

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาศักยภาพของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ต่อช่องทางและเนื้อหาโดยรวมในเรื่องการจัดการความรู้ ซึ่งได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้คือ

1. ทฤษฎีการใช้ และการทำให้เกิดความพอใจ (Uses and Gratifications)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร (Selective Process)
3. ทฤษฎีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (Knowledge Attitude and Practice)
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีการใช้ และการทำให้เกิดความพอใจ (Uses and Gratifications)

การใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจเป็นแนวทางการศึกษาที่ว่าประชาชนทำอะไรกับสื่อมวลชน การศึกษาตามแนวทางนี้เน้นที่การใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน (The Uses of Media Content) เพื่อทำให้เกิดความพอใจ (Gratifications) หรือเพื่อทำความต้องการให้สมบูรณ์ (Need Fulfillment) พฤติกรรมของมวลชนผู้รับสารสามารถอธิบายได้โดยความต้องการ และความสนใจของบุคคล (ปรมาะ สตะเวทิน, 2538, น. 113)

เวส และ ทูเนอร์ (West and Tuner) มองว่าบุคคลคือ ผู้กระทำ สามารถเลือกเปิดรับเฉพาะสื่อที่ตนเองพึงพอใจ ผลและข้อจำกัดของทฤษฎีนี้คือ หากมองดูที่สื่อ นั้น ผลและอิทธิพลของสื่อจะมีอย่างจำกัด เนื่องจากผู้ใช้สามารถเลือกใช้ เลือกเปิดรับและสามารถที่จะควบคุมสื่อได้ โดยผู้รับสารคาดหวังว่าสื่อจะเป็นช่องทางที่สามารถสนองตอบความต้องการและความพอใจของพวกเขาได้ (West and Tuner, 2007, p. 428)

การศึกษาแนวคิดนี้เป็นแนวตรงกันข้ามกับแนวคิดเดิม กล่าวคือ ไม่ได้ศึกษาว่าบุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (passive person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่พิจารณาในทางตรงกันข้ามว่าบุคคลเป็นผู้กระทำ (active person) มีความปรารถนาที่จะเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจส่วนตัว (เมตตา กฤตวิทย์, พัทธี เขยจรรยา และ ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2530, น. 132)

แม็คควอล (McQuail) ได้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการศึกษาเกี่ยวกับการใช้และการทำ  
ให้เกิดความพอใจของสื่อไว้ 2 ประการคือ (เมตตา กฤตวิทย์, พัทธนี เชนจรรยา และ ธิรนนท์  
อนวัชศิริวงศ์, 2530, น. 132)

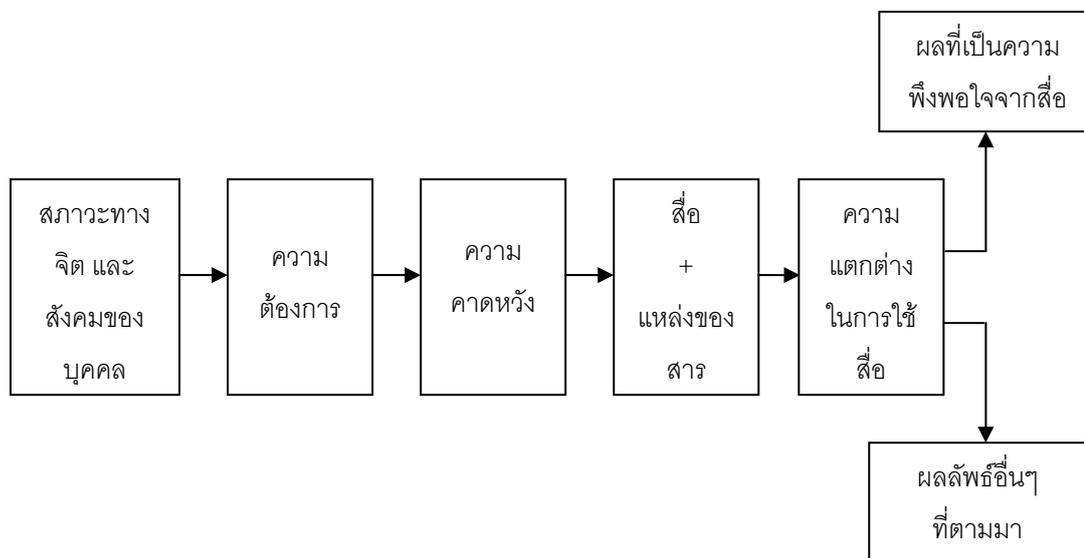
1. เพื่อให้เข้าใจความสำคัญและความหมายของการเลือกใช้สื่อ
2. เพื่อเสนอแนะตัวแปรกลาง (interviening variables) ในการวิจัยเกี่ยวกับผลของ  
สื่อ

นอกจากนั้นแม็คควอลยังได้สรุปเกี่ยวกับสภาพงานวิจัยในเรื่องนี้ไว้ว่า การศึกษาใน  
แนวทางการใช้และความพอใจต่อสื่อนี้ยังอยู่ในขอบเขตจำกัด เนื่องจากงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่  
สามารถแสดงให้เห็นชัดเจนว่า การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อหรือข่าวสารนั้น เป็น  
เพราะมีสาเหตุมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจ โดยได้รับอิทธิพลมาจาก  
สภาพแวดล้อมในสังคมที่สร้างความต้องการดังกล่าวนี้ให้แก่บุคคลอย่างแน่นอน

แคทซ์ และคณะ (Katz et.al., 1974, อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2538, น. 113)  
มีความเห็นว่างานวิจัยเกี่ยวกับ “ผล” หรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อบุคคลนั้น ควรให้ความสนใจ  
ลดน้อยลง แต่ควรให้ความสนใจต่อกิจกรรมเกี่ยวกับ “การใช้” สื่อของบุคคลให้มากขึ้น โดยแคทซ์  
ชี้ให้เห็นว่าสื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และการเลือกใช้สื่อนั้นก็  
สืบเนื่องมาจากเหตุผลทางจิตวิทยาและความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคล เขาจึงได้อธิบาย  
ถึงวัตถุประสงค์ของการทำการวิจัยเรื่องการใช้ และการทำ ให้เกิดความพอใจไว้ว่า เป็นการศึกษา  
เกี่ยวกับ

1. ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยา
2. ความต้องการซึ่งทำให้เกิด
3. การคาดหวังจาก
4. สื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่นๆ ซึ่งนำไปสู่
5. รูปแบบต่างๆ ของการใช้สื่อมวลชน หรือการกระทำกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งทำให้เกิด
6. การทำให้เกิดความพอใจตามที่ต้องการ และ
7. ผลอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลที่ไม่ได้ตั้งใจ สามารถเขียนเป็นแบบจำลองดังนี้

ภาพที่ 2.1  
องค์ประกอบของแบบจำลองของ แคทซ์ และคณะ  
เรื่องการใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจ



ที่มา: (กาญจนา แก้วเทพ, 2547, น. 376)

จากแบบจำลองนี้อาจอธิบายให้เข้าใจได้โดย ยกตัวอย่างเช่น บุคคลคนหนึ่งมีความต้องการที่จะรู้เรื่องความเป็นไปในสังคม จากประสบการณ์เขาคาดหวังว่าการใช้สื่อมวลชนใดสื่อมวลชนหนึ่งจะช่วยทำให้เขาได้รับการตอบสนองของความต้องการดังกล่าวได้ ดังนั้นเขาจึงตัดสินใจดูรายการทีวีบางรายการ อ่านเนื้อหาบางประเภทของนิตยสาร เป็นต้น (ปรมะ สตะเวทิน, 2538, น. 114)

เดวิสสัน (Davison) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ให้ข้อคิดว่าบุคคลทุกๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม (Davison, 1974, pp. 10-11)

จากทฤษฎีการใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจนั้น ได้สนับสนุนให้เห็นว่าสื่อจะมีอิทธิพลเฉพาะกับบุคคลที่เลือกใช้สื่อ ซึ่งบุคคลเหล่านี้จะมีลักษณะทางจิตวิทยา คือ มีความสนใจ ความต้องการ หรือความคาดหวัง ซึ่งเป็นปัจจัยในการกำหนดการเลือกใช้สื่อ เพื่อสนองความต้องการ และความพึงพอใจของตนเอง โดยในคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ได้มีการสื่อสารเรื่องการจัดการความรู้ทั่วทั้งองค์กร และจำเป็นต้องเลือกใช้สื่อที่สามารถ

สนองตอบความต้องการและความพอใจของบุคคลากรในองค์กรได้ ดังนั้นสำหรับการศึกษาเรื่องทัศนคติของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ต่อช่องทางและเนื้อหาโดยรวมในเรื่องการจัดการความรู้ นั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาว่าช่องทางที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารตรงตามความต้องการ และความพึงพอใจของบุคลากรในองค์กรมากน้อยแค่ไหน

### แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร (Selective Process)

โดยปกติแล้วคนเรามักจะมีนิสัยชอบเลือก เลือกที่จะคิด เลือกที่จะทำ เลือกที่จะเชื่อ ตามที่ใจของเราปรารถนา เราเลือกของที่สวยงาม ของที่ดี ของที่เราชอบ ของที่เราต้องการนิสัยในการชอบเลือกนี้เกิดจากการเรียนรู้ และประสบการณ์ในชีวิตเรา ในการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน

แคลปเปอร์ (Klapper) ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรของตนเองว่า บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ (Selective Exposure) ที่ตรงกับความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้ว และจะเลือกสนใจ (Selective Attention) และเลือกที่จะรับรู้ (Selective Perception) เฉพาะสารที่มีความหมายสอดคล้องกับความคิดเห็น หรือทัศนคติของผู้รับสาร รวมทั้งที่จะเลือกเก็บรักษาสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดของผู้รับสารมากกว่าสารที่เขาไม่เห็นด้วย ดังนั้นสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อบุคคลไปตามความแตกต่างของบุคคลทั้งในเรื่องกระบวนการเลือกสรร และความคิดหรือทัศนคติที่บุคคลมีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) (อ้างถึงใน กิติมา สุรสนธิ, 2548, น. 148)

อัลพอร์ต และ โปสแมน (Allport G.W. and Postman L., 1974) มองว่าการเลือกรับสาร เป็นสิทธิของผู้รับสารว่าจะเลือกสารใดบ้าง ซึ่งสิ่งที่ผู้รับสารเปิดรับนั้นจะต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารพอใจ เพราะคนเรามีแนวโน้มที่จะชม หรือฟังในสิ่งที่ตนพอใจมากกว่าสิ่งที่แสดงความเป็นกลางหรือไม่พอใจ สาเหตุที่ทำให้เกิดการโอนเอียง (Predisposition) นี้มาจากความแตกต่างทางด้านเพศ วัย สถานภาพทางการศึกษา ความสนใจ ดังนั้นขั้นตอนในการเปิดรับสารมีดังต่อไปนี้ (อ้างถึงใน พีระ จิระโสภณ, 2539, น. 637)

การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจที่มีอยู่เดิม เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองตอบความต้องการของตน เนื่องจากธรรมชาติของเรามีความต้องการที่จะปกป้อง รักษา และส่งเสริมความเป็นตัวของตัวเอง (Self concept) (Burgoon, 1974, p. 153)

การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับข่าวสาร และเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความเชื่อดั้งเดิมของตน

การเลือกรับรู้และตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกัน แต่การส่งผ่านสื่อมวลชนอาจจะไม่ ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ เลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย ทางอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง ในขณะที่เดียวกันก็มักลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร นอกจากสนับสนุนทัศนคติ ประสบการณ์ ความเข้าใจ ความเชื่อเดิมที่มีอยู่ของบุคคลากรแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อสิ่งอื่นๆ ด้วย ส่วนการที่บุคคลากรจะเลือกตัดสินใจแสวงหาข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับประโยชน์และความต้องการในการที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นการสื่อสารในเรื่องการจัดการความรู้ กับบุคคลากรในองค์การต้องขึ้นอยู่กับการเลือกข่าวสารให้ตรงกับความสนใจ หรือความต้องการของผู้รับสาร สำหรับการศึกษาเรื่องทัศนคติของบุคคลากรคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ต่อช่องทางและเนื้อหาโดยรวมในเรื่องการจัดการความรู้ นั้น ผู้ศึกษาสนใจศึกษาว่าความแตกต่างทางด้านเพศ วัย สถานภาพทางการศึกษา และสายงาน จะมีผลต่อการเลือกเปิดรับ เลือกสนใจ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำหรือไม่

### **ทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (KAP)**

ทฤษฎีนี้ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป ทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (Knowledge Attitude Practice – KAP) เริ่มเป็นที่นิยมศึกษาในราวปี ค.ศ. 1950 เป็นการศึกษาที่เน้นผลกระทบของการสื่อสารต่อตัวผู้รับสาร ทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (Knowledge Attitude Practice – KAP) ถูกนำมาใช้เป็น

เครื่องมือมากขึ้นในการปรับเปลี่ยนสังคมให้ทันสมัย โดยพยายามแสดงให้เห็นถึงการสื่อสาร หรือ สื่อมวลชนในฐานะตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ด้วยการอาศัย ทฤษฎีความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม (Knowledge Attitude Practice – KAP) เป็นตัวแปรตาม ในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ที่มาจากการยอมรับความเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้รับสารว่า ความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกหรือไม่ ถ้าไม่ แล้วอะไร และอย่างไรเป็นอุปสรรค (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533, น. 118)

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ตัวแปรนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสาร ได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทักษะคติและขั้นสุดท้าย คือ การก่อให้เกิดการกระทำ

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าจะขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบ ข่าวสาร นั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทักษะคติและเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะสัมพันธ์กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ ยอมรับกันว่าการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในการดำเนินโครงการต่างๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมปฏิบัติตามกฎจราจรได้ก็ต้องอาศัยการสื่อสาร เป็นเครื่องมืออันสำคัญในการเพิ่มพูนความรู้ สร้างทักษะคติที่ดีและเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ไปในทางที่เหมาะสม โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย อาจจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge or Cognition)
2. ทักษะ หรือทักษะคติ (Attitude or Affection)
3. พฤติกรรม (Practice or Behavior)

### **ความรู้ (Knowledge or Cognition)**

เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จาก การตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพ จิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจ ส่งผลต่อพฤติกรรม ที่แสดงออกของมนุษย์ได้ ดีอ็อก และรอเลนซ์ ไรท์แมน (Deaux and Lawrence S. Wrightman, 1984, pp. 20-23) และผลกระทบบที่ผู้รับสารเชิงความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จาก สาเหตุ 5 ประการคือ (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533, น. 121)

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลายเพื่อตอบ ข้อสงสัย และความสับสนของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคติ นั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้นๆ (ในฐานะความรู้)
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจาย ออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลัง ของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น
4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of the Belief System) การสื่อสาร สังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชนจึงทำให้ผู้รับสาร รับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อยๆ
5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและ อุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

เบอร์กูน (Burgoon) ได้กล่าวถึง การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) ว่าเป็นลักษณะ อีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้ลึกซึ้งนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มี การศึกษาสูงหรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมากใน การที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ (Burgoon, 1974, p. 64)

### ทัศนคติ หรือทัศนคติ (Attitude or Affection)

ทัศนคติ หรือทัศนคติเป็นดัชนีชี้ว่าคุณคณคนนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้างวัตถุหรือ สิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึง พฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า ทัศนคติจะ ประกอบด้วย ความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่งทำให้นิยามทัศนคติกลายเป็นผลรวมของ KAP (สุรพงษ์ โสภณะเสถียร, 2533, น. 122)

อย่างไรก็ตาม ทักษะนี้ก็ยังมี ความหมายที่แยกออกไปว่าเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal communication) ที่เป็นผลกระทบบ้างมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป ดีอีก และ รอลเลนซ์ ไรท์แมน (Deaux and Lawrence S. Wrightman, 1984, p. 254)

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติได้ 3 ประการด้วยกัน คือ (“ทัศนคติ,” ออนไลน์, 2549)

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์ จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวหนึ่งเรื่องราวใด รวมทั้ง หน่วยงาน องค์การสถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ

2. ทัศนคติเชิงลบ เป็นทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้รับความ เชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนิน กิจการของ องค์การ สถาบัน องค์การ และอื่นๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อบุคคลหน่วยงาน สถาบัน องค์การและอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประการเดียว หรือหลายประการก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละบุคคลถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกัน ก็จะเป็น “ประชามติ” ไป

### **พฤติกรรม (Practice or Behavior)**

แม้ว่าพฤติกรรมบางอย่างอาจเกิดขึ้นได้ตามลำพังโดยมิได้มีพื้นฐานของพฤติกรรมนั้นมาก่อน แต่พฤติกรรมเหล่านั้นในแง่ภาพรวมทางสังคมก็มักเสื่อมสลายไปเร็ว หรือไม่เป็นระบบ

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลโดยมีพื้นฐานที่มาจาก ความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างของความรู้ และทัศนคติเกิดขึ้นได้ ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างกันในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิด ประสพการณ์ที่สัมผัสที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบบต่อพฤติกรรมของบุคคล พฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าวด้วยการสื่อสารนั้น อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้ หรือการตอบสนองต่อสื่อ (S-R) ซึ่งมักจะมีมูลฐานจากการคำนึงถึงตนเองเป็นหลัก ในบางครั้งสื่อจะพยายามสื่อสารสังคมในปัจจุบัน

พยายามทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเพื่อส่วนรวมของสังคม หรือผู้อื่น ดังนั้นการกระจายการสื่อสารในสังคมจึงมิได้มุ่งหวังเฉพาะบุคคล แต่มุ่งหวังที่จะให้มนุษย์มีพฤติกรรมที่อยู่ร่วมกันโดยสันติ ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการปลูกสำนักผู้รับสาร มิใช่เกิดจากการครอบงำผู้รับสารเพียงฝ่ายเดียว โดยทั่วไปการโน้มน้าวพฤติกรรมการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม จนถึงระดับสังคม การโน้มน้าวพฤติกรรมในทุกระดับของการสื่อสารสังคมอาจผ่านสื่อโดยอาศัยวิธีการดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม ไม่ว่าจะด้วยภาพ หรือเสียง

2. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ด้วยการแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้น เพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่จะต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลด แลก แจก แถม

ผลของการโน้มน้าวด้วยวิธีการข้างต้น ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation)

2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation)

ทั้งการกระตุ้น และการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจฉับต่อประเด็นปัญหา การจัดหายุทธวิธีดำเนินงาน และการสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

ทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (Knowledge Attitude Practice – KAP) นั้นเป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารนั้นเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมกับการสื่อสาร ซึ่งทฤษฎีความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (Knowledge Attitude Practice – KAP) จะวัดความเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลากรที่รับข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ต่างๆ ใน 3 ด้าน คือ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมว่าจะเปลี่ยนแปลงไปในทางบวก หรือลบ อย่างไร

สำหรับการศึกษาเรื่องทัศนคติของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ต่อช่องทางและเนื้อหาโดยรวมในเรื่องการจัดการความรู้ นั้น ผู้ศึกษาสนใจศึกษาว่า หลังจากทีบุคลากรในคณะฯ ได้รับข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ต่างๆ ไปแล้ว ส่งผลในการประเมินตนเองของกลุ่มตัวอย่างอย่างไร

## แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

### ความหมายของทัศนคติ (Attitude)

โดยทั่วไปหมายถึง ความรู้สึก หรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้จะนำไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

ทัศนคติมิได้ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด แต่เกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล ด้วยเหตุนี้ทัศนคติจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และการเปลี่ยนแปลงนี้ขึ้นอยู่กับการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ที่บุคคลได้รับเพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงจะเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของทัศนคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับด้วย (สุชา จันทน์เอม, 2524, น. 80)

มีนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้นิยามเกี่ยวกับทัศนคติเอาไว้ (อ้างถึงในสุชา จันทน์เอม, 2524, น. 81) ดังเช่น

อัลพอร์ต (Allport, 1939) ได้ให้นิยามไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ เด็กที่เกิดมาใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีจากบิดา ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติต่อไป

2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง นั่นคือ แยกสิ่งใดดีไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป

4. เกิดจากการเลียนแบบหรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน

โอเวน เบิร์ต (Bert F. Owen) ให้นิยามไว้ว่า “ทัศนคติ คือ ระดับสภาพของจิตใจและสมองในลักษณะพร้อมที่จะกำหนดแนวทางในการตอบสนองบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่ง”

แคมป์เบล (Campbell) ให้นิยามไว้ว่า “ท่าทีหรือทัศนคติทางสังคมของบุคคล คือ ความโน้มเอียงที่จะตอบสนองในลักษณะที่เหมือนกันในอาการที่แน่นอนและยืนนาน โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงต่อการกระตุ้นทางสังคมอย่างใดอย่างหนึ่ง”

เครนซ์ คัชฟิลด์ และบัลเฮย์ (Krech Crutchfield and Ballaehy) ได้ให้ความเห็นว่า

1. ทักษะเกิดจากการตอบสนองของความต้องการของบุคคล นั่นคือ สิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลก็มีทักษะดีต่อสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้าม หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทักษะที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. ทักษะเกิดจากการได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจจะได้เรียนรู้มาจากการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้

3. เกิดจากการเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทักษะดีของกลุ่มมาเป็นของตน หากทักษะดีนั้นไม่ขัดแย้งกับทักษะดีของตนมากเกินไป

4. ทักษะดีมีส่วนความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลด้วย นั่นคือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์ มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ที่ปรับตัวยากจะมีทักษะดีในทางตรงข้าม

กริลฟอร์ด (Gilford) ให้นิยามไว้ว่า “ทักษะดีเป็นอารมณ์ความรู้สึกที่บุคคลทุกคนมี แต่มีในระดับที่แตกต่างกัน ทักษะดีจะผลักดันให้บุคคลตอบสนองต่อวัตถุหรือสถานการณ์ต่างๆ ไปในทักษะดีที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ”

### องค์ประกอบของทักษะดี

องค์ประกอบของทักษะดีที่สำคัญมี 3 ด้านคือ (กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2531, น. 60)

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) บุคคลจะต้องมีความรู้ ความเชื่อ ความเข้าใจ ต่อสิ่งเร้าก่อนจึงจะเกิดทักษะดีได้ เช่น ถ้าเราไม่มีความรู้ หรือรู้จักยานอวกาศ คืออะไร ใช้ทำอะไร เราก็จะไม่มีทักษะดีกับยานอวกาศได้เลย เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) เป็นความรู้สึกที่บุคคลประเมินสิ่งเร้าในทางบวกหรือทางลบ คือ ประเมินว่าสิ่งเร้านั้นดีหรือไม่ดี ชอบหรือไม่ชอบ องค์ประกอบด้านนี้จัดเป็นองค์ประกอบที่นักจิตวิทยานิยามวัด

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นแนวโน้มที่บุคคลจะมีพฤติกรรมโต้ตอบสิ่งเร้า พฤติกรรมที่แสดงออกมานั้นเกิดจากความรู้ และความรู้สึกที่เขามีอยู่เกี่ยวกับวัตถุ เหตุการณ์หรือบุคคลนั้นๆ นั่นเอง

## การสร้างทัศนคติ

การสร้างทัศนคติ มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้ (สุชา จันทน์เอม, 2524, น. 83)

1. วัฒนธรรม (culture) วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลทุกๆ คนตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตายไปที่เดียว วัฒนธรรมของชาติต่างๆ แตกต่างกันอย่างออกไป เริ่มจากครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันอื่นในสังคม วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสารมวลชนต่างๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติของเด็กทั้งสิ้น
2. ครอบครัว (family) ครอบครัวเป็นแหล่งแรกที่อบรมให้เด็กเรียนรู้ การสมาคมต่างๆ จึงมีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างทัศนคติให้แก่เด็ก ตลอดจนการปลูกฝังทัศนคติในการดำเนินชีวิตให้แก่บุตรของตน ทั้งนี้เพราะเด็กมักเลียนแบบและเชื่อฟังพ่อแม่อยู่แล้ว
3. กลุ่มเพื่อน (social groups) เด็กที่จากบิดามารดามาร่วมอยู่กับกลุ่มเพื่อนตั้งแต่เล็กๆ จะได้รับอิทธิพลต่างๆ จากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ทั้งนี้เพราะเด็กต้องการการยอมรับจากเพื่อน ต้องการคำแนะนำและความช่วยเหลือจากเพื่อนฝูง นั่นคือ เด็กต้องการมีมิตรนั่นเอง
4. บุคลิกภาพ (personality) ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลมากเหมือนกัน นั่นคือ พวกที่ชอบสังคม พวกเกลียดสังคม พวกชอบเด่น หรือพวกอ่อนน้อมนั้น จะมีทัศนคติไม่เหมือนกัน

## การเปลี่ยนทัศนคติ

การเปลี่ยนทัศนคติ ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากบุคคลเกิดการเรียนรู้ใหม่ เพราะทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวบุคคลมาตั้งแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้

แนวคิดที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมีมากมาย แต่ในที่นี้ขอเสนอเพียงแนวคิดที่สำคัญ คือ แนวคิดของคาร์ล โยฟแลนด์ (Carl Hovland, 1951, อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2531, น. 63-66) การเปลี่ยนทัศนคติ เกิดขึ้นเพราะองค์ประกอบด้านความรู้ (Cognitive Component) เปลี่ยนไป จึงทำให้องค์ประกอบด้านอื่นๆ คือ ด้านความรู้สึก และด้านพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย แนวคิดนี้จึงให้ความสำคัญเรื่องการสื่อความหมาย (Communication) เพราะเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลได้รับข้อมูลต่างๆ การสื่อความหมายประกอบด้วย

1. แหล่งข่าว (Source) แหล่งข่าวที่มีความน่าเชื่อถือ จะทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนทัศนคติได้ง่าย ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว เกิดได้จากความเชี่ยวชาญ หรือความชำนาญของผู้ส่งข่าว

ผู้ส่งที่มีอำนาจ อันเกิดจากตำแหน่งหรืออำนาจที่เกิดจากการศรัทธา ก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการเปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร

กระบวนการเปลี่ยนทัศนคติ จะเริ่มจากผู้รับสาร สนใจข่าวสาร (Attention) และมีความเข้าใจเนื้อหาที่ส่งมา (Comprehension) จากนั้นจะเกิดการยอมรับ (Acceptance) และเกิดการจำหรือเก็บรักษา (Retention) และมีการกระทำ (Action) หรือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

2. ข่าวสาร (Message) คือสิ่งต่างๆ หรือข้อมูลที่แหล่งข่าวเสนอให้แก่ผู้รับสารในการเสนอข่าวสารให้แก่ผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การเสนอข่าวสารควรเป็นข่าวสารที่ผู้ฟังสนใจ การสร้างความรู้สึที่ดีโดยการเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับสิ่งที่เขาเชื่อถืออยู่ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ง่ายกว่า

3. ผู้รับสาร (Audience) การสื่อความหมายโดยการโฆษณาชวนเชื่อเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น องค์ประกอบเกี่ยวกับตัวผู้รับสารเองก็สำคัญเช่นเดียวกัน เช่น ระดับการศึกษา อายุ เพศ ฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคม บุคลิกภาพ ความนับถือตนเอง และอื่นๆ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น

จะเห็นได้ว่า ทัศนคตินั้นไม่ได้มีมาตั้งแต่เกิด แต่ทัศนคติเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ของบุคคล ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาหากมีการเรียนรู้ หรือประสบการณ์ใหม่ๆ ผ่านเข้ามา ซึ่งทัศนคตินั้นจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้าน คือ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม สำหรับการศึกษาเรื่องทัศนคติของบุคลากรคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล ต่อช่องทางและเนื้อหาโดยรวมในเรื่องการจัดการความรู้ นั้น ผู้ศึกษาสนใจศึกษาว่าบุคลากรในองค์กรจะมีความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรมอย่างไร ต่อช่องทางในการสื่อสาร และเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการความรู้ที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ในองค์กร

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐิติพร หลิมไชยกุล (2550, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารภายในองค์กรกับการยอมรับระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต และมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทาที่ได้รับการรับรอง พบว่า การสื่อสารภายในองค์กรของผู้บริหารนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมให้เป็นไปตามเป้าหมาย ใช้การสื่อสารทั้ง 2 แบบคือ สื่อสารอย่างเป็นทางการ โดยใช้บันทึกข้อความ คำสั่ง ประกาศ และสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการโดยใช้การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นควบคู่กันไป ส่วนการสื่อสารระดับปฏิบัติการนั้น หัวหน้างานจะกระตุ้นและสนับสนุนให้บุคลากรในหน่วยงานแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหาร

คุณภาพ ISO 9001 : 2000 ต่อหัวหน้างานได้เต็มที่ โดยการสื่อสารระหว่างเพื่อนร่วมงานจะอยู่ในระดับปานกลาง

ปณิฏดา สังข์แก้ว (2549, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและบรรยากาศการสื่อสารภายในองค์การ กับการพัฒนาสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ กรณีศึกษา บริษัททฤษฎานคร จำกัด (มหาชน) พบว่า รูปแบบการสื่อสารภายในองค์การเป็นการสื่อสารจากบนลงล่างมากที่สุด ในขณะที่การสื่อสารจากล่างขึ้นบนยังมีน้อย โดยกลุ่มพนักงานในองค์การที่มีความแตกต่างกันทางลักษณะประชากรศาสตร์นั้น ก็จะมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การแตกต่างกันด้วย

หนึ่งฤทัย เหลืองพยุง (2546, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารในองค์การกับการยอมรับนโยบายประกันคุณภาพ กรณีศึกษา คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่าบุคลากรในคณะอักษรศาสตร์ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายประกันคุณภาพของคณะอักษรศาสตร์มากที่สุดจากการประชุมย่อยภายในหน่วยงาน โดยมีรูปแบบการสื่อสารจากผู้บังคับบัญชาไปยังผู้ใต้บังคับบัญชาสูงสุด รวมทั้งยังมีทัศนคติที่เป็นกลางต่อรูปแบบการสื่อสารภายในองค์การเรื่องการประกันคุณภาพ