

## ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสาร

เพื่อให้การรณรงค์บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย สิ่งสำคัญที่จะต้องคำนึงถึงก็คือ การสื่อสารเพื่อการรณรงค์นั้นจะต้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังนั้นประสิทธิภาพของการสื่อสารจึงเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาของผู้ทำการสื่อสารทุกครั้ง

#### 1. ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพของการสื่อสารนั้น เมื่อพิจารณาจากแบบจำลองการสื่อสารของ Berlo (1960:41-70) จะเห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสาร เขาได้กล่าวในส่วนนี้ไว้ว่า สาร (message) ที่จะมีประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับ

1) เนื้อหาสาร (content) เป็นเรื่องราวที่ผู้ส่งสารต้องการให้ผู้รับสารได้รับรู้ เข้าใจ และอาจนำไปปฏิบัติ

2) การจัดสาร (treatment) เป็นการจัดเรียงลำดับสารให้สละสลวย เข้าใจง่าย เพื่อให้ผู้รับสารจะได้ไม่ต้องใช้ความพยายามในการทำความเข้าใจเนื้อหาสารมากนัก

3) รหัสสาร (code) รหัสสารในที่นี้ หมายถึง ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร ได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน และอวัจนภาษา ซึ่งได้แก่ การจัดหน้า การวางภาพ ขนาดตัวอักษร ที่ใช้ในการสื่อสารนั้น ซึ่งจะต้องดูสวยงาม ชัดเจน และเข้าใจง่าย

ทั้งนี้ เนื้อหาสาร การจัดสาร และการเข้ารหัสสารนี้ จะต้องคำนึงถึงในส่วนที่เป็นองค์ประกอบย่อยและโครงสร้างในแต่ละส่วนของมันอีกด้วย

นอกจากนี้ ประสิทธิภาพของการสื่อสารในส่วนที่เป็นช่องทางในการรับสารหรือสื่อ (channel) นั้น ผู้รับสารจะรับสารโดยผ่านระบบประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ ได้แก่

1) ทางตา (seeing) ด้วยการมองเห็น สื่อที่ใช้จะมีโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

2) ทางหู (hearing) ด้วยการได้ยิน สื่อที่ใช้จะเป็นวิทยุ เทปบันทึกเสียง

3) ทางการสัมผัส (touching) ด้วยการทดลองให้ปฏิบัติ

4) ทางจมูก (smelling) ด้วยการทดลองให้ดมกลิ่น

5) ทางการชิมรส (tasting) ด้วยการทดลองชิมรส

การสื่อสารที่จะมีประสิทธิภาพนั้น ยั่งยืนอยู่กับการเลือกใช้สื่อ โดยจะพิจารณาจากสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ คือ

- 1) ความชอบในสื่อชนิดต่าง ๆ ของผู้รับสาร
- 2) สื่อที่จะมีผลกระทบต่อผู้รับสารมากที่สุด
- 3) สื่อที่ผู้ส่งสารสามารถนำมาปรับใช้ได้ตามประสงค์มากที่สุด
- 4) สื่อที่มีความเหมาะสมกับเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ

## 2. ประสิทธิภาพของการสื่อสาร

ประสิทธิผลในการสื่อสาร หมายถึง การได้รับสิ่งที่ต้องการ (Berlo 1960 : 40) นั่นคือ เมื่อผู้ทำการสื่อสารส่งสารที่ต้องการโน้มน้าวใจออกไปแล้ว ผู้รับสารเห็นด้วยและปฏิบัติตามวัตถุประสงค์ของสารนั้นแสดงว่า การสื่อสารนั้นมีประสิทธิผล เพราะผลที่เกิดขึ้นนั้นตรงกับความต้องการของผู้ส่งสาร

ในการสื่อสารนี้ แม้ว่าสื่อชนิดต่าง ๆ จะมีความสามารถในการเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก แต่สื่อเหล่านี้ก็ไม่ได้มีประสิทธิผลทั้งหมด โดยเฉพาะในด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของปัจเจกบุคคล จากการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อบุคคลของ Klapper (อ้างใน เสถียร เขยประทับ 2531:12-22) เขาได้สรุปเป็นหลักกว้าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถและข้อจำกัดของการสื่อสารมวลชน ดังนี้

1. โดยปกติ การสื่อสารมวลชนไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียวที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร โดยจะมีปัจจัยที่เป็นตัวกลาง 5 ประการ ซึ่งจะมีบทบาทในการลดความสามารถของสื่อมวลชนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร คือ

1.1) ทัศนคติและความเชื่อที่เป็นอยู่ในขณะนั้นของปัจเจกบุคคลมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนของบุคคลนั้นและต่อการที่สื่อมวลชนจะมีผลหรืออิทธิพลต่อบุคคลนั้นอย่างไร เนื่องจากอิทธิพลของกระบวนการเลือกเปิดรับสาร เลือกตีความสาร และเลือกจำสารของบุคคล ทั้งนี้ บุคคล (จะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม) มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงสารที่เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน ถ้าบุคคลต้องเผชิญกับสารที่ตรงกันข้ามหรือเข้ากันไม่ได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน บุคคลนั้นจะไม่สามารถตีความสารนั้นได้อย่างถูกต้องหรือจะบิดเบือนสารนั้น เพื่อให้เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน นอกจากนี้ บุคคลยังมีแนวโน้มที่จะสัมผัสสารที่เข้ากันไม่ได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน เร็วกว่าสารที่เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน เพราะฉะนั้น บุคคลใดที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลง จะเลือกเปิดรับสารที่เข้ากันได้กับแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงของตน

1.2) อิทธิพลของกลุ่มที่แต่ละบุคคลเป็นสมาชิกอยู่ จากการวิจัยกลุ่มเล็กพบว่า ความเห็นของแต่ละบุคคลมักจะเป็นความเห็นของกลุ่มที่ผู้นั้นเป็นสมาชิกอยู่

1.3) อิทธิพลของสมาชิกแต่ละบุคคลในกลุ่ม เนื่องจากแต่ละบุคคลมีความผูกพันกันด้วยสายใยของความเป็นมิตรภาพ ผลประโยชน์ร่วมกัน และความเห็นที่คล้ายกัน

1.4) อิทธิพลของผู้นำความคิดเห็น ผู้นำความคิดเห็นมักจะมีความคิดเห็นในทางที่จะสนับสนุนผู้ตามความคิดเห็น ดังนั้นสิ่งที่ผู้ตามความคิดเห็นไม่เห็นด้วย ผู้นำก็จะใช้อิทธิพลของตนทำให้ข่าวสารนั้นไม่น่าเชื่อถือไปด้วย

1.5) อิทธิพลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ ทำให้สื่อมวลชนไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่พอใจได้ เพราะอาจทำให้สมาชิกผู้รับสารของตนลดลง ทำให้เสียรายได้ทางการค้า การโฆษณา ฉะนั้นสื่อมวลชนที่มีลักษณะเป็นการค้าจึงมักสนับสนุนความเห็น ความเชื่อ หรือทัศนคติ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วเท่านั้น เป็นการช่วยรักษาสถานภาพเดิมมากกว่าที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเพื่อพัฒนา

2. อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ทำให้การสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ในการเสริมหรือสนับสนุนความเห็นให้เหมือนเดิมมากกว่าที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงก็จะเป็นการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย และมักจะเกิดจากเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1) เมื่อมีความพยายามในการจูงใจไม่มากนักและไม่ไปกระตุ้นกระบวนการเลือกต่าง ๆ ของบุคคลให้ทำหน้าที่เลือกเปิดรับ เลือกตีความ และเลือกจำสารอย่างเต็มที่

2) เมื่อการเปลี่ยนแปลงนั้นอยู่ในกรอบที่บรรทัดฐานของกลุ่มยอมให้เปลี่ยนแปลงได้

3) เมื่อแต่ละบุคคลอยู่ภายใต้แรงกดดันสองอย่างที่ตรงข้ามกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจเจกบุคคลมีความเห็น ความเชื่อ หรือทัศนคติสองอย่าง ซึ่งขัดแย้งกันหรือเพราะแต่ละบุคคลเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีบรรทัดฐานขัดแย้งกัน

3. ในกรณีที่การสื่อสารสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จะเกิดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดในสองอย่าง คือ

1) ภายใต้สถานการณ์หรือเงื่อนไขบางอย่าง ปัจจัยที่เป็นตัวกลางจะไม่ทำหน้าที่อะไร และการสื่อสารมวลชนจะมีอิทธิพลหรือมีผลต่อผู้รับสาร เช่น ในกรณีที่เป็นปัญหาใหม่จริง ๆ และไม่เกี่ยวข้องกับความเชื่อหรือทัศนคติที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

2) ปัจจัยที่เป็นตัวกลาง เช่น กระบวนการเลือก กลุ่ม บรรทัดฐานของกลุ่มผู้นำทางความคิด และอิทธิพลส่วนบุคคล อาจทำหน้าที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงมากกว่าการเสริมเงื่อนไขที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

4. มีสถานการณ์บางอย่างที่การสื่อสารมวลชนดูจะมีผลโดยตรง หรือสามารถทำหน้าที่บางประการในทางจิตวิทยาและทางกายภาพได้ด้วยตัวของมันเอง

5. ประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของสื่อมวลชน สารแหล่งสาร และสถานการณ์ของการสื่อสาร ภาพลักษณ์ของแหล่งสารในทัศนะของผู้รับสาร เช่น ความน่าเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจ และเกียรติยศชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการจูงใจผู้รับสาร สื่อมวลชนโดยตัวของมันเองสามารถให้สถานภาพแก่ผู้ทำการสื่อสารและแก่นแนวคิดที่ถ่ายทอดโดยสื่อ นั้น ในขณะที่สื่อมวลชนแต่ละประเภทต่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน แต่การสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่ไม่เป็นทางการได้พิสูจน์ให้เห็นตลอดมาว่ามีประสิทธิภาพในการจูงใจมากกว่าสื่อมวลชนใด ๆ เป็นที่ทราบกันดีว่าเทคนิคในการสื่อสารบางอย่างมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกันอย่างมา และความรู้สึกของประชาชนในขณะนั้นที่มีต่อเนื้อหาของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการจูงใจ

จากการที่สื่อแต่ละประเภทต่างมีข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้รับสาร การใช้สื่อแต่ละประเภทจึงต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสาร พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสารในด้านขนาดของผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการเผยแพร่และการกระจายข่าวสารจากสื่อ อีกทั้งยังต้องพิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบโต้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาของสารมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือกระตุ้นความสนใจ ทั้งนี้ เพื่อจะได้ใช้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกได้อย่างเหมาะสมที่สุด

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่น่าสนใจ คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Process) ที่ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงกระบวนการการเลือกสรรของมนุษย์ ในการเลือกรับข่าวสารตามความรู้สึกและความต้องการในการสื่อสาร ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้ (Klapper 1960 : 5)

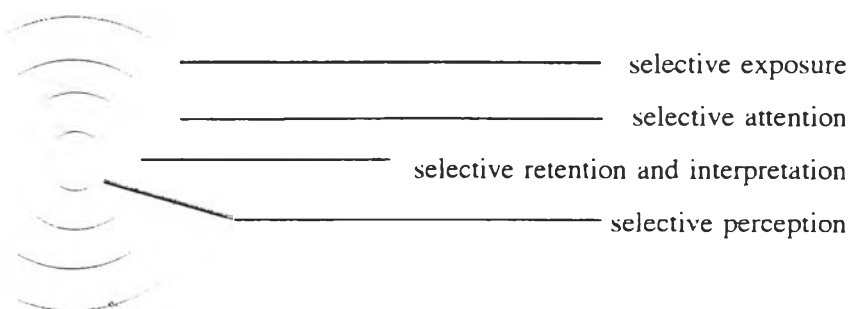
1. การเลือกเปิดรับ (selective exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม รวมทั้งหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และเลือกตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) บุคคลจะเลือกรับรู้และเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนของตนเอง ข้อความหรือข่าวสารขัดแย้งกับทัศนคติ ความเชื่อ และประสบการณ์ดั้งเดิมจะถูกบิดเบือนให้สอดคล้องหรือถูกตัดทิ้งไป

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความหมายไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเองด้วย

จากที่กล่าวมาในเรื่องของกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์ (Selective Process) สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้



นอกจากนี้ ชรามม์ยังได้กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกรับข่าวสารว่ามีองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการเลือกสรรของมนุษย์อีกได้แก่ (Wilbur Schramm 1973 : 121-122)

1. ประสบการณ์ที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกันทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร สภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร ที่จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้รับ

ชาร์ล เค อัทคิน (อ้างในพีระ จิระโสภณ 2532 : 639) กล่าวว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการจากสื่อมวลชนของบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) และการจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการ คัดคะแนนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนหรือการทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้า ผลตอบแทนได้น้อยกว่า บุคคลนั้นอาจเพิกเฉยต่อข่าวสารนั้น เป็นต้น

ทั้งนี้ พฤติกรรมที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมปฏิบัติการ (Consumatory Behavior) และพฤติกรรมอุปกรณ์ (Instrumental Behavior) (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ 2522 : 5-6 อ้างในอารยา ศุพุทธมงคล 2533 : 33)

พฤติกรรมปฏิบัติการเป็นปฏิกิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสื่อสารในทันทีที่มีสิ่งเร้า (Stimulus) หรือมีข่าวสาร (Message) มากระตุ้น ผู้รับปฏิกริยานั้นอาจสังเกตได้หรือไม่ได้ แต่จะสิ้นสุดลงในทันทีที่สิ่งเร้านั้นหมดแรงกระตุ้นหรือเมื่อยุติการให้ข่าวสาร เช่น เมื่อผู้รับสารอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ แล้วเกิดอารมณ์คล้อยตาม คิดสร้างภาพพจน์ต่าง ๆ ตามไป แต่เมื่อเลิกอ่านหรือเลิกดูแล้ว อารมณ์หรือปฏิกริยาต่าง ๆ ก็หยุดลงเพียงนั้น

ส่วนพฤติกรรมอุปกรณ์เป็นปฏิกิริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นเช่นเดียวกับพฤติกรรมปฏิบัติการ แต่ต่างกันตรงที่ในกรณีของพฤติกรรมอุปกรณ์นั้น ปฏิกริยาที่เกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดแรงกระตุ้นและพฤติกรรมอย่างอื่น เช่น เมื่อผู้รับสารฟังหรือดูหรืออ่านข้อความไปแล้ว อาจนำไปวิพากษ์วิจารณ์ต่อ เล่าให้ผู้อื่นฟัง แนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือนำมาใช้เป็นหลักความคิดประจำตน เป็นต้น

ในการส่งเสริมโครงการเสริมสร้างวินัยจราจรเด็กและเยาวชนในสถานศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการให้ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลนั้น จำเป็นต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมในเด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการให้ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดความสนใจ ความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีในเรื่องวินัยจราจร แม้ว่าพฤติกรรมนี้จะไม่เห็นในทันทีทันใดก็ตาม แต่ก็อาจก่อให้เกิดผลในระยะยาวที่ทำให้เด็กและเยาวชนที่จะกลายเป็นผู้ใหญ่ในอนาคตไม่ละเลยหรือฝ่าฝืนวินัยจราจรอีกต่อไป

## ทฤษฎีความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม (KAP)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปจากการรับสารนั้น ทฤษฎีนี้อธิบายการสื่อสารหรือสื่อมวลชนว่าเป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาไปสู่ชุมชนได้ โดยอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (สุรพงษ์ โสณะเสถียร 2533 : 118)

สื่อมวลชนถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่ เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าจะมีปัญหาคืออะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารนั้น ก็ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่ เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ โครงการรณรงค์เสริมสร้างวินัยจราจรเด็กและเยาวชนในสถานศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการก็ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ สร้างทัศนคติที่ดี และเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ไปยังเด็กและเยาวชนกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องประกอบไปด้วย (สุรพงษ์ โสณะเสถียร 2533 : 120-121)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วย เหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรให้สอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบต่อผู้รับสารเกิดความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยอาศัยสื่อทั้งหลายในการตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของบุคคล และค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่น่าเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ่มชัดขึ้น

ทัศนคติ (Attitude) เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้าและเป็นมิติของการประเมินที่แสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร 2533 : 122)

เทอร์สโตน (Thurstone 1969 : 2) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์เกี่ยวกับความรู้สึกอคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางอารมณ์เป็นความคิด และความคิดนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าเราอยากจะวัดทัศนคติ เราก็คทำได้โดยวัดความคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นอะไรก็ได้หลายอย่าง เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ฯลฯ ความรู้สึกเหล่านี้ ผู้รู้สึกสามารถบอกความแตกต่างเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

อลพอร์ต (Allport 1935 : 810) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้จะเป็แรงที่กำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปแล้ว ทัศนคติคือ ความรู้สึก ความคิดเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตนของบุคคล

แคทซ์ และสทอตแลนด์ (Katz and Stotland อ้างในปารีฉัตร มั่นคง 2534 : 22) ได้แยกส่วนประกอบของทัศนคติออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจ เรียกว่า “Cognitive Component” ได้แก่ ความคิดที่เป็นส่วนประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปแบบหนึ่งแตกต่างกันออกไป

2. ส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก เรียกว่า “Affective Component” ซึ่งเป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “Positive Affective



Component” ก็จะมีความรู้สึกไปในทางที่ดี และในทางตรงกันข้าม บุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า “Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกไปในทางที่ไม่ดี

3. ส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม เรียกว่า “Behavior Component” ซึ่งมีแนวโน้มเน้นไปในทางการกระทำหรือพฤติกรรมในลักษณะที่ว่า เมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น เช่น เมื่อบุคคลมีความรู้สึกในด้านบวก พฤติกรรมที่แสดงออกก็จะเป็นไปในทางที่ดี

ดังนั้น ถ้าบุคคลไม่มีความเข้าใจหรือมีแนวคิด ซึ่งเรียกว่า “Concept” เกี่ยวกับสิ่งใด ก็จะไม่สามารถมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นได้ การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดต่างกัน ก็เนื่องจากบุคคลมีความเข้าใจหรือมีแนวความคิดต่างกัน

ส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจถือได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคล อาจออกมาในรูปแบบแตกต่างกันทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นที่มีต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์นั้น ๆ เป็นสำคัญ

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการได้ให้ความคิดเห็นว่า สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น เริ่มต้นด้วยองค์ประกอบที่สำคัญสิ่งหนึ่ง คือ แหล่งสาร (Source) ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจจะเป็นบุคคลคนเดียว กลุ่มบุคคล โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ หรือสิ่งทีก่อให้เกิดทัศนคติโดยตรง โดยทั่วไปแหล่งข่าวต่าง ๆ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดความสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษาพบว่า แหล่งสารที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจ และมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งสารที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ ทั้งนี้ องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น เนื้อหาของข่าวสารที่ควรพิจารณาถึงภาษา ความยากง่าย คำที่ใช้ ฯลฯ และตัวผู้รับที่ควรคำนึงถึงทักษะในการสื่อความหมาย ทัศนคติ ความรู้ระบบสังคม ฯลฯ ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (สุภาพงษ์ ระรวยทรง 2535 : 18)

พฤติกรรมหรือการยอมรับปฏิบัติ (Practice) เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้และทัศนคติเกิดขึ้นเพราะความแตกต่างในการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน ซึ่งมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล โดยทั่วไป การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวพฤติกรรมนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล (กลุ่ม) ไปจนถึงระดับสังคม (สถานการณ์) การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารสังคมอาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการดังนี้ (สุภาพงษ์ โสธนะเสถียร 2533 : 123-124)

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตามไม่ว่าด้วยภาพหรือเสียง เช่น บรรยากาศในการประกาศปฏิวัติรัฐประหาร

2. การเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระก็อาจโน้มน้าวใจผู้คนที่ยอมรบได้ เช่น คนไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งให้ ก็เพราะเห็นผู้สมัครคนนั้นถูกโจมตีจากผู้สมัครคนอื่น ๆ

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลุกศรัทธาและเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถมในการโฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจให้เลือกซื้อสินค้ายี่ห้อนั้น ๆ

ผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)

2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

พฤติกรรมทั้ง 2 แบบนี้เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดหาทรัพยากรวิธีดำเนินงาน และการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

โรเซ็นเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland 1960 อ้างใน อารยา ศุพุทธมงคล 2535 : 30) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้ เมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจต่อไป

ทฤษฎีอีกทฤษฎีหนึ่งที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) กล่าวว่า การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจดี ทศนคติ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงต่อกัน ฉะนั้นในการที่จะให้เด็กและเยาวชนยอมรับปฏิบัติตามวินัยจราจรได้อย่างถูกต้องปลอดภัย จะต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเด็ก และเยาวชนเสียก่อนโดยการให้ความรู้

## ช่องว่างของความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม

โรเจอร์ส (Rogers 1971 อ้างในสุวรรณณี โพธิศรี 2535 : 42-43) ได้กล่าวถึง ช่องว่างของความรู้ ทศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-gap และอธิบายไว้ว่า ทศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว ในขั้นของการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่ เมื่อบุคคลมีทศนคติอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP-gap ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปก็คือ ในกรณีทั่วไป เมื่อบุคคลมีความรู้ ทศนคติเช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทศนคติที่มาอยู่ นั้น คือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกันหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอกันในทุกกรณีไป

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทศนคติ และการปฏิบัติ KAP-gap นี้ โรเจอร์ส (Rogers 1983 : 289-290) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 วิธีการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้หรือการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับสิ่งที่เผยแพร่ โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด
3. โดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับสิ่งที่เผยแพร่หรือยอมรับปฏิบัติ เพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกคนอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ โดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม ผู้นำทางความคิด เข้าไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

## ดนตรีและบทเพลง

ดนตรีเป็นศิลปะอย่างหนึ่งที่ช่วยให้มนุษย์มีความสุข จิตใจร่าเริงแจ่มใส ที่ใดมีเสียงดนตรี ที่นั่นจะเต็มไปด้วยความสนุกสนานรื่นเริง ดั่งบทพระราชนิพนธ์ของรัชกาลที่ 6 ซึ่งมีผู้ถ้อยเชิญไปเป็นบทเพลง ได้กล่าวถึงคุณค่าของดนตรีว่า (พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว, ผู้แปล 2466 : 170)

คนใดไม่มีดนตรีการ	ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก
อีกใครฟังดนตรีไม่เห็นเพราะ	เขานั้นเหมาะคิดกบฏอัปลักษณ์
ถืออุบายมุ่งร้ายจมังก	มโนหนักมีดมัวเหมือนราตรี
และดวงใจยอมทำสกปรก	รวมรกรกล่าวชนเช่นมานี้
ไม่ควรใครไวใจในโลกนี้	เจ้าจงฟังดนตรีเถิดชื่นใจ

บทพระราชนิพนธ์นี้ชี้ให้เห็นว่า ถ้ามนุษย์ขาดเสียงเพลงหรือดนตรีเป็นเครื่องประเทืองอารมณ์แล้ว ก็จะทำให้คนเขาผู้นั้นขาดสุนทรีย์ ดนตรีจึงมีบทบาทสำคัญต่อชีวิตประจำวันของคนเรา ถ้าขาดเสียงเพลงและดนตรีก็จะทำให้คนเราอยู่อย่างแห้งแล้ง จิตใจไม่ละเอียดอ่อน (สมโภช รอดบุญ, สัมภาษณ์ อ่างใน เกษรา ศรีบุญ 2530 : 25)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 (2525) ได้อธิบายความหมายของเพลงว่า หมายถึง สำเนียงขับร้อง ทำนองดนตรี กระบวนวิธีรำดาบ รำทวน เป็นต้น หรือเป็นชื่อของการร้องแกกกัน มีชื่อต่าง ๆ เช่น เพลงปรกไก่ หรือเพลงฉ่อยเหล่านี้

ระลึก สัทธาพงษ์ (2529) ได้ให้ความหมายของเพลงไว้ว่า หมายถึง สำเนียงการขับร้อง ซึ่งมีจังหวะและทำนองหรือทำนองดนตรี

พิงจิตต์ สวามิภักดิ์ (ม.ป.ป.) ได้ให้แนวคิดที่ว่า เพลง หมายถึง องค์ประกอบของเนื้อร้อง จังหวะ และทำนอง

จักรพันธ์เพ็ญศิริ จักรพันธ์ (2528) ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า บทเพลงเป็นบทประพันธ์ที่มีทั้งคำร้องและทำนองเพลง

วราห์ วรเวช (2528) ได้เสนอความคิดเห็นไว้ว่า บทเพลง หมายถึง เนื้อร้อง ซึ่งแต่งตามหลักเกณฑ์ร้อยกรองสอดคล้องกลมกลืนกับทำนอง

สมาคมนักแต่งเพลงแห่งประเทศไทย (2528) กล่าวถึงครูแก้ว อัจฉริยะกุล ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในวงการเพลงไทยสากล ได้ให้ความหมายของบทเพลงไว้ว่า เป็นการประพันธ์เนื้อร้องสวมเข้ากับทำนองเพลงได้อย่างถูกต้องเหมาะสมในความสุข-ต่ำของวาระณยุคที่สัมพันธ์กับทำนองเพลง

ดังนั้นจึงพอจะสรุปได้ว่า เพลง หมายถึง บทประพันธ์ที่มีเนื้อร้อง และมีดนตรีประกอบเป็นจังหวะ ทำนอง เพื่อให้บทเพลงไพเราะน่าฟังขึ้น

สุดใจ ทศพร (2516 : 1-3) ได้กล่าวถึงความสำคัญของดนตรีว่า ดนตรีเป็นสิ่งที่ทำให้จิตใจเบิกบาน ร่าเริงแจ่มใส ที่ได้มีเสียงดนตรี ที่นั่นเต็มไปด้วยไมตรีจิตมิตรภาพ ดนตรีจึงมีบทบาทสำคัญต่อวงสังคมของมนุษย์โดยทั่วไป และมีอิทธิพลต่ออารมณ์ของมนุษย์เราเป็นอันมาก

สายสุรี จุติกุล (2518 : 158) ได้ให้ความเห็นว่า ดนตรีเป็นสื่ออย่างหนึ่งในการแสดงออกของความต้องการ ความคิดประเภทต่าง ๆ ความเข้าใจ ความรู้สึก และจินตนาการของคน นอกจากนี้ยังเป็นตัวเร้าให้เกิดความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆ

สมโภชน์ รอดบุญ (2518 : 2) ได้แสดงความคิดเห็นว่า เนื่องจากดนตรีช่วยให้จิตใจคลายความเครียดลงได้มาก ดังนั้นจึงเปรียบเสมือนยาที่จะช่วยให้คนป่วยที่มีอาการทางจิตดีขึ้น นักจิตวิทยาหลายท่านได้พยายามศึกษาและค้นพบว่า ดนตรีช่วยรักษาให้คนไข้ที่มีอาการทางจิตได้ ปัจจุบันนี้มีการนำเอาเพลงต่าง ๆ มาบำบัดโรคจิต (Psychotherapy)

พิมพ์สวัสดิ์ สุขสวัสดิ์ (2518 : 4) ได้กล่าวไว้ว่า ดนตรีและบทเพลงเป็นส่วนประกอบสำคัญของมนุษย์ เพื่อความบันเทิงใจ หรือผ่อนคลายอารมณ์ในขณะที่ทำงาน บทเพลงจะสะท้อนให้เห็นแง่มุมต่าง ๆ ในชีวิตมนุษย์และสอดแทรกจริยธรรมด้วย

อรวรรณ บรรจงศิลป์ (อ้างถึงในศิรินทร์รัตน์ พิธานสมบัติ 2521 : 14) กล่าวไว้ว่า ดนตรีเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์ ช่วยในการถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ และช่วยบำบัดโรคภัยไข้เจ็บ นอกจากนี้ดนตรียังทำให้เราทราบและเข้าใจเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของมนุษย์

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่า ดนตรีและบทเพลงมีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อมนุษย์ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะทางด้านอารมณ์และความรู้สึกนึกคิด

### ดนตรี บทเพลง และจิตวิทยาสำหรับเด็ก

นอกจากดนตรีจะให้ความสนุกสนาน รื่นเริง และคลายความเครียดทางอารมณ์สำหรับคนทั่วไปแล้ว ดนตรียังมีความผูกพันกับเด็กตั้งแต่เกิด กล่าวคือ เมื่อเด็กยังเป็นทารก ก็จะได้ยินเสียงเพลงที่แม่ร้องแห่กล่อม ทำให้เกิดความซาบซึ้งโดยไม่รู้ตัว มีผู้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของดนตรีและจิตวิทยาสำหรับเด็กไว้หลายท่าน ตัวอย่างเช่น

สุชา จันท์ธอม และสุรางค์ จันท์ธอม (2513 : 134) ได้อธิบายถึงพัฒนาการของเด็กในการร้องเพลงว่า เด็กเล็กจะชอบร้องเพลงโดยไม่คำนึงว่าจะร้องถูกหรือผิด และจะรู้สึกสนุกสนานที่

ได้ยินเสียงของตนเอง จะหัวเราะดีใจเมื่อร้องเพลงได้ เด็กจะเริ่มร้องเพลงง่าย ๆ เมื่ออายุ 2 ขวบ แม้ว่าจะไม่รู้เนื้อร้องที่ถูกต้องก็ตาม และจะรู้จักเดินตามเสียงดนตรี พออายุ 3 ขวบ ก็จะจำทำนองเพลงต่าง ๆ ได้มากขึ้น และชอบร้องเพลงใดเพลงหนึ่งซ้ำกัน และเมื่ออายุ 5 ขวบ เด็กรู้จักฟังดนตรีหรือเล่นดนตรีได้ เมื่อได้รับคำแนะนำที่ถูกต้อง

วิรัช ชุขสูงเนิน (2520 : 9) ได้กล่าวถึงดนตรี โดยเฉพาะเสียงเพลงกับเด็กเล็กว่า โดยธรรมชาติ ทารกมีความสนใจดนตรีตั้งแต่เล็ก ๆ จะสังเกตได้จากพฤติกรรมการแสดงความรักใจ เมื่อได้ยินเสียงเพลงกล่อม โดยขยับตัวไปตามจังหวะและแสดงสีหน้าท่าทางว่ามีความสุข

แอกเนส เดอ ลามา (เสนาะจิตร์ สุวรรณโพธิศรี ผู้แปล 2516 : 160) ได้กล่าวถึงพัฒนาการทางดนตรีของเด็กในวัย 4 ขวบว่า เด็กชอบร้องเพลงเป็นอย่างมาก และชอบฟังเพลงใหม่ ๆ ด้วยความสนใจ นอกจากนั้นยังได้แสดงความคิดเห็นว่า การแสดงออกทางดนตรีที่เป็นไปโดยธรรมชาติที่สุดของเด็กคือ การร้องเพลง เพราะการร้องเพลงเป็นการแสดงความรู้สึกและเป็นเครื่องตอบสนองความต้องการของเด็ก

เฟรดเดอริค โพรเบล (อ้างถึงในโกวิท ชันธศิริ 2517 : 3) นักการศึกษาชาวเยอรมันได้ศึกษาเด็กอย่างใกล้ชิดและทดลองสอนเด็กเล็ก โดยใช้การเล่นและการร้องเพลงเป็นเครื่องมือในการสอน พบว่า การเล่นและการใช้เพลงมีความสำคัญต่อเด็กเล็ก และสามารถที่จะช่วยพัฒนาบุคลิกภาพของเด็กอีกด้านหนึ่งด้วย

จึงสรุปได้ว่า โดยธรรมชาติแล้ว เด็กชอบเสียงเพลงและชอบร้องเพลงตั้งแต่ยังเล็ก ๆ และจะมีพัฒนาการขึ้นไปเรื่อย ๆ ตามวัย ดังนั้นควรจัดประสบการณ์ที่สนองความต้องการและความพอใจของเด็ก โดยมีบทเพลงประกอบในกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เด็กเกิดความสุขสนุกสนานพร้อม ๆ ไปด้วยกับการได้รับความรู้

### ความสำคัญของดนตรีและบทเพลงต่อการศึกษา

วงการศึกษในปัจจุบันถือว่า ดนตรีเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งในกระบวนการศึกษา เพราะดนตรีมีส่วนช่วยทำนุบำรุงชีวิตเด็กให้สมบูรณ์ ทั้งเป็นตัวประกอบสำคัญที่จะส่งเสริมบุคลิกภาพของแต่ละคน กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ดนตรีสามารถสร้างเสริมพัฒนาการของมนุษย์ได้ไกลที่สุด (โกวิท ชันธศิริ 2520 : 131)

อรุณ เอี่ยมเอก (2516 : 13) ได้ให้ความเห็นว่า การร้องเพลงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดในการเรียน และยังช่วยในการอบรมจิตใจ ถ้านำการร้องรำทำเพลงเข้ามาใช้ในโรงเรียนประถมศึกษา ก็จะเป็นประโยชน์มาก

สุชาติ ตันธนะเดชา (2515 : 1) มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า ดนตรีเป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่มีคุณค่าอย่างมากต่อการศึกษา การจัดประสบการณ์และกิจกรรมการเรียนการสอนได้เหมาะสมกับความถนัดตามความแตกต่างของเด็กแต่ละคน ย่อมจะช่วยส่งเสริมให้เด็กเจริญงอกงามทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญาได้อย่างแท้จริง

สายสุรี จุติกุล (2518 : 59) ได้กล่าวถึงความสำคัญของดนตรีว่า เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องวิชาต่าง ๆ เข้ามาไว้ด้วยกันในโรงเรียน โดยเฉพาะในโรงเรียนประถมศึกษาควรมีการประมวลความรู้ทั้งปวงให้ประสานกัน เพื่อให้เห็นว่าทั้งหมดที่เรียนมานั้นคือ ชีวิต โดยให้ดนตรีเป็นตัวประมวล ประสาน เช่น ร้องเพลงประกอบการเรียนวิชาหนึ่งก็ช่วยนักเรียนให้ได้ความรู้ ตั้งแต่เนื้อร้อง ทำนองเพลงที่ถูกต้อง ความรู้จากเนื้อหา ซึ่งสามารถเชื่อมและต่อเนื่องให้สัมพันธ์กับวิชาอื่นได้โดยไม่มีที่สิ้นสุด

สมโภชน์ รอดบุญ (สัมภาษณ์ อ้างใน เกษรา ศรีบุญ 2530 : 28) ได้แสดงความคิดเห็นว่า การที่เด็กถูกบังคับให้ท่องจำโดยไม่มีตัวกระตุ้น เด็กจะไม่สนใจ แต่ถ้ามีเสียงดนตรีทำเป็นท่วงทำนองซึ่งทำให้ดูเหมือนกับเป็นลักษณะของเพลงร้อง เด็กจะเกิดความสนุกสนานกับบทเรียนและสามารถรับเนื้อหาได้ง่ายกว่า

อำไพ สุจริตกุล (สัมภาษณ์ อ้างใน เกษรา ศรีบุญ 2530 : 28) ได้กล่าวว่า เพลงเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงและหาได้ง่าย สามารถนำมาใช้ได้ทันที ทำให้เด็กมีความสุขและมีความสนใจกับบทเรียน นอกจากนั้นเพลงยังเป็นสื่อที่น่าสนใจ และสื่อสรุปท้าย ซึ่งจะช่วยให้เด็กจดจำไปได้อีกนาน รวมทั้งยังสามารถถ่ายทอดไปสู่ผู้อื่นได้ด้วย เช่น อาจจะร้องให้เพื่อนฟัง หรือพี่น้องฟังได้อีกด้วย

วิรัช ชูสูงเนิน และฉวีวรรณ กินาวงศ์ (2522 : คำนำ) ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายของการใช้เพลงในโรงเรียนประถมศึกษาไว้ว่า

1. เพื่อเป็นแนวทางในการนำเข้าสู่บทเรียน
2. เพื่อเสริมหรือขยายช่วงความสนใจเด็กให้ยาวนาน
3. เพื่อส่งเสริมการแสดงออกของเด็กให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
4. เพื่อให้การเรียนการสอนน่าสนใจและสนุกสนานเพลิดเพลิน
5. เพื่อใช้ตรวจสอบความเข้าใจในบทเรียนและเป็นแนวทางการประเมินผลการเรียน

โรเบิร์ต ไนย์ และเวอร์นิส ไนย์ (Robert Nye and Vernice Nye 1964 : 325) กล่าวถึงความสัมพันธ์ของบทเพลงกับวิชาต่าง ๆ ว่า

1. บทเพลงช่วยเราให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะและช่วยสร้างเสริมจินตนาการในการวาดภาพ
2. บทเพลงช่วยให้เข้าใจศาสนา ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณีแต่ละชาติ ช่วยพัฒนาบุคลิกภาพ และผ่อนคลายความเครียดให้แก่ผู้เรียนได้
3. เราอาจนำบทกลอนมาใส่ทำนองให้เป็นบทเพลงได้ การอ่านเนื้อเพลงเป็นการสร้างประสบการณ์ด้านทักษะและความเข้าใจในเรื่องการออกเสียง
4. บทเพลงช่วยในการตอบสนองทางกาย ทำให้เด็กได้มีโอกาสแสดงท่าทางและมีการเคลื่อนไหว

บทเพลงจึงมีความสำคัญต่อการศึกษาอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องการเสริมสร้างวินัย จรรยาเด็กและเยาวชนนี้ เพราะนอกจากจะทำให้การเรียนรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบ เครื่องหมาย สัญญาณ ไฟจราจร และวิธีการใช้รถใช้ถนนได้อย่างถูกต้องปลอดภัย เป็นเรื่องที่ไม่น่าเบื่อแล้ว เพลงยังเป็นสื่อที่จะช่วยให้เด็กรู้สึกผ่อนคลาย พอใจ และเบิกบานสนุกสนาน ซึ่งถือได้ว่าเป็นการให้ ความรู้พร้อมกับความบันเทิงด้วย