

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมในโครงการ "ยึดดอก พกถุง" ของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร นี้ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
4. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้
5. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
6. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
7. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
8. แนวแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)
9. แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากร
10. แนวคิดเรื่องเพศศึกษากับเยาวชนไทย
11. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสาร

คำศัพท์ว่า Communication หรือภาษาไทยว่า การสื่อสาร นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน เช่น อริสโตเติล (Aristotle) ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสารคือ การแสวงหา "วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุก รูปแบบ"

ดร.ปรมะ สตะเวทิน ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสารคือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

นอกจากนี้ยังมี นักทฤษฎีการสื่อสารอีกหลายๆ ท่านที่เป็นนักทฤษฎีชาวตะวันตกได้ให้คำนิยามที่แตกต่างกันอีกมากมาย เช่น

จอร์จ เอ มิลเลอร์ (George A. Miller, 1951) การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

จอร์จ เกริบบเนอร์ (George Gerbner, 1966) คือการแสดงกริยาสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) โดยใช้สัญลักษณ์และ ระบบสาร (Message Systems)

วิลเบอร์ ชรามม์ (Willbur Schramm, 1974) การสื่อสาร คือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อ เครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร (Information Signs)

เอเวอเรท เอ็ม โรเจอร์ และ เอฟ ฟลอยด์ ชูเมคเกอร์ (Everett M. Rogers and F. Floyd Shoemaker, 1971) การสื่อสาร คือ กระบวนการซึ่งสารถูกส่งจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร

ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (Charles E. Osgood อ้างใน Schramm, 1974) ในความหมายโดยทั่วไป แล้ว การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสาร โดยใช้สัญญาณ ต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย

และนักทฤษฎีการสื่อสารชาวตะวันตก อีกมากมาย เป็นต้น

ซึ่งจากคำจำกัดความ หรือ นิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่าแม้จะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” แตกต่างกันไป แต่ทุกคำนิยามหรือ คำจำกัดความจะอยู่บนพื้นฐานแนวคิดเดียวกัน กล่าวคือ การสื่อสารของมนุษย์ จะต้องประกอบไปด้วยสองฝ่ายที่มีความสัมพันธ์กัน คือฝ่ายผู้ส่งสาร ฝ่ายหนึ่ง กับ ฝ่ายผู้รับสารอีกฝ่ายหนึ่ง การสื่อสารจึงจะเกิดได้โดย ส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ (Message) ผ่านทางสื่อ (Channel)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ ประกอบไปด้วยฝ่ายผู้ส่งสาร กับฝ่ายผู้รับสาร ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงต้องมอง 2 แง่มุม คือ ในแง่มุมของผู้ส่งสาร (Source) กับแง่มุมของผู้รับสาร (Receiver)

ซึ่งโดยทั่วไป เราสรุปกันถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารทั้งสองฝ่ายได้ดังนี้ คือ

วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร	วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร
1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform)	1. เพื่อทราบ (Know)
2. เพื่อสอน หรือให้การศึกษา (Educate)	2. เพื่อศึกษา (Learn)
3. เพื่อความบันเทิง (Entertain)	3. เพื่อความพอใจ (Enjoy)
4. เพื่อเสนอ หรือชักจูงใจ (Propose or Persuade)	4. เพื่อกระทำ หรือตัดสินใจ (Dispose or Decide)

ซึ่งจากตารางสรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสารดังกล่าว ข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารจะ ประสบความสำเร็จ หรือ มีประสิทธิภาพ จะต้องดำเนินการให้วัตถุประสงค์ทั้งของผู้รับ และวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารให้ตรงกัน (ตามตาราง) เช่น ผู้ส่งสารต้องการสื่อสารเพื่อการชักจูงใจ ให้ผู้รับสารเกิดการ

ตัดสินใจ เป็นต้นว่า ผู้ส่งสารสื่อสารโดยการโฆษณาสินค้าเพื่อจูงใจให้ผู้รับสารตัดสินใจซื้อสินค้า แต่ปรากฏว่า ผู้รับสารไม่เกิดการตัดสินใจ แต่กลับเพียงแต่รับทราบเท่านั้น เป็นต้น ซึ่งเท่ากับว่า การสื่อสารครั้งนี้ประสบความล้มเหลว (Communication Breakdown) ดังนั้น จึงต้องตระหนักถึงการสื่อสารให้ถูกต้องเพื่อเสริมสร้างให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารอย่างเต็มที่

นอกจากนั้น สิ่งที่เป็นอีกประการหนึ่งของความสำเร็จ หรือประสิทธิภาพในการสื่อสารจะต้องคำนึงถึงอย่างมากก็คือ ช่องทาง หรือ สื่อ (Channel) ในการสื่อสาร

### แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อโครงการ "ยี่ดอก พกถุง" โดยผ่านช่องทาง คือ สื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ตามแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

ความต้องการข่าวสารมีลักษณะที่แตกต่างกันในช่วงชีวิตของมนุษย์ ข่าวสารที่มนุษย์เลือกนั้น มักจะมีลักษณะที่เชื่อต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน การเรียนรู้ และการประกอบอาชีพการงาน เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (Merril & Lowenstein, 1971 อ้างถึงใน แสงรพี ภัทรกิจกุลธร, 2543) ได้สรุปถึงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสาร 4 ประการด้วยกัน คือ

**ความเหงา** เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่มนุษย์มักไม่ชอบอยู่ตามลำพัง จึงพยายามจะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์ และถ้าไม่มีโอกาสสังสรรค์กับผู้อื่น ก็จะหันมาหาสื่อต่างๆ แทน

**ความอยากรู้อยากเห็น** มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ

**ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง** มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตัวเองทั้งแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตัวเองเกิดความสะดวกสบายหรือสนุกสนานบันเทิง

**ลักษณะเฉพาะของสื่อ** ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

จินน์ ริงเกิล, รีเบคก้า คอลลิน และ ฟิลลิส อิลลิกสัน (Jeanne S. Ringel, Rebecca L. Collins and Phyllis L. Ellickson, 2006) ได้กล่าวถึง ผลการวิจัยเรื่องการเปิดรับ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับแอลกอฮอล์ของเด็กวัยรุ่น พบว่า เพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อโฆษณาดังกล่าวที่เพิ่มขึ้น โดยผลการวิจัยระบุว่า เด็กชาย มีการเปิดรับสื่อโฆษณามากกว่า เด็กวัยรุ่นหญิง โดยที่อายุเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อที่เพิ่มขึ้นด้วย

เชอรัมม์ (Schramm, 1973 อ้างถึงใน แสงรพี ภัทรกิจกุลธร, 2543) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสาร ดังนี้

- ก. ประสบการณ์ของผู้รับสาร แสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
- ข. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสาร แสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนเองอย่างใดอย่างหนึ่ง
- ค. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
- ง. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้เกิดความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสาร และเนื้อหาข่าวสาร
- จ. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
- ฉ. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
- ช. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสารได้
- ซ. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือสารที่ได้รับ

แคทซ์ และ คณะ (Katz and others, 1974) ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ทางสังคมกับความต้องการในการเปิดรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

- ก. สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้ง หรืออู่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับแรงกดดันและความตึงเครียด บุคคลจึงต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆโดยการบริโภคสื่อมวลชนที่ให้สารเพื่อความบันเทิง
- ข. สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลต้องตระหนักรู้ในปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัว บุคคลจึงต้องการข่าวสารและข่าวสารเหล่านั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ
- ค. สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสที่บุคคลจะได้รับการตอบสนองความต้องการต่างๆ ลดน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการเหล่านั้น
- ง. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึง การยืนยัน หรือการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว
- จ. สถานการณ์ทางสังคมทำให้ความคาดหวังของแต่ละบุคคลมีความคล้ายคลึงกันในส่วนหนึ่ง ดังนั้น บุคคลจึงเปิดรับสื่อเพื่อสนับสนุนค่านิยมของกลุ่มในสังคม

กระบวนการในการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Process) ประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน คือ (Klapper, 1960)

1. การเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมที่จะเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกเปิดรับสารประเภทไหน จากสื่ออะไร และเวลาใด สำหรับนักเรียนซึ่งอยู่ในวัยที่กำลังกระตือรือร้นต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรอบตัวตลอดเวลา การได้รับความรู้จากตำราเรียนเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ นักเรียนจึงเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกใช้สื่อมวลชนเพิ่มอีกหนทางหนึ่งที่จะได้รับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง หรือนำไปพัฒนาตนเองได้
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) เป็นขั้นตอนหนึ่งที่เกิดจากขั้นตอนแรกที่กระบวนการภายในของบุคคล (จิตวิทยา) เลือกสารสนเทศที่สอดคล้องกับงาน (Supportive Information) ท่ามกลางความหลากหลายของสารสนเทศที่เข้ามาสู่บุคคลเหล่านั้นหลังจากการเปิดรับสารแล้ว โดยปกติแล้วเรามักจะเลือกให้ความสนใจกับสิ่งที่สอดคล้องกับความคิด และความต้องการภายใน เช่นนักธุรกิจเมื่ออ่านหนังสือพิมพ์ ก็มักจะให้ความสนใจกับข่าวสารที่นำเสนอในหน้าธุรกิจ เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ หรือในกรณีของนักเรียน ซึ่งอยู่ในวัยเรียนรู้ ก็อาจจะแสวงหาข่าวสารที่ให้ความรู้เสริมเพิ่มเติมจากที่เรียนรู้จากห้องเรียน เป็นต้น
3. การเลือกสรรการรับรู้ (Selective Perception) มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สารสนเทศที่ตนเห็นว่ามีน่าสนใจ โดยการแปรสภาพสารสนเทศที่สนใจไปเป็นความรู้พื้นฐาน (Cognition)
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ความรู้พื้นฐานหรือความรู้เบื้องต้นมิใช่เป็นความรู้ที่ถาวร มนุษย์อาจขจัดความรู้นั้นออกไปได้ หรือยอมรับความรู้พื้นฐานนี้แต่เพียงขีมีกลาง หากความรู้พื้นฐานนี้ยังคงสอดคล้อง ไม่ขัดแย้งกับทัศนคติขงบุคคล ความรู้พื้นฐานนั้น ก็จะพัฒนาเป็นการยอมรับที่ถาวร พร้อมจดจำต่อไป

การเลือกเปิดรับข่าวสารเป็นการอธิบายให้เห็นถึงลักษณะความกระตือรือร้น (Active) ของผู้รับสาร แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชน ไม่ได้เป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive Audience) ที่รับผลจากการกระทำของสื่อมวลชน

### ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล

ในกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ผู้ส่งสาร (Source)
2. สาร (Message)

3. สื่อ (Media)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้มีส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความตระหนัก มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารตั้งใจ

สื่อ (Media) คือพาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้ 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

- สื่อมวลชน
- สื่อเฉพาะกิจ
- สื่อบุคคล

#### 1. สื่อมวลชน

สื่อมวลชน (ช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542) หมายถึง สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้อย่างรวดเร็ว เป็นการแพร่กระจายข่าวสาร ซึ่งสื่อมวลชนของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

คุณสมบัติของสื่อมวลชน คือ

1. สามารถเข้าถึงผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
2. สามารถให้ความรู้ และข่าวสารได้ดี
3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่ไม่ฝังรากลึกได้

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955)

เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และ ยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญในชั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้าง ในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

อิทธิพลของสื่อมวลชน

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

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

■ ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition)

ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใด อย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม แบบพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

■ การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes)

ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความตามความเชื่อของตน

■ อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence)

ข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจไม่ได้ถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรก ความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

■ ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects)

1. การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน ในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยม สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าควรเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลของสื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชน ให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกันจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่เปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยน

ทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้ หรือ ประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติ และค่านิยมใหม่นี้ จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

## 2. สื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจ (พนม คลีฉายา, 2549) หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะพิเศษที่ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในกิจการใดกิจการหนึ่ง เช่น ใช้เพื่อการศึกษาอบรม ใช้เพื่อการพัฒนา ใช้เพื่อการประชุมสัมมนา แบ่งได้เป็น

- จุลสาร แผ่นพับ เอกสาร เย็บเล่ม
- จดหมายเผยแพร่ โบปลิว โบปรอย
- โปสเตอร์ ป้ายประกาศ
- สิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น ปฏิทิน ธง สติกเกอร์

ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์ (Adams, 1971 อ้างถึงใน ช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจ ไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้ การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลกๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ

## 3. สื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ทำหน้าที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป ลักษณะของสื่อบุคคล (พนม คลีฉายา, 2549)



- มีบุคคลสื่อ โดยใช้การพูดเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารข้อมูล
- เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล
- เป็นการสื่อสารที่สามารถปรับการสื่อสารได้ในขณะที่ทำการสื่อสาร เพื่อความเข้าใจที่ดี
- เป็นการสื่อสารที่สามารถใช้การอธิบายรายละเอียด หรือเทคนิคการโน้มน้าวใจขณะที่ทำการสื่อสาร เพื่อโน้มน้าวใจผู้ฟังอย่างได้ผล

#### การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

ในการสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะชักจูงทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่อย่างครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ ผู้รับสาร ผล และปฏิริยาสนองกลับ

โรเจอร์ และ ชูเม็คเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลง ในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

#### ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

เสถียร เขยประทับ (2522 อ้างถึงในช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

- สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถที่จะไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน
- การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีปฏิริยาตอบสนองหรือปฏิริยาสะท้อนกลับ สามารถทำให้อลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้
- สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

ลาซาร์สเฟลด์ และแมนเซล (Lazarsfeld and Manzel, 1968) ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า

1. การพูดคุยเป็นกันเองเป็นส่วนตัวทำให้ผู้พูด และผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับความคิดเห็นของผู้พูดได้ง่ายขึ้น
2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องต่างๆให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังได้อย่างเหมาะสม
3. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่าคุณได้รับรางวัล หรือมีส่วนร่วมในเรื่องที่ว่า สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

การสื่อสารระหว่างบุคคล แบ่งเป็น 2 ประเภท (เสถียร เศษประทับ, 2525)

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้านเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี  
นอกจากนี้ ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้นในกิจการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงใจ ใมน้ำใจ จึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัด คือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร
2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังกล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าก่อนแล้ว บุคคลเหล่านี้จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งของผู้รับสารคนท้ายๆ จะได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคุณชนทนาแทรกลงไปด้วย ซึ่งอาจมีผลไม่น้อยที่ทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Katz, 1955)

## แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้

ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาความรู้ของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อโครงการ "ยึดดอก พกถุง" ซึ่งเป็นการอธิบายคำจำกัดความของคำว่า "ความรู้" นั้น หมายถึงอะไร

บิคฮาร์ด เอช มาร์ค (Bickhard H. Mark, 1980) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า "ความรู้" หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ โดยแบ่งความรู้ต่อสถานการณ์ หรือความรู้ในระดับกว้าง

ประกาเพ็ญ สุวรรณ (2526: 16) กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะเป็นโดยการนึกหรือโดยการมองเห็น หรือได้ยินจำได้ ความรู้ขั้นนี้ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี รูปแบบ กฎ โครงสร้างและวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

กล่าวโดยสรุป ความรู้ หมายถึง ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ แนวปฏิบัติ เหตุการณ์ หรือ บุคคล ซึ่งได้จากการสังเกตประสบการณ์ หรือจากสื่อต่างๆประกอบกัน

ความรู้จึงเป็นความสามารถในการใช้วิธีเท็จจริง (Facts) หรือความคิด (Idea) ความหยั่งรู้ หยั่งเห็น (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์

ความรู้ทำให้ผู้เรียนได้รู้ถึงความสารถในการจำ และระลึกเหตุการณ์ และประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งได้ดังนี้

- ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
- ความรู้เกี่ยวกับวิธี และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิด และโครงสร้าง

การประเมินความรู้ หมายถึง การประเมินการเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหา และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ ตามที่นักวิชาการชื่อ บลูม (Bloom) และคณะ ได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับคือ

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะ ที่จำเรื่องเฉพาะ วิธีปฏิบัติกระบวนการ และแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้
2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายถึง บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถ

เขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่นๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำเอาข้อมูล แนวความคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม
6. ระดับของการประเมิน (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล ผลวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของกิจกรรมแต่ละอย่าง

อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกคิด ซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจภายในในบุคคลต่างกัน อันมีปัจจัยมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมา และสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิด และแสดงออกตามความคิด ความรู้สึกของตน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความรู้เป็นบ่อเกิดแห่งทัศนคติ

### แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อโครงการ “ยึดอก พกถุง” ว่าภายหลังจากที่กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับข่าวสาร ตลอดจนมีความเกี่ยวข้องกับโครงการ “ยึดอก พกถุง” แล้ว กลุ่มเป้าหมายเกิดทัศนคติอย่างไรต่อโครงการ “ยึดอก พกถุง”

อัลพอร์ต (Allport, 1935) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมทางด้านจิตใจ ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็แรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1954) ได้อธิบายว่า ทักษะคติ เป็นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ อาจเป็นความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย หรือรู้สึกเฉยๆ ความชอบ ความเกลียด เป็นต้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973 อ้างใน ซ่อแก้ว ประสงค์สม, 2542) กล่าวว่า ทักษะคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ที่จะเป็นการสนับสนุนหรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคลบางคน หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด

ฟิชบาย (Fishbein, 1976) ให้คำจำกัดความของทักษะคติ ไว้ว่า ทักษะคติ คือ ความโน้มเอียง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่แสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางสนับสนุน หรือ ไม่สนับสนุน ทักษะคติ เกิดก่อนพฤติกรรม และทักษะคติเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคล

โรเคช (Rokeach, 1970) ได้ให้ความหมายของ ทักษะคติ ไว้ว่า ทักษะคติเป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบความเชื่อที่มีต่อสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบ หรือ ไม่ชอบ

คูนด์เลอร์ (Kundler, 1974) ได้ให้คำจำกัดความว่า ทักษะคติ คือ ความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังคมรอบตัวหรือแนวโน้มที่จะปลงพฤติกรรมในการสนับสนุน หรือต่อต้านแนวความคิด สถาบัน หรือบุคคล หรือสถานการณ์บางอย่าง

จาร์เน แกลโกส (2529) กล่าวว่า ทักษะคติ คือ ความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์วัตถุ หรือแง่มุมใดแง่มุมหนึ่งของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือ ไม่ชอบ ทักษะคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมถึงความรู้และความรู้สึก อารมณ์ ทักษะคติในส่วนของที่เกี่ยวกับความรู้ หมายถึง ส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผลและความรู้ตามที่เป็นจริง และพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการแสดงออก การมีปฏิกิริยาตอบกลับตลอดจนการประพฤติปฏิบัติต่างๆ ซึ่งทักษะคติอาจสะท้อนให้เห็นในรูปของพฤติกรรม เช่นการแสดงออกโดยการกล่าวให้ความเห็นเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด เพราะเหตุใดเราจึงชอบหรือไม่ชอบสิ่งเหล่านั้น

ศศิวิมล ตามไท (2542) ได้ให้นิยามว่า ทักษะคติ หมายถึง สภาวะที่บุคคลมีความรู้สึกตอบสนองต่อวัตถุ หรือสิ่งเร้าใดๆ ไปในทางที่ยอมรับ หรือไม่ยอมรับ แบ่งออกเป็น ทักษะคติในทางบวก คือเห็นด้วย และทักษะคติในทางลบ คือไม่เห็นด้วย

มิลตัน โรเซนเบิร์ก และคาร์ล ฮอฟแลนด์ (Milton J. Rosenberg and Carl I. Hovland) ได้เสนอรูปแบบแผนภูมิขององค์ประกอบทัศนคติ ดังนี้

ส่วนประกอบของทัศนคติ			
สิ่งเร้าหรือจินตนาการ ต่างๆ ที่บุคคลเข้าไป เกี่ยวกับ	ทัศนคติ	ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive)	การรับรู้แสดงถึง ความรู้ ความเข้าใจ
		อารมณ์ ความรู้สึก (Affective)	เร้าความคิดที่แสดง ความรู้สึกในทางที่ดี
		พฤติกรรม (Behavior)	หรือไม่ดี ปฏิกริยาที่ แสดงออก สมองตอบ ต่อสิ่งเร้า

ที่มา: Milton J Rosenberg and Carl I. Hovland. Attitude organization and Change. New Haven, Yale University Press, 1960, P:3 (อ้างในข้อแก้ว ประสงค์สม, 2542)

### การเกิดทัศนคติ

เรนซิส ไลเคิร์ต (Rensis Likert) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคนซึ่งนับได้ว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติตามหลักวิชาการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้สรุปข้อศึกษาไว้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆที่มีอยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งใดในทางที่ดี หรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการติดต่อจากบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติซึ่งบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน

### ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือ ประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตามกำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลก็ต่างได้รับประสบการณ์ และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็น่าจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน

“การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจกันดี ทัศนคติก็น่าจะเปลี่ยนแปลงได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้ก็มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้น ในการที่จะมีการยอมรับหรือปฏิเสธในสิ่งใดก็ต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้” (Zimbardo Ebberson and Maslach, 1977 อ้างถึงใน ช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542)

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากอุปกรณ์สื่อมวลชนต่างๆ ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive Component) เป็นที่เชื่อกันว่าถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่นก็จะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่นถ้าส่วนประกอบของทัศนคติด้านความรู้เปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (Affective Component) และส่วนประกอบด้านการปฏิบัติ (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย

แมคกายร์ (McGuire, 1968 อ้างถึงใน ช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542) ได้อธิบายขั้นตอนของขบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่างๆ 5 ขั้นตอน

คือ

1. การใส่ใจ
2. ความเข้าใจ
3. การยอมรับ
4. การเก็บเอาไว้
5. การกระทำ

แมคกายร์ ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ถ้าขบวนการสื่อความหมายหรือการติดต่อข่าวสาร ทำให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติแล้ว จะเกิดขบวนการ คือการใส่ใจ ความเข้าใจ การยอมรับ การเก็บ

เอาไว้ และการกระทำในตัวผู้รับ การที่ขั้นตอนเหล่านี้จะเกิดในตัวผู้รับหรือไม่นั้น จะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายๆประการ เช่น ความสามารถทางสติปัญญา ฐานะทางเศรษฐกิจ การศึกษาและอื่นๆ สิ่งเหล่านี้อาจจะมีส่วนทำให้บางขั้นตอนไม่เกิดขึ้นได้

### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ (ช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542)

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสาร ซึ่งอาจจะมาจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลอื่น
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้มาจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งไม่มีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องประพฤติเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ถูกกระทบในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร อาทิเช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร ลักษณะของข่าวสาร คุณสมบัติของช่องทางการสื่อสาร และคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ล้วนมีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

การเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทำให้บุคคลต้องเผชิญปัญหา เหตุการณ์ต่างๆ มากมาย บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ง่าย แต่บางคนเปลี่ยนทัศนคติได้ยาก เพราะทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทนพอสมควร แต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยการรับข่าวสารที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับบุคคลนั้นๆ

เฮอริเบิร์ต ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman, 1967 อ้างถึงใน ช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542) ได้เสนอขบวนการที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคล คือ

1. การยินยอม (Compliance) จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับอิทธิพลของผู้อื่น เพราะต้องการให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อตนในทางที่ตนต้องการ
2. การลอกเลียนแบบ (Identification) จะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลยอมรับอิทธิพลของบุคคลอื่น เพราะต้องการสร้างพฤติกรรมของตนให้เหมือนกับบุคคลในสังคม



### 3. การที่บุคคลยอมรับพฤติกรรมในสังคมที่เหมาะสมกับค่านิยมที่มีอยู่ในตัวเราแล้ว (Internalization)

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นมีอยู่ 2 ประเภท คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคล ที่เป็นไปในทางบวกก็จะเพิ่มขึ้นในทางบวกด้วย แต่ถ้าทัศนคติไปในทางลบก็จะเพิ่มขึ้นทางลบด้วย
2. การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวกก็จะลดลงในทางลบ แต่ถ้าเป็นไปในทางลบก็จะเป็นไปในทางตรงกันข้าม

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางเดียวกันก็จะเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่า มันคงกว่า คงที่กว่าทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปในคนละทาง ซึ่งทัศนคติของบุคคลสามารถถูกกระทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี วิธีหนึ่งก็คือ การที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมาจากสื่อบุคคล สื่อกลุ่ม และสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติด้านความรู้ หรือการรับรู้ (Cognitive Component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้ส่วนประกอบด้านอารมณ์ (Affective Component) และส่วนประกอบทางพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้น จึงอาจสรุปว่า หากได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มีทัศนคติ หรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันกันออกไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยม (Value) ของบุคคล แต่มาจากการเปลี่ยนแปลงการยอมรับข่าวสารซึ่งสัมพันธ์กับบุคคลนั้น ปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งมีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ "สื่อ" (Media) ซึ่งอาจจะเป็นสื่อบุคคล หรือส่วนมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่ง "ข่าวสาร" (Message) ให้แก่ผู้รับข่าวสาร แต่อิทธิพลของ "ข่าวสาร" และ "สื่อ" จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสาร และผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ ระหว่างข่าวสาร กับความรู้และทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงก็ได้

ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้ หรือ ความคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน คือ เมื่อองค์ประกอบทางด้านความรู้ หรือ ความคิดเปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective

Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย

### แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice)

ผู้วิจัยได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาพฤติกรรม (การมีส่วนร่วม) ที่มีต่อโครงการ "ยี่ดอก พกถุง" โดยที่ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533) กล่าวว่า พฤติกรรมคือ การกระทำ หรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่ เป็นการแสดงออกของบุคคล ก็เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สิ่งสมที่แตกต่างกัน อันจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

พฤติกรรม จึงเป็นกิจกรรมต่างๆ ซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดิน หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลจากการเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้นๆ (เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534)

### องค์ประกอบของพฤติกรรม

ครอนบาช (Cronbach อ้างถึงใน ช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542) ได้อธิบายพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้น เพราะ องค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจ หรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆ อย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะเลือกสนองความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิ ภาวะ หรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา

3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อน แล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับ หรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thrashing) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ได้

### แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

นิรันดร์ จาตุศศิษฐ์ (2527) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็นการเกี่ยวข้องกับทางจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลในสภาพการณ์กลุ่ม (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องกับดังกล่าวจะเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดหมาย (Contribution) ของกลุ่มนั้น และทำให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

รูสโซ (Rousseau อ้างถึงใน บุญชัย เกิดปัญญาวัฒน์, 2535) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพ ในการตัดสินใจว่า จะเลือกการมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือ จะต้องไม่มีใครเป็นนายใครหรือเป็นแห่งชีวิต
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้นจะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และความสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนัก รับผิดชอบในความสำคัญของการมีส่วนร่วมตนเอง

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ได้ให้คำนิยามของ "การมีส่วนร่วม" ไว้ว่า หมายถึง การให้ความร่วมมือ ตลอดจนเข้าร่วมในกิจกรรม หรือ โครงการต่างๆ

กิตติศักดิ์ เชื้อแดง (2542) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึงการมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือทั้งในด้านแรงกาย และแรงใจ

การมีส่วนร่วม ประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ดังนี้

1. การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์ เป็นการเกี่ยวข้องทั้งหมด มิใช่เพียงแต่ด้านกำลัง หรือทักษะ
2. การกระทำทำให้ เมื่อผู้มีส่วนร่วมได้เกิดความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์แล้ว เท่ากับเป็นการเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นริเริ่มสร้างสรรค์ กระทำการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) ระหว่างบุคคล และกลุ่ม การร่วมรับผิดชอบเมื่อเกิดการเกี่ยวข้องด้านจิตใจ อารมณ์ และได้กระทำทำให้แก่สถานการณ์กลุ่มนั้นแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วย เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการทางสังคมที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มและต้องการเห็น ผลสำเร็จของการทำงานนั้นด้วย

เงื่อนไขของการมีส่วนร่วมที่แท้จริง อาจแยกแยะได้ ดังนี้

1. การที่จะเกิดการมีส่วนร่วมที่แท้จริง โดยปกติแล้วจำเป็นต้องมีการกระจายอำนาจเสียใหม่ กล่าวคือ อำนาจทางการเมืองต้องถูกกระจายออกไปในทุกระดับ การผูกขาดอำนาจ การรวมอำนาจสู่ศูนย์กลาง ลักษณะการปกครองแบบเผด็จการย่อมไม่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
2. ยุทธวิธีในการพัฒนาแบบเก่าๆ จะต้องเปลี่ยนแปลง เพราะถ้าไม่เปลี่ยนแปลงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงจะไม่เกิดขึ้น และในอีกด้านหนึ่ง ยุทธวิธีที่ถูกต้องในการพัฒนาจะต้องได้มาจากการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงนั่นเอง
3. การปฏิบัติหน้าที่ของกลไกต่างๆ ที่จะยังผลให้เกิดการมีส่วนร่วมจะเป็นไปได้ดี หรือไม่ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์หรือสภาพแวดล้อมต่างๆ ทางเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการ ศึกษา "การเปิดรับสาร ความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ "ยี่ดอก พกถุง" ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร" จึงได้มีการประยุกต์ใช้ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP) ในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อที่จะได้ทราบว่า ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (การมีส่วนร่วม) ของกลุ่มเป้าหมายมีความสัมพันธ์กันอย่างไร นอกจากนั้นเพื่อที่จะได้เป็นกรอบในการศึกษาว่า การที่กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติต่อโครงการ "ยี่ดอก พกถุง" แล้ว ประเด็นดังกล่าวสามารถส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรม และมีส่วนร่วมต่อโครงการ "ยี่ดอก พกถุง" อย่างไรบ้าง

นอกจากนั้น ทฤษฎีดังกล่าว เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญ กับ 3 ตัวแปร คือ ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจจะมีผลกระทบต่อดังกล่าวไป จากการรับสารนั้นๆ ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสาร หรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารพัฒนาการ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้ทราบข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์เป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ได้วางเป้าหมายไว้ การรณรงค์ให้ประชาชนอนุรักษ์พลังงานก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทัศนคติที่ดี แะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบไปด้วย

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วย เหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายในอย่างไรก็ตาม ความรู้ อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้กับสมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบข้อสงสัย และความสับสนของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรมเพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่วัตกรรมการนั้นๆ (ในฐานะความรู้)
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนได้ตระหนัก และผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชน และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น
4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสาร สังคมมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารทราบระบบความเชื่อที่หลากหลาย และลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นเรื่อยๆ
5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยม และอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

ทัศนคติ (Attitude) เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิด และรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิตรของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบต่อ ประเด็นหนึ่งๆ

นอกจากนี้ เทอร์สโตน โลตัส และ เชฟ อี (Thurstone Lotus and Chave E.) มีความคิดเห็นต่อเรื่องทัศนคติว่า "A verbal expression of attitude....An opinion is symbolizes on attitude....We shall use opinions as the means for measuring attitude" สามารถถอดความได้ว่า การแสดงทัศนคติทางคำพูด ความคิดเห็น... เราสามารถใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องวัดทัศนคติ

คาทซ์ และสกอตแลนด์ (Katz and Scotland) ได้แยกส่วนประกอบของทัศนคติไว้ 3 ส่วนด้วยกัน คือ

1. ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือ ความรู้ ความเข้าใจ ที่เรียกว่า "Cognitive Component" ได้แก่ ความคิดซึ่งเป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปใดรูปหนึ่งแตกต่างกันออกไป
2. ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก เรียกว่า "Affective Component" ซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดี หรือไม่ดีก็จะแสดงออกขณะที่คิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก ที่เรียกว่า "Positive Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า "Negative Affective Component" ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี
3. ส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม เรียกว่า "Behavioral Component" ซึ่งมีแนวโน้มไปในทางการกระทำ หรือพฤติกรรมในลักษณะที่ว่า เมื่อมีสิ่งเร้าเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี (ปาริฉัตร มั่นคง, 2534)

จะเห็นได้ว่า ถ้าบุคคลไม่มีความเข้าใจ หรือแนวความคิดที่เรียกว่า "Concept" เกี่ยวกับสิ่งใดก็จะไม่สามารถมีทัศนคติเกี่ยวกับสิ่งนั้นได้ การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจ หรือมีแนวคิดซึ่งเรียกว่า "Concept" ต่างกัน

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิด หรือความรู้ ความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแตกต่างกันทั้งในทางบวก และทางลบขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้น ที่มีต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์นั้นๆ เป็นสำคัญ

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการให้ความคิดเห็นว่า สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น เริ่มต้นด้วยองค์ประกอบที่สำคัญหนึ่ง คือ แหล่ง (Source) ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจเป็นบุคคลเดียว กลุ่มบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือสิ่งที่ก่อให้เกิดทัศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวสารต่างๆ จะมีลักษณะแตกต่างกันในด้านต่างๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษาพบว่า แหล่งข่าวสารที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจและมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งข่าวสารที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นอกจากนี้องค์ประกอบอื่นๆ เช่น เนื้อหาของข่าวสาร (ควรพิจารณาถึงภาษา ความยากง่าย คำที่ใช้ ฯลฯ) และตัวผู้รับ (เช่น ทักษะในการสื่อความหมาย ทัศนคติ ความรู้ระบบ

ในสังคม เป็นต้น) ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (สุภาพงษ์ วรรวยทรง, อ้างถึงในช่อแก้ว ประสงค์สม, 2542)

พฤติกรรม (Practice / Behavior) เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้ และทัศนคติเกิดขึ้น เพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับจึงก่อให้เกิดประสบการณ์สังคมที่แตกต่างกัน ดังนั้นผลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไป การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมนั้น สามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ปัจเจกชนคนข้างเคียง (กลุ่ม) ไปจนถึงระดับสังคม (สถานการณ์) การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสาร อาจผ่านโดยสื่อ อาศัยวิธีการ ดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม ไม่ว่าจะด้วยภาพหรือ เสียง เช่น บรรยากาศในการประกาศปฏิบัติรัฐประหาร สถานการณ์ที่น่าวิตก และเป็นห่วงต่างๆ
2. การเห็นอกเห็นใจ (Sympathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระ ก็อาจจะโน้มน้าวใจให้ผู้คนยอมรับได้ เช่น คนไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ก็เพราะเห็นผู้สมัครนั้นถูกโจมตีจากผู้สมัครคนอื่นๆ
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalizes Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม ในการโฆษณาเพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้ออื่นๆ

และผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือมีพฤติกรรมต่อเนื่อง (Activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้น และการหยุดยั้งเป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อปัญหา การจัดหายุทธวิธีการดำเนินงาน และการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่น่าสนใจอีกอันหนึ่งคือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ซึ่งกล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติก็น่าจะเปลี่ยนแปลง และเมื่อ



ทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้ง 3 อย่างนี้ มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้นในการที่จะให้มีการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อนโดยให้ความรู้

นอกจากนี้ทฤษฎีการให้ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม สามารถใช้วัดความสำเร็จในการพัฒนาประชาชนดังที่กล่าวมาแล้ว ทฤษฎีนี้ยังเป็นทฤษฎีที่ใกล้เคียงกับการเผยแพร่นวัตกรรม โดยมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันละกัน มีนักวิชาการหลายท่านที่มักเห็นว่าทฤษฎีทั้งสองเป็นทฤษฎีเดียวกัน เนื่องจากเป็นส่วนเสริมกัน เพราะการเผยแพร่ นวัตกรรมสามารถเป็นตัวแปรต้น ในขณะที่ความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมเป็นตัวแปรตาม กล่าวคือ การเผยแพร่ นวัตกรรมเน้นกลไกการยอมรับสาร (นวัตกรรม) ของผู้รับสาร เมื่อรับสารแล้วจะเกิดผลกระทบอย่างไร ด้วยเหตุนี้ ความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม จึงเป็นผลที่สามารถวัด ได้จากการเผยแพร่ นวัตกรรม

#### ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ

โรเจอร์ส (Rogers, 1971) เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-GAP และได้อธิบายว่า ทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติ ในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP-GAP ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ ในกรณีทั่วไป เมื่อบุคคลมีความรู้ ทัศนคติ เช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ ทัศนคติ ที่มีอยู่นั้นคือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดเสมอไปในทุกกรณี

ในการเปิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติ KAP-GAP นี้ โรเจอร์ส (Rogers, 1983) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้ หรือวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่นๆ ที่ยังไม่ยอมรับ

## แนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากร

เนื่องจากโครงการ "ยึดดอก พกถุง" เป็นโครงการที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้ถุงยางอนามัยในกลุ่มเยาวชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่องประชากรมาเพื่อเป็นกรอบในการศึกษากลุ่มเป้าหมายของการวิจัย ในที่นี้ คือ นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัย ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน คือ เพศ, สาขาวิชา และประเภทของมหาวิทยาลัย เนื่องโครงการ "ยึดดอก พกถุง" เป็นโครงการที่มีการใช้สื่อหลายช่องทาง ดังนั้นจึงมีความจำเป็นในการวิเคราะห์ผู้รับสาร โดยการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristic) (ปรมะ สตะเวทิน, 2546)

### ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristic of Audience)

- **อายุ (Age)**

เนื่องจากอายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากกว่ามักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่า (More conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (More idealistic) ใจร้อนกว่า (More impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (More pragmatic), มีความระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคเห็นต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย

นอกจากแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงด้วย ส่วนลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุน้อยกว่า

- **เพศ (Sex)**

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายอันได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็น

แม่บ้านแม่เรือน (Home-oriented) (Brooks, Speech Communication อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน: 2546) นอกจากนั้นการวิจัยหลายอันยังพบว่า ผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนั้น ผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย (More people-centered)

- การศึกษา (Education)

การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน, ในยุคสมัยที่ต่างกัน, ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน, ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความที่แตกต่างกันไป

คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง, มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้จะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำกว่ามักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ, โทรทัศน์ และภาพยนตร์

### แนวคิดเรื่องเพศศึกษากับเยาวชนไทย

ความคิดเรื่องเพศศึกษากับวัยรุ่นไทย นับได้ว่ายังคงใหม่ในสังคม ส่วนหนึ่งอาจมาจากค่านิยม ความเชื่อพื้นฐานเดิมที่หล่อหลอมให้เยาวชนคิดว่า เรื่องเพศศึกษาเป็นเรื่องต้องห้าม ไม่ควรนำมาพูดถึง ซึ่งค่านิยมดังกล่าว ส่งผลทำให้อัตราการมีเพศสัมพันธ์กับอินวัยอันควรมีแนวโน้มเพียงแค่นิดๆ ทั้งนี้เนื่องจากขาดข้อมูล หรือการได้รับความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษา ตลอดจนการใช้ถุงยางอนามัยเพียงป้องกัน การตั้งครรภ์โดยไม่พึงประสงค์ หรือแม้แต่การลดอัตราโรคติดต่อ ที่เกิดจากการมีเพศสัมพันธ์ เช่น โรคเอดส์ เป็นต้น ดังนั้น สังคมควรมีการปรับวิธีคิดแก้ปัญหาให้รอบด้านหลายมิติ ดังนี้

1. การใช้ความหมายของการล่วงละเมิดทางเพศที่เป็นสากล ซึ่งในระดับนานาชาติจะหมายถึงระดับไม่รุนแรง ได้แก่ การเขียนคำหยาบ คำลามกที่โต๊ะเรียน ห้องน้ำ การส่งรูปโป๊ทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้ท่าทาง ระดับรุนแรงปานกลาง ได้แก่ การสัมผัส การเล่าเรื่องตลกลามก การบีบบังคับให้รับนับ และระดับรุนแรง ได้แก่ การข่มขืน

2. ความยอมรับในขนาดของปัญหาที่เกิดขึ้นในสถานศึกษา ซึ่งจากงานวิจัย(พิมพ์ใจ เมษฐ์สุโขทัย และคณะ, 2550) รายงานว่า

- (1) การล้วงละเมิดทางเพศเป็นปัญหาใหญ่อย่างหนึ่ง ที่เกิดขึ้นได้ทั้งในโรงเรียน ระดับประถม มัธยม วิทยาลัยและมหาวิทยาลัย ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ของนักเรียน
- (2) การล้วงละเมิดทางเพศเกิดจากผู้มีอำนาจ ผู้มีอิทธิพล
- (3) นักเรียนหญิงจะเป็นผู้ถูกกระทำ/ถูกข่มขืนโดยผู้ใกล้ชิด เพื่อนบ้าน เพื่อนนักเรียนด้วยกัน ครูกระทำต่อนักเรียน พ่อเลี้ยง พ่อของตนเอง
- (4) การล้วงละเมิดทางเพศเกิดได้ทุกแห่งทั้งในโรงเรียนและนอกโรงเรียน
- (5) นักเรียนที่ถูกล้วงละเมิดทางเพศส่วนใหญ่จะเล่าเหตุการณ์ให้เพื่อนฟัง รองลงมาคือพ่อแม่ ผู้ปกครอง และครูประจำชั้นเป็นลำดับสุดท้าย
- (6) นโยบายเกี่ยวกับการคุ้มครองและการป้องกัน ไม่ให้เกิดการล้วงละเมิดทางเพศ ในสถานศึกษา ยังไม่ได้กำหนดเป็นนโยบายเฉพาะ
- (7) แนวทางการร้องเรียนการล้วงละเมิดทางเพศยังไม่ได้กำหนดชัดเจน
- (8) นักเรียนยังรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการล้วงละเมิดทางเพศน้อยมาก

ดังนั้นข้อเสนอแนะจากการศึกษาสภาพนักเรียนถูกล้วงละเมิดทางเพศ คือ

1. กระทรวงศึกษาธิการควรกำหนดเป็นนโยบายเฉพาะเกี่ยวกับการป้องกันและการคุ้มครองนักเรียนไม่ให้ถูกกระทำ รวมทั้งกำหนดแนวทางดำเนินงานให้ชัดเจนเพื่อเด็กจะได้มีที่ปรึกษาและสามารถขอคำแนะนำได้ถูกต้อง

2. ควรส่งเสริมให้ผู้ปกครองชุมชนร่วมป้องกันการล้วงละเมิดทางเพศโดยจัดให้มีการประชุมครูผู้ปกครองชุมชนและนักเรียน เข้าใจ รวมทั้งให้ความรู้ด้านสื่อที่หลากหลาย เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ รณรงค์ยุติการล้วงละเมิดทางเพศ

3. ควรส่งเสริมให้โรงเรียนมีสภาพแวดล้อมบรรยากาศที่ดี โดยขอความร่วมมือจากผู้ปกครองประสานเครือข่ายให้ร่วมป้องกันการล้วงละเมิดทางเพศ และให้คำแนะนำแก่นักเรียนผู้ถูกกระทำ

4. มีกระบวนการจัดการกับปัญหาข่มขืนและการล้วงละเมิดทางเพศในสถานศึกษาอย่างเป็นระบบ เช่น

1) มีนโยบายต่อต้านการละเมิดทางเพศที่ชัดเจนและ เขียนเป็นลายลักษณ์อักษร และต้องเผยแพร่ให้นักเรียน ผู้ปกครอง และเจ้าหน้าที่ทุกคนของสถานศึกษาได้รับทราบ

2) ต้องมีกระบวนการป้องกันกระบวนการช่วยเหลือ กระบวนการคุ้มครองอย่างละเอียด ผู้ที่รับผิดชอบและผู้เกี่ยวข้องรู้ว่าต้องทำอะไรและอย่างไร

3) ช่วยเหลือให้ผู้ที่ถูกกระทำมีความกล้าที่จะร้องเรียนได้อย่างไร (เพราะจากการศึกษาพบว่าคดีข่มขืนปรากฏเป็นข่าวให้สังคมรับรู้มันเป็นเพียงร้อยละ 5 ของเหตุที่เกิดขึ้นทั้งหมดเท่านั้นเอง)

4) การจัดการศึกษาเพื่อป้องกันปัญหาการข่มขืนและ ลวนลามทางเพศในสถานศึกษาให้ได้ผล ต้องจัดการศึกษาเรื่องความรุนแรงทางเพศในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ทุกคนในสถานศึกษา มีการพัฒนาศักยภาพและทักษะในการดูแลความปลอดภัยของตนเองและเพื่อนร่วมสถานศึกษา และ ควรจะบ่งบอกอย่างชัดเจนว่าการละเมิดทางเพศหมายถึงการกระทำอะไรบ้าง และควรเขียนไว้ในกฎหรือข้อบังคับของสถาบันการศึกษาด้วย

5. ค้นหาเด็กเยาวชนกลุ่มเสี่ยงโดยเฉพาะกลุ่มอายุ 13-18 ปีที่มีพฤติกรรมดังนี้ กลุ่มสังคมเพื่อนเกี่ยวข้องกับยาเสพติดและอบายมุข กลุ่มดื่มสุรา/เสพบุหรี่ปริมาณเป็นประจำ กลุ่มครอบครัวติดยา/ค้ายาเสพติด กลุ่มครอบครัวว่างงาน/ฐานะเศรษฐกิจตกต่ำ/กลุ่มเด็กเร่ร่อน กลุ่มเล่นการพนัน/ติดพนันบอล กลุ่มที่มีความเครียด/มีปัญหาในครอบครัว กลุ่มแก๊งค์มอเตอร์ไซค์ซิ่ง/ชอบทะเลาะวิวาทและ กลุ่มฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย/ชอบเที่ยวเตร่ยามวิกาล/ติดเกมอินเทอร์เน็ต/ มั่วสุมตามหอพัก

6. แก้ไขปัญหาพฤติกรรมเยาวชนทั้งระบบ/องค์ประกอบทุกมิติ การใช้ทุกระบบหมายถึงระบบใช้โรงเรียนเป็นฐานของการพัฒนา ระบบใช้โรงเรียนช่วยสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และระบบสร้างเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทันสมัยกระจายความรู้ ส่วนการใช้ทุกมิติคือแก้ตามภาระหน้าที่/ประเด็นปัญหา/พื้นที่

7. สร้างความเข้มแข็งให้กับสถานศึกษาในพื้นที่เสี่ยง โดย สถานศึกษาต้องจัดทำฐานข้อมูล สถานการณ์ พื้นที่เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน และการติดตามประเมินผล โดยทำงานร่วมกับส่วนราชการอื่น และเครือข่ายผู้ปกครองและชุมชน

8. การค้นหาต้นแบบความสำเร็จเพื่อสู่การขยายผล การสื่อสารและสัมพันธภาพที่จำเป็นต้องพัฒนาให้เกิดมีขึ้นเป็นทักษะชีวิต ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมกระบวนการคิด การ

ตัดสินใจโดยเรียนรู้อยู่บนพื้นฐานของสังคมและวัฒนธรรมด้วย การสอนด้วยกิจกรรมหลากหลาย โดยวิเคราะห์ถึงความต้องการของผู้เรียนเป็นหลัก มักใช้ภาษา คำพูดโดนใจ ใช้ประเด็นปัญหา สังคมโดยยกสถานการณ์ มาให้นักเรียนนักศึกษาคิด เปรียบเทียบให้เห็นชัดเจนมีเกร็ดความรู้เพื่อความสนุกสนาน แต่ขณะเดียวกันได้เรียนรู้เท่าทันอารมณ์และความเปลี่ยนแปลงและใช้สื่อการเรียนการสอนให้เข้าใจบทเรียน

9. พังเสียงจากเยาวชน ซึ่ง เสนอ แนวทางการแก้ไข เพื่อลดจำนวนผู้ป่วยเอดส์ รายใหม่ โดยการ

- 1) รัฐเร่งสร้างความเข้าใจให้ผู้รับผิดชอบนโยบายเยาวชน เข้าใจ ธรรมชาติของเยาวชน สร้างทางเลือกให้เยาวชน
- 2) รัฐมีหลักสูตรเพศศึกษาและมีระบบการให้ข้อมูลเรื่องเอดส์ เพศศึกษา ที่รอบด้าน
- 3) รัฐสนับสนุนให้เยาวชนมีส่วนร่วมในระดับชุมชนถึงระดับชาติ
- 4) รัฐต้องพัฒนาระบบให้บริการ ที่เป็นมิตรต่อเด็กและเยาวชน
- 5) รัฐสนับสนุนทรัพยากรทุนในการทำกิจกรรม พัฒนาบุคลากรที่มี ความรู้ ข้อมูลที่ทันต่อสถานการณ์
- 6) รัฐสนับสนุนสภาวะแวดล้อมและกลไกการทำงานที่เอื้อต่อการ ป้องกันเอดส์ โดยการบังคับใช้กฎหมาย นโยบายที่เกี่ยวข้อง ให้นำไปสู่การ ปฏิบัติ ในการแก้ปัญหาเอดส์ โดยมีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง
- 7) สร้างนิสัยรักการอ่านให้เรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้นเพื่อใช้ปัญญาเป็น ภูมิคุ้มกันภัย

นอกจากข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเพศศึกษาแล้ว ควรมีการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่อง เพศสัมพันธ์ ตลอดจนให้ข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับการหลีกเลี่ยงการมีพฤติกรรมเสี่ยงต่อโรคที่ติดต่อทาง เพศสัมพันธ์ ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะกระตุ้นให้เยาวชน ตระหนักถึงปัญหาที่เกิดจากการมี เพศสัมพันธ์โดยที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ อันเป็นสาเหตุของปัญหาสังคมต่างๆตามมา

พฤติกรรมเสี่ยงต่อการติดต่อทางเพศสัมพันธ์สูง

หมายถึงพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดอัตราเสี่ยงต่อการติดโรคทางเพศสัมพันธ์ได้แก่พฤติกรรมดังต่อไปนี้

- มีการเปลี่ยนคู่นอนหลายคน
- เคยเป็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่น

- คู่ครองเคยเป็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์
- ร่วมเพศกับคนที่ไม่รู้จัก
- ดื่มสุราหรือใช้ยาเสพติดก่อนร่วมเพศ เนื่องจากจะทำให้มีการร่วมเพศที่เสี่ยงต่อการติดโรค
- ร่วมเพศกับผู้ติดยาเสพติด
- ร่วมเพศทางทวารหนัก
- ไม่สวมถุงยางอนามัยขณะร่วมเพศกับคนที่ไม่ใช่ภรรยา

หากเลือกคู่ครองที่ไม่ใช่กลุ่มเสี่ยงต่อการติดเชื้อ สามารถลดอัตราการติดเชื้อลงไปได้ 5000 เท่าเมื่อเทียบกับผู้ที่อยู่กับกลุ่มเสี่ยง หากพบว่าคู่นอนมีผลการตรวจเลือดทดสอบ HIV ให้ผลลบ จะทำให้ลดความเสี่ยงลง 100 เท่า ดังนั้นจึงมีความจำเป็นสำหรับคูรักรักก่อนที่จะมีอะไรกันควรที่จะเลือกคู่นอนให้ดี และควรที่จะเจาะเลือดก่อนที่จะมีเพศสัมพันธ์ การสวมถุงยางอนามัยคุมกำเนิดจะลดอัตราเสี่ยงลงไปได้ 10 เท่า

#### พฤติกรรมที่ปลอดภัยจากโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

ก่อนมีเพศสัมพันธ์ต้องมีสติ อย่าหน้ามืดจนกระทั่งขาดสติไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะเกิด หากจะร่วมเพศกับคนที่ไม่รู้ประวัติควรคำนึงถึงโรคติดต่อ

- ให้ทั้งคู่มีเพศสัมพันธ์กับบุคคลที่ต้องสงสัยไม่ว่าจะเป็นสามีหรือคนอื่น
- ให้มีคู่คนเดียวโดยเฉพาะผู้ที่ไม่มประวัติเป็นโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ และหากจะมีคู่คนใหม่จะต้องซักประวัติโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ประวัติคู่นอนคนก่อน ประวัติการใช้ยาเสพติด รวมทั้งสุขภาพปัจจุบันก่อนที่จะมีเพศสัมพันธ์ ควรจะเจาะเลือดดูโรคเอดส์ ไวรัสตับอักเสบบี ก่อนที่จะมีเพศสัมพันธ์
- ให้สวมถุงยางอนามัยถ้าไม่แน่ใจ ถ้าใช้สารหล่อลื่นต้องใช้น้ำเป็นตัวทำละลาย
- ไม่ดื่มสุราหรือใช้ยาเสพติดก่อนร่วมเพศเพราะอาจจะขาดความยับยั้งคิด

#### การคุมกำเนิดโดยใช้เครื่องป้องกัน

การคุมกำเนิดวิธีนี้จะป้องกันมิให้เชื้อเดินทางไปผสมกับไข่วิธีการที่ใช้มีดังนี้

- ยาฆ่าเชื้อ เชื้ออสุจิ
- ถุงยางอนามัยสำหรับผู้ชาย
- ถุงอนามัยสำหรับผู้หญิง
- ฟองน้ำคุมกำเนิด
- หมวกครอบปากมดลูก

- Diaphragm

### ยาฆ่าเชื้อ เชื้ออสุจิ [เชื้ออสุจิ Icides]

ในการหลังแต่ละครั้งจะมีเชื้ออสุจิ จำนวนหลายร้อยล้านตัวออกมาแต่จะมีเพียงร้อยละ 1 ที่ถึงเป้าหมายคือปากมดลูกที่เหลือนตายหมดเนื่องจากความเป็นต่างของช่องคลอด และจะมีเพียง 1 ตัวที่เข้าผสมกับไข่ ได้มีการผลิตสารเคมีที่มีส่วนประกอบที่สำคัญคือ Nonoxynol-9 สามารถฆ่าเชื้ออสุจิ ได้โดยทำเป็นหลายรูปแบบคือ โฟม เจล หรือชนิดเหน็บ การใช้ยาฆ่า เชื้ออสุจิ ควรกระทำก่อนที่จะมีการสอดใส่อวัยวะเพศชาย ชนิดที่ได้ผลดีที่สุดคือชนิด โฟม การใช้โฟมควรใช้ก่อนมีเพศสัมพันธ์โดยสอดเข้าไปใกล้ปากมดลูก ยาเหน็บควรเหน็บก่อนร่วมเพศ 15 นาที หากไม่ได้ร่วมเพศเกิน 15 นาทีต้องเพิ่มยาฆ่าเชื้อโดยเฉพาะชนิด โฟม ไม่ควรสวนล้างช่องคลอดเนื่องจากทำให้ยาเสื่อม ยานี้ไม่สามารถป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์

### ถุงยางอนามัยคุมกำเนิด [Condom]

เป็นการคุมกำเนิดที่แพร่หลาย ใช้ได้ผลดีสามารถป้องกันการตั้งครรภ์ และยังป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ ถุงยางอนามัยอาจจะทำจากยางธรรมชาติ (Polyurethan) หนึ่งแคะ ถุงยางอนามัยที่ทำมาจากยางธรรมชาติจะป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ดีที่สุด ต้องเลือกถุงยางอนามัยที่มีขนาดพอดีกับอวัยวะเพศ หากถุงยางอนามัยเล็กไปก็อาจจะมีโอกาสที่ถุงยางอนามัยจะแตก หากหลวมไปก็มีโอกาสที่ถุงยางอนามัยจะหลุด ถุงยางอนามัยอาจจะมีสารหล่อลื่นเคลือบอยู่ บางชนิดก็มียาฆ่าเชื้อ เชื้ออสุจิ ข้อควรระวัง

- ถุงยางอนามัยมีอายุเฉลี่ย 5 ปี ก่อนใช้ต้องตรวจวันหมดอายุ
- ต้องเลือกขนาดให้พอดีกับอวัยวะเพศขณะแข็งตัว
- ถุงยางอนามัยที่เหมาะสมจะต้องเหลือปลายประมาณครึ่งนิ้วเพื่อเก็บน้ำเชื้อ
- ห้ามกลับด้านถุงยางอนามัย
- ห้ามใช้สารหล่อลื่นที่เป็นไขมันเช่น Vaseline ,mineral oil เพราะอาจจะทำให้ถุงยางอนามัยเสียหายได้
- การแกะซองถุงยางอนามัยห้ามใช้เล็บหรือของมีคมเพราะอาจจะทำให้ถุงยางอนามัยฉีกขาด
- ก่อนใส่ถุงยางอนามัยให้บีบไล่อากาศในถุงยางอนามัยออกให้หมด
- ใส่ถุงยางอนามัยโดยเอาปลายถุงยางอนามัยติดกับอวัยวะเพศ แล้วม้วนลงไปหาโคนอวัยวะเพศอย่าใส่กลับด้าน
- หากปลายถุงอนามัยไม่มีถุงสำหรับใส่น้ำเชื้อ ให้เลื่อนถุงยางอนามัยออกไปครึ่งนิ้ว
- ไล่อากาศที่อยู่ในถุงยางอนามัยให้หมดเพื่อที่ถุงยางอนามัยจะได้แนบสนิทกับผิวอวัยวะเพศ



- สำหรับผู้ที่ยังไม่ได้ขลิบปลายอวัยวะเพศ ก่อนใส่ถุงยางอนามัยต้องรูดหนังให้เปิดปลายอวัยวะเพศ
- ให้ใช้ถุงยางอนามัยครั้งเดียวแล้วทิ้ง
- เก็บถุงยางอนามัยไว้ในที่เย็นและแห้ง เพราะหากถุงยางอนามัยเมื่อเจอความร้อนหรือแสง ถุงยางอนามัยจะเสื่อมง่าย ไม่ควรเก็บถุงยางอนามัยไว้ในกระเป๋ากางเกง

การฉีกหรือขาดส่วนใหญ่เกิดจากเล็บที่ยาวและเครื่องตกแต่ง เมื่อมีการฉีกขาดให้มือจับขอบถุงยางอนามัยแล้วถอนอวัยวะเพศออก ระวังอย่าให้น้ำเชื้อหกใส่ช่องคลอด หากแพ้ถุงยางอนามัยแบบลาเท็กซ์ ก็สามารถใช้นิตริลโพลีเอทิลีน หรือลัมโบลัมบัสได้ ถุงยางอนามัยที่ทำจากลาเท็กซ์ จะสามารถป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ดีที่สุด อย่างไรก็ตามการป้องกันการตั้งครรภ์ด้วยวิธีใส่ถุงยางอนามัยสามารถกันได้ร้อยละ 87-90 มีโอกาสที่ถุงยางอนามัยจะรั่ว 2/100 การใส่ถุงยางอนามัยคุมกำเนิด

#### ถุงยางอนามัยสำหรับสุขภาพสตรี

ถุงยางอนามัยสำหรับสุขภาพสตรีทำจาก โพลีเอทิลีน บางกว่าถุงยางอนามัยสำหรับผู้ชาย ผู้ใช้ต้องได้รับการฝึกใส่ก่อน ปลายข้างหนึ่งของถุงจะอยู่ติดปากมดลูกปลายอีกข้างหนึ่ง จะอยู่ภายนอก สามารถใส่ก่อนร่วมเพศได้ 8 ชั่วโมง เมื่อสวมถุงยางอนามัยแล้วผู้ชายก็ไม่จำเป็นต้องสวมถุงยางอนามัยเพราะจะทำให้เกิดการฉีกและถุงยางอนามัยเสียหายได้ อัตราความสำเร็จร้อยละ 79

#### ฟองน้ำคุมกำเนิด (Contraceptive Sponge)

ลักษณะเหมือนโดนัท มีสารฆ่าเชื้ออสุจิ ผสมอยู่ วิธีใช้ให้สอดฟองน้ำให้ลึกที่สุด สามารถสอดก่อนมีเพศสัมพันธ์ได้ 24 ชั่วโมง และต้องคาไว้ในช่องคลอดอย่างน้อย 6 ชั่วโมง หลังมีเพศสัมพันธ์ และควรนำออกภายใน 30 ชั่วโมงหลังจากสอดเนื่องจากอาจเกิดการติดเชื้อ

#### ห่วงคุมกำเนิด (Diaphragm)

เป็นขอบยางรูปถ้วยใส่เข้าไปในช่องคลอดก่อนที่จะมีเพศสัมพันธ์ 4 ชั่วโมงและรอบๆขอบจะต้องทายาฆ่าเชื้อด้วย ห่วงคุมกำเนิด จะป้องกันไม่ให้เชื้อไปสู่ปากมดลูก หลังมีเพศสัมพันธ์ จะต้องทิ้ง ห่วงคุมกำเนิดไว้ 6 ชั่วโมงจึงนำออกและควรยาฆ่าเชื้อทุกครั้งที่มีเพศสัมพันธ์ การใช้ห่วงคุมกำเนิดสามารถป้องกันการตั้งครรภ์ได้ร้อยละ 82

## Cervical Cap

รูปร่างเหมือนห่วงคุมกำเนิด แต่มีขนาดเล็กกว่า จะต้องใช้ร่วมกับยาฆ่าเชื้ออสุจิ และสามารถใส่ไว้ได้นาน 48 ชั่วโมงแต่ต่างจาก ห่วงคุมกำเนิด ที่ไม่ต้องใส่ยาฆ่าเชื้ออสุจิ ทุกครั้งที่ร่วมเพศ และใช้ยาฆ่าเชื้ออสุจิ น้อยกว่า สามารถป้องกันการตั้งครรภ์ได้ร้อยละ 80 ไม่แนะนำให้ใช้ Cervical cap ในผู้ป่วยที่เป็นเด็กสาวเพราะใส่ยากและหลุดง่ายหากใส่ไม่ดี ห้ามใส่ในกรณีที่ตรวจปากมดลูกพบเซลล์ผิดปกติ การใช้ห่วงคุมกำเนิด และหมวกครอบปากมดลูกไม่สามารถป้องกันการโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ได้ ข้อเสียการใส่ Cervical Cap ต้องใส่โดยแพทย์ และหลังร่วมเพศต้องคาไว้ 6 ชั่วโมง นอกจากนั้นยังหลุดได้ นอกจากนั้นยังอาจแพ้ยาฆ่าเชื้อ และแพ้ยางหลังการใช้ให้ล้างและตากแห้งสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ห้ามใส่แป้ง ห้ามใส่น้ำมันทุกชนิด เพราะจะทำให้เสียหาย

นอกจากความรู้ ตลอดจน ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องเพศศึกษากับวัยรุ่นแล้ว สิ่งที่สำคัญที่สุดในการที่จะทำให้วัยรุ่นเกิดความตระหนักถึงปัญหาจากการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร คือ ความรัก ความเอาใจใส่ จากคนในครอบครัว พ่อแม่ ผู้ปกครอง แม้เรื่องเพศสัมพันธ์ในกลุ่มวัยรุ่นจะเป็นเรื่องที่ขัดแย้งกับค่านิยมในสังคมไทย แต่การให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับปัญหาที่ตามมาไม่ว่า จะเป็นการตั้งครรภ์โดยไม่พึงประสงค์ หรือโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วอาจเป็นวิธีการสำคัญในการป้องกัน ตลอดจนเป็นการสร้างความตระหนักในกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นวัยอยากรู้ อยากรอง ได้เห็นถึงอันตรายของการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่รู้จักรูปวิธีการป้องกันได้

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยในประเทศ

ธีรนาถ เกิดสุคนธ์ (2525) ศึกษา อิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ ที่มีต่อเยาวชน : ศึกษาเฉพาะนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนรัฐบาล สังกัด กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ตามพฤติกรรมของตัวละครที่กระตุ้นให้ทำดี และเหตุการณ์ที่มีอิทธิพลต่อนักเรียน ซึ่งมีผู้ไม่ตอบคิดเป็นร้อยละ 27.2 และ 31.5 ส่วนอิทธิพลทางจริยธรรมจากสื่อละครโทรทัศน์ตามพฤติกรรมของตัวละครที่ทำให้นักเรียนเลียนแบบ และเหตุผลการเลียนแบบของนักเรียน นักเรียนส่วนใหญ่ไม่เคยคิดเลียนแบบคิดเป็นร้อยละ 84.7 และ 84.5 และความคิดเห็นที่จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงละครโทรทัศน์พบว่า นักเรียนชอบดูละครโทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 68.5 ส่วนละครโทรทัศน์ที่ชอบดูมากที่สุด ได้แก่ ละครประเภทที่ให้คิดสอนใจ คิดเป็นร้อยละ 41.2

พจนา วาสิกรัตน์ (2535) ศึกษา ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์โครงการชิงค์เบิร์กในการให้ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า นักเรียนมีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น แต่ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นหลังจากการเผยแพร่ สำหรับตัวแปรด้านประชากรและตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้แก่ ระดับชั้นเรียน สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และการเป็นสมาชิกชมรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนตัวแปรทางด้านประชากรที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ เพศ สำหรับตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) ศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับความตระหนัก ทัศนคติและการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ จากการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ และสื่อบุคคล คือเพื่อนฝูง/เพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อบุคคลคือ เพื่อนฝูง/เพื่อนร่วมงานและเจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมจากสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์และสื่อบุคคลคือ บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนฝูง/เพื่อนร่วมงานและเจ้าหน้าที่ในที่

ทำงาน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และยังพบอีกว่า ทักษะคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม

ปริญานูช ปัญจวงศ์ (2540) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิภพทอง อ.เมือง จ. นราธิวาส พบว่า ผู้ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิภพทองแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม และความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ชลดา ทองสุกนอก (2540) ศึกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคติ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานของเจ้าของอาคาร และโรงงานควบคุม จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อ ความรู้ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับปานกลาง มีทักษะคติต่อการอนุรักษ์พลังงานในเชิงบวก และมีความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงานอยู่ในระดับสูง และการเปิดรับสื่อมวลชนจากนิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคลจากผู้สัมมนา พนักงานในที่ทำงาน และความตระหนักต่อการอนุรักษ์พลังงาน เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายเรื่องการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พลังงานในเชิงบวก

ภาวนา ทองศรี (2541) ศึกษา การเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคติ และความพึงพอใจในการปฏิบัติ "การบริหารงานคุณภาพโดยองค์รวม" ของบุคลากรในโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร จากการศึกษา พบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับ TQM มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้เกี่ยวกับ TQM ความรู้เกี่ยวกับ TQM มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM ทักษะคติต่อ TQM มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM และ เพศและกลุ่มงานแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM แตกต่างกัน ส่วนอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อัตราเงินเดือน อายุการทำงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติ TQM แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการปฏิบัติ TQM ไม่แตกต่างกัน

ณัฐพรธณ ศรีมูข (2541) ศึกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจากหนังสือของ ดร. สาทิส อินทรกำแหง และวารสารเกี่ยวกับชีวิต มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจากสื่อ โทรทัศน์

นิตยสาร บุคคลในครอบครัว หนังสือของ ดร. สาทิส อินทรกำแหง และวารสารเกี่ยวกับชีวิต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต และการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับวิถีชีวิตตามหลักชีวิตจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการยอมรับวิถีชีวิตตามหลักชีวิต

วิธินี วรรณสกล (2542) ศึกษา การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจจากสื่อประเภทต่างๆต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจต่างกัน การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ และการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ และสื่ออินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ดารารวรรณ ศรีสุกใส (2542) ศึกษา การเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสที่มีผลต่อ ความรู้ ทัศนคติ และการใช้รถไฟฟ้าบีทีเอสของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสจากสื่อมวลชนต่างกัน ประชาชนที่มีอายุ อาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสจากสื่อเฉพาะกิจต่างกัน และประชาชนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการรถไฟฟ้าบีทีเอสจากสื่อบุคคลต่างกัน

ช่อแก้ว ประสงค์สม (2542) ศึกษา การเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาว ของครูและอาจารย์ระดับมัธยมศึกษา เฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด ประเภทโรงเรียน และเขตที่ตั้ง มีการเปิดรับสารเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนสีขาวแตกต่างกัน ส่วนเพศ อายุ อายุการทำงาน มีการเปิดรับสารเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนสีขาวไม่แตกต่างกัน เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด และเขตที่ตั้ง มีความรู้เกี่ยวกับโครงการโรงเรียนสีขาวแตกต่างกัน เพศ อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ตำแหน่ง หน่วยงานที่สังกัด ประเภทโรงเรียน และเขตที่ตั้ง มีทัศนคติต่อโครงการโรงเรียนสีขาวไม่แตกต่างกัน อายุ และตำแหน่ง มีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวแตกต่างกัน และยังพบอีกว่า การเปิดรับสาร ความรู้ และทัศนคติต่อโครงการโรงเรียนสีขาว มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาว

อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ศึกษา ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ในระดับต่ำมาก และมีการรับรู้ข่าวสาร ในระดับปานกลาง สื่อเฉพาะกิจ สามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยได้สูงที่สุด รองลงมา คือ สื่อมวลชน และสื่อบุคคล ตามลำดับเพศและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน, อายุ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล ส่วนอายุ รายได้ และทวีปที่เป็นถิ่นที่อยู่อาศัย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อเฉพาะกิจ และ การรับรู้ข่าวสาร เป็นตัวแปรเดียวที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

อมลยา ศิริชนะ (2542) ศึกษา ความรู้ ทักษะคิด และการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตของนักเรียนในโรงเรียนดีเด่นด้านการส่งเสริมกิจกรรมอินเทอร์เน็ตตามโครงการเครือข่ายคอมพิวเตอร์เพื่อโรงเรียนไทย พบว่า ความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับ ทักษะคิดที่มีต่ออินเทอร์เน็ต แต่ค่าความสัมพันธ์ที่พบอยู่ในระดับต่ำ และความรู้เกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับ การใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังพบว่า ทักษะคิดที่มีต่ออินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ เพื่อรับทราบข้อมูลข่าวสาร เพื่อทำให้เป็นคนทันสมัยในยุคสังคมสารสนเทศ เพื่อติดต่อสื่อสาร และเพื่อหาความบันเทิง

จรัสศรี ปักกัตตั้ง (2542) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตแตกต่างกัน จะมีการรับรู้ในเรื่องการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐในระดับที่ต่างกัน และ พบว่า การเปิดรับข่าวสารเพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติที่มีต่อการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐ

พรทิพย์ ศิริชูทรัพย์ (2542) ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคมของกลุ่มผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต บนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมต่อปัญหาสังคม บนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชนไม่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาสังคมบนเว็บไซต์องค์กรพัฒนาเอกชน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชน ความรู้เกี่ยวกับปัญหา

สังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชน และทัศนคติต่อปัญหาสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรพัฒนาเอกชน

กนกพร ศักดิ์อุดมขจร (2543) ศึกษา การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และ พฤติกรรมการบริหารการเงินบุคคลของประชาชนกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อาชีพ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน แสวงหาข่าวสารทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่ระดับการศึกษาต่างกันใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางการเงินแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การแสวงหาข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางการเงิน และ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารทางการเงินของประชาชนกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริหารการเงินบุคคล

#### งานวิจัยต่างประเทศ

Galen A.Grimes, Michelle G. Hough and Margaret L. Signorella (2004) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศ และกลุ่มอายุของผู้ใช้อีเมลล์ และเมลล์ขยะ ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติ และการปฏิบัติต่ออีเมลล์ที่ได้รับ (Email end users and spam: relations of gender and age group to attitudes and actions) จากการศึกษาพบว่า อายุเป็นตัวชี้วัดการตอบสนองหลายอย่างได้ดีที่สุด โดยที่คนที่อยู่ในวัยเกษียณมีความเชี่ยวชาญปฏิบัติต่อด้านเมลล์ขยะ น้อยกว่า คนที่อยู่ในวัยทำงาน กลุ่มคนสูงอายุ และกลุ่มวัยรุ่นมีปฏิบัติต่อด้านเมลล์ขยะน้อยลง, มีการใช้คอมพิวเตอร์ลดลง และใช้เวลาในการเชื่อมต่อ (Online) ทางอินเทอร์เน็ตน้อยกว่ากลุ่มคนวัยทำงาน โดยที่ผลการวิจัยสะท้อนได้ว่า ผู้ใช้คอมพิวเตอร์ที่เป็นกลุ่มคนสูงอายุจะได้รับผลเสียหายจากการได้รับอีเมลล์ขยะมากกว่ากลุ่มอื่นๆ นอกจากนั้นความสามารถในการใช้อีเมลล์ของผู้ใช้ทุกๆวัย กำลังถูกคุกคามจากการระบาดของเมลล์ขยะ และส่งผลในการกำจัดเมลล์ดังกล่าว

Addulkafi Albirini (2005) ศึกษา ทัศนคติของครูอาจารย์ ที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีทางการสื่อสาร กรณีศึกษาครูอาจารย์ชาวซีเรียในโครงการอีเอฟแอล (Teacher's attitudes toward Information And communication technologies: the case of Syrian EFL teachers) โดยที่การวิจัยดังกล่าวทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อคอมพิวเตอร์ และ ตัวแปรอิสระทั้ง 5 ซึ่งได้แก่ คุณสมบัติของคอมพิวเตอร์, การรับรู้ทางวัฒนธรรม, ความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์, การเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ และ บุคลิกลักษณะส่วนตัว (รวมถึงการฝึกอบรมทางด้านคอมพิวเตอร์ด้วย) จากการศึกษาพบว่า ครูอาจารย์ชาวซีเรียมีทัศนคติแง่บวกต่อระบบ ICT ในการศึกษา ทัศนคติในแง่บวกของ

ครูอาจารย์ถูกกำหนดโดยคุณสมบัติของคอมพิวเตอร์, การรับรู้ทางวัฒนธรรม และความสามารถในการใช้คอมพิวเตอร์ จากการศึกษาดังกล่าวสะท้อนว่า ทักษะคิดส่วนตัวของครูอาจารย์ชาวซีเรีย ที่มีต่อเทคโนโลยี, ประสบการณ์ต่อเทคโนโลยีที่มีมา และเงื่อนไขด้านวัฒนธรรมรอบตัว เป็นตัวกำหนดทัศนคติของครูอาจารย์ที่มีต่อเทคโนโลยี และการแพร่กระจายของนวัตกรรมทางการศึกษา

Jeanne S. Ringel Ph.D., Rebecca L. Collins Ph.D. and Phyllis L. Ellickson Ph.D (2005) ศึกษา การเปิดรับสื่อโฆษณาแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ของวัยรุ่น (Times Trend and Demographic Differences in Youth Exposure to Alcohol Advertising on Television) พบว่า เพศเป็นตัวแปรสำคัญในการสนับสนุนให้มีการเปิดรับสื่อโฆษณาแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์ โดยที่วัยรุ่นเพศชายมีการเปิดรับสื่อโฆษณาแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์มากกว่าวัยรุ่นเพศหญิง วัยรุ่นผิวดำเชื้อชาติแอฟริกัน-อเมริกัน มีการเปิดรับสื่อโฆษณาแอลกอฮอล์ทางโทรทัศน์มากกว่าวัยรุ่นผิวขาว จากการศึกษาดังกล่าวสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ และนำไปพัฒนากลยุทธ์เพื่อป้องกันปัญหาจากการเปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ของเยาวชนได้