรับรู้ในสาระประโยชน์ของข่าวสาร ภายหลังจากการรู้หนังสือของผู้รู้หนังสือใหม่ พบว่า การใช้สื่อแต่ละประเภะนั้น มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ในสาระประโยชน์ของข่าวสารด้านการบันเทิง หมายความว่าผู้รู้หนังสือใหม่มีการใช้สื่อแต่ละประเภทเพิ่มมากขึ้นและการรับรู้ในสาระประโยชน์ของข่าวสารด้านนี้ก็เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน