

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งประเด็นที่จะศึกษาได้ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ✓
2. ทฤษฎีว่าด้วย "สื่อ" และ "ประสิทธิผลของสื่อ"
3. ทฤษฎีทางทัศนคติ และจิตวิทยาการเรียนรู้
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลของสื่อ

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้นำประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จานงค์ 2523:3)

คอลิน เชอรี (Colin cherry 1978:17) กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์ กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An act of Sharing) กันนั่นเอง และการแบ่งปัน ข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน

ชาร์ลส์ อัทกิน (Charles K Atkin 1973:208) กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก "ยอม" มีชุดกว้างไกลมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวน้อย.

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) (Klapper 1960 : 5) ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจาก จะเลือกเปิดรับสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย
3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่มีความขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะปิดเปิดข่าวสารนั้นเพื่อให้ออกห่างจากทัศนคติ และความเชื่อของตน
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจและเลือกตีความข่าวสารไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ เข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไปและจะพยายามลืม ในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) ได้ให้
 ความเห็นว่าข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก จะมีแนวโน้มทำให้
 การสื่อสารมีประสิทธิผลมากขึ้น

2. ทฤษฎีว่าด้วย "สื่อ" และ "ประสิทธิผลของสื่อ"

"สื่อ" (Channel หรือ Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร
 ซึ่งจะเป็นพาหะหรือตัวกลางนำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร การที่ผู้ส่งสารซึ่งต้องการ
 ส่งสารไปยังผู้รับ แต่ไม่มีสื่อ การสื่อสารนั้น ๆ ย่อมไม่เกิดขึ้น "สื่อ" นั้นได้นำมาใช้
 กันในความหมายที่ค่อนข้างกว้าง เช่น อาจรวมถึงตัวสารเข้าไว้ด้วย

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo 1960:30-38) และนักทฤษฎี
 ทางการศึกษาได้แยกความหมายของสื่อออกเป็น 3 ประเภทคือ

1. วิธีการเข้ารหัส และถอดรหัสสาร ได้แก่ ภาษของการสร้างสาร เช่นการ
 พูดหรือการเขียน ถือเป็นกรเข้ารหัส
2. ตัวนำสาร ได้แก่ วิทยุ โทรศัพท์ โทรทัศน์ ภาพถ่าย เป็นต้น หรือหมายถึง
 พาหะที่นำข่าวสารไปสู่ผู้รับ
3. ตัวนำพาหะ ได้แก่ ตัวนำซึ่งทำหน้าที่พาหะที่นำข่าวสาร เช่น สายเคเบิล ที่
 ใช้ส่งสัญญาณเคเบิลทีวีหรือโทรทัศน์ตามสายไปยังบ้านสมาชิก หรือ อากาศซึ่งเป็นตัว
 นำคลื่นเสียงวิทยุ คาวเทียมซึ่งเป็นตัวกลางรับสัญญาณวิทยุกระจายเสียง วิทยุ
 โทรศัพท์จากสถานีหนึ่งต่อไปยังอีกสถานีหนึ่งที่อยู่ห่างไกลเพื่อออกอากาศในท้องถิ่นนั้น

ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Laswell 1948:37-51) ได้
 กล่าวถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารและกล่าวถึงสื่อไว้โดยกล่าวเป็นคำถามง่าย ๆ ว่า

Who (ใคร)

Says What (กล่าวอะไร)

In Which Channel (ในช่องทางใด)

To Whom (แก่ใคร)

Which What Effect (เกิดผลอย่างไร)

คำว่า "ช่องทางใด" หมายถึงสื่อประเภทต่าง ๆ ที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายตามทิศทางที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้

ชวรัตน์ เขตชัย (2527:91-92) กล่าวถึงสื่อไว้ว่า สื่อคือช่องทางข่าวสาร (Channel) ซึ่งอาจจะเป็นคำพูด ตัวอักษรหรืออย่างอื่น ซึ่งเป็นคำที่นิยมมาจากระบบการสื่อสารโทรคมนาคม และนำมาประยุกต์ต่าง ๆ กันในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้นสื่อจึงหมายถึง หนทาง ซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับส่งข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ช่องทางข่าวสารอาจจะถือได้เป็นทาง (Paths) หรือ พาหนะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง

เสถียร เขยประทับ (2528:32) จำแนกประเภทของสื่อ ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจ จะเป็นบุคคลเดียวหรือกลุ่มบุคคลสามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว สื่อมวลชนในการวิจัยนี้ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์
2. สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึงตัวบุคคลผู้ทำหน้าที่นำพาข่าวสาร จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คนหรือมากกว่า 2 คน ขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยนี้ ได้แก่ นักศึกษาที่ทำหน้าที่เป็น "บุตรรักเจ้าพระยากับดาวิเศษ"

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว "Wilbur Schramm (1973 : 125) กล่าวไว้ ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชน บุคคลหรือกลุ่มบุคคล สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media)

การเลือกและใช้สื่อ มักมีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ (Type of Audience) ลักษณะของข่าวสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับ (Recipient 's Stage in Adoption Process) หากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการนั้น อาจเป็นไปได้ยาก ในการส่งข่าวสารทำให้การศึกษายอมรับต้องอาศัยสื่อ (Media) เป็นเครื่องช่วยนำเนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความเข้าใจชัดเจนถูกต้องแต่การจะใช้สื่ออะไร อย่างไร ให้บังเกิดผลตามความต้องการนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ ต้องทำความเข้าใจกับสื่อเหล่านั้นให้เสียก่อนและจำเป็นต้องเรียนรู้ถึง ธรรมชาติและหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด เพื่อวางแผนการใช้สื่อให้เหมาะสม (อนันต์ธนา ช่างกินนทร์ 252:40)

มีรายงานผลการประชุมที่เมืองคิงส์ตัน ประเทศจาไมกา บุคคลที่เข้าประชุมในครั้งนั้นได้ร่วมกันวางแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ ดังนี้ (Caribbean Food and Nutrition Institute 1976 : 6)

1. การใช้สื่อแต่ละประเภท ควรพิจารณาถึงข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้รับสาร เช่น การอยู่ในท้องถิ่นที่ห่างไกลความเจริญ ความยากไร้ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ ตลอดจนลักษณะสังคมและวัฒนธรรม

2. การพิจารณาใช้สื่อแต่ละประเภท จะต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสาร พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสาร
3. ขนาดของผู้ฟัง ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่เลือกเปิดรับ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญ ต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม (innovation) และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ
4. พิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบโต้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร
5. หากเนื้อหาของสารมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร (To inform) หรือกระตุ้น ความสนใจ (Reinforce or Motivate) จะใช้ทัศนโน้มนำเลือกได้เหมาะสมที่สุด

สำหรับประสิทธิผลของสื่อ นั้น พรหม สตะเวทิน (2527:59) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร เช่นเดียวกับ องค์ประกอบอื่น ๆ การเลือกใช้สื่อ ย่อมสามารถที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการ สื่อสารได้ หากผู้ส่งสารเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสาร (Communication Situation) ประสิทธิผลของการสื่อสารก็จะมีมาก

ประสิทธิผลของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล นักวิชาการทางการสื่อสารส่วน ใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิผลมากกว่า สื่อบุคคลในการให้ ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิผลมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติ ต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น

โรเจอร์ส (Rogers 1978:291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิผล ของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลจากการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถ เปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูน ความรู้ความเข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิผลมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะ ข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชน

เพียงอย่างเดียวไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่น หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เบตติงเฮาส์ (Erwin P Bettinghaus 1968:180-185) ที่ว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่อยู่แต่เดิมให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลง ฉะนั้น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างมนุษย์นั้น เป็นผลจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเห็นหน้าเห็นตากันทั้งสิ้น

แคทซ์ (Katz) กับลาซาสเฟลด์ (Lazarsfeld 1955:27) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับ ที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ฉะนั้น สื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสาร โดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของ Lazarsfeld และคณะ มี 4 ประการคือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถขจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจาก การหลีกเลี่ยงการรับฟังหรือการสนทนาเป็นไปได้ยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อของตน หรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ข้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนากันนั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อเท็จจริง และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่เคยรู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi - Step Flow of Communication) ยังได้กล่าวไว้ว่า ชาวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าเสียก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้จึงจะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อ ๆ กันไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งผู้ถ่ายทอดจะสอดแทรกทัศนคติหรือความคิดเห็นของตนลงไปด้วย ทำให้ผู้รับสารคนท้าย ๆ ได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของคู่สนทนาแทรกมาด้วย ซึ่งมีผลไม่น้อยที่จะทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Menzel H. and E. Katz 1955:377-452)

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตาราง เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
(ปรมะ สตะเวทิน 2527:148)

คุณสมบัติในการสื่อสาร	การสื่อสารผ่านสื่อมวลชน	การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล
1. การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มจะเป็นแบบ ทางเดียว	มีแนวโน้มจะเป็นแบบสอง ทาง
2. ความรวดเร็วในการ ส่งข่าวสารไปยังคน จำนวนมาก	เร็ว	ช้า
3. ความถูกต้องของสาร เมื่อส่งไปยังคน จำนวนมาก	มาก	น้อย
4. ความสามารถในการ เลือกผู้รับสาร	น้อย	มาก
5. ความสามารถในการ ขจัดการเลือกของ ผู้รับสาร	น้อย	มาก
6. โอกาสที่จะได้รับการ สื่อสารกลับ	น้อย	มาก
7. ผล (Effect)	เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ	เปลี่ยนทัศนคติ

จากตารางจะเห็นได้ว่า การสื่อสารทั้ง 2 ชนิด จะแตกต่างกัน คือ การสื่อสารผ่านสื่อบุคคล จะมีผลในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ส่วนการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนจะมีผลในการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนมีจุดเด่นในเรื่องของความรวดเร็ว ในการส่งข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมาก ได้อย่างถูกต้องมากกว่า,

ส่วนประสิทธิผลของสื่อเฉพาะกิจ อันได้แก่ วิทยุ วิทยุประกาศ ฟิล์มภาพโฆษณา เอกสารรายงานประจำปี หนังสือเล่มเล็ก จุลสาร แผ่นปลิว แผ่นพับ เสียงตามสาย เป็นต้น สื่อเหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อปลุกฝังความนิยมสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้รับสาร โดยมีหลักคือ ใช้ข้อความและภาษาง่าย ๆ ใช้ศิลปการพิมพ์ที่ดี ใช้ง่ายผู้อ่านด้วยภาพประกอบ ตัวอักษร สี และการจัดหน้าเล่ม (อนันต์ธนา อังกินันท์ 2524:7-8) การเผยแพร่ข่าวสารความรู้สามารถจัดได้หลายรูปแบบ แล้วแต่ความเหมาะสมของสภาพท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม งบประมาณ ความพร้อมของผู้รับบริการและผู้จัดการ สื่อเฉพาะกิจที่ใช้เผยแพร่ข่าวสารความรู้ ที่ผู้รับสารให้ความสนใจสูง เรียงลำดับได้ดังนี้

1. งานแพร่กระจายเสียงในหมู่บ้าน (เสียงตามสาย)
2. งานจัดป้ายข่าวสารความรู้ (ป้ายนิเทศ, ภาพโฆษณา)
3. งานพิมพ์เอกสารแพร่ข่าวสารความรู้ (เอกสารเผยแพร่)
4. งานห้องสมุด เช่น ห้องสมุดชุมชน ที่อ่านหนังสือหมู่บ้าน เป็นต้น
5. การจัดกิจกรรมเสริมงานแพร่ข่าวสารความรู้ เช่น การสาธิต การโต้วาที การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

สื่อเฉพาะกิจในงานวิจัยนี้ คือ สิ่งตีพิมพ์ ได้แก่ โปสเตอร์ สติกเกอร์ และแผ่นป้ายโฆษณา ได้แก่ ป้ายโฆษณาริมหน้าต่างเรือ ภาพโฆษณาหรือโปสเตอร์ นั้น ประกอบด้วยการเขียนภาพ หรือบางครั้งก็มีทั้งตัวอักษรลึบกับภาพ มีข้อความสั้น

กะทัดรัดอ่านแล้วเข้าใจทันที ใช้ติดตั้งในสถานที่เด่น ๆ ให้คนเห็นโดยทั่วถึงเพื่อแจ้งข่าวสารด้านใดด้านหนึ่งให้ผู้อ่านทราบ ประโยชน์ของภาพโฆษณา คือ

1. ช่วยอธิบายความคิดต่าง ๆ ให้ประชาชนทราบ
2. กระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจในสิ่งที่ต้องการ
3. ใช้เพื่อเตือนสติและลดอุบัติเหตุต่าง ๆ ในถนน โรงงาน หรืออื่น ๆ (วิพนะ จุฑะวิภาต 2523:89)

ส่วนแผนป้ายโฆษณาหรือป้ายประกาศ เป็นอุปกรณ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับแสดงรูปแบบหรือวัสดุอุปกรณ์ เพื่อประโยชน์ในการอธิบายเหตุการณ์สำคัญ ๆ เพื่อรายงานกิจกรรม เพื่อเร้าความสนใจ เพื่อสรุปสาระสำคัญ ๆ เนื่องจากการเห็นด้วยตาสามารถสร้างความคิดรวบยอดแก่ผู้ดูได้มากถึง 75% (วิพนะ จุฑะวิภาต 2523:77-86)

ดังนั้นการเลือกและใช้สื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ ต่างก็มีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร ลักษณะของเนื้อหาและขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร การเลือกใช้สื่อแต่ละประเภทหากไม่เหมาะสมแล้ว สัมฤทธิ์ผลของกิจการนั้น ๆ อาจจะมีอุปสรรคขัดขวางเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสื่อแต่ละประเภท การเรียนรู้ถึงธรรมชาติ และหน้าที่ของสื่อแต่ละชนิด จึงเป็นสิ่งจำเป็นมากในการวางแผนการใช้สื่อในโครงการใด ๆ

นอกจากนี้ยังมีผู้วิจัยพบว่า สื่อเพียงประเภทเดียว ย่อมไม่มีประสิทธิผลเพียงพอ การใช้สื่อแบบผสมผสานจะสำเร็จผลตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างรวดเร็วกว่า (Singh 1976:54)

3. ทฤษฎีทางทัศนคติและจิตวิทยาการเวียนรู้

คำว่าทัศนคติ มาจากภาษาอังกฤษว่า Attitude ซึ่งมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า aptus แปลว่าความโน้มเอียงหรือเหมาะสม

เทอร์สโตน (Thurstone 1969 :2) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึกอคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางการพูดเป็นความคิด และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้นถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติ เราก็ทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นอะไรก็ได้หลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ฯลฯ ความรู้สึกเหล่านี้ ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

อลพอร์ต (Allport 1935:810) กล่าวว่าทัศนคติ หมายถึงสภาวะของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะ เป็นแรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปแล้ว ทัศนคติ คือ ความรู้สึก ความคิดเห็น ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตนของบุคคล

ทฤษฎีทางทัศนคติที่สำคัญ ๆ มีดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความตรงกันและความเหมือนกัน

ทฤษฎีนี้หมายถึง การที่นาย ก ชอบนาย ข และนาย ข ชอบสิ่งของ ค จะมีแนวโน้มทำให้นาย ก ชอบสิ่งของ ค ซึ่งสังเกตถึงความสัมพันธ์ว่า จะมีแนวโน้ม

ไปในทางเดียวกัน ซึ่งจะทำให้เกิดภาวะสมดุล แต่ถ้าบุคคลมีปัญหภาวะความไม่สมดุลแล้ว บุคคลก็จะพยายามแก้ปัญหาให้อยู่ในภาวะสมดุลได้หลายทาง เช่น เปลี่ยนความคิดตัวเอง ไม่ยอมรับเพื่อนคนนั้น พยายามลืมความขัดแย้ง

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งของความคิด

ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากธรรมชาติกลไกของการปรับตัวของมนุษย์ ซึ่งสรุปว่ามนุษย์ไม่สามารถทนต่อสิ่งเปลี่ยนแปลง ขัดแย้ง หรือไม่ลงรอยกันคือ เมื่อใดมนุษย์มีสิ่งขัดแย้งกัน มนุษย์จะพยายามหาทางขจัดความขัดแย้งนั้นให้หมดไป โดยที่บุคคลนั้นมีกิจกรรม และทิศทางให้บุคคลนั้นมีปฏิกิริยาไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งการทํากิจกรรมนั้น ๆ จะทำให้ภาวะความไม่สบายใจ จากความขัดแย้งของความคิดลดลงได้

3. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการปรับตัวให้เข้ากับสังคม

ทฤษฎีนี้เชื่อว่า ขบวนการในการปรับตัวของบุคคลนั้น เกิดจากปฏิกิริยาของทัศนคติของบุคคลนั้นกับสิ่งแวดล้อม และในขบวนการของการเปลี่ยนทัศนคตินี้ มีขั้นของขบวนการเกิดขึ้น 2 ขั้นคือ

ขั้นที่ 1 บุคคลจะตัดสินใจและให้การวินิจฉัยข่าวสารที่เขาได้รับใหม่โดยเอาความรู้หรือข่าวสารที่เขาเคยได้รับมามีส่วนเกี่ยวข้องกันด้วย

ขั้นที่ 2 ทัศนคติจะเกิดขึ้นหลังจากการได้ทำการวินิจฉัยแล้ว หรือตัดสินใจแล้ว

องค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติประกอบด้วย (Triandis:3)

1. องค์ประกอบทางด้านความคิด (cognitive) หมายถึง ความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น รู้ว่าการศึกษาเล่าเรียนทำให้มีความรู้และเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพในภายภาคหน้า
2. องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (affective) เป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องจากองค์ประกอบที่ 1 คือเมื่อมีความรู้แล้วก็เกิดความรู้สึกต่อสิ่งนั้น เช่น การเห็นประโยชน์และคุณค่าของการศึกษาเล่าเรียน แสดงว่า มีความรู้สึกทางด้านบวกต่อการเรียน ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกพอใจและสนใจที่จะเรียน
3. องค์ประกอบทางด้านการกระทำ (psychomotor) เมื่อเกิด 2 องค์ประกอบแรก เช่น รับรู้และเข้าใจว่าการศึกษาเล่าเรียนเป็นสิ่งมีประโยชน์ เกิดความรู้สึกพอใจ สนใจที่จะเรียน แล้วก็ทำให้เกิดความพร้อมทางการกระทำ เช่น มาเรียนสม่ำเสมอ ตั้งใจฟังเวลาครูสอน มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนการสอน และหมั่นศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม

ลักษณะสำคัญของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและ การกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละบุคคลต่างก็ได้ รับประสบการณ์และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ

ประเภทของทัศนคติ

ทัศนคติ อาจแบ่งกว้าง ๆ ได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. ทัศนคติทั่วไป (general attitude) ได้แก่ สภาพจิตใจอันกว้างขวาง ซึ่งเป็นแนวคิดประจำตัวของบุคคลคนนั้นเป็นพฤติกรรม บุคลิกภาพอย่างกว้าง ๆ เช่น การมองโลกในแง่ดี การเฝ้าระวังระเียบประเพณี เป็นต้น
2. ทัศนคติเฉพาะอย่าง (specific attitude) ได้แก่ สภาพทางจิตใจที่บุคคลมีต่อวัตถุสิ่งของ บุคคลอื่น สถานการณ์ และสิ่งอื่น ๆ เป็นอย่าง ๆ ไป ทัศนคตินี้จะแสดงออกในลักษณะที่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ถ้าชอบหรือเห็นว่าดีก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น ถ้าไม่ชอบหรือเห็นว่าไม่ดี ก็เรียกว่ามีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้นหรือบุคคลนั้น

แหล่งที่มาของทัศนคติ

ทัศนคตินั้นเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (learning) จากแหล่งต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (specific experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน
2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้
3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (models) การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ โดยขั้นแรกเมื่อมีเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่า บุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขั้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปของทัศนคติ
4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (institutional factors) ทัศนคติ

หลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่จะเป็นตัวเชื่อมโยงทำให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ก็คือการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่างหรือความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการติดต่อสื่อสารแทรกอยู่เสมอ จึงอาจกล่าวได้ว่าการติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมาก ที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ขึ้นได้

การวัดทัศนคติ

ในการวัดทัศนคติ มีเทคนิควิธีการหลายวิธีซึ่งแตกต่างกันออกไป วิธีการเหล่านี้ ได้แก่

1. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีช่วงปรากฏเท่ากัน (Equal Appearing Intervals) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดย Thurstone มีขั้นตอนในการสร้างคือขั้นแรกต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคล ๑ ให้ได้ข้อความมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อนำไปให้กรรมการพิจารณาให้ความคิดเห็นต่อข้อความที่สร้างขึ้นมา โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุด ไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างมาก จำนวน 11 Degree แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งจะได้จาก การให้ Degree ข้อความต่าง ๆ ทั้งหมดจากคณะกรรมการ
2. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีลิเกิร์ต (Likert Method or Sumated Ratings) วิธีการนี้สร้างขึ้นโดย Renis Likert โดยการสร้างข้อความ (Attitude Statements) ขึ้นหลาย ๆ ข้อความ ๑ ให้ครอบคลุมหัวข้อที่จะศึกษา การตอบแบบสอบถามนี้มีข้อให้เลือก 5 ข้อคือ 1) เห็นด้วยอย่างมาก 2) เห็นด้วย 3) ไม่แน่ใจ 4) ไม่เห็นด้วย 5) ไม่เห็นด้วยอย่างมาก การให้คะแนนนั้น

ขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ การให้คะแนนอาจให้ตั้งแต่ 0 ถึง 4 หรือ 1 ถึง 5 การตีความหมายของคะแนนไม่แตกต่างกัน

3. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีวิเคราะห์สเกล (Scalogram Analysis)
วิธีวิเคราะห์สเกลนี้ เป็นวิธีการที่อธิบายถึง ขบวนการในการประเมินผลกลุ่มข้อความกลุ่มหนึ่ง ๆ ว่าเป็นไปตามข้อจำกัดหรือครบถ้วนตามลักษณะที่ถูกต้อง ในการสร้างสเกล โดยวิธีของ Guttman หรือไม่เท่านั้น ตามความคิดเห็นของ Guttman เชื่อว่าในสเกลสำหรับวัดทัศนคตินั้น ควรเลือกข้อความจำนวนเล็กน้อย (4-6 ข้อความ) โดยเลือกจากข้อความหลายๆ ข้อความซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

4. การวัดทัศนคติโดยวิธีเทคนิคความหมายจำแนก (Semantic Differential) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดรวบยอด เป็นการศึกษาถึงความหมายของสิ่งต่าง ๆ ตามความคิดเห็นของกลุ่มที่เราจะศึกษา โดยทั่วไปสเกลแบบเทคนิคความหมายจำแนกจะประกอบด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ ซึ่งจะให้กลุ่มบุคคลที่จะศึกษาประเมินค่ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สเกลนี้ให้ผู้ตอบประเมินค่ามากน้อย เช่น ดี-เลว ใหญ่-เล็ก ช้า-เร็ว เป็นต้น โดยการประเมินนั้นจะใช้คำคุณศัพท์ ซึ่งตรงกันข้ามกัน ดังตัวอย่างที่กล่าว และมีลำดับของความมากน้อย จากด้านหนึ่ง ไปสู่อีกด้านหนึ่ง ทั้งหมด 7 อันดับ

5. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีเทคนิคการฉายภาพ (Projective Method) การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีเทคนิคการฉายภาพนี้ เป็นการศึกษาทางอ้อม (Indirect Method) จากกลุ่มบุคคลที่จะศึกษานั้นเอง ซึ่งมีวิธีการด้วยกันหลาย ๆ วิธี ได้แก่ การตอบประโยคให้สมบูรณ์ วิธีการใช้ภาพการ์ตูนเป็น สิ่งเร้า การแปลความหมายโดยใช้ภาพเป็นสิ่งเร้า การใช้นิทานหรือแต่งเรื่องเป็นสิ่งกระตุ้น เป็นต้น

ทฤษฎีจิตวิทยาการเรียนรู

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom) ได้พูดถึงความสามารถ

หรือผลสัมฤทธิ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำและการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งออกเป็น

- ก) ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชาโดยเฉพาะ
- ข) ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
- ค) ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง

2. ความเข้าใจ (Comprehension) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้น แบ่งออกเป็น

- ก) การแปลความ คือแปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายได้ถูกต้อง
- ข) การตีความคือขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นด้วยรูปแบบใหม่

แพทริค เมอร์ดิท (Patraick Merediths) ได้พูดถึงความรู้ว่า จำเป็นต้องมียุทธศาสตร์ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understand) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้ หมายถึงความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเคยเข้าใจมาแล้ว

ครอนบาค (Cronbach) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่าการเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ได้รับผลมาจากประสบการณ์ ซึ่งองค์ประกอบของการเรียนรู้มีดังนี้

1. ความสามารถทางสติปัญญาในการเรียนรู้ใด ๆ ก็ตามถ้าผู้เรียนขาดความสามารถทางสติปัญญา ย่อมทำให้การเรียนรู้ครั้งนั้น ๆ ไม่ได้ผลหรือเรียนรู้ไม่ได้เลย การเรียนรู้สิ่งใดก็ตามจำต้องคำนึงถึงความสามารถทางด้านสติปัญญาของ

ผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถของเด็กที่มีอายุแรกเกิด จนถึงอายุ 18 ปี จะเป็นช่วงที่มีพัฒนาการทางด้านระดับสติปัญญาอย่างรวดเร็ว เด็กแต่ละคนจะมีพัฒนาการทางสติปัญญาแตกต่างกัน ดังนั้น ทำให้การเรียนรู้ของบุคคลที่มีระดับสติปัญญาแตกต่างกันจะมีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป

2. แรงจูงใจ แรงจูงใจของแต่ละคน จะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไปจะทำให้ความจำ แรงขับ ความต้องการ เป้าหมาย หรือแรงกระตุ้นของแต่ละบุคคลนั้นมีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป

แรงจูงใจในการเรียนรู้ อาจเกิดได้ด้วยสาเหตุ 2 ประการ คือ

ก) แรงจูงใจเนื่องมาจากตัวผู้เรียน ลักษณะแรงจูงใจประเภทนี้ ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ความต้องการ ลักษณะนิสัยของบุคคลนั่นเอง

ข) แรงจูงใจอันเป็นผลเนื่องมาจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มาบังคับให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เช่น การได้รับการเสริมแรง สถานการณ์ที่น่าสนใจ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจได้ง่าย

3. การจำและการลืม การจำจะมีส่วนช่วยให้ การเรียนรู้ประสบผลสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น ส่วนการลืมจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดการลืมเลือน หรือทำให้การเรียนรู้ไม่เกิดขึ้น ลักษณะการจำเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ และมีการรับรู้เข้าไปสะสมในสมอง บางครั้งอาจจะมี ความรู้สึกทางอารมณ์เข้ามาผสมกลายเป็นความประทับใจ ซึ่งความประทับใจนี้มีผลต่อความจำทั้งสิ้น

4. ความสนใจ ความสนใจจะมีส่วนทำให้ผู้เรียนเรียนรู้ได้เร็วขึ้น ถ้าผู้เรียนไม่มีความสนใจแล้วจะทำให้ขาดความตั้งใจ และทำให้การเรียนรู้นั้น ๆ ไม่มีประสิทธิภาพ

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การทำความเข้าใจในเรื่อง ทฤษฎีทางทัศนคติ จิตวิทยาการเรียนรู้ และองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งทางทัศนคติและการเรียนรู้ มีความสำคัญต่อการสร้างสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ใด ๆ เป็นอย่างยิ่ง เพราะทำให้สามารถคาดเดาความต้องการการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งสามารถคาดเดาสื่อที่จะช่วยสร้างความสนใจในการรับสารได้ด้วย

4. งานวิจัยที่เกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อ

สตาร์และฮิวส์ (Star and Hughes) ศึกษาพบว่าการวางแผนโดยใช้สื่อมวลชนเพื่อให้ข่าวสารและสร้างทัศนคติเกี่ยวกับองค์การสหประชาชาติ ได้รับความเอาใจใส่จากบุคคลที่สนใจอย่างกว้างขวาง และทำให้ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อองค์การดีขึ้นด้วย

เวทย์-ธโนปัจจัย (2516) ศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองและชนบท พบว่า ปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์มากกว่า จะเป็นผู้ที่เห็นด้วยกับการวางแผนครอบครัวมากกว่าผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนดังกล่าวน้อยกว่า

เพ็ญศรี ปิยะรัตน์ (2518 : 59) ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตนเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวของสตรีในวัยเจริญพันธุ์พบว่าสตรีที่อ่านหนังสือพิมพ์เสมอจะมีความรู้ในวิธีการคุมกำเนิด เห็นด้วยกับการวางแผนครอบครัว และใช้วิธีการคุมกำเนิดสูงกว่าสตรีที่ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์

ดวงทิพย์ วรพันธุ์ (2525 : 97) ศึกษากลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปลูกฝัง โภชนศึกษาแก่สตรีชนบท จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า สตรีที่เปิดรับสื่อจากการปลูกฝัง โภชนศึกษา (ได้แก่สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ) มีความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตนด้านโภชนาการดีกว่าสตรีที่ไม่เปิดรับสื่อดังกล่าว

ประคอง เขี่ยมสาอางค์ (2526 : 220) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อําเภอกาบัง จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรจาก สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้และทักษะคิดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ ในการผลิต ข้าวและวิธีการผลิตข้าว

เบญจมาศ วัชรเทวินทร์กุล (2526:15) ศึกษาถึงบทบาทของสื่อและ บัณฑิตที่มีผลต่อการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ศึกษาเฉพาะกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกร จังหวัดนครปฐมพบว่าสื่อเฉพาะกิจมีบทบาทต่อการเผยแพร่ให้ข่าวสารเพื่อ บรรลุถึงวัตถุประสงค์เฉพาะเรื่องที่ตั้งไว้

เนิน นวนคงรอด (2528 : 59) ศึกษาบทบาทสื่อในโครงการเร่งรัด การป้องกันและกำจัดหนู เน้นหนักในนาข้าวปี 2526 ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า เกษตรกรเปิดรับสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจน้อย เกษตรกรส่วนใหญ่ เห็นว่าสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจป้องกันช่วยเหลือได้กรณีนาข้าวได้รับความเสียหายจากหนูนา และ เกษตรกรร้อยละ 60.5 ต้องการให้เจ้าหน้าที่เกษตรสาธิตวิธีใช้ยาปราบศัตรูพืช ในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าว

อนพล ไส้สุวรรณ์ (2525 : 43-44) ได้ศึกษาประสิทธิผลของเสียง ตามสายที่มีต่อความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่น ในรูป

เทศบาล โดยทำการวัดความรู้ก่อนและหลังส้อมตัวอย่าง จำนวน 290 คนของเขตเทศบาลเมืองสิงห์บุรี ผลการวิจัยพบว่าเสียงตามสายมีผลต่อความรู้ ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับการปกครองท้องถิ่นในรูปเทศบาล ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ความเข้าใจ คือผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจต่ำ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีความรู้ความเข้าใจสูง นอกจากนี้ธนพลได้ให้ความสนใจไว้ว่าในการเผยแพร่ความรู้ ความเข้าใจ ให้แก่ประชาชนสามารถนำสื่อเสียงตามสายไปใช้ได้ดี เพราะเป็นสื่อที่มีความยืดหยุ่นและประหยัด

ลักขณา มนธาตุผลิน (2524 : 89) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐาน ด้วยเอกสารเผยแพร่เรื่องอนามัยครอบครัว กับผลสัมฤทธิ์จากการให้เอกสารเผยแพร่ โดยศึกษาจากสตรีในวัยเจริญพันธุ์ จำนวน 200 คน ที่มีอายุระหว่าง 15 ถึง 45 ปี มีบุตรและยังอยู่กับสามีในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสอบถามและแบบทดสอบ วิธีการวิจัยที่ใช้คือ Pretest-Posttest Control Group Design โดยให้กลุ่มทดลอง 100 คน ได้รับเอกสารเผยแพร่เกี่ยวกับความรู้เฉพาะสตรีและความรู้ในการเลี้ยงดูเด็ก พบว่าการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุขมูลฐานด้วยเอกสารเผยแพร่ เป็นประโยชน์อย่างมาก โดยเฉพาะผู้ที่มิมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมสูง และผู้ที่อ่านเอกสารเผยแพร่บ่อยครั้ง

วชิราภรณ์ เรืองไพบูลย์ (2525 : 49) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อในการให้ความรู้เรื่องภูมิคุ้มกันโรคแก่มารดาหลังคลอด โดยศึกษาจากหญิงหลังคลอดบุตรที่โรงพยาบาลราชวิถี จำนวน 109 คน ใช้การวิจัยทดลอง โดยแบ่งกลุ่มเป็น 3 กลุ่ม โดยใช้สื่อแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไป คือ ภาพพลิก สไลด์ และกลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มควบคุมที่ไม่ได้รับสื่อใด ๆ ผลการวิจัยพบว่า สไลด์ประกอบเสียงและภาพพลิกประกอบคำบรรยาย ทำให้ เกิดการเพิ่มความรู้เรื่องภูมิคุ้มกันโรคแก่

มารดาหลังคลอดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สไลด์ ภาพพลิกประกอบคำบรรยาย
 ไม่มีความแตกต่างกันในด้านการเพิ่มความรู้ มารดาหลังคลอดที่ได้รับคำแนะนำจาก
 สไลด์และภาพพลิกจะมีความรู้มากกว่ามารดาที่ไม่ได้รับสื่อใด ๆ

จากรายงานผลการวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ กล่าว
 ถึงบทบาทของสื่อบุคคลไว้ว่า จากการชวนหาความรู้จากแหล่งต่าง ๆ ที่มีข
 การศึกษาปกติในโรงเรียน เพื่อนำมาใช้ประกอบการหาเลี้ยงชีพ หรือปรับปรุง
 การประกอบอาชีพ ทั้งในด้านการทำนาและอาชีพอื่น ๆ ที่ควบคู่กัน ำได้ผลดียิ่งขึ้น
 แหล่งให้ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้ ได้แก่ ญาติพี่น้อง เพื่อนบ้าน พนักงานส่งเสริมการ
 เกษตร

เพ็ญศรี วงศ์วิโรจน์กุล (2525 : 108) ศึกษาถึงอิทธิพลสื่อกับการให้
 ความรู้การส่งเสริมเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนอำเภอยะแม่และเด็ก เขต
 4 จังหวัดขอนแก่น พบว่าสื่อที่สามารถให้ความรู้ความเข้าใจได้ดีที่สุด คือ สื่อบุคคล
 โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ ญาติ เพื่อนบ้าน จะมีบทบาทอย่างมากที่จะให้ความรู้ เนื่อง
 จากลักษณะที่น่าเชื่อถือของเจ้าหน้าที่ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่า ลักษณะน่าเชื่อถือในระดับ
 เกณฑ์ที่ดี จึงมีผลให้เกิดความเชื่อและนำไปปฏิบัติ

ชัยฤกษ์ ไชยสังคะ (2525 : 49) ศึกษาบทบาทของเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
 การเกษตรต่อการยอมรับนวัตกรรม ในการทำนาข้าวของชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยงใน
 เชียงใหม่ พบว่าบทบาทของสื่อบุคคล คือเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรในทัศนะของ
 ชาวเขา จากการสำรวจเบื้องต้นและการสังเกต จะเห็นได้ว่าชาวเขา ในหมู่บ้าน
 เมืองงาม จะมีความเชื่อถือต่อเจ้าหน้าที่ในระดับสูง เพราะถือว่าเป็นผู้มีความรู้

บุญเลิศ สดสุขชาติ (2516 : 90-93)

ศึกษารูปแบบของการแพร่

กระจายสินค้าใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนในหมู่บ้านชนบท เขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่าสื่อบุคคลคือเพื่อนบ้านมีผลต่อการแพร่กระจายสินค้าใหม่ ๆ ไปสู่ประชาชนในหมู่บ้านชนบทได้ดีที่สุด

พรพิมล วรติลก (2524 : 89) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารที่มีผลต่อการปลูกกาแฟของเกษตรกร ในท้องที่กิ่งอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ผลการศึกษาปรากฏว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ มีผลต่อการยอมรับแตกต่างกัน สื่อบุคคลมีผลมากที่สุด รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจ ส่วนสื่อมวลชนไม่มีผลต่อการยอมรับเลย

รุจิวารัตน์ ชูทองรัตน์ (2525 : 72) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของการให้ความรู้โดยใช้สื่อบุคคลและภาพผลต่อการเพิ่มความรู้ และ เปลี่ยนแปลงทัศนคติของหญิงมีครรภ์ที่มาใช้บริการ ณ โรงพยาบาลศิริราช โดยกลุ่มตัวอย่างคือหญิงมีครรภ์ 120 คน ใช้การวิจัยแบบกลุ่มตัวอย่างเดี่ยววิเศษสองครั้ง คือ ก่อนให้ความรู้และหลังให้ความรู้ ผลการวิจัยพบว่าประสิทธิผลของการให้ความรู้ โดยใช้สื่อบุคคลและภาพผลต่อการเพิ่มความรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ในเรื่องการปฏิบัติตนเรื่องตั้งครรภ์ และโดยส่วนรวมคะแนนหมวดความรู้ และทัศนคติหลังการให้ความรู้มีมากกว่าก่อนให้ความรู้

แคลพเพอร์ (Klapper 1968:18) นักทฤษฎีสื่อมวลชน ได้อธิบายถึงบทบาทของสื่อที่มีต่อผู้รับสารว่า สื่อบุคคล เป็นประเด็นสำคัญที่ก่อให้เกิดผลต่อผู้รับ และยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่าสื่อบุคคล เป็นตัวสำคัญที่จะสกัดกั้นหรือส่งเสริมในสังคมนั้น ๆ ให้ความยอมรับหรือไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลง และถ้าสื่อบุคคล ที่เป็นผู้นำความคิดเห็นในเรื่องที่ต้องการเปลี่ยนแปลงด้วยแล้ว บทบาทของสื่อบุคคลจะมีความสำคัญอย่างยิ่ง นับว่าสื่อบุคคลเป็นรูปแบบที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และร่วมกันทำ

กิจกรรมได้ดีที่สุด จึงสรุปได้ว่า สื่อบุคคลเป็นตัวชี้ที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับยอมรับ ที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับร่วมมือปฏิบัติมากที่สุด (Elihu Katz and P.F Lazarsfeld 1955 : 104)



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย