



แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การรับรู้ ทักษะคิด และความตระหนักเรื่องปัญหาสังคมของผู้ชมภาพยนตร์เพื่อสังคม” นี้ มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม (The Social Problem Film)
2. ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory)
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)
4. แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก (Awareness)
5. แนวคิดเรื่องการตีความหมาย (Decode)
6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม



เนื่องจากภาพยนตร์ไม่ได้กำเนิดขึ้นและดำรงอยู่อย่างเป็นเอกเทศ หากแต่เป็นผลผลิตของสภาพสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ เป็นต้น เช่นเดียวกับสื่อมวลชนอื่นๆ ดังนั้น การศึกษาภาพยนตร์จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงที่จะทำความเข้าใจถึงมิติความสัมพันธ์ระหว่างภาพยนตร์กับสังคมได้

ภาพยนตร์ได้รับการยกย่องให้เป็นงานศิลปะ แต่ความเป็นจริงประการหนึ่งก็คือ นอกเหนือจากการเป็นงานศิลปะแล้ว ยังจัดเป็นงานทางด้านสื่อสารมวลชนอีกด้วย ถ้าหากจะมองในขอบเขตของความเป็นสื่อมวลชนก็จะพบว่า ผู้สร้างมีลักษณะเป็นกลุ่มมิใช่ปัจเจกบุคคล ถึงแม้ผู้สร้างบางคนจะผูกขาดตำแหน่งสำคัญในกระบวนการสร้าง แต่ก็ยังต้องพึ่งพาคนทำงานในส่วนอื่นๆ อยู่บ้างไม่มากนักน้อย เมื่อมองไปยังผู้ชมจะพบว่าเป็นกลุ่มคนที่มีขนาดใหญ่ และมีความหลากหลาย ภาพยนตร์จึงถือเป็นงานของ “กลุ่มคน” ที่ถูกสร้างเพื่อ “กลุ่มคน” โดยแท้จริง

ภาพยนตร์เป็นสื่อที่มีการแพร่กระจายอย่างทั่วถึงและกว้างขวาง มีจุดประสงค์เพื่อสนองความพึงพอใจของผู้ชมจำนวนมาก ดังนั้นจึงอาจจะกล่าวได้ว่า มันจำเป็นต้องตกอยู่ในภายใต้เงื่อนไขของสังคม มีผู้เชื่อว่าภาพยนตร์เป็นงานที่ตกอยู่ในสภาพแวดล้อมทางประวัติศาสตร์และการเมือง ภาพยนตร์เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมและเป็นผลผลิตของสังคมหนึ่งๆ และน่าจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เข้าใจสังคมขึ้นอีกด้วย

เมื่อกล่าวถึงตรงนี้คงต้องยอมรับกันแล้วว่า ภาพยนตร์เกี่ยวข้องกับสังคมและเป็นภาพสะท้อนของสังคม ปรากฏการณ์หลายอย่างในอุตสาหกรรมการสร้างภาพยนตร์เป็นตัวบ่งชี้ว่าสังคมในขณะนั้นมีสภาพและทิศทางอย่างไร แต่เมื่อกล่าวถึง “ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม (The Social Problem Film)” นั้นย่อมหมาหมายถึงบทบาทหน้าที่และคุณสมบัติในขอบเขตและความหมายที่แตกต่างกันออกไป

ในวงการภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาได้มีการถกเถียงกันมาเป็นเวลาช้านานแล้วในเรื่องภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมนั้น จุดแห่งการถกเถียงกันก็คือการยึดมั่นในความคิดความเชื่อที่มีต่อภาพยนตร์ ซึ่งแตกต่างกันอย่างตรงกันข้าม ฝ่ายหนึ่งเชื่อมั่นเป็นความบันเทิงเต็มรูปแบบ หน้าที่ของมันคือ การมอบความเพลิดเพลินแก่ผู้ชมอย่างเต็มที่ ฝ่ายนี้เชื่อว่าภาพยนตร์เป็นสิ่งที่ช่วยให้คนดู “หลีกหนี” จากเรื่องราวที่ยุ่งยากในชีวิตประจำวัน หน้าที่ซึ่งต้องกระทำก็คือ การพาคนดูหลีกหนีไปจากโลกแห่งความเป็นจริงที่โหดร้ายตลอดเวลาประมาณ 2 ชั่วโมง อีกฝ่ายหนึ่งเชื่อว่านอกจากจะเป็นสิ่งบันเทิงแล้ว ภาพยนตร์ควรจะให้ประโยชน์และสาระแก่ผู้ชม ควรจะให้ข่าวสารและช่วยชี้แนะให้คนดูได้ทราบความเป็นไปที่ป็นจริงในสังคม ฝ่ายหลังนี้เองที่เป็นแรงผลักดัน ทำให้เกิดภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมขึ้นมา (กฤษฎา เกิดดี, 2541)

ก่อนที่จะไปถึงเรื่องอธิบายความหมายของภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม คงต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับคำว่า “ปัญหาสังคม” เสียก่อน ได้มีนักวิชาการทางด้านสังคมหลายท่านทั้งไทยและต่างประเทศให้คำจำกัดความของปัญหาสังคม ดังนี้

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526) ได้กล่าวไว้ว่า “ปัญหาสังคม คือ สถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ไม่สอดคล้องกับค่านิยมของคนจำนวนมากของกลุ่มคนหรือสังคมหนึ่งจนเป็นเหตุให้เขาตกลงที่จะกระทำการแก้ไขสถานการณ์นั้นๆ เมื่อเขาตระหนักว่าอยู่ในวิสัยที่จะทำได้”

พัทธา สายหู (2529) กล่าวว่า ประเด็นสำคัญของปัญหาสังคมจะอยู่ที่ลักษณะ 2 ประการ คือ

1. สมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมรู้สึกเดือดร้อนเพราะปรากฏการณ์นั้น และ
2. ต้องการและพยายามหาทางแก้ไขจัดปรากฏการณ์ที่ไม่พึงปรารถนานั้น

Harton และ Leslie (1976) ได้ให้คำจำกัดความปัญหาสังคมว่า เป็นสภาวะการณ์ที่จะกระทบกระเทือนต่อการเป็นอยู่ของบุคคลจำนวนหนึ่ง เป็นสภาวะการณ์ที่ไม่พึงปรารถนา และทุกคนรับรู้ร่วมกันว่า จะต้องร่วมกันทำการแก้ไข โดยประกอบไปด้วยลักษณะ 4 ประการ คือ

1. สภาวะการณ์นั้นจะต้องกระทบกระเทือนต่อบุคคลจำนวนหนึ่งมากพอสมควร ซึ่งหมายความว่า สถานการณ์นั้นมีผลทำให้คนกลุ่มหนึ่งเริ่มต้นตั้งข้อสังเกต กล่าวขวัญถึง เขียน หรือทักท้วง ก็ถือได้ว่าเป็นปัญหาสังคม
2. สภาวะการณ์นั้นอยู่ในวิถีทางที่ไม่พึงปรารถนา ปัญหาสังคมจึงเกี่ยวข้องกับค่านิยมของแต่ละคนที่ยึดอยู่ (Value Judgement) ซึ่งของแต่ละสังคมอาจจะดีหรือเลวก็ได้ ทั้งนี้แล้วแต่ค่านิยมของแต่ละสังคม เช่น การเสพยาเสพติดถือเป็นปัญหาสังคมที่ร้ายแรงและต้องการการแก้ไขโดยด่วนในประเทศไทย
3. บุคคลจำนวนหนึ่งที่มีจำนวนมากพอ มีความรู้สึกว่า ควรกระทำบางอย่างซึ่งสามารถที่จะแก้ไขปัญหานั้นได้ หมายความว่า สภาวะการณ์ที่จะเป็นปัญหาสังคมได้นั้น จะต้องมีความเห็นที่จะแก้ไขปัญหานั้นได้ หรือหวังว่าคงจะแก้ไขได้
4. เป็นสภาวะที่ต้องกระทำร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหานั้นให้บรรเทาเบาบางเมื่อเกิดปัญหาขึ้นมา สมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับปัญหาจะแสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางการแก้ไข

ปัญหาสังคม หมายความว่าถึง สภาพอันไม่เป็นที่พึงปรารถนา ซึ่งส่งผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมเป็นสภาพการณ์ที่สมาชิกในสังคมมองเห็นว่ามันเป็นปัญหา มีการนำเอาประเด็นปัญหานั้นมาโต้แย้งกัน และสภาพ หรือประเด็นที่เป็นปัญหานั้นต้องมีหนทางแก้ไข (Lee Rainwater, cited in Maland, 1988: 306)

ดังนั้นจึงสามารถสรุปเกี่ยวกับความหมายรวมของปัญหาสังคมได้ดังนี้ว่า ปัญหาสังคม คือ สถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่ไม่สอดคล้องกับค่านิยมของคนจำนวนมากของ

กลุ่มคนหรือสังคมหนึ่ง ในสถานที่แห่งหนึ่ง ณ เวลาหนึ่ง จนเป็นเหตุให้สังคมนั้นๆ เกิดความเดือดร้อน ทำให้สมาชิกในสังคมเห็นพ้องต้องกันที่จะกระทำการแก้ไขสถานการณ์ที่เป็นปัญหานั้นๆ ให้หมดไปจากสังคม เมื่อสังคมได้เห็นว่ายู่ในวิสัยที่จะสามารถทำการแก้ไขได้ ซึ่งสิ่งที่ไม่เป็นปัญหาสังคมในปัจจุบัน อาจเป็นปัญหาสังคมก็ได้ในอนาคต (ลีปปณัฐ สำเร็จ, 2545: 59)

หากจะสรุปความหมายของภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมอย่างตรงไปตรงมา โดยอาศัยความหมายของคำว่า ปัญหาสังคมเป็นพื้นฐานก็คงจะได้ความว่าภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมคือ ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาว่าด้วยสภาพอันไม่เป็นที่พึงปรารถนาซึ่งส่งผลกระทบต่อสมาชิกของสังคม หยิบยกเอาประเด็นที่เป็นความขัดแย้งในสังคมมากล่าวถึง

ศูนย์กลางของเรื่องในภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมต้องเกี่ยวข้องกับความขัดแย้งและปัญหาของสังคม ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมควรจะมีฉากเป็นเหตุการณ์ปัจจุบัน แต่ในบางกรณีก็สามารถมีฉากในอดีตได้ แต่ต้องเป็นฉากเหตุการณ์ในอดีตที่มีผลถึงเหตุการณ์ปัจจุบันและทำให้เข้าใจรากฐานของปัญหาดังกล่าวได้ดีขึ้น

กล่าวโดยสรุป ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม หมายความว่าถึง ภาพยนตร์ที่มีฉากเป็นเหตุการณ์ร่วมสมัย เนื้อหาจะต้องมุ่งเน้นไปที่ความขัดแย้งในประเด็นปัญหาสังคม ซึ่งมีการยอมรับแล้วว่าเป็นปัญหา ปัญหาดังกล่าวอาจเป็นไปได้ทั้งปัญหาภายในประเทศและปัญหาระหว่างประเทศ (กฤษฎา เกิดดี, 2541: 139) ดังที่ได้กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมเป็นภาพยนตร์ที่ถูกถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับปัญหาในช่วงนั้นๆ เพื่อให้ประชาชนหมู่มาได้รับรู้รับทราบถึงปัญหาที่ยังมีอยู่และต้องการความร่วมมือร่วมใจเพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

ภัทรวดี สุพรรณพันธุ์ (2553) ได้กล่าวถึงภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมไว้ว่า ภาพยนตร์แนวสะท้อนปัญหาสังคมนั้นเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่าเป็นความบันเทิงแบบ “มีเนื้อหาสาระ” ที่ต้องอิงพื้นฐานอยู่กับการ “สะท้อนความเป็นจริง” โดยหวังว่าการตีแผ่ให้เห็นปัญหาและความเลวร้ายในสังคมจะสามารถกระตุ้นให้เกิดการแก้ไขปัญหาและเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทางที่ดีขึ้น หรืออย่างน้อยก็ช่วยเสริมสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่ผู้ชม ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมจึงมี “หน้าที่” เฉพาะกิจที่นอกเหนือไปจากการสร้างสรรค์ความบันเทิงตามวิถีของหนังทั่วไป อย่างไรก็ตาม “หน้าที่” ดังกล่าวจะดำเนินลุล่วงไปด้วยดีเพียงใด ก็ขึ้นอยู่กับว่าภาพยนตร์สามารถสื่อสารหรือทำ

ให้ผู้ชมประจักษ์ใน “ความเป็นจริง” ได้มากขึ้นเพียงใดด้วย ดังนั้น “การสะท้อนความเป็นจริง” จึงเป็นหัวใจสำคัญของภาพยนตร์แนวนี้

ในประเทศไทยเองนั้นในยุค พ.ศ. 2515-2518 นับว่าเป็นช่วงที่เกิดควมสามเปลี่ยนแปลงอย่างมากในสังคมไทยและมันก็ถูกสะท้อนมายังวงการภาพยนตร์ไทยด้วย ในช่วงนี้นั่นเองที่ทำให้เกิดผู้กำกับหน้าใหม่ หัวก้าวหน้าขึ้นมาหลายท่าน นำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงโฉมวงการภาพยนตร์ไทย อาทิเช่น หม่อมเจ้าชาติตรี เฉลิมยุคล หรือ ท่านมยุที่ในปี พ.ศ. 2515 ท่านได้สร้างภาพยนตร์เรื่อง เขาชื่อกานต์ ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่มีปัญหาเกี่ยวกับการเซ็นเซอร์ตั้งแต่แรกเริ่มแล้ว เนื่องจากเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกที่สร้างขึ้นมาเพื่อพูดถึงระบบคอร์รัปชันโดยตรง และถูกนำกลับมาสร้างใหม่อีกครั้งในปีพ.ศ. 2531 โดยไฟสตาร์ โปรดักชั่น จากความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่อง เขาชื่อกานต์นั้น ทำให้ประเด็นทางสังคมกลายเป็นประเด็นใหม่ที่นักสร้างภาพยนตร์ไทยเริ่มคิดถึง รวมทั้งการวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคมเริ่มเป็นที่ยอมรับมากขึ้น (เขาชื่อกานต์ถึงทองปาน (ยุคหนังไทยสะท้อนสังคม), 2550 : ออนไลน์)

นอกจากแนวความคิดที่เกี่ยวกับภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคมดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น แล้วนั้น ภาพยนตร์แนวนี้ยังรวมถึงภาพยนตร์ที่สะท้อนถึงปัญหาด้านสุขภาพจิตของผู้คนในสังคมด้วย ดังข้อมูลข่าวในหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ออนไลน์ ฉบับเมื่อวันที่ 7 เมษายน พ.ศ. 2550 กล่าวไว้ว่าปัจจุบันต้องยอมรับความจริงว่า การรับรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับผู้ป่วยโรคจิตของสังคมไทย ยังมีไม่มากนัก หลายคนยังมองผู้ป่วยด้วยทัศนคติที่ไม่ดี บ้างก็มองว่าคนกลุ่มนี้เป็นตัวอันตราย เป็นบ้าไม่น่าเข้าใกล้ ด้วยเหตุนี้กรมสุขภาพจิต โดย รพ.ศรีธัญญา จึงได้นำสื่อภาพยนตร์มาเปิดฉายให้กับสื่อมวลชน และประชาชนทั่วไปได้รับชม เพื่อสร้างความเข้าใจ ไขปัญหาโรคทางจิต ผ่านสื่อภาพยนตร์เป็นการ “มองจิต ผ่านจอ” ขึ้นมา กรมสุขภาพจิตจึงได้มีแนวความคิดในการใช้สื่อภาพยนตร์เป็นตัวแทนในการเปิดเผยถึงเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้มีอาการเจ็บป่วยทางจิต โดยเรื่องแรกที่ได้เปิดฉายไปแล้วและอยากแนะนำให้ชมกัน คือ เรื่อง อะ บิวตี้ฟูล มายด์ (A Beautiful Mind) เนื้อหาของเรื่องมีบางส่วนที่คล้ายคลึงใกล้เคียงกับชีวิตจริงของใครอีกหลายคนเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสอนให้มีความรู้ด้านสุขภาพจิตกับประชาชนว่าผู้ป่วยทางจิตไม่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นกับคนที่ไร้การศึกษาระดับไม่เท่ากันนั้น จริงๆ แล้วสามารถเกิดขึ้นได้กับทุกชนชั้นและสภาพของอาการที่มีความแตกต่างกันซึ่งผิดไปจากความรู้เดิมๆ ของคนในสังคมที่รับรู้กัน นอกจากนี้ยังมีภาพยนตร์อีกหลายเรื่องที่สะท้อนปัญหาของผู้มีอาการเจ็บป่วยทางจิตได้ดีที่ประชาชนทั่วไปควรดู เช่น ฟอเรสต์ กัมพ์ (Forest Gump) เอ้อเธอเรนแมน (Rain man) หรือ ไอ แอม แซม (I am Sam) จะได้เข้าใจคนไข้กลุ่มนี้มากขึ้น ผศ.นพ.สุขเจริญ ตั้งวงษ์ไชยภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกล่าวว่า การนำภาพยนตร์มาเป็นสื่อในการให้ความรู้ทางด้านสุขภาพจิต จะสามารถเข้าถึงคนดูได้ง่ายกว่าและเข้าใจง่ายขึ้น เนื่องจากเป็นการนำเสนอเรื่องราวที่มีภาพการเคลื่อนไหว ภาพยนตร์สามารถสร้างให้เกิดปมปัญหาและตอบปัญหานั้นได้โดยการเล่าเรื่องเอง อีกทั้งยังให้แง่คิดในมน้ำใจได้ง่าย นพ.ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์ที่ปรึกษากรมสุขภาพจิตกล่าวเสริมว่า ภาพยนตร์เรื่อง "อะ บิวตี้ฟูล มายด์" มีอยู่หลายฉากที่ไม่รู้ว่าจากไหนเป็นเรื่องจริงหรือไม่จริงถือเป็นเทคนิคของการนำเสนอที่ทำให้เรารู้สึกว่าสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการหวาดระแวง การกลัวคนทำร้าย มันเหมือนกับเกิดขึ้นจริง แต่จริงๆ แล้วนั่นคือโลกความเป็นจริงของคนป่วยด้วยโรคทางจิตนั่นเอง จะทำให้เราเข้าใจอาการกระบวนการรักษาในเรื่องของโรคทางจิต ซึ่งกว่าจะรู้ความจริงนำมาสู่โลกของความเป็นจริงได้ก็ต้องมีการอ้างอิงกับคนที่อยู่รอบข้าง เช่น ครอบครัว ผู้ทำการรักษาจึงทำให้ความจริงเปิดเผยขึ้นมา นับเป็นตัวอย่างที่ดีของหนังเรื่องนี้ที่ควรให้ผู้ป่วยทางจิต และญาติผู้ป่วยทางจิตทุกคนทั่วประเทศได้มีโอกาสชมกัน เพราะปัญหาใหญ่สำหรับผู้ป่วยโรคจิตในปัจจุบันคือการที่สังคมไม่ยอมรับถูกรังเกียจเพียงแต่คนนั้นเอง (มองจิตผ่านจอ, 2550 : ออนไลน์)

ถ้าเราเชื่อว่าบทบาทหน้าที่ของภาพยนตร์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการให้ความบันเทิง แต่เป็นสื่อที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อชีวิตประจำวันของปัจเจกบุคคล และมีอิทธิพลต่อภาพใหญ่ของสังคมทั้งในด้านการเมือง วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้ว การพัฒนาสื่อภาพยนตร์ก็น่าจะเป็นประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม

รองศาสตราจารย์ปิยกุล เลาว์ฉนิยศิริ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวว่า ภาพยนตร์เป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญและทรงพลังที่สุดในบรรดาสื่อทั้งหมด สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการให้ความรู้ รวมไปถึงเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ เช่น ในรัสเซียเคยใช้สื่อภาพยนตร์ในการเปลี่ยนแปลงความคิดด้านการปกครองหรืออเมริกาที่ใช้สื่อภาพยนตร์ในการขายวัฒนธรรม รวมถึงเกาหลีใต้(ซึ่งมีนโยบายสนับสนุนภาพยนตร์เพราะเขามองว่าเป็นสื่อที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ "ภาพยนตร์ เป็นสื่อมวลชนที่ทรงอำนาจโปรดใช้ภาพยนตร์ให้เป็นประโยชน์ และการที่จะใช้ภาพยนตร์ให้เป็นประโยชน์ได้นั้นโปรดให้ความสำคัญกับภาพยนตร์ เมื่อใดก็ตามที่พูดถึงหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ขอให้ใส่ภาพยนตร์ลงไปด้วย วันไหนเราถึงจะยอมรับว่าภาพยนตร์เป็นสื่อสารมวลชนที่ยิ่งใหญ่แล้วใช้มันสร้างความเข้มแข็งแก่สังคมเรา ประเทศชาติเรา" (ปิยกุล เลาว์ฉนิยศิริ, 2550)



รศ.รักศานต์ วิวัฒน์สินอุดม (2550) คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กล่าวเสริมประเด็นนี้ว่า "สื่อภาพยนตร์ยังมีหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนสังคม สิ่งที่ภาพยนตร์นำเสนอ นั่นคือสังคม สังคมเป็นอย่างไรสื่อสะท้อนออกมาอย่างนั้น และสื่อภาพยนตร์ยังเหมือนโคมไฟที่ส่องสว่างซึ่งกันและกันให้กับสังคมและมวลชนด้วย"

ทฤษฎีการรับรู้

กระบวนการรับรู้ซึ่งบุคคลได้รับจากสิ่งรอบตัวแล้วส่งผ่านไปยังสมอง และเกิดการตีความหมายของการรู้สึกสัมผัสที่ได้รับจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งและแปลความหมายเป็นความเข้าใจในสารที่แตกต่างกันได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้พื้นฐานและประสบการณ์เดิมของบุคคลนั้น ด้วยตลอดจน สังคม ความเชื่อ เจตนาคติ ความคาดหวัง และสภาวะจิตใจของแต่ละบุคคลแตกต่างกันออกไป จึงมีผลทำให้การรับรู้และตีความหมายแตกต่างกันออกไป

การรับรู้ หมายถึง การรู้สึกสัมผัสที่ได้รับแล้วเกิดการตีความให้เกิดความหมาย การรับรู้เป็นผลเนื่องมาจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory motor) ซึ่งเรียกว่า เครื่องรับ (Sensory) ทั้ง 5 ชนิด คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนังจากการวิจัยมีการค้นพบว่าการรับรู้ของคนเกิดจากการเห็น 75% จากการได้ยิน 13% จากการสัมผัส 6% จากกลิ่น 3% และจากรส 3% การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า เมื่อมีสิ่งเร้าเป็นตัวกำหนดให้เกิดการเรียนรู้ได้นั้นจะต้องมีการรับรู้เกิดขึ้นก่อน เพราะการรับรู้ เป็นหนทางที่นำไปสู่การแปลความหมายที่เข้าใจกันได้ ซึ่งหมายถึง การรับรู้เป็นพื้นฐานของการเรียนรู้ ถ้าไม่มีการรับรู้เกิดขึ้นการเรียนรู้ย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ การรับรู้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดรวบยอด ทักษะคติของมนุษย์ อันเป็นส่วนสำคัญยิ่งในกระบวนการเรียนการสอนพฤติกรรมต่างๆ นำไปสู่การกำหนดทฤษฎีการเรียนรู้ต่างๆ

พัชราภา เขียวขำ (2546: 30-31) ให้ความหมายของทฤษฎีการรับรู้ไว้ว่าเป็นทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาที่เชื่อว่าคนเรามีการรับรู้ต่างกัน การที่ไม่ยอมรับถึงความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคลจะส่งผลถึงความล้มเหลวทางการสื่อสารได้ การรับรู้จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสาร ทักษะคติ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้ยังเป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เป็นกระบวนการเลือกรับสาร จัดสารเข้าด้วยกันและตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2545: 72) ให้ความหมายของการรับรู้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการเปิดรับ ตีความ และทำความเข้าใจ สิ่งต่างๆ รอบตัวของผู้บริโภค ด้วยประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ซึ่งการตีความดังกล่าวสำหรับแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันตามประสบการณ์ และสิ่งที่แต่ละบุคคลได้พบเห็น โดยประสาทสัมผัสทั้ง 5 จะประกอบด้วย การได้ยิน การได้กลิ่น การมองเห็น การลิ้มรส และการสัมผัส ที่บุคคลจะนำข้อมูลที่ได้รับมาตีความ

ศุภร เสรีรัตน์ (2545: 143) ให้ความหมายของการรับรู้/การสัมผัสไว้ว่า การรับรู้ (Perception) คือ วิธีการที่บุคคลมองโลกที่อยู่รอบๆ ตัวบุคคล ฉะนั้นบุคคล 2 คนอาจมีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลทั้ง 2 อาจมีวิธียอมรับถึงตัวกระตุ้น (recognize) การเลือกสรร (select) การประมวล (organize) และการตีความ (interpret) เกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวไม่เหมือนกัน อย่างไรก็ตามยังขึ้นกับพื้นฐานของกระบวนการของบุคคลแต่ละคนที่จะมีเกี่ยวกับความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่นๆ

ศิริพรรณวดี รุ่งวุฒิชัย (2541: 32) ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า เป็นกระบวนการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับ และแปลข่าวสารของแต่ละบุคคล คนสองคนอาจเปิดรับข่าวสารเดียวกัน ในสถานการณ์เดียวกัน แต่มีพฤติกรรมตอบสนองที่แตกต่างกันได้เพราะแต่ละคน “มอง” สถานการณ์ต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากความแตกต่างของกระบวนการรับรู้มีได้ขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งเร้าที่มาในรูปของข่าวสารเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งเงื่อนไขภายในของแต่ละบุคคลอีกด้วย

พัชนี เขยจรรยา, เมตตา กฤตวิทย์ และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2534) ได้กล่าวถึงกระบวนการรับรู้ไว้ดังนี้

โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกันผู้รับสารสองคน อาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง คือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกันถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบสมาคมกับคนต่างกัน

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้นคนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกัน จึงมีการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ต่างกัน

4. สิ่งแวดล้อม คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน

5. สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่างเช่น เรายังมองปัญหาของตนเองเป็นปัญหาใหญ่ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพ (Individual Biology or Physical Ability) การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Cultural Training) และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล (Personal Psychology) นั่นเอง

กระบวนการรับรู้

1. การเลือก (Select) สิ่งที่เราที่เรารู้มักจะเป็นสิ่งที่เราตั้งใจ (Attention) ที่จะมอง ที่จะฟัง ที่จะสัมผัส ขั้นแรกของการรับรู้จึงเป็นการคัดเลือกสิ่งเร้าบางอย่างเพื่อเข้าสู่การตีความหมาย โดยเราจะทำการเลือกข้อมูลบางอย่าง และไม่รับรู้ข้อมูลบางอย่าง

2. การจัดระเบียบ (Organize) เมื่อสิ่งเร้าได้รับการคัดเลือกแล้ว ก็จะถูกจัดระเบียบให้เป็นหมวดหมู่หรือเป็นประเภทๆ เพื่อให้สะดวกในการแปลความหมายและการจัดเก็บข้อมูลในขั้นต่อไป สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการจัดระเบียบได้แก่

2.1 ความคล้ายคลึงกัน (Similarity) สิ่งเร้าลักษณะคล้ายกันจะถูกรับรู้ว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน

2.2 ภาพและพื้น (Figure and Ground) สิ่งเร้าที่เห็นเป็นภาพจะเด่นออกมาจากส่วนอื่นๆ

2.3 ความใกล้ชิด (Proximity) สิ่งเร้าที่อยู่ใกล้กันก็จะถูกรับรู้ว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน

2.4 ความต่อเนื่อง (Continual) สิ่งเร้าที่มีแนวทางเดียวกันจะถูกรับรู้ว่าเป็นกลุ่มเดียวกัน

2.5 การปิดช่องว่าง (Closure) บางส่วนของสิ่งเร้าที่ขาดหายไปจะถูกเติมเต็มเพื่อให้เกิด

ความสมบูรณ์

3. การแปลความหมาย (Interpret) เป็นขั้นที่สามารถตีความหรือแปลความหมายได้ว่าสิ่งเร้าที่เราเลือกรับรู้นั้นคืออะไร

4. การจัดเก็บข้อมูล (Store) เมื่อแปลความหมายของข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสิ่งเร้าแล้วข้อมูลก็จะถูกเก็บบันทึกไว้ในสมองเพื่อเป็นประโยชน์ในการอ้างอิง และเรียกใช้ในภายหลังได้อย่างรวดเร็ว

การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะคิด และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง เรารับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราประสบ โดยอาศัยความหมายจากประสบการณ์ที่เรามีอยู่ หากสิ่งที่เราพบเห็นเป็นสิ่งใหม่ ซึ่งเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนเราก็ทำให้สิ่งนั้นมีความหมายได้ด้วยการเลือก (select) เพิ่มเติม (add) บิดเบือน (distort) หรือโยงสิ่งนั้นให้เข้ากับประสบการณ์ของเรา ดังได้กล่าวแล้วว่าประสบการณ์ (Experience) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Perception) และความหมาย (Meaning) ของคน

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

คำว่าทัศนคติมีผู้ให้ความหมายมากมายแตกต่างกันในด้านสังคมวิทยาและจิตวิทยา ดังต่อไปนี้

ทัศนคติ คือ ความชอบและความไม่ชอบ การประเมินในทางชอบหรือไม่ชอบและปฏิกิริยาต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ หรือแง่มุมอื่นๆ ในโลก รวมทั้งความคิดที่เป็นนามธรรมและนโยบายทางสังคม (Atkinson, Smith and Ben, 1993 อ้างถึงใน ปิยนุช สิงห์กันต์, 2544)

ทัศนคติ (Attitude) หมายถึง ผลรวมของกระบวนการที่ก่อให้เกิดสภาพจิตใจอารมณ์ การยอมรับและ การรับรู้ (Cognitive) ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ของบุคคล (Kreth & Cruthfield, 1984: 152 อ้างถึงใน อัครพร เลอมานูวรรรัตน์, 2543)

ชัตติยา กรรณสูต (2516) ให้ความหมายของทัศนคติ คือ ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือหลายสิ่งในลักษณะที่เป็นอัตวิสัย (Subjective) อันเป็นพื้นฐานเบื้องต้น หรือการแสดงออกที่เรียกว่า พฤติกรรม

สุชา จันทรโสม และสุรางค์ จันทรโสม (2520) ให้ความหมายทัศนคติ คือ ความรู้สึก หรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึก หรือท่าทีจะเป็นไปในการทำงานที่พึงพอใจ หรือไม่พอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยก็ได้

สงวนศรี วิรัชชัย (2527) ให้ความหมายทัศนคติ คือ สภาพความคิด ความเข้าใจและความรู้สึกเชิงประเมินที่มีต่อสิ่งต่างๆ (วัตถุ สถานการณ์ ความคิด ผู้คน ฯลฯ) ซึ่งทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งนั้นในลักษณะเฉพาะตัวตามทิศทางของทัศนคติที่มีอยู่

Allport (1935) ได้ให้คำจำกัดความของทัศนคติว่า “ทัศนคติเป็นการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความโน้มเอียงไปในทิศทางที่จะชื่นชอบหรือไม่ชื่นชอบต่อเรื่องนั้นๆ” ซึ่งจะแสดงออกทางความคิด ความเชื่อ และความรู้สึกของตน เช่น ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ พึงพอใจและไม่พึงพอใจ เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย เป็นต้น (อัศวพร เลอมานูวรรรัตน์, 2543)

Fishbein และ Ajzen (1975 Cited in Luty, 1991 อ้างถึงใน นรา พงษ์อักษร, 2544) ได้ให้คำนิยามของทัศนคติว่าเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้เพื่อก่อให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (An attitude is a learned predeposition to behave in a consistently favourable or unfavourable way with respect to a given object.)

ทัศนคติ คือ ดัชนีที่บ่งชี้ให้เห็นว่าบุคคลนั้นคิดและ รู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยที่แนวความคิด หรือทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อถือที่อาจจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในอนาคตได้ ดังนั้นทัศนคติจึงเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นต่างๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป (Rogers, 1978 อ้างถึงใน บดี บุญวานิช, 2545)

ทัศนคติ หมายถึง ความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสังคมรอบตัวหรือ แนวโน้มที่จะแสดงพฤติกรรมในทางสนับสนุนหรือต่อต้านแนวความคิดสถาบัน บุคคลหรือสถานการณ์บางอย่าง (Kendler, 1974 อ้างถึงใน บดี บุญวานิช, 2545)

Gordon W. Allport เห็นว่า ทักษะคติ คือ ภาวะทางจิต ซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะได้ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทาง ที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของ และ เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง (อ้างใน ส่งกาญจน์ อนุเชียร, 2541)

Paul F. Second และ Carl W. Backman ให้ความหมายของทักษะคติว่าเป็นความรู้สึก (Affective) ความนึกคิด (Cognitive) และพฤติกรรม (Behaviour) ของแต่ละบุคคลต่อสภาพแวดล้อม (อ้างใน ส่งกาญจน์ อนุเชียร, 2541)

ดังนั้นทักษะคติจึงเป็นลักษณะของแนวโน้มตามปกติของตัวบุคคลในการที่จะชอบหรือเกลียดสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลและปรากฏการณ์ต่างๆ กล่าวคือ ทักษะคติจะเป็นลักษณะของระบบ ซึ่งมีแนวโน้ม ที่จะประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ (A System of Evaluative Orientation) (ธงชัย สันติวงษ์, 2539)

คุณลักษณะของทักษะคติ

จากคำนิยามของคำว่าทักษะคติจึงพอที่จะสรุปคุณลักษณะสำคัญของทักษะคติได้ดังต่อไปนี้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540: Loudon and Della, 1993 อ้างถึงใน เทียนชัย ไพฑูริย์ชัยภรณ์, 2544)

1. ทักษะคติเป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของแต่ละคน
2. ทักษะคติมิใช่สิ่งที่มีมาตั้งแต่กำเนิด กล่าวคือเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Attitude are learned predisposition) จากสิ่งต่างๆ รอบตัวเราซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างทักษะคติของแต่ละบุคคล ทักษะคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่น และการเปิดรับสื่อ
3. ทักษะคติมีลักษณะมั่นคงถาวรไม่เปลี่ยนแปลงโดยง่าย (Attitudes have consistency) เพราะทักษะคติที่ก่อตัวขึ้นนั้นจะมีกระบวนการวิเคราะห์ ประเมิน สรุปแล้วจักระเบียบความเชื่อ ดังนั้นหากจะเปลี่ยนแปลงทักษะคติของแต่ละบุคคล จำเป็นต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวก่อน
4. ทักษะคติจะมีความหมายอ้างอิงถึงวัตถุ ตัวบุคคล หรือสิ่งของเสมอ สิ่งเหล่านี้รวมเรียกว่า (Object) ในความหมายของทักษะคติที่มุ่งสู่ผู้บริโภคนั้นสามารถตีความอย่างกว้างว่าประกอบด้วยแนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับ

การตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บริการ ความเป็นเจ้าของ การใช้ผลิตภัณฑ์ การโฆษณา ราคา ผู้ค้าปลีก

- ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้สิ่งแวดล้อม (Attitudes occur within a situation) ทัศนคติเกิดขึ้นภายใต้เหตุการณ์ และสิ่งแวดล้อมที่ถูกกระทบโดยสถานการณ์

องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่ประกอบไปด้วยความรู้ และการรับรู้ที่ได้มาโดยการผสมผสานระหว่างประสบการณ์โดยตรง และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่างๆ ความรู้การรับรู้นี้จะได้มาจากความเชื่อ หากบุคคลมีความรู้ หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ และความรู้สึกของผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า หรือตราสินค้าโดยเฉพาะ เป็นการบ่งบอกถึงความชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และจะเป็นตัวเร้าอีกทอดหนึ่งว่าคนๆ นั้นมีความรู้สึกอย่างไร เมื่อคิดเช่นนั้น
3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มในทางปฏิบัติ และมักจะหมายถึงความตั้งใจที่จะซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึก

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิดและความเข้าใจ จึงนับได้ว่าเป็นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกของบุคคล อาจจะออกมาในรูปแบบแตกต่างกัน ทั้งในทางบวกและทางลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และการเรียนรู้ของความรู้สึกที่เกิดขึ้น ที่มีต่อวัตถุหรือปรากฏการณ์นั้นๆ เป็นสำคัญ (อ้างใน ส่งกาญจน์ อนุเชียร, 2541)

องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ไม่จำเป็นที่จะต้องสอดคล้องสัมพันธ์กันได้ เช่น บางคนจะมีความรู้ น้อยมากเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่กลับมีความรู้สึกรุนแรงมากเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ เป็นอย่างดี แต่ความรู้สึกและการกระทำก็ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลงไปตามความรู้ที่ได้ทราบมา



ปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้มากกว่าเป็นสิ่งที่กำเนิดขึ้นเอง (ไพบูลย์ อินทริวิชา, 2517: 17 อ้างถึงใน พัชรภา เขียวขำ, 2546: 33) สิ่งแวดล้อมต่างๆ จึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ซึ่งได้แก่ ศาสนา ความเชื่อในสังคม ขนบธรรมเนียมประเพณีของสังคม สื่อมวลชนต่างๆ ดังนั้นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดของบุคคล ได้แก่

1. การเรียนรู้ ได้แก่ การอบรมสั่งสอน อันจะเป็นการสะสมและการรวบรวมประสบการณ์เอาไว้เป็นจำนวนมาก เช่น เด็กที่เกิดในครอบครัวนับถือศาสนาพุทธก็จะมีอารมณ์ใสในพุทธศาสนา เพราะได้รับอิทธิพลจากการอบรมสั่งสอนประสบการณ์ต่างๆ ไว้
2. ประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคลโดยตรง เช่น บุคคลที่เคยรับประทานอาหารทะเลแล้วแพ้ ก็ย่อมจะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่ออาหารทะเล
3. เหตุการณ์ประทับใจใน 2 ข้อแรกนั้น จะเป็นการสะสมประสบการณ์หลายๆ ครั้ง และเกิดเป็นทัศนคติ แต่ทัศนคติก็สามารถเกิดขึ้นได้หากได้รับประสบการณ์เพียงครั้งเดียว และรู้สึกประทับใจ ซึ่งอาจจะประทับใจในทางบวกหรือลบก็ได้
4. การรับเอาแบบทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน โดยจะยอมรับเอาทัศนคติของผู้ที่เหนือกว่ารับมาปฏิบัติต่อ เช่น รุ่นน้องรับทัศนคติบางเรื่องจากรุ่นพี่
5. เกิดจากลักษณะบุคลิกภาพของแต่ละคน เช่น คนมองโลกในแง่ร้ายก็จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งต่างๆ อยู่เสมอ
6. เกิดจากอิทธิพลของสื่อมวลชน สื่อมวลชนเป็นแหล่งให้ข้อมูลที่ก่อให้เกิดทั้งความเข้าใจและอารมณ์ ชักจูงไปสู่การปฏิบัติได้

หน้าที่และประโยชน์ของทัศนคติ

Katz (อ้างถึงในนพมาศ 2534:130) มองว่าทัศนคติมีประโยชน์และหน้าที่ คือ

1. เป็นประโยชน์โดยการเป็นเครื่องมือ ปรับตัว และเป็นประโยชน์ในการใช้เพื่อทำการต่างๆ
2. ทำประโยชน์โดยการใช้ป้องกันสภาวะจิตใจ หรือปกป้องสภาวะจิตของบุคคล (EGO Defensive Function) เพราะความคิด หรือความเชื่อบางอย่าง สามารถทำให้ผู้เชื่อ หรือคิดสบายใจ ส่วนจะผิดจะถูกเป็นอีกเรื่องหนึ่ง
3. ทำหน้าที่แสดงค่านิยม ให้คนเห็นหรือรับรู้ (Value Expressive Function)

4. มีประโยชน์หรือให้คุณประโยชน์ทางความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผู้คนและสิ่งต่างๆ
5. ช่วยให้คุณมีหลักการและกฎเกณฑ์ในการแสดงพฤติกรรมหรือช่วยพัฒนาค่านิยมให้กับบุคคล การที่บุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อบุคคล สถานการณ์ต่างๆในสังคม จะเป็นสิ่งที่จะช่วยให้อุบุคคลสามารถประเมินและตัดสินใจได้ว่าควรเลือกประพฤติอย่างไรจึงจะเหมาะสมและดีงาม

แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก

ความตระหนัก หมายถึง ความสำนึก ซึ่งเป็นสภาวะทางจิตที่เกี่ยวกับความรู้สึกรู้สึก ความคิด และความปรารถนาต่างๆ เกิดจากการรับรู้และความสำนึก เป็นสภาวะที่บุคคลได้รับรู้มาก่อน (ไพลิน ศศิธนากรแก้ว, 2537)

ความตระหนักเป็นเรื่องของการมองเห็นถึงความสำคัญในปัญหาหรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น (กนกวรรณ มณฑิราช, 2539)

Wohman (1973) กล่าวว่า ความตระหนักเป็นภาวะการณ์ที่บุคคลเข้าใจหรือสำนึกถึงบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ ประสบการณ์ หรือวัตถุสิ่งของได้

Runes (1971) ได้กล่าวถึงความตระหนัก อย่างจำกัดว่า ความตระหนักเป็นการกระทำที่เกิดจากความสำนึก

Good (1973) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความตระหนัก (Awareness) ว่าหมายถึง ความรู้สึกที่แสดงถึงความรับรู้ของบุคคลหรือการที่บุคคลแสดงความรู้สึกรับผิดชอบต่อปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งมีความหมายเหมือนกับความสำนึก (Conscious)

Brackler (1989) กล่าวว่า ความตระหนักเกิดจากทัศนคติที่มีต่อสิ่งเร้า อันได้แก่ บุคคล สถานการณ์ กลุ่มสังคม และสิ่งต่างๆ ที่โน้มน้าวหรือพร้อมที่จะสนองตอบในทางบวกหรือลบเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์

Nalson (1965) กล่าวว่า ความตระหนักเป็นสภาวะที่บุคคลได้รับความรู้ หรือ ประสบการณ์ต่างๆ แต่มีการประเมินค่าและตระหนักถึงความสำคัญที่ตนเองมีต่อสิ่งนั้นๆ ซึ่งเป็นเรื่องของสภาวะตื่นตัวทางจิตใจต่อเหตุการณ์หรือสถานการณ์นั้นๆ

เริงชัย คงสง (2547 : 34) กล่าวว่า ความตระหนักเป็นสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวกับความ สำคัญ ความรู้สึกนึกคิด และความปรารถนาต่างๆ ของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือเหตุการณ์ใด เหตุการณ์หนึ่ง โดยมีเหตุการณ์ สภาพแวดล้อมในสังคมหรือสิ่งเร้าจากภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้ บุคคลเกิดความตระหนัก หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ความตระหนักมีความหมายใกล้เคียงกับความรู้สึก สำคัญนั่นเอง

ประพาพรรณ สุวรรณ (2526) ได้ให้ความหมายของคำว่า ตระหนัก หมายถึง การที่บุคคล ชุ่กคิดได้ หรือการเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่งสิ่งใด เหตุการณ์หนึ่ง หรือสถานที่หนึ่งซึ่งการรู้สึก ว่ามีหรือการได้ชุกคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดในสภาวะของจิตใจ แต่ไม่ได้หมายความว่าบุคคลนั้นสามารถจำได้ หรือระลึกได้ถึงลักษณะบางอย่างของสิ่งนั้น

ลดาวัลย์ พอใจ (2536) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง สภาวะของจิตใจที่เกี่ยวกับ ความรู้สึก (Feeling) ความคิด (Idea) และความปรารถนาที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือ ปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่ง ด้วยการพูด การเขียน หรือวิธีการอื่นๆ โดยอาศัยระยะเวลาหรือ ประสบการณ์หรือสภาพแวดล้อมในชุมชน หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดการ ตระหนักขึ้น หรือ ความตระหนักก็คือ ความสำนึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั่นเอง

สรุปได้ว่า ความตระหนัก หมายถึง ความสำนึก ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่ง ใดหรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งโดยมีเหตุการณ์ สภาพแวดล้อมในสังคม หรือสิ่งเร้าภายนอก เป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลเกิดการตระหนัก

แนวคิดเรื่องการตีความหมาย

คำนิยามที่แน่ชัดของการตีความหมายยังไม่มีปรากฏแน่ชัด และผู้เสนอคำนิยามของ แนวความคิดนี้ก็ยังมีน้อย แต่ก็มีผู้ที่กล่าวถึงขอบข่ายของการตีความหมาย ดังต่อไปนี้

Hauenstein และ Bachmeyer (1975) ได้ให้ทั้งคำนิยามและกระบวนการของการตีความหมายไว้ว่า การตีความหมาย คือ ความเข้าใจ และการตอบสนองต่อสารที่ได้รับ โดยมีกระบวนการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ (perceiving) การตีความ (interpreting) การสังเคราะห์ (synthesizing) และการตอบสนอง (responding)

Vernoff และ Shore (1988) เสนอว่า การตีความหมาย (decode) เป็นการเปลี่ยนแปลงรหัสไปสู่ภาษาธรรมดา หรือการระบุถึงส่วนประกอบที่สำคัญ

Beebe และคณะ (1996) เสนอว่า ผู้ตีความหมาย (decoder) หมายถึง ผู้รับสาร (receiver) ที่ตีความหมายของสารและพยายามทำให้สารที่ถูกลงรหัส (encode) จากแหล่งที่มา (source) เกิดความเป็นเหตุเป็นผลขึ้น

S. Hall (1973 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2541) เสนอว่า การถอดรหัส/การตีความหมาย (decode) เป็นขั้นตอนของการรับสารที่เป็นอิสระ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ความหมายจะถูกผลิตขึ้นมาใหม่ กล่าวคือ สิ่งที่ผู้รับสารกระทำไม่เพียงแต่จะ อ่านความหมาย ที่อยู่ในสารของผู้ส่งสารเท่านั้น หากแต่ผู้รับสารจะนำเอา ตัวเอง (ผู้รับสาร) เข้าไปสร้างความหมายในสารด้วย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ช่วงเวลาแห่งการตีความหมาย/การถอดรหัสของผู้รับสาร เป็นช่วงเวลาที่มียุติธรรมในตัวเอง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้คำนิยามของ การตีความหมาย หมายถึง การที่บุคคลได้รับชมสื่อมวลชนประเภทภาพยนตร์เพื่อสังคมแล้วสามารถตีความหมายในสารที่ได้รับมาได้ครบถ้วน

แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

ในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้รับสารถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญไม่น้อยในการกำหนดว่าการสื่อสารนั้นจะประสบความสำเร็จหรือไม่ เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตน เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สถิติปัญญา ทักษะ และประสบการณ์ เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2540 อ้างถึงใน สุรพรรณ ตั้งทวีวัฒนา, 2544) และคุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสารด้วย

จากทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้บริโภคมักกล่าวว่าพฤติกรรมของผู้บริโภค มักจะมีความหลากหลายกันไปขึ้นอยู่กับองค์ประกอบส่วนตัว อาทิ ระเบียบวิธีคิด และวิธีการ

ดีความสาร การเลือกรับสาร เลือกสนใจสาร และเลือกจดจำสาร นอกจากนั้นพฤติกรรมของ ผู้บริโภคยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบแวดล้อมต่างๆ อาทิ ความเกี่ยวข้องโดยตรงระหว่างตัวผู้บริโภค กับประเด็นในสาร ค่านิยม ความเชื่อ และชนบประเพณีในบริบททางสังคม เป็นต้น (Singhal & Rogers, 1999 อ้างถึงใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2543)

ในทางประชากรศาสตร์และสังคมวิทยาแล้ว มนุษย์ถูกจัดแบ่งออกเป็นกลุ่มๆ ตาม คุณสมบัติที่คล้ายคลึงกันในสังคมที่ยิ่งทันสมัย ความหลากหลายของสังคม (heterogeneity) ก็ยิ่ง แตกต่างกันออกไป การเปิดรับและการรับรู้ของบุคคลก็จะแตกต่างกันออกไปด้วย รายการหนึ่งๆ ของสื่อหนึ่งๆ ย่อมมีสมาชิกผู้สนใจประเภทหนึ่งตามภูมิหลังทางประชากรศาสตร์และสังคมวิทยาที่ สอดคล้องกัน ดังนั้นจึงสามารถจำแนกการรับสารตามภูมิหลังของผู้รับสารได้ การสื่อสารในที่นี้ มิได้หมายถึง เฉพาะสารสนเทศเท่านั้น แต่รวมทั้งกระบวนการสื่อสารที่เริ่มต้นจาก แหล่งสาร สารสนเทศ ช่องทางการสื่อสาร ผู้รับสาร ผลกระทบ การย้อนกลับสาร และสิ่งแวดล้อมทางการ สื่อสาร การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารโดยภูมิหลัง จึงทำให้ทราบและเข้าใจว่าในแต่ละขั้นตอน ของกระบวนการสื่อสาร หรือในทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสาร ประกอบด้วยบุคคลประเภทใด โดยทั่วไปแล้ว ประเภทบุคคลที่ถูกนำไปวิเคราะห์นั้น มันจะศึกษาถึง เพศ วัย สถานภาพเศรษฐกิจ สังคม ศาสนา เขตที่อยู่อาศัย และท่วงทำนองของชีวิต (life styles) เป็นต้น

เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้จำแนกผู้ชมออกเป็น 3 กลุ่มตามคุณสมบัติที่คล้ายคลึง กันในสังคม และตั้งแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาว่าผู้ชมเกิดการรับรู้และ ทัศนคติเกี่ยวกับปัญหาสังคมจากการชมภาพยนตร์เพื่อสังคม และความตระหนักถึงปัญหาสังคมที่ ได้รับผ่านจากภาพยนตร์เพื่อสังคมที่เหมือนหรือต่างกันอย่างไร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยเรื่อง "ทัศนะของผู้ชมที่มีต่อภาพยนตร์อเมริกันแนวชีวิตในฐานะสื่อเพื่อส่งเสริม การเรียนรู้ในการพัฒนาตนเอง"

รศ.พนธ์ วิจิตรรัฐกานต์ (2547) ได้ทำการศึกษามิติแห่งการเรียนรู้จากภาพยนตร์อเมริกันแนว ชีวิตจากทัศนะของผู้ชมและเพื่อศึกษาทัศนะของผู้ชมเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากภาพยนตร์ อเมริกันแนวชีวิตเพื่อส่งเสริมการพัฒนาตนเอง ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 28คนแบ่งเป็น กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงจำนวนอย่างละ 14คนที่ได้จากการสัมภาษณ์ จาก การศึกษาพบว่าผู้ชมได้เรียนรู้จากการรับชมภาพยนตร์อเมริกันแนวชีวิตมากที่สุดคือจากตัว

ละครในภาพยนตร์ เนื้อหาและเรื่องราวของภาพยนตร์ บทสนทนาในภาพยนตร์ วิธีการ นำเสนอ

2. งานวิจัยเรื่อง "กลยุทธ์สารและการตอบสนองของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคม"

สิปปพันธุ์ สำเร็จ (2545) ได้ทำการศึกษาเพื่อเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์สารในภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมแต่ละประเภท เพื่อศึกษาถึงการตอบสนองของผู้บริโภคต่อภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมแต่ละประเภทที่มีการใช้จุดดึงดูดใจที่แตกต่างกัน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ .1การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โฆษณาจำนวน 124 เรื่อง และ .2การสนทนากลุ่มจากผู้ให้ข้อมูลทั้งเพศชายและหญิงอายุ 35-18ปี จำนวนทั้งสิ้น 40คน ผลวิจัยพบว่าภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่เน้นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมมีจำนวนมากที่สุดโดยส่วนใหญ่มีการใช้กลยุทธ์สารที่เกี่ยวกับประเด็นด้านสุขภาพ ประเด็นทางสังคมทั่วไปและมีเจ้าของโฆษณาเป็นองค์การภาครัฐ ทั้งยังพบว่าภาพยนตร์โฆษณาส่งเสริมสังคมที่เน้นการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ทางพฤติกรรม ทางค่านิยม และเน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์การและตราสินค้าได้รับการตอบสนองที่ดี

3. งานวิจัยเรื่อง "ผลกระทบของภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์เรื่อง 'เณรน้อยเจ้าปัญญา' ที่มีต่อผู้ชม"

สุรพรธณ ตั้งทวีวัฒนา (2544) ได้ทำการศึกษาถึงผลกระทบของภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นทางโทรทัศน์เรื่อง 'เณรน้อยเจ้าปัญญา' ที่มีต่อผู้ชม ในประเด็นหลักดังต่อไปนี้ คือ การเรียนรู้ค่านิยมเพื่อสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับอคติคิวงัง และความเป็นแม่แบบของอคติคิวงัง เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และกลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ผลการวิจัยพบว่าผู้ชมมีการเรียนรู้ค่านิยมเพื่อสังคมในเรื่องความมีไหวพริบ ปฏิภาณในระดับสูง มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับอคติคิวงังในระดับปานกลาง มีระดับความเป็นแม่แบบในการดำเนินชีวิตในระดับปานกลาง ระดับการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับอคติคิวงังสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับระดับการเรียนรู้ค่านิยมเพื่อสังคมและระดับความเป็นแม่แบบในการดำเนินชีวิต

4. งานวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์การ์ตูนไทยทางโทรทัศน์ในด้านการขัดเกลาทางสังคม"

จุฑามาศ ศรีโมรา (2545) มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานและเนื้อหาการขัดเกลาทางสังคมในภาพยนตร์การ์ตูนของไทยทางโทรทัศน์เรื่อง ป.ปลาตากลม, โลกนิทาน, สูดสาคร และ บังปอนด์ ดี แอนิเมชัน โดยวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะพื้นฐานของภาพยนตร์การ์ตูนของไทยทางโทรทัศน์มีโครงเรื่องไม่สลับซับซ้อน มีเรื่องราวสอดคล้องกับสภาพสังคมไทย และมีเนื้อหาขัดเกลาทางสังคมด้านจิตใจมากที่สุด รองลงมาคือด้านพฤติกรรม น้อยที่สุดคือ ด้านสติปัญญา เนื้อหาขัดเกลาทางสังคมด้านจิตใจ ประกอบด้วยเนื้อหาประเภทศีลธรรมจรรยา ค่านิยมหรือประเพณี แรงบันดาลใจ และทัศนคติ หรือความคิดเห็น ส่วนเนื้อหาขัดเกลาทางสังคมด้านพฤติกรรมประกอบด้วยเนื้อหาประเภท กฎเกณฑ์ ระเบียบแบบแผน และบทบาททางสังคม และเนื้อหาขัดเกลาทางสังคมด้านสติปัญญาประกอบด้วยเนื้อหาประเภทความรู้หรือการใช้สติปัญญา และทักษะหรือความชำนาญ