

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การยอมรับในการสร้างโรงไฟฟ้าพลังงานความร้อนหินกรุด ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิดและผลงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้

ทฤษฎีและแนวความคิดที่นำมาศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสาร
2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องช่องทางการสื่อสาร
3. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้
5. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
6. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

คำศัพท์ว่า COMMUNICATION หรือภาษาไทยเรียกว่า การสื่อสาร นั้นมีผู้ให้ความหมายไว้ต่าง ๆ กัน เช่น

อริสโตเติล (ARISTOTLE) ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือ การแสวงหา “วิธี การชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

กรีซ สิบสนธิ์ ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดที่ไม่หยุดนิ่ง มีการรับรู้และโต้ตอบ การถ่ายทอดสาระ (ข่าวสาร, ข้อมูล, ความคิด, อารมณ์, ความรู้สึก) จะ เป็นไปตามทักษะประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจทั้งของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ผู้รับสาร (ผู้ฟัง, ผู้อ่าน) จะเป็นผู้ตีความกำหนดความหมาย สิ่งที่เขาได้ยินได้เห็น ได้รับรู้ บางครั้งจึงพูดกันว่า ผู้รับสาร คือ ผู้กำหนดสาร คนฟังหลายคน ก็จะตีความออกไปหลายทาง (เข้าใจไม่ตรงกัน) ซึ่งเป็นอุปสรรค หรือปัญหาในการสื่อสารที่เกิดขึ้นเสมอ ผู้ส่งสารจึงต้องระมัดระวังในการเสนอสาร โดยปรับให้เหมาะสมกับผู้ฟัง แต่มิได้หมายความว่า จะต้องแก้ไขสารเพื่อเอาใจผู้ฟัง

ประมะ สตะเวทิน ให้คำจำกัดความว่า การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

เสถียร เขยประทับ (พ.ศ.2528) ให้คำจำกัดความว่า “การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิด หรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร”

นอกจากนี้ยังมี นักทฤษฎีการสื่อสารอีกหลายท่านที่เป็นนักทฤษฎีชาวตะวันตก ได้ให้คำนิยามแตกต่างกันอีกมากมาย เช่น

วิลเบอร์ ชรามม์ (WILBUR SCHRAMM) การสื่อสารคือ การมีความเข้าใจร่วมกันต่อเครื่องหมายที่แสดงว่าเป็นข่าวสาร (INFORMATIONAL SIGNS)

ชาร์ลส์ อี ออสกู๊ด (CHARLES E. OSGOOD) ในความหมายโดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้ส่งสารมีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสารโดยใช้สัญญาณต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างสองฝ่าย

และนักทฤษฎีการสื่อสารชาวตะวันตกอีกมากมาย เป็นต้น

ซึ่งจากคำจำกัดความ หรือนิยามดังกล่าว จะเห็นได้ว่าแม้จะมีผู้ให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” แตกต่างกันไป แต่ทุกคำนิยามหรือคำจำกัดความ จะอยู่บนพื้นฐานแนวความคิดเดียวกัน กล่าวคือ การสื่อสารของมนุษย์ จะต้องประกอบไปด้วยสองฝ่ายที่มีความสัมพันธ์ คือ ฝ่ายผู้ส่งสารฝ่ายหนึ่ง กับ ฝ่ายผู้รับสารอีกฝ่ายหนึ่ง การสื่อสารจึงจะเกิดขึ้นได้โดยส่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ (message) ผ่านทางสื่อ(channel)

วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ ประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร กับผู้รับสาร ดังนั้นวัตถุประสงค์ของการสื่อสารจึงต้องมอง 2 แง่ คือ ในแง่ของผู้ส่งสาร (source) กับแง่ของผู้รับสาร (receiver)

ซึ่งโดยทั่วไป เราสรุปกันถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสารของทั้งสองฝ่าย ได้ดังนี้ คือ

| วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร | วัตถุประสงค์ของผู้รับสาร |
|---|--|
| 1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (inform) | 1. เพื่อทราบ (informed) |
| 2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (teach) | 2. เพื่อศึกษา (to learn) |
| 3. เพื่อความบันเทิง (entertain) | 3. เพื่อความพอใจ (enjoy) |
| 4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (propose or persuade) | 4. เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (dispose or decide) |

ซึ่งจากตารางสรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสารดังกล่าวข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จ หรือมีประสิทธิภาพ จะต้องดำเนินการให้วัตถุประสงค์ของทั้งของผู้รับ และผู้ส่งตรงกัน (ตามตาราง) เช่น ผู้ส่งสาร ต้องการสื่อสารเพื่อความบันเทิงให้ผู้รับเกิดความพึงพอใจ แต่ผู้รับกลับเพียงรับทราบเท่านั้น ซึ่งเท่ากับว่าการสื่อสารครั้งนี้ประสบความสำเร็จ (COMMUNICATION BREAKDOWN) ดังนั้นจึงต้องตระหนักถึงการสื่อสารให้ถูกต้องเพื่อสร้างให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารอย่างเต็มที่

นอกจากนั้นสิ่งที่จำเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งของความสำเร็จ หรือประสิทธิภาพในการสื่อสารที่จะต้องคำนึงถึงอย่างมากก็คือ ช่องทางหรือสื่อ (channel) ในการสื่อสาร

2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ (channel)

ช่องทางการสื่อสาร หรือสื่อ ภาษาอังกฤษ อาจเรียกว่า channel หรือ medium (เอกพจน์) media (พหูพจน์) มีความหมายว่า เป็นวิธีการ หรือเครื่องมือที่สาร (message) ไหลจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องสารเปรียบเสมือนเรือลำเลียง ที่ขนถ่ายสินค้า (สาร) จากเรือใหญ่ไปขึ้นฝั่ง

เสถียร เขยประทับ ได้กล่าวไว้ในหนังสือ “การสื่อสารและการพัฒนา” ว่า นักวิจัยแบ่งช่องสาร หรือสื่อออกเป็นประเภทใหญ่ๆ สองประเภทดังนี้ คือ

1. ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน และช่องสารที่เป็นสื่อบุคคล
2. ช่องสารที่มาจากแหล่งภายนอก และช่องสารที่มาจากแหล่งภายในของระบบสังคม โดยที่ช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน หรือช่องสารที่เป็นสื่อบุคคลก็ได้ ดังนั้นเราจึงมาพิจารณารายละเอียดเฉพาะลักษณะของช่องสารที่เป็นสื่อมวลชน และสื่อระหว่างบุคคล เท่านั้น โดยไม่พิจารณาช่องสารที่มาจากแหล่งภายใน หรือแหล่งภายนอกระบบสังคม

ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน (MASS MEDIA)

ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน คือ ช่องทางที่ทำการสื่อสารกับมวลชน ซึ่งเป็นผู้รับสารจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันพร้อมๆกัน ซึ่งแต่ละคนอยู่ในสถานที่ต่าง ๆ กัน ในเวลาอันรวดเร็ว ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น ซึ่งมีลักษณะเป็นตัวกลางหรือ ตัวเชื่อมระหว่างแหล่งสารและกลุ่มประชากรเป้าหมาย

ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล (INTER PERSONAL COMMUNICATION)

ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบตัวต่อตัว (person-to-person) คือ ทั้งฝ่ายผู้รับสารและฝ่ายผู้ส่งสาร สามารถที่จะแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (direct) เป็น two way communication เกิดขึ้นได้ทั้งในกรณี คน 2 คน และกรณีของคนกลุ่มย่อย (small group) ซึ่งมีมากกว่า 2 คนขึ้นไปมารวมตัวกันในลักษณะสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรงได้ด้วย เช่น การประชุมกลุ่มย่อย เป็นต้น ช่องทางแบบนี้มีประสิทธิภาพในการจูงใจ โน้มน้าวใจผู้รับสารได้มากกว่า ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน

ซึ่งจากการเปรียบเทียบ ช่องทางทั้งสองแบบ สามารถเขียนเป็นตารางเปรียบเทียบคุณสมบัติหรือลักษณะของช่องทางทั้งสองได้ดังนี้

| ลักษณะ | ช่องทางระหว่างบุคคล | ช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน |
|--|---|-------------------------|
| 1.การไหลของข่าวสาร | สื่อสารสองทาง | สื่อสารทางเดียว |
| 2.ลักษณะของการสื่อสาร | ลักษณะตัวต่อตัว | ไม่มีลักษณะตัวต่อตัว |
| 3.ปริมาณของปฏิกิริยาตอบสนองในขณะที่ทำการสื่อสาร | สูง | ต่ำ |
| 4.ความสามารถในการลดกระบวนการเลือกในทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกรับสาร | สูง | ต่ำ |
| 5.ความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมาก ๆ | ค่อนข้างช้า | ค่อนข้างเร็ว |
| 6.ผลที่อาจเกิดขึ้น | การก่อตัวของทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ | การเปลี่ยนแปลงความรู้ |

ในทำนองเดียวกัน กับตารางสรุปวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร การที่จะทำให้เกิดประสิทธิภาพการสื่อสาร เราต้องรู้จักเลือกใช้ช่องทางให้เหมาะสม โดยคำนึงถึงว่าต้องการสื่อสารในเรื่องนั้นๆเพื่ออะไร เช่น เพื่อให้ทราบ (understand) หรือเป็นการจูงใจ (persuade) เพื่อให้เกิดการตัดสินใจ (decide) นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงเนื้อหาของสารตลอดจนธรรมชาติของผู้รับสารด้วย หากเลือกและใช้ช่องทางแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการต่างๆก็อาจเป็นไปได้ยาก

นอกจากสื่อ 2 ประเภทนี้แล้ว ยังมีสื่ออีกประเภทหนึ่งที่ใช้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังบุคคล กลุ่มชน หรือมวลชน สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะเรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อพิมพ์(Printed Media) สื่อเฉพาะกิจของการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นิตยสาร การโปสเตอร์ แผ่นพับ เอกสาร เย็บเล่ม การจัดสัมมนา การประชุม และการจัดประชาพิจารณ์

สำหรับการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลนั้น สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อระหว่างบุคคลนั้น จะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆตามแนวทางที่มุ่งหวัง

Klapper (1960) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนไว้ดังนี้

1. สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยตรง แต่จะมีอิทธิพลโดยอ้อม ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆดังนี้

- 1.1 ความมีใจโน้มเอียง คือ ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อนที่จะมาสัมผัสกับสื่อมวลชน
- 1.2 การเลือกรับสาร ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นความสนใจของตน และจะเลือกตีความหมายของสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม
- 1.3 อิทธิพลของบุคคล บางครั้งข่าวสารจากสื่อมวลชนจะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็น ก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ทำให้มีอิทธิพลต่อความคิดของประชาชนอยู่มาก
- 1.4 กลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม
- 1.5 ระบบสื่อมวลชน

2. สื่อมวลชนจะเป็นเพียงแรงเสริม (Reinforcement) ที่สนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้เข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงออกมาเมื่อมีแรงจูงใจหรือเมื่อโอกาสเหมาะสม
3. สื่อมวลชนอาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชนได้เพียงเล็กน้อย และมักเป็นทัศนคติที่ยังไม่มั่นคง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึก หรือเปลี่ยนไปในทางตรงข้ามนั้นเป็นไปได้ยาก อาจเปลี่ยนได้บ้างแต่ต้องใช้เวลา และบุคคลต้องได้รับข่าวสารเพียงพอ อย่างไรก็ตามอิทธิพลของสื่อมวลชนในด้านการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติให้แก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลไม่เคยมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน และต้องได้รับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม ไม่ใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลทันทีทันใด

Rogers (1978) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล ไว้ว่า สื่อมวลชนสามารถเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะข่าวสารที่ถ่ายทอดออกจากสื่อมวลชนอย่างเดียว ไม่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังแน่นหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

Katz และ Lazarsfeld (1995) ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญมากกว่าในชั้นของการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

Lazarsfeld และ Menzel (1986) ยังได้กล่าวถึง ปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน 5 ประการ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างยากกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

โดยสรุป งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึง การสื่อสารในทุกช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ ของประชาชนใน ต.อชชัย อ.บางสะพาน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ในเรื่องการสร้างโรงไฟฟ้าหินกรูด ทั้งนี้เพราะการสื่อสารคือ หัวใจของการสร้างความเข้าใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการสร้างโรงไฟฟ้าขนาดใหญ่ ที่จะส่งผลกระทบต่อทั้งผลดีและผลเสียต่อชุมชน

3. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร คือ กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selection Process) ของผู้รับสาร ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆ ดังนี้ คือ

1. การเลือกรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน เพื่อนำมาแก้ปัญหา หรือ สมองตอบสนองต่อความต้องการของตน
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารนอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับ ทักษะคติ ความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ และหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทักษะคติ ความรู้ ความเข้าใจ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดของเขา จะทำให้เขาเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่างๆ แล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ความต้องการ ทักษะคติ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ โดยเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ และความเชื่อของตน และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้งเรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเอง

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใด เลือกรับสื่อ ซึ่ง เมอร์ริลล์ และโรเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971: 134-135) ได้สรุปไว้ว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใด ได้มีการใช้สื่อดังนี้

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่า โดยปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม คนเราจึงมีการรวมกลุ่มกันอยู่ เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง คนเราก็จะอยู่กับสื่อต่างๆที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2. ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติขั้นพื้นฐานของมนุษย์ คนเราอยากรู้อยากเห็นตั้งแต่สิ่งที่อยู่ใกล้ตัว จนกระทั่งสิ่งที่อยู่ไกลตัวออกไปตามลำดับ ทั้งที่เป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือการกระทำต่างๆของผู้อื่น ซึ่งสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการในสิ่งเหล่านี้ได้ดีที่สุด

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ด้านไหน ก็ล้วนแล้วแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm, 1954: 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นการเลือกว่าคนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) โดยผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้

ตัวเสมอ ดังนั้น ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน

4.“ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป เนื่องจากสื่อมวลชนแต่ละอย่างมีลักษณะเฉพาะตัว ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ เช่น หนังสือพิมพ์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ คือ ให้ข่าวสารละเอียด ราคาถูกและสามารถนำติดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งแสดงสถานภาพทางสังคมและเป็นการสัมผัสกับสังคมภายนอก ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจที่ได้แข่งขันและสามารถเอาชนะผู้อื่นได้ (เช่น รายการแข่งขันเกมโชว์) สามารถชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

4.แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้

การรับรู้ทางการสื่อสาร และการเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เกือบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่จะกล่าวถึง การสื่อสารโดยไม่กล่าวถึงการเรียนรู้ (Read Hadley: 1972) การสื่อสารเป็นผลมาจากกระบวนการของการเรียนรู้ และการเรียนรู้ที่เป็นผลอย่างหนึ่งของการสื่อสาร นักสังคมศาสตร์หลายท่าน ได้เน้นถึงหลักการของการเรียนรู้บางประการ ซึ่งเป็นประโยชน์มากสำหรับการทำการสื่อสาร กล่าวคือ

1.บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใด ๆ ก็ตาม จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้นว่า คนหนุ่มสาว จะเรียนรู้ได้เร็ว และง่ายกว่าคนแก่ คนฉลาดเข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่ซับซ้อนได้ง่ายกว่าคนโง่ เป็นต้น

2. การเรียนรู้ มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ โดยทั่วไปแล้ว การสรรเสริญจะทำให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการทำโทษ แต่บางครั้งการถูกทำโทษก็ก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีเช่นเดียวกัน ถ้ามีการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์อย่างรุนแรง เนื่องจากคนเรามักจะเรียนรู้ภายหลังจากได้รับความเจ็บปวดเสมอ

3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอย่างไรดีกว่าการบอกเฉยๆ เพราะการแสดงถึงวิธีการให้ผู้รับสารเห็นว่าควรทำอย่างไร เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน

4. ทศนคติที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย บางครั้งการที่บอกว่า “ใครเป็นคนพูด” มีความสำคัญพอๆกับบอกว่า “พูดอะไร” อย่างไรก็ตามในระยะยาวตัวสารจะมีความสำคัญมากกว่า

5. ความจำมีความสัมพันธ์กับความสดใหม่ เรามักจะจำและมีการตอบสนองต่อข่าวสารที่เพิ่งได้รับสดๆ และการให้ข่าวสารซ้ำกันก่อให้เกิดการจดจำ และเก็บสารนั้นไว้
6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ คนเราจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อได้มีการทดลองทำ
7. การนำเสนอด้วยวิธีแปลกใหม่ที่เป็นการกระตุ้น ให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์สูง จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพ ในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

เบนจามิน บี บลูม (Benjamin B. Bloom, 1971) ได้กล่าวถึงความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ว่ามีองค์ประกอบ 6 ประการ คือ

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำ และการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งเป็น

- ก. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
- ข. ความรู้เกี่ยวกับกลวิธี และการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. ความเข้าใจ (Comprehensive) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญา และทักษะเบื้องต้น แบ่งเป็น

ก. การแปลความ คือ แปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง โดยรักษาความหมายให้ถูกต้อง

ข. การตีความ คือ ขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่

3. การนำไปใช้ (Application)
4. การวิเคราะห์ (Analysis)
5. การสังเคราะห์ (Synthesis)
6. การประเมินค่า (Evaluation)

แพททริก เมียร์ดีสท์ (Patrick Meredith, 1973) ได้พูดถึง ความรู้จำจำเป็นต้องมีองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ ความเข้าใจ การคงอยู่ (Understanding and Retaining) เพราะความรู้อย่างหนึ่ง หมายถึง การที่สามารถจำได้ถึงบางสิ่ง ซึ่งเราเข้าใจมาแล้ว

ดังนั้น เมื่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทำการศึกษาวิจัยได้อ่าน รับผิดชอบ หรือ ฟังสารเพื่อจงใจให้เห็นประโยชน์ แล้วก็จะเกิด ความเข้าใจ และจดจำในเนื้อหาเหล่านั้นๆด้วย โดยที่อาจจะไม่ครอบคลุมทั้งหมด แต่การรับรู้บ่อยครั้ง หรือย้ำ ก็จะทำให้ผู้รับข่าวสารได้ข้อมูลต่างๆโดยไม่รู้ตัว

5. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

กรอสและนิแมน (Gross and Niman, 1953) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลสะท้อนที่แสดงออกโดยพฤติกรรมและความเชื่อที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตในสังคม

กอร์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ท (Gordon W. Allport) ได้ให้ความหมาย “ทัศนคติ” ว่า หมายถึง ภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

สุขุม จันทรเฒ (2524) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้ จะเป็นไปในทำนองพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) อธิบายว่า ทัศนคติ เป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ท่าที ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ได้รับมาก ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ

องค์ประกอบของทัศนคติ

ซิมบาโต และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbeson, 1970) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ว่า มี 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognitive Component) เป็นสิ่งที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. ด้านความรู้สึก (Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล เป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ก็จะแสดงออกมาในขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมา ในลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “Positive Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านบวกเป็นไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้ามบุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า “Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกในด้านลบเป็นไปในทางที่ไม่ดี

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

แอล ไอ เฮอร์สโตร์ (L.I.Thurstone, 1967) กล่าวว่า ทศนคติเป็นผลทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดเห็น ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านคำพูดเป็นความคิดเห็น ซึ่งความคิดเห็นนี้เป็นสัญลักษณ์ของทศนคติ ดังนั้น ถ้าอยากจะวัดทศนคติก็นำทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2538) ให้คำจำกัดความของทศนคติไว้ว่า คือ “ระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ”

โสภา ชูพิกุลชัย กล่าวว่า “ทศนคติ เป็นการรวบรวมความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อ ความคิดเห็น และความจริง” ซึ่งได้แก่ ความรู้ต่างๆ รวมทั้งความรู้สึก ซึ่งเป็นการประเมินค่าทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งทั้งหมดจะเกี่ยวพันกัน

คุณลักษณะของทศนคติ

มนุษย์จะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา โดยมนุษย์จะมีระเบียบของแนวความคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่งไปไหนทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีการเฉยๆ เป็นกลาง และเห็นทุกอย่างเหมือนกัน เพราะทุกคนมีสิ่งจูงใจและอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกัน คุณลักษณะของทศนคติอาจสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ทศนคติเป็นสิ่งที่มืออยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน
2. ทศนคติจะมีใช้สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก และทศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอก
3. ทศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร คือ ภายหลังจากที่ทศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทศนคติดังกล่าวจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร เพราะทศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวเช่นกัน

4. ทักษะคิดจะมีความหมายถึงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้คือ ทักษะคิดจะมีใช้เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงได้ เช่น ตัวบุคคล สถาบัน ค่านิยม ฯลฯ

การก่อตัวของทัศนคติ (The Formation of Attitude)

เครช ครัทช์ฟิลด์ และ บัลลาดี (Krech Crutchfield and Ballachy, 1948) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivation) สิ่งใดที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายของตนได้ บุคคลก็มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทัศนคติจะมีพื้นฐานมาจากข่าวสารข้อมูลที่บุคคลได้รับ ทำให้บุคคลนั้นเก็บข้อมูลข่าวสารนั้นไปคิด และสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้ ฉะนั้นบางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่นโดยการฟังคำตาดินที่ใครมาบอกไว้ก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Group Affiliation) เพราะบุคคลที่อยู่ในกลุ่มสังคม ย่อมจะปรับทัศนคติและปฏิบัติตนคล้ายตามบรรทัดฐาน (Norm) ของกลุ่ม เพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนมากเกินไป
4. บุคลิกภาพ (Personality) ทัศนคติมีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย เช่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงข้าม เช่น มักคิดว่าบุคคลอื่นอิจฉาริษยาหรือคิดร้ายต่อตน

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าวแล้ว จะเห็นว่า องค์ประกอบสำคัญที่เป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะมีการแทรกอยู่ตลอด ไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือการเข้าไปเป็นสมาชิกกลุ่ม ก็ตาม อาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้เกิดทัศนคติต่างๆ

ผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า ทัศนคติเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธการสร้างโรงไฟฟ้าหินกรูด ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติทำให้ทราบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการสร้างโรงไฟฟ้าหินกรูด เช่น มีทัศนคติเชิงบวก เชิงลบหรือเป็นกลาง เพื่อที่จะสร้างสรรควิธีการให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติเชิงลบให้เป็นทัศนคติเชิงบวก และหากประชาชนมีทัศนคติหนึ่งเฉยหรือเป็นกลางก็อาจจะพยายามเปลี่ยนให้เป็นทัศนคติเชิงบวก การศึกษาถึงทัศนคติของประชาชนนับเป็น

พื้นฐานที่สำคัญต่อการทำแผนประชาสัมพันธ์ในการสร้างโรงไฟฟ้าหินกรูด เพราะจะทำให้ผู้ดำเนินโครงการสามารถปรับกลยุทธ์ในการรณรงค์ได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับความคิดเห็นของประชาชน ทั้งยังสะท้อนให้เห็นแนวโน้มการยอมรับการสร้างโรงไฟฟ้าหินกรูดได้อีกด้วย

การวัดทัศนคติ

เทอร์สโตน (Thurstone) ได้สรุปคุณลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่จะต้องทำความเข้าใจก่อนที่จะทำการวัดทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงตัวเดียว อย่างไรก็ตามเราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่าจะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม
2. ทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้สึกโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่นๆต่อเรื่องนั้นๆ
3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ความคิดเห็น (Opinion) เป็นเครื่องมือ แต่การใช้ความคิดเห็นเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด ดังนั้นในการวัดการกระทำของคน อาจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติที่ดีกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนๆนั้นอาจจะบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้นจึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อใช้บ่งชี้ถึงทัศนคติ
4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในการวัดความคิดเห็น หรือการกระทำที่เราใช้เครื่องบ่งชี้ทัศนคติ แต่ความคลาดเคลื่อนระหว่างเครื่องบ่งชี้และความจริงถือว่าเป็น “สากล” (Universal)
5. ทัศนคติของคนคนหนึ่ง ไม่จำเป็นจะทำนายการกระทำของคนนั้นได้ถูกต้องเสมอไป
6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงที่วัดได้ อาจเกิดจากความผิดพลาดในการวัด ดังนั้น จึงมีแนวคิดที่จะใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error of Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัด จากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติเอง
7. ไม่สามารถใช้คำว่า “มาก” หรือ “น้อย” อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติ อย่างไรก็ตามความคิดเห็นที่จะวัดทัศนคตินี้ มีความพยายามที่จะวัดค่าของทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Liner Measurement)

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ของซิมบาโด เอบบีเซน และมาร์ลาค (Zimbardo Ebbesen and Marlach, 1977) ได้กล่าวไว้ว่า ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะใช้วิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารเหล่านี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของความรู้หรือความคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน คือ เมื่อองค์ประกอบทางด้านความรู้ หรือความคิดเปลี่ยนแปลง ก็จะมีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective Component) และองค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย

จุมพล รอดคำดี (พ.ศ.2532) กล่าวว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจจะมาจากสื่อสารมวลชนหรือบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมถูกกระทบ ไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

6. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม

การสื่อสารโดยทั่วไป ทำให้เกิดผล 3 ประการ คือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ของผู้รับสาร

2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) ของผู้รับสารที่มีต่อสิ่งที่ได้รับรู้ ซึ่งทัศนคตินี้เองที่จะก่อให้เกิดการกระทำตามมา
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมที่แสดงออก (Practice)

การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ ดังคำนิยามของ เอฟเวอเรทท์ เอ็ม โรเจอร์ (Rogers, 1973) ที่กล่าวถึงการสื่อสารว่า

การสื่อสาร คือ กระบวนการที่ความคิด ข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยที่ผลของการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ(Attitude) และพฤติกรรมของผู้รับสาร (Practice)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการสื่อสารจะทำให้เกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่ นั้น แต่ในขั้นการยอมรับและนำไปปฏิบัติ บุคคลอาจจะไม่ปฏิบัติตามทัศนคติของตนเองเสมอไปในทุกกรณีก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว มักจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ Kap-gap ขึ้นได้ เช่น ผลการศึกษาของ Lapham และ Parker (1971) เกี่ยวกับการวางแผนการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่การวางแผนครอบครัวในประเทศ ส่วนใหญ่มีทัศนคติในทางบวก ต่อวิธีการวางแผนครอบครัว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติกลับเป็นไปในทางตรงข้าม กล่าวคือ มีผู้มีความรู้เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวประมาณ ร้อยละ 70-90 แต่มีผู้มาเข้ารับบริการวางแผนครอบครัวเพียงร้อยละ 8 เท่านั้น (Rogers, 1973)

ซึ่งในเรื่อง ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับปฏิบัติ (Kap-gap) นี้ Rogers(1983) ได้เสนอวิธีการปิดช่องว่างไว้ 4 ประการดังนี้ คือ

- 1.การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่แก่นกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ อย่างแท้จริงในการปฏิบัติ
2. การให้คำแนะนำในการปฏิบัติอย่างใกล้ชิด ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม
3. การให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจสมาชิกคนอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ

4. การใช้สื่อบุคคลในการโน้มน้าวใจ โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริม หรือผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

โดยสรุป “ทัศนคติ” ในงานวิจัยนี้ หมายถึง สภาพจิตใจของประชาชน ด.ธงชัย ซึ่งได้แก่ ความรู้สึก หรืออารมณ์ ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร เรื่องการสร้างโรงไฟฟ้าหินกรูด และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ดังที่ กอร์ดอน ออลพอร์ต (Gordon W. Allport) กล่าวว่า “ทัศนคติ หมายถึง ภาวะทางจิตใจซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนอง ต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุภารักษ์ จุตระกูล (2536) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ (RECYCLE) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับ ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภท การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว ไปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อร่วมอาชีพ แผ่นพับ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

สุมาลี ตั้งจิตต์ศีล (2537) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนที่ได้รับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพของแหล่งน้ำมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ส่วนสื่อบุคคล คือ สามี/ภรรยา พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพของแหล่งน้ำ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สามี/ภรรยา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ความรู้ในเรื่องการรักษาแหล่งน้ำมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ และในส่วนของทัศนคติ ก็มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ส่วนในเรื่องประชากรศาสตร์ ระดับการศึกษาเป็นตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ส่วนระดับการศึกษา อาชีพรายได้ มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ

ศศิวิมล ปาลศรี (2538) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการใช้พลังงานอย่างประหยัด ของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับทราบข่าวสารการรณรงค์

จากสื่อมวลชนในระดับต่ำ ความรู้เกี่ยวกับการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด แต่ทัศนคติต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัดมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างประหยัด

ธีรภรณ์ สุวรรณดี (2538) ศึกษาการเปิดรับสาร ความรู้ ทัศนคติ ต่อการทำแท้งของนักศึกษาหญิง ระดับอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับการทำแท้งไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เรื่องการทำแท้ง แต่มีความสัมพันธ์ทางลบกับทัศนคติต่อการทำแท้ง ส่วนความรู้เกี่ยวกับการทำแท้งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อการทำแท้ง นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับสารเกี่ยวกับการคุมกำเนิดไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เรื่องการคุมกำเนิด แต่กลับมีความสัมพันธ์ทางลบกับทัศนคติต่อการทำแท้งเช่นกัน ส่วนความรู้เกี่ยวกับการคุมกำเนิดไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการทำแท้ง

จารุณี บุญนิพัทธ์ (2539) ศึกษาพฤติกรรม的开รับข่าวสารกับความตระหนักทัศนคติ และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อม ของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรม的开รับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม และพฤติกรรม的开รับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม ตลอดจนพฤติกรรม的开รับข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ทัศนคติที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม ยังมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

วินิดา ชวนางกูร (2539) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมป้องกันโรคเอดส์ของหญิงมีครรภ์ที่มาฝากครรภ์ที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารโรคเอดส์ สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่หญิงมีครรภ์เปิดรับมากที่สุด และลักษณะทางประชากรของหญิงมีครรภ์ เช่น อายุ รายได้ การศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรม的开ป้องกันโรคเอดส์มีความสัมพันธ์กับความรู้ และปริมาณการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์จากสื่อบางประเภท แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อโรคเอดส์ และสื่อต่างชนิดกันมีความน่าเชื่อถือในการให้ความรู้ และการยอมรับปฏิบัติในการป้องกันโรคเอดส์ต่างกัน โดยสื่อมวลชนมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด รองลงมาคือสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ ทั้งนี้หญิงมีครรภ์ต้องการให้เผยแพร่โรคเอดส์ทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และต้องการทราบเรื่องการป้องกันโรคเอดส์มากที่สุด รองลงมาคือ อาการของโรคเอดส์

สุชาติ ราษฎร์รักษา (2540) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าถ่านหินและการยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผู้เปิดรับมากที่สุด โดยเฉพาะช่อง 3 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโรงไฟฟ้าถ่านหินจากเพื่อนบ้าน รองลงมาคือพนักงานจากโรงไฟฟ้าบ่อนอก โดยกลุ่มตัวอย่างคิดว่าข่าวสารเกี่ยวกับโรงไฟฟ้าถ่านหินที่ได้รับยังคงอยู่ในระดับน้อย ส่วนในเรื่องการรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าถ่าน

ห็นพบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน มีการรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าถ่านหินแตกต่างกัน และในเรื่องการยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก และเพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีการยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอกต่างกัน นอกจากนี้การรับรู้ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมจากโรงไฟฟ้าถ่านหินมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับโรงไฟฟ้าบ่อนอก

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955) พบว่า รูปแบบของการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หรือการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (Face to Face Communication) นั้น มีผลต่อผู้รับสารในการที่จะยอมเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะร่วมมือในการปฏิบัติมากที่สุด

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960) ได้ทำการศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนนั้น ไม่ใช่สาเหตุสำคัญเพียงประการเดียว ที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร แต่จะทำหน้าที่ร่วมกันหรือมีปัจจัยหรืออิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่นๆ มากกว่าและประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆของการสื่อสาร แหล่งสารหรือสถานการณ์ต่างๆของการสื่อสารด้วย

กล่าวโดยรวม ผลจากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ได้มีผู้วิจัยหลายท่าน ทำการศึกษาวิจัย หาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากร เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ฯลฯ กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทั้งสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ พบว่า ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กัน นอกจากนี้ยังหา

- ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อ กับ ความรู้ในข่าวสารที่ผ่านสื่ออื่นๆ
- ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อ กับ ทัศนคติในข่าวสารที่ผ่านสื่ออื่นๆ
- ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อ กับ การมีส่วนร่วมในเรื่องที่ผ่านสื่ออื่นๆ
- ความสัมพันธ์ ระหว่าง ความรู้ กับ ทัศนคติ
- ความสัมพันธ์ ระหว่าง ความรู้ กับ การมีส่วนร่วม
- ความสัมพันธ์ ระหว่าง ทัศนคติ กับ การมีส่วนร่วม

ซึ่งพบว่า มีทั้งที่มีความสัมพันธ์กัน กับทั้งที่ไม่มีความสัมพันธ์กัน ขึ้นอยู่กับรายละเอียดของแต่ละงานวิจัย