

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากข่าวสารของคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ เรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
2. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

ในการเปิดรับข่าวสารนั้น ผู้รับสารแต่ละคนย่อมมีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ซึ่งมีความแตกต่างกันนี้อาจส่งผลกระทบต่อ การเปิดรับข่าวสารนั้น ๆ ได้ โดยลักษณะของประชากรผู้รับสารประกอบไปด้วย

#### 1. อายุ (Age)

อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อมีอายุมากขึ้น (Tolela and Myers, 1982, p. 5 อ้างถึงใน นันทวัน กิจธนาเจริญ, 2541, น. 21)

นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย การวิจัยทางจิตวิทยา พบว่า เมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นแล้ว โดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป รวมถึงเรื่องของลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง ซึ่งแตกต่างจากคนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ที่ชอบความบันเทิงมากกว่า (ปรมะ สตะเวทิน, 2540, น. 90)

## 2. เพศ (Sex)

ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, Goldhabors and Yates, 1980, p. 87 อ้างถึงใน นันทวัน กิจธนาเจริญ, 2541, น. 23)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง ยังได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน (แสงระพี ภัทรกิจกุลธร, 2543, น. 32)

## 3. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Social – Economic Status)

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หมายความว่า อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ (Race and Ethnic Group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (Family Background) การวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ชี้ให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2540, น. 92)

อาชีพ คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกมีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจะหาซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน แม้แต่คนที่รับราชการด้วยกันก็มีความคิดเห็นและค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกันทั้งทหาร ตำรวจ แพทย์ พยาบาล ผู้พิพากษา วิศวกร ครู ฯลฯ

รายได้ รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน การแนะนำให้ชาวเน็ตที่ยากจนบริโภคเนื้อสัตว์ในปริมาณที่ถูกต้องตามหลักโภชนาการหรือการแนะนำให้คนที่มีรายได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้น คนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูงยังใช้สื่อมวลชนมากด้วย การใช้สื่อมวลชนของคนมีฐานะดีมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ สำหรับนำไปใช้ในโอกาสต่อไปด้วย เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังข่าวการบ้านการเมือง ปัญหาเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น

เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิดว่าการมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน หรือมีความคิดว่ามีลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น

#### 4. การศึกษา (Education)

การศึกษาของผู้รับสารทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมสื่อสารแตกต่างกันออกไป ผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีความรู้ดี การศึกษาสูง จะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวาง มีความเข้าใจศัพท์มากกว่าและมีความเข้าใจสารดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ ข้อมูลข่าวสารที่ไม่มีหลักฐานและเหตุผลสนับสนุนเพียงพอมักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

นอกจากนั้นแล้ว ผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และมักจะเป็นการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ ขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาต่ำจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น (ประมะสตะเวทิน, 2540, น. 94)

#### 5. ศาสนา (Religion)

การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารเอง ทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับมนุษย์และกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ตั้งแต่เกิดจนตาย ดังนั้น ศาสนาจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อความคิดของมนุษย์ซึ่งสามารถสรุปได้ 3 ด้าน คือ

- อิทธิพลต่อทัศนคติด้านศีลธรรม คุณธรรม และความเชื่อทางจรรยา เช่น ศีล 5 ของพระพุทธศาสนา หรือการที่ศาสนาคริสต์นิกายโรมันแคธอลิคคัดค้านการคุมกำเนิดด้วยวิธีการที่ไม่เป็นธรรมชาติเช่น การทำแท้ง เป็นต้น

- อิทธิพลต่อทัศนคติด้านเศรษฐกิจ เช่น ศาสนาคริสต์นิกายโปรเตสแตนต์สนับสนุนความคิดเรื่อง ทรัพย์สินส่วนบุคคล ระบบการค้าแบบเสรี และระบบทุนนิยม เป็นต้น

- อิทธิพลต่อทัศนคติด้านการเมือง เช่น อิทธิพลต่อการเลือกตั้งจากผลการสำรวจของ พอล ลาซาร์สเฟลด์ (Paul Lazarsfeld) และคณะ ซึ่งได้ทำการสำรวจการลงคะแนนเสียงของประชาชน ที่ Eric Country มลรัฐโอไฮโอ ในการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ.

1940 พบว่า ชาวแครอลลีคประมาณ 65 – 80 % มักจะลงคะแนนเสียงให้แก่ผู้สมัครของพรรค เดโมแครตเสมอ

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าคนที่นับถือศาสนาแตกต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และ พฤติกรรมที่แตกต่างกันไป (ปรมะ สตะเวทิน, 2540, น. 96)

ส่วน แมคควอล (Mcquail) ได้อธิบายถึงปัจจัยด้านผู้รับสาร ไว้ดังนี้

1. ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ ลักษณะทางด้านบุคลิกภาพ ความสัมพันธ์ ในครอบครัว การศึกษาและกลุ่มสังคม เป็นต้น

2. โอกาสในการใช้สื่อ ได้แก่ เวลา โอกาส สถานที่ ตารางเวลาการทำงาน หรือเวลาเข้านอน เป็นต้น

3. นิสัยหรือความเคยชิน ได้แก่ ความชอบที่มีต่อประเภทของเนื้อหาใด ๆ หรือ ความคุ้นเคยในการเปิดรับสื่อ เนื่องจากผู้รับสารมักจะเลือกรับอะไรที่สอดคล้องกับสิ่งที่เคยปฏิบัติ เป็นนิสัยจนกลายเป็นนิสัยการใช้สื่อมวลชน (Media Habits)

4. รูปแบบหรือเนื้อหาที่ชอบ ตามปกติคนเรามักจะมีชุดของสิ่งที่ชอบหรือไม่ชอบ เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือ ถ้าเป็นประเภทของเนื้อหา เช่น การเมือง เศรษฐกิจ กีฬา บันเทิง เป็นต้น

5. การรับรู้ช่องทางที่จะเข้าถึงเนื้อหาสารหรือทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ เพื่อใช้ในการ แสวงหาข้อมูลด้านข่าวสารที่ต้องการ

6. บริบทในการใช้สื่อ จะถูกนำมาอธิบายว่าผู้รับสารมีการใช้สื่อตามลำพังหรือพร้อม ๆ กับบุคคลอื่นด้วย เพื่อพิจารณาว่าผู้รับสารเป็นผู้ควบคุมในการใช้สื่อหรือไม่

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยที่เกิดจากตัวผู้รับสารส่งผลให้แต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสาร แตกต่างกันไป แคทซ์ (Katz) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า สภาพทางสังคมและจิตใจที่ แตกต่างกันของผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และลักษณะทางด้านจิตวิทยา หรือ แรงจูงใจ ทำให้บุคคลแต่ละคนคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทสามารถตอบสนองความพึงพอใจได้ แตกต่างกันและความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อก็แตกต่างกันออกไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2538, น. 83)

### ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของ มนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร (Information Society) แต่ ถึงแม้ว่าข่าวสารจะมีความสำคัญมากเพียงใดก็ตาม แต่บุคคลไม่สามารถที่จะรับข่าวสารทุก

ข่าวสารที่เกิดขึ้นได้ทั้งหมด ดังนั้น มนุษย์จึงต้องเลือกที่จะรับข่าวสารที่ตรงต่อความต้องการและเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของตนเองให้มากที่สุด

สำหรับกระบวนการการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์นั้น โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1960, pp. 19 - 25) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับดังต่อไปนี้

### 1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง การเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคนเรานั้นต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

### 2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ดังคำกล่าวที่ว่า คนเราได้ยินในสิ่งที่ได้ยิน (People hear what they want to hear) และได้เห็นในสิ่งที่ต้องการเห็น (See what they want to see) ดังนั้น การลด หรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดของตน

### 3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่าจจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกายหรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันไม่ตรงกันก็ได้ อีกทั้งในการเลือกรับรู้และตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพึงพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

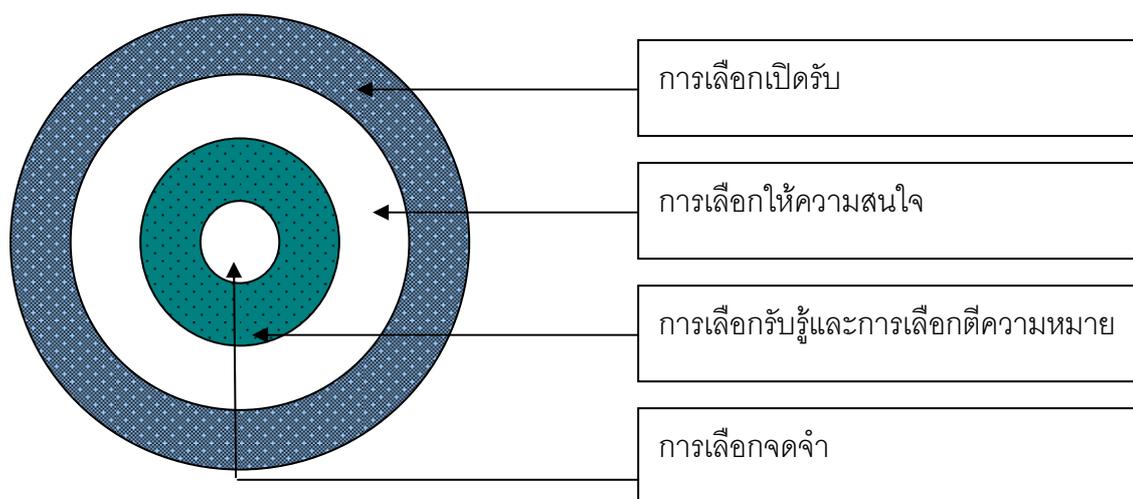
#### 4. การเลือกจดจำ (Selective Relation)

บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือ เรื่องที่ขัดแย้ง คำนึงกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วย เสริมหรือสนับสนุนความรู้ที่นึกคิด ทักษะคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของคนแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ทำให้ไม่สบายใจขึ้น

จากที่กล่าวมาในเรื่องของกระบวนการการเลือกสรรของมนุษย์นั้น สามารถนำมาเขียนเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2.1

แสดงกระบวนการเลือกรับข่าวสาร



สำหรับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความแตกต่างในการเลือกรับข่าวสารของมนุษย์ได้มีผู้เสนอแนวคิดต่าง ๆ ไว้ดังนี้

จอห์น ซี เมอร์ริล และโลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Lowenstein) (ว่าที่พันตรีหญิง อรุณฯ งามขาว, 2543, น. 56) กล่าวว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น เมื่อไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุด ซึ่งสื่อต่าง ๆ ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักในการเสนอข่าวสารต่าง ๆ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง ในฐานะที่เป็นผู้รับสาร จึงต้องแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างทัศนคติเดิมของตนเอง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ สื่อแต่ละชนิดมีลักษณะตัวแตกต่างกันไป ทำให้ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้ประโยชน์จากสื่อแต่ละสื่อไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973, p. 147) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ดังนี้

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตนเอง
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาที่แตกต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ (2533, น. 21 - 27) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรม การเลือก เปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกันไว้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ฯลฯ ซึ่งส่งผลไปถึงสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการทางจิตใจในแง่ของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ กล่าวคือ คนเราจะสร้างรูปแบบความคิดเห็น ความเชื่อ ทักษะคิด รวมทั้ง ค่านิยม ขึ้นมาภายในตัวเองประกอบเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการ กำหนดรูปแบบการสื่อสาร โดยเฉพาะในแง่ของการเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์กับสังคม เนื่องจากคนเรามักยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มัก คล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร จากแนวความคิดที่ว่าปัจเจกบุคคล มักรวมกันเป็นกลุ่มทางสังคมมากกว่า และนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการของแต่ละคนที่ เหมือนกันมาจัดเข้าไว้เป็นกลุ่ม ลักษณะพื้นฐานดังกล่าว ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันย่อมจะรับเนื้อหาของการสื่อสารคล้ายคลึงกัน และย่อมมีการ ตอบสนองต่อเนื้อหาไม่แตกต่างกัน โดยเฉพาะปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลจัดว่า มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเปิดรับข่าวสารของบุคคล

จากแนวคิดเรื่องการเปิดรับข่าวสารข้างต้นนี้ จะเห็นว่า การที่บุคคลจะเลือกเปิดรับ ข่าวสารโดยยอมเป็นไปตามเหตุผลของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับประสบการณ์ การดำเนินชีวิต และประโยชน์ที่แต่ละบุคคลพึงจะได้รับ เช่นเดียวกับการเปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพ การศึกษา ที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับเพื่อประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่ แต่ทั้งนี้ ในการเลือก เปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของแต่ละบุคคลก็อาจจะแตกต่างกันไป อันเป็น ผลเนื่องมาจากลักษณะเฉพาะของสื่อและประสิทธิผลของสื่อแต่ละสื่อที่เลือกเปิดรับนั้นแตกต่างกันไปนั่นเอง

### แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาให้กับคณาจารย์และ เจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทานั้น สื่อ (Media) ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ถือว่ามี

ความสำคัญอย่างยิ่งในการเป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน และในกระบวนการการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีสื่อและเลือกใช้สื่อเพื่อส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้นประสิทธิภาพของสื่อย่อมมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร โดยเราสามารถแบ่งสื่อออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### **สื่อมวลชน (Mass Media)**

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง “สื่อที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนา” (Rogers and Shoemaker, 1971, p. 145)

บรูซ และแมคคลีน (Bruce & Maclean) (ปรมะ สตะเวทิน, 2540, น. 69-72) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชน ว่ามีลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก สื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี ไม่ได้อาศัยขีดความสามารถตามธรรมชาติของสื่อบุคคล ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีความสามารถในการเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากที่อยู่ห่างไกลออกไป และกระจัดกระจายในหลายพื้นที่ได้ในเวลาเดียวกัน

2. ความรวดเร็วในการสื่อสารกับคนจำนวนมาก สื่อมวลชนสามารถนำสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารไปสู่คนจำนวนมากได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว ใกล้เคียงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่อาศัยเทคโนโลยี เช่น การรายงานข่าวสดทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ การถ่ายทอดสดการส่งยานอวกาศการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

3. บรรจุเนื้อหาหลากหลาย เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้จำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งในด้านลักษณะประชากรและสถานที่ สื่อมวลชนจึงต้องทำหน้าที่ในการสนองผู้รับสารให้ได้พร้อมกันด้วยการเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลายทั้งข่าว ความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิงและโฆษณา

4. นำสารไปสู่ประสาทสัมผัสของผู้รับสารได้จำกัด ในขณะที่สื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้รับสารกับผู้ส่งสารซึ่งอยู่ห่างไกลจากกัน ผู้รับสารจะสามารถรับส่งสารจากผู้ส่งสารที่อยู่ห่างไกลเพียง 2 ทาง คือ การเห็นและการได้ยิน หากแบ่งสื่อมวลชนตามลักษณะการรับสารของผู้รับสารก็อาจแบ่งได้ ดังนี้

- สื่อที่รับได้ด้วยการเห็น ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร
- สื่อที่รับได้ด้วยการได้ยิน ได้แก่ วิทยุกระจายเสียง
- สื่อที่รับได้ทั้งการเห็นและการได้ยิน ได้แก่ ภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์

5. ได้รับการสื่อสารกลับที่จำกัด แม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นตัวเชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสารเข้าด้วยกัน แต่เนื่องจากความห่างไกลผู้สื่อสารและผู้รับสารจึงมีขีดความสามารถที่จำกัดในการส่งและการรับสาร โอกาสที่ผู้ส่งสารจะได้รับหรือทราบการสื่อสารกลับ (Feedback) จากผู้รับสารจึงมีอยู่อย่างจำกัด กล่าวคือ มีน้อยกว่าสื่อบุคคลและเป็นการสื่อสารกลับที่ล่าช้า

6. เป็นการสื่อสารทางเดียว จากขีดจำกัดของการได้รับการสื่อสารกลับจึงทำให้การสื่อสารมวลชนที่ใช้สื่อมวลชนเป็นสื่อในการสื่อสาร มีลักษณะของการสื่อสารทางเดียว (One – Way Communication) มากกว่าลักษณะการสื่อสารสองทาง (Two – Way Communication) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ใช้สื่อบุคคล ซึ่งการรับทราบการสื่อสารกลับเป็นไปอย่างรวดเร็วและมีมาก

7. ความถูกต้องของสารมีมาก เนื่องจากสื่อมวลชนสามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน เนื้อหาของสารที่ถูกบรรจุในสื่อมวลชนเมื่อไปสู่ผู้รับสารจึงเป็นเนื้อหาเดียวกันไม่ว่าผู้รับสารจะเป็นใคร และอยู่ที่ใด ดังนั้นความถูกต้องของสารจึงมีมาก

8. ไม่สามารถเลือกรับรู้สารได้จากลักษณะของการนำสารไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน สื่อมวลชนจึงไม่สามารถที่จะเลือกผู้รับสารคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ โดยเฉพาะ

9. ประสิทธิภาพของการสื่อสารที่มีอยู่จำกัด เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกันผู้สารมีจำนวนมากและไม่สามารถเลือกผู้รับสารได้ ดังนั้น การจะเตรียมเนื้อหาของสารในสื่อมวลชนให้เป็นที่พอใจและถูกใจของผู้รับสารทุกคนจึงย่อมเป็นไปไม่ได้

10. การไม่สามารถจัดการเลือกรับของผู้รับสาร ในการรับสารนั้น ผู้รับสารจะทำการเลือกโดยการเลือกใช้สื่อ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้หรือตีความหมายเนื้อหาของสื่อ (Selective Perception/Interpretation) และการเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อ (Selective Relation) ผู้รับสารสามารถที่จะเลือกใช้หรือไม่ใช้สื่อมวลชนก็ได้ผู้ส่งสารจึงไม่สามารถจัดการเลือกของผู้รับสารได้และไม่อาจมีอิทธิพลต่อผู้ที่ไม่ได้ใช้สื่อมวลชนได้

11. การให้ข่าวสารและความรู้มากกว่าที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสารจากการที่ผู้รับสารสามารถเลือกใช้สื่อมวลชนได้ และการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารก็เป็นการใช้ตามความต้องการ ทัศนคติ และทัศนคติของตน สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นผู้ส่งเสริมสนับสนุน ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของผู้รับสารมากกว่าที่จะเป็นผู้เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือพฤติกรรมของผู้รับสาร

วิลเบอร์ แชมม (Wilbur Schramm, 1964, pp. 127-144) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

1. เป็นยามตรวจสอบ (The mass media is a watchman) คือ สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการให้ข่าวสาร และอธิบายถึงความคืบหน้าของเหตุการณ์ต่าง ๆ
2. เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (The mass media can widen horizons) คือ สื่อมวลชนมีหน้าที่ในการนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาให้ประชาชนได้รู้จัก ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดี
3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention) หมายถึงสื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาสิ่งต่าง ๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจขึ้น
4. สื่อมวลชนสามารถสร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้ (The mass media can rise aspirations) โดยจะเป็นผู้สร้างความทะเยอทะยานทั้งในส่วนตัวและชาติให้เกิดความอยู่ดีกินดี หรือแสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า
5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can create a climate for development) หมายถึง สื่อมวลชนได้กระตุ้นและให้มโนภาพและความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง
6. ช่วยทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมในแง่ของทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly attitudes or valued) สื่อมวลชนเป็นตัวกระตุ้นทางอ้อมให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมเดิม
7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล (The mass media can feed the interpersonal channels) หมายถึง การกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปเพื่อวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องได้รับเอาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งส่งผลให้มีการตัดสินใจได้ดีขึ้น
8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้ (The mass media can confer status) หมายถึง สื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลได้
9. ช่วยขยายนโยบายของรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันอย่างกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้ (The mass media can broaden the policy dialogue)
10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติไปตามบรรทัดฐานทางสังคมได้ (The mass media can enforce social norms)

11. สื่อมวลชนสามารถช่วยสนับสนุนการมีรสนิยมที่ดี (The mass media can help form taste) สื่อมวลชนช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจในเลือกปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง

12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคง (The mass media can affect attitudes lightly held , and slightly canalize stronger attitudes)

13. สื่อมวลชน ทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teachers) สื่อมวลชนทำหน้าที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

นอกจากนั้นแล้ว แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) (ปรมะ สตะเวทิน, 2540, น. 137) ยังได้กล่าวถึงหน้าที่ที่สำคัญ 3 ประการ ของสื่อมวลชน คือ

1. สอดส่องระแวดระวังเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the environment)  
2. ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาต่อสิ่งแวดล้อม (Correlation of the parts of society in responding to the environment)

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลัง ๆ (Transmission of the social heritage from one generation to the next)

นอกจากนั้นคนอื่น ๆ อาทิ เช่น วิลเบอร์ แชรแมน (Wilbur Schramm) และชาร์ลส์ อาร์ไรท์ (Charles R. Wright) เป็นต้น ได้เพิ่มเติมหน้าที่ประการที่ 4 ของสื่อมวลชน คือ หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment)

ปรมะ สตะเวทิน (2540, น. 141-146) ได้อธิบายถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนไว้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้นไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงหากแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สกัดกั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

#### 1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions)

ผู้รับสารของสื่อมวลชน ประกอบด้วย ประชาชนซึ่งมีการติดต่อกันและประชาชนเหล่านี้ก็ยังเกี่ยวข้องติดต่อและเป็นสมาชิกของสถาบันสังคมต่าง ๆ จึงทำให้ประชาชนเหล่านี้มีความคิดเห็น มีค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อนทัศนคติ ความคิดเห็นและพฤติกรรมเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่ได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่นและจากสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้หนึ่งสัมผัสกับสื่อมวลชนเขาก็นำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

## 1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Select Processes)

ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อบุคคลทั้งก่อนและในขณะที่บุคคลผู้นั้นใช้สื่อมวลชน ความมีใจโน้มเอียงจะเป็นตัวกำหนดว่าบุคคลนั้นควรจะทำ (ดู ฟัง) สิ่งใด (Selective Exposure and Selective Attention) จะตีความหมายสิ่งนั้นอย่างไร (Selective Interpretation) และควรจะทำสิ่งใด (Selective Relation)

## 1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence)

อิทธิพลของสื่อมวลชนเป็นไปโดยอ้อม เนื่องจากข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปทันที หากแต่ต้องผ่านขั้นตอนอย่างน้อยที่สุดสองขั้นตอน และในแต่ละขั้นตอนนั้นจะมีบุคคลเป็นตัวแทรกเพื่อทำหน้าที่ในการถ่ายทอดข่าวสารไปยังประชาชนคนอื่น ๆ ในชุมชนหรือในสังคม บุคคลที่ทำหน้าที่ดังกล่าวเรียกว่า ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leaders) ในการถ่ายทอดข่าวสารจากสื่อมวลชนไปยังประชาชนนั้นผู้นำความคิดเห็นได้สอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย เนื่องจากในชีวิตประจำวันของเรานั้นมีการติดต่อกันอยู่เสมอและผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใสและไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป ดังนั้น ผู้นำความคิดเห็นเหล่านี้จึงมีอิทธิพลต่อความคิดและการตัดสินใจของประชาชน

## 1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects)

การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้นสื่อมวลชนทั้งหลายสามารถที่จะแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างแสดงความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ โดยใช้วิจารณญาณของตน (ตามความคิดเห็นและค่านิยมที่ตนเองมีอยู่) ตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลสื่อมวลชน มีประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุน (An Agent of Reinforcement) เท่านั้น กล่าวคือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้นและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. ในบางกรณีสื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน (An Agent of Change) อย่างไรก็ตาม อิทธิพลในด้านการเปลี่ยนแปลงประชาชนของสื่อมวลชนนี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชน

จึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น (Provide the means for change)

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีทีบุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน อย่างไรก็ตาม ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ ซ้ำ ๆ เท่านั้น อิทธิพลของสื่อมวลชนในแง่นี้จึงมีลักษณะสะสม (Cumulative Impact) มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลในทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

### สื่อบุคคล (Personal Media)

สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป (เสถียร เศษประทับ, 2528, น. 28)

#### วัตถุประสงค์ของการสื่อสารโดยใช้สื่อบุคคล

1. เพื่อทำความรู้จักกันโดยเกิดจากการเรียนรู้ ภายหลังจากการสื่อสารกับบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งแล้ว การสื่อสารระหว่างบุคคลจะเปิดโอกาสให้คนได้กล่าวถึงสิ่งที่มีความรู้สึกของตนเอง ความคิด การแสดงออกถึงพฤติกรรม การที่ได้สื่อสารกับบุคคลอื่นก็ถือว่าเป็นการได้ดูภาพสะท้อนของตนเองจากบุคคลเหล่านั้นได้เรียนรู้มุมมองต่าง ๆ ในแง่มุมที่แตกต่างกัน

2. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันการที่คนเราในสังคมสื่อสารกันก็เพื่อเป็นการแสดงความรู้สึกและความต้องการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันและกัน ในทางการสื่อสารนั้นไม่จำเป็นที่จะต้องมุ่งวัตถุประสงค์เพียงแค่งานหรือผลประโยชน์ทางธุรกิจ แต่การสื่อสารในลักษณะนี้ยังรวมไปถึงการแสดงความรัก แสดงความรู้สึก หรือแม้แต่การสนทนากันโดยทั่วไป

3. เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม เพราะการสื่อสารระหว่างกันของแต่ละบุคคลทำให้แต่ละบุคคลมองเห็นข้อดีและข้อบกพร่องในบางเรื่อง หรือในบางครั้งการสื่อสารก็นำมาซึ่งความรู้ ทัศนคติ ความคิดที่กว้างไกล ซึ่งทำให้บุคคลได้รับแนวทางอย่างอื่นด้วย และการสื่อสารระหว่างกันยังเป็นผลสะท้อนกลับมาสู่ตัวผู้ทำการสื่อสารเองด้วย จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขพฤติกรรมหรือทัศนคติบางอย่างในทางที่ดีต่อไป

สำหรับปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลที่มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชนตามแนวคิดของ ลาร์ซาร์สเฟรด์ และคณะ (Larzarfeld et al., 1968, p. 97) มี 4 ประการ คือ

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา

3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น จะมีลักษณะง่าย ๆ เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม

4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าที่บุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสาร

เสนาะ ตีเขวาร์ (2541, น. 121-138) อธิบายว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพควรจะประกอบด้วยลักษณะดังต่อไปนี้

1. การเปิดเผย (Openness) ต้องมีการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลที่ทำการสื่อสารกัน และบุคคลที่ทำการสื่อสารอีกฝ่ายหนึ่งควรมีการแสดงปฏิกิริยาตอบต่อข้อมูลที่อีกฝ่ายกำลังเผยแพร่ด้วยความจริงใจ อย่างไรก็ตามบุคคลที่ทำการสื่อสารกันควรมีความรับผิดชอบในข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนนำเสนอไป เพราะในบางครั้งก่อให้เกิดผลขึ้นมากก็ต้องเป็นหน้าที่ที่บุคคลผู้ทำการถ่ายทอดข้อมูลนั้น ๆ ต้องแสดงความรับผิดชอบ

2. ความรู้สึกร่วม (Empathy) การแสดงอารมณ์ ความนึกคิด หรือทัศนคติ ที่ไปในแนวเดียวกับบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งสื่อสารด้วย จะช่วยให้บุคคลเหล่านั้นมีความต้องการที่จะสื่อสารมากขึ้น แต่ก็ควรระวังมิให้มีการแสดงความรู้สึกร่วมจนมากเกินไป จะทำให้ดูเหมือนเป็นการแสดงออกโดยปราศจากความจริงใจ

3. ความรู้สึกในด้านดี (Positiveness) เมื่อเกิดความรู้สึกที่ดีระหว่างบุคคลที่ทำการสื่อสารกันทั้งสองฝ่าย ก็จะส่งผลสู่ความต้องการทำการสื่อสารกันให้มากขึ้น เนื่องจากต่างฝ่ายต่างก็มีความต้องการที่จะสื่อสารกันมากขึ้นตามไปด้วย

4. ความเท่าเทียมกัน (Equality) ในการสื่อสารระหว่างบุคคล ความเท่าเทียมก็คือความมีทักษะด้านการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ทำการสื่อสารในระดับทัดเทียมกัน ต่างฝ่ายต่างต้องทำหน้าที่ในการรับและส่งข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นสัดส่วน

5. ความเหมือนกันทางด้านพื้นฐาน (Homophily) การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นหากบุคคลที่ทำการสื่อสารกันมีความเข้าใจตรงกัน โดยการจะมีความเข้าใจตรงกันก็ขึ้นอยู่กับความเหมือนกันทางด้านพื้นฐานด้วยเป็นสำคัญ เช่น ในการสื่อสารจะเข้าใจได้ชัดเจนว่าถ้ามีการสื่อสารด้วยภาษาที่เหมือนกันหรือภาษาเดียวกัน

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers with Shoemaker, 1971, pp. 252 - 253) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคล ไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจสารก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากแหล่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นเดียวกัน การที่ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลมีระดับของปฏิริยาตอบสนอง (Feedback) สูงทำให้สามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร เลือกแปลหรือเลือกจำสารได้ เนื่องจากสภาพการณ์ที่เห็นหน้ากันบีบบังคับให้ต้องรับสารนั้น ไม่ว่าผู้รับสารจะมีความรู้สึกหรือทัศนคติต่อผู้ส่งสารหรือสารอย่างไรก็ตาม

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

โรเจอร์และสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2540, น. 163) ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อบุคคลและสื่อมวลชนไว้ดังนี้

ตารางที่ 2.1  
แสดงการเปรียบเทียบระหว่างสื่อมวลชนกับสื่อบุคคล

คุณสมบัติในการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นการสื่อสารแบบสองทาง	เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว
2. ความรวดเร็วในการส่งสาร ไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อ ส่งไปยังคนจำนวนมาก	น้อย	มาก
4. ความสามารถในการเลือก ผู้รับสาร	มาก	น้อย
5. ความสามารถในการที่จะ จัดการเลือกของผู้รับสาร (Selectivity Processes)	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะได้รับการสื่อสาร กลับ (Feedback)	มาก	น้อย
7. ผล (Effect)	เปลี่ยนทัศนคติของผู้รับสาร	เพิ่มพูนความรู้แก่ผู้รับสาร

### สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media)

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) คือ สื่อที่สร้างขึ้น หรือซื้อ หรือเช่า โดยองค์กรใด องค์กรหนึ่ง เพื่อใช้ในการสื่อสารหรือประชาสัมพันธ์ขององค์กรนั้นโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจจัดว่า เป็นแขนงหนึ่งของสื่อมวลชน แต่ได้พัฒนาเนื้อหาขึ้นมาเพื่อให้ประโยชน์เป็นเรื่อง ๆ ไป ฉะนั้น สื่อเฉพาะกิจโดยทั่วไปมีกลุ่มประชาชนที่มีเป้าหมายที่แน่นอน มีการส่งเนื้อหาต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ เฉพาะกลุ่มแก่ประชาชนกลุ่มนั้น ๆ การนำเสนอเนื้อหาเป็นไปอย่างง่าย ๆ

อาดัมส์ (Adams, 1971, p. 71) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน

คุณลักษณะที่ดีของการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนา คือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งมารวมองค์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแรงอีกแรงหนึ่งในการทำให้บรรลุตามที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและความถูกต้อง นอกจากนี้ยังช่วยให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธีอีกด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจจะเห็นได้ว่าการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษานั้น ควรจะต้องมีการใช้สื่อทั้ง 3 ประเภทนี้ เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทต่างมีจุดเด่นและจุดด้อยที่แตกต่างกันในการก่อให้เกิดการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์จากข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษา ซึ่งแนวคิดนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาคำนี้ในการศึกษาว่าสื่อแต่ละประเภท ซึ่งมีคุณสมบัติแตกต่างกันในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร สื่อชนิดใดที่มีอิทธิพลและมีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดข่าวสารเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาเพื่อให้คณาจารย์และเจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา สามารถนำข่าวสารนั้นไปใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักการสื่อสารมวลชนเรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Perspective) การวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน กล่าวคือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่ และแบบวงจร ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์จึงอาจอธิบายได้ว่า เกิดขึ้นจากความต้องการ (Needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่างๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจาก พื้นฐานทางด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 72)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองและประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาสารที่เปิดรับ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความพึงใจของตนให้มากที่สุด โดยเน้นถึงความสำคัญของผู้รับสารว่าเป็นตัวจักรสำคัญที่สามารถตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการเป็นหลัก

ในการศึกษาตามแนวทฤษฎีนี้ได้มีข้อตกลงเบื้องต้น ดังนี้

1. มนุษย์จึงใจเสาะแสวงหาข่าวสารไม่ได้ถูกยึดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง และมนุษย์มีทางที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2. การใช้บริการสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้น

5. มนุษย์ทุกคนมีความเป็นปัจเจกบุคคลที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ มีดังนี้

1. โดยส่วนใหญ่ ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ (เช่น รายงานพยากรณ์อากาศ)

2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน (เรียกว่าเป็น Goal - oriented activity)

3. ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่น ๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่น ๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย

4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่าง ๆ

แคทซ์และคณะ (Katz and Others) ได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการทำการวิจัยเรื่องการใช้และการทำให้เกิดความพึงพอใจ ไว้ว่า เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ

1) ปัจจัยด้านสังคมและจิตวิทยาของ

2) ความต้องการซึ่งทำให้เกิด

3) การคาดหวังจาก

4) สื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่

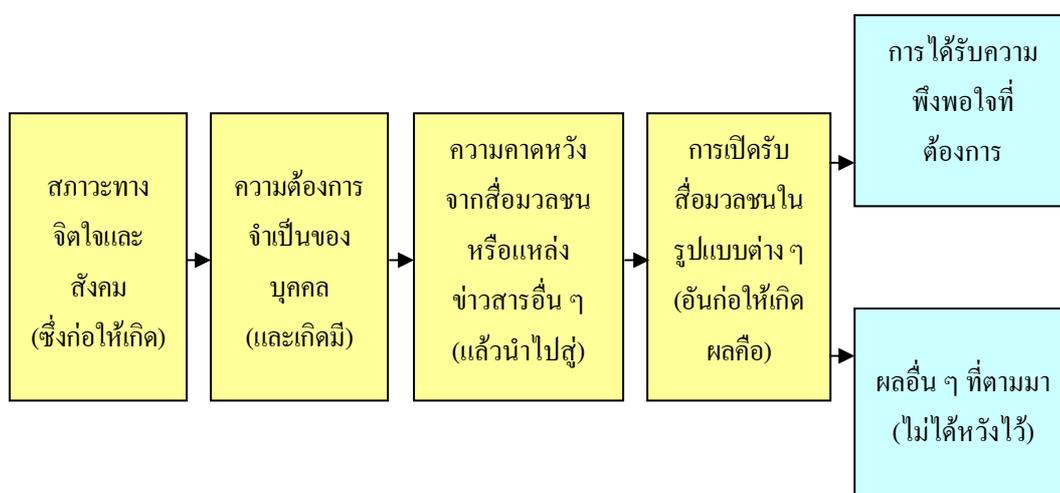
5) รูปแบบต่าง ๆ ของการใช้สื่อมวลชน (หรือ การกระทำกิจกรรมอื่น ๆ )

6) การทำให้เกิดความพอใจตามที่ต้องการ และ

7) ผลอื่น ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผลที่ไม่ได้ตั้งใจ  
แนวคิดของแคทซ์ และคณะ สามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้

แผนภาพที่ 2.2

แบบจำลองการศึกษาความพึงพอใจตามแนวคิดของแคทซ์และคณะ



จากแบบจำลองดังกล่าวนี้ แคทซ์ ได้สร้างเครื่องมือวัดลักษณะการใช้สื่อที่ประยุกต์มาจากแบบจำลองดังกล่าว ให้มีลักษณะใช้งานจริงได้มากขึ้น โดยใช้ตัวแปร 3 ตัวแปรเป็นแกน ในแต่ละตัวแปรมีคุณลักษณะแยกย่อยออกไปและสามารถผสมเป็นสูตรเพื่อจัดแบบแผนการใช้สื่อของบุคคล ดังนี้

1. Mode คือ ลักษณะของความ ต้องการ ประกอบด้วย
  - 1.1 ต้องการเพิ่มมากขึ้น (จากที่มีอยู่แล้ว)
  - 1.2 ต้องการให้น้อยลง (จากที่มีอยู่แล้ว)
  - 1.3 ต้องการได้มา (ยังไม่มีเลย)
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการใช้สื่อ ประกอบด้วย
  - 2.1 รับรู้ข่าวสาร ความรู้
  - 2.2 เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน)
  - 2.3 เพื่อความมั่นใจ เชื่อถือ ความมั่นคงของสถานภาพ
  - 2.4 เพื่อสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มีมนุษย์โยงการติดต่อไปถึงในระดับต่าง ๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัว จนห่างออกไปเรื่อย ๆ ดังนี้

3.1 ตนเอง

3.2 ครอบครัว

3.3 เพื่อนฝูง

3.4 ชนบประเพณี ธรรมเนียม สังคม

3.5 โลกกว้าง

3.6 สิ่งอื่น ๆ ที่อยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

จากองค์ประกอบทั้งสามที่กล่าวนี้ แคทซ์และคณะ (Katz and Others) ได้ออกแบบข้อความแสดงความต้องการของผู้ใช้สื่อ 35 ข้อความ ซึ่งทั้งหมดสามารถนำมาจัดเป็นกลุ่มตามลักษณะของความ ต้องการได้แก่

1. Cognitive Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อจะได้รับทราบข่าวสาร ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2. Affective Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อจะได้รับความพึงพอใจ ในด้านอารมณ์ หรือประสบการณ์ทางด้านอารมณ์

3. Integrative Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อให้ได้การยอมรับ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพทางสังคม

4. Escape Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อหลบเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยง สภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

ไรท์ (Wright) (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2542, น. 74) กล่าวว่า ลักษณะของการศึกษาสื่อ โดยไม่ได้มองเพียงว่า สื่อมีอิทธิพลต่อมนุษย์ แต่มองว่า มนุษย์ต่างหากที่ใช้สื่อเพื่อสนองความ พึงพอใจของตน แท้ที่จริง คือ การมองดูหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร (Functional Approach) ดังนั้น การศึกษาการใช้สื่อและความพึงพอใจในยุคเริ่มต้นจึงค่อนข้างเน้นหนักเกี่ยวกับการแบ่ง ประเภทหน้าที่ที่สื่อมวลชนมีต่อผู้รับสาร แมคควอลและคณะ (McQuial and Others, 1972, pp. 1-3) ได้สรุปหน้าที่ของสื่อเข้าไว้เป็นสี่ประเภทด้วยกัน คือ

1. หน้าที่เสนอข่าวสาร (Information) สนองความต้องการของมนุษย์ที่จะรับรู้ข่าวสาร ความเป็นไปของสังคมที่แวดล้อมตัวบุคคลอยู่

2. สร้างเสริมเอกลักษณ์ (Personal Identity) ของบุคคลสนองความต้องการที่จะมีสิ่ง ที่อ้างอิงถึงและความต้องการที่จะสร้างค่านิยมของตนเอง

3. สร้างเสริมการติดต่อกับสังคม (Social Interaction) สนองความต้องการที่จะมีเพื่อนและติดต่อกับสังคมภายนอก

4. หน้าที่เสนอความบันเทิง (Entertainment) สนองความต้องการที่จะหนีพ้นชั่วขณะ (Escape) ไปจากหน้าที่การงานอันจำเจ เพื่อผ่อนคลายและสนุกสนานไปกับการปล่อยอารมณ์

นอกจากนี้ แมคคอมบส์ และเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979, pp. 51 - 52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการ ดังนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อ เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้

2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันการรับสิ่งต่าง ๆ จะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้

3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อ จะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

ลัลล์ (Lull, 1982, pp. 3-16) ได้อธิบายลักษณะการเลือกใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสังคมของผู้รับสาร ดังนี้

1. เพื่อให้เกิดการจัดวางโครงสร้างในชีวิตประจำวัน เช่น ตื่นนอนตอนเช้าด้วยเสียงปลุกของวิทยุรายการโปรด อ่านหนังสือพิมพ์ในระหว่างทางอาหารเช้า ดูข่าวโทรทัศน์ในระหว่างอาหารเย็น และดูละครโทรทัศน์ก่อนเข้านอน เป็นต้น

2. เพื่อให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง ด้วยการนำเอาเรื่องราว เช่น ข่าวละคร จากสื่อมวลชนมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนฝูง หรือเมื่อต้องการสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

3. เพื่อเพิ่มเติมการติดต่อหรือเพื่อหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์ เช่น การนั่งล้อมวงดูโทรทัศน์อย่างพร้อมหน้ากันในครอบครัว อาจเพิ่มบรรยากาศของความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ ในขณะที่เดียวกันในสถานการณ์ที่ต่างกัน บางคนอาจเลือกที่จะเอาใจจดใจจ่ออยู่หน้าโทรทัศน์เพื่อตัดขาดออกจากผู้คนรอบข้างในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หรือเลี้ยงไปดูโทรทัศน์ตามลำพังในห้องนอน

4. เพื่อการเรียนรู้ทางสังคม ผู้รับสารสามารถที่จะเรียนรู้รายละเอียดของประเด็นที่อ่อนไหวทางสังคมต่าง ๆ เช่น ประเด็นเรื่องการจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติได้โดยผ่านรายการข่าวและวิเคราะห์ข่าวจากโทรทัศน์

5. เพื่อเพิ่มสมรรถนะในการควบคุมสถานการณ์ เช่น การได้รับรู้ข่าวสารก่อนผู้อื่น เพื่อนำไปสู่การจัดเตรียมหรือป้องกันภัย เช่น รู้ข่าวพายุได้ล่วงหน้าเพื่อเตรียมหาทางป้องกันน้ำท่วม

ส่วนบลูมเมอร์ และคณะ (Blumer and Others) (พสุ ชัยเวฬุ, 2541, น. 21-23) ได้จำแนกความพึงพอใจของผู้รับสารจากการเปิดรับสารออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เช่น การใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสอยู่ร่วมกับครอบครัว

3. เอกลักษณะของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน

4. ฐูเหตุการณั (Surveillance)

ชาร์ล แอตคิน (Chales Atkin) (พีระ จิระโสภณ, 2531, น. 639) แบ่งประเภทของสารที่สามารถสนองตอบความต้องการของบุคคลได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. สารที่ให้ความพึงพอใจในทันทีในเชิงการบริโภค (Consumatory) หมายความว่าสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจของบุคคลที่เกี่ยวกับความสนใจส่วนตัวและสารที่ให้ความบันเทิงสนุกสนาน

2. สารที่ใช้ประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน (Instrumental) หมายความว่า สารที่ลดความไม่รู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก

อย่างไรก็ตาม สารบางอย่างอาจให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกันด้วย

คิปแพกซ์ และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980, pp. 355-359) ยังได้เพิ่มเติมการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อนั้น ตลอดจนการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้รับสารมีความแตกต่างกันในปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อหลากหลายประเภทมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อ

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531, น. 130-136) ได้ศึกษาเพิ่มเติมถึงความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนที่ แมคควอล (McQuail) ได้สร้างไว้ เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อและความพึงพอใจของผู้รับสาร ซึ่งมีดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
  - 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก
  - 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นและในการตัดสินใจ
  - 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ
  - 1.4 ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
  - 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคงโดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
  - 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
  - 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
  - 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
  - 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ใช้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
  - 4.1 การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
  - 4.2 การผ่อนคลาย
  - 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
  - 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
  - 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
  - 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนั้น งานวิจัยของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985, p. 45) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความที่ต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)
2. Social Gratifications เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือ ใช้ข้อมูลเพื่อการชักจูง
3. Para – social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้อخبارเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ
4. Para - orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้อخبارเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น

จากองค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่า การเลือกเปิดรับสารมีปัจจัยทั้งในส่วน ของบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประสบการณ์ การศึกษา ความรู้ ความ สนใจ หรืออื่น ๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ล้วนแต่เป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการในการใช้สื่อและการใช้ประโยชน์ รวมไปถึงการ ได้รับการตอบสนองของความพึงพอใจจากสื่อ

### แนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา

การประกันคุณภาพการศึกษา (Quality Assurance) หมายถึง การบริหารจัดการและ การดำเนินกิจกรรมตามภารกิจปกติของสถานศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการสร้างความมั่นใจให้ผู้รับบริการทางการศึกษา ทั้งผู้รับบริการโดยตรง ได้แก่ ผู้เรียน และ ผู้ปกครองและผู้รับบริการทางอ้อม ได้แก่ สถานประกอบการ ประชาชน และสังคมโดยรวมว่าการ ดำเนินงานของสถานศึกษาจะมีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้เรียนมีคุณภาพหรือคุณลักษณะที่พึง ประสงค์ตามมาตรฐานการศึกษาที่กำหนด การประกันคุณภาพ มีแนวคิดอยู่บนพื้นฐานของการ “ป้องกัน” ไม่ให้เกิดการทำงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและผลผลิตไม่มีคุณภาพ (สถาบันส่งเสริมการ ประเมินคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาแห่งชาติ, 2545)

### กระบวนการประกันคุณภาพการศึกษา

กระบวนการการประกันคุณภาพการศึกษา ประกอบด้วยขั้นตอน ดังนี้

1. การควบคุมคุณภาพภายใน (Internal Quality Control) เป็นส่วนที่สถาบัน อุดมศึกษาจะต้องจัดให้มีระบบและกลไกการควบคุมคุณภาพภายในขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะ มีผลต่อคุณภาพของบัณฑิต และต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยใช้หลักการของการควบคุม คุณภาพที่เหมาะสม พร้อมทั้งการมีระบบตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการภายในด้วย

2. การตรวจสอบคุณภาพ (Quality Auditing) หมายถึง การตรวจสอบผลการ ดำเนินการของระบบและกลไกควบคุมคุณภาพภายในที่สถาบันอุดมศึกษาได้จัดให้มีขึ้น โดย จะเป็นการตรวจสอบเชิงระบบ มุ่งเน้นการพิจารณาว่าสถาบันได้มีระบบการควบคุมคุณภาพหรือ ไม่ได้ใช้ระบบที่พัฒนาขึ้นเพียงใด และมีขั้นตอนการดำเนินการที่จะทำให้เชื่อถือได้หรือไม่ว่า การ จัดการศึกษาจะเป็นไปอย่างมีคุณภาพ ทั้งนี้ มุ่งเน้นการตรวจสอบในคณะวิชาเป็นหลัก

3. การประเมินคุณภาพ (Quality Assessment) หมายถึง กระบวนการประเมินผลการดำเนินการของคณะวิชาโดยภาพรวมว่า เมื่อได้มีการใช้ระบบการประกันคุณภาพ หรือระบบควบคุมคุณภาพแล้ว ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงคุณภาพมากน้อยเพียงใด

ทั้งนี้ การตรวจสอบและประเมินคุณภาพนี้จะกระทำอย่างเป็นระบบ โดยมีกฎเกณฑ์และแนวทางการดำเนินการที่ชัดเจน

โดยสรุป กระบวนการประกันคุณภาพการศึกษา ประกอบด้วย

1. การควบคุมคุณภาพ (Quality Control)
2. การตรวจสอบคุณภาพ (Quality Auditing)
3. การประเมินคุณภาพ (Quality Assessment)

### ระบบการประกันคุณภาพการศึกษา

ระบบการประกันคุณภาพการศึกษา อาจจำแนกได้เป็น 2 ส่วน คือ การประกันคุณภาพภายในและการประกันคุณภาพภายนอก

1. การประกันคุณภาพภายใน หมายถึง กิจกรรมการควบคุมคุณภาพภายในสถาบันอุดมศึกษา โดยการดำเนินการของสถาบันอุดมศึกษาเอง เพื่อให้มีความมั่นใจว่าสถาบันอุดมศึกษาดำเนินการตามภารกิจหลักอย่างมีคุณภาพ

กระบวนการประกันคุณภาพภายใน ประกอบด้วย

- 1) การควบคุมคุณภาพ
- 2) การตรวจสอบคุณภาพ
- 3) การประเมินคุณภาพ

2. การประกันคุณภาพภายนอก หมายถึง การดำเนินการตามระบบควบคุมคุณภาพภายใน พร้อมทั้งการตรวจสอบและการประเมินผลทั้งระบบ โดยหน่วยงานภายนอกเพื่อประกันว่าสถาบันอุดมศึกษาดำเนินการตามภารกิจหลักได้อย่างมีคุณภาพ

กระบวนการประกันคุณภาพภายนอก ประกอบด้วย

- 1) การตรวจสอบคุณภาพที่ผ่านกระบวนการประกันคุณภาพภายใน
- 2) การประเมินคุณภาพ
- 3) การให้การรับรอง

องค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างการประกันคุณภาพภายในและการประกันคุณภาพภายนอก มีปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

## ตารางที่ 2.2

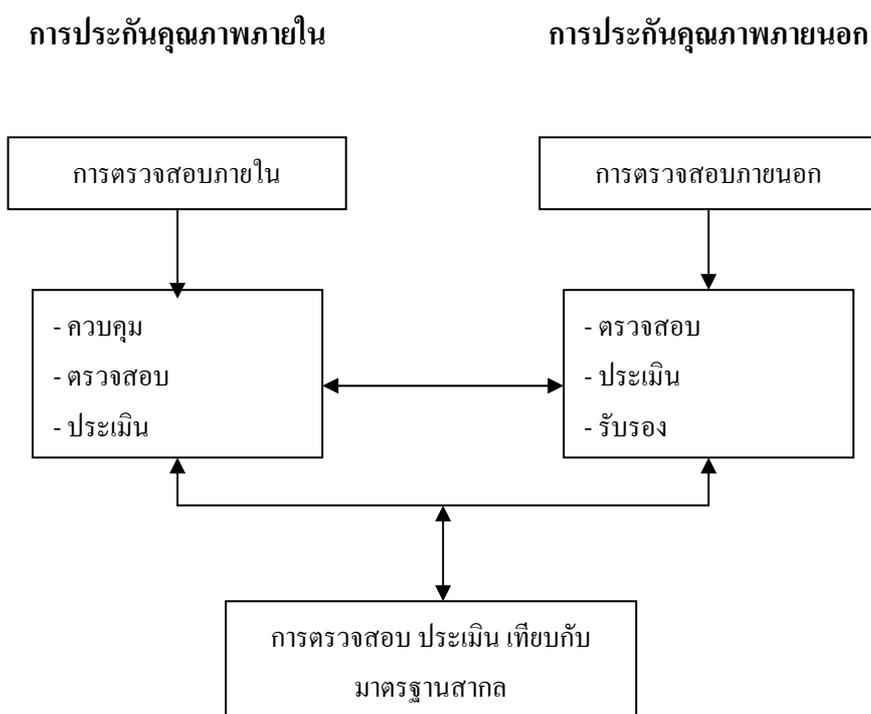
แสดงองค์ประกอบและความสัมพันธ์ระหว่างการประกันคุณภาพภายใน  
และการประกันคุณภาพภายนอก

การประกันคุณภาพภายใน	การประกันคุณภาพภายนอก
ผู้รับผิดชอบ : สถาบันอุดมศึกษา	ผู้รับผิดชอบ : สกอ.
กระบวนการ - ควบคุมคุณภาพ	กระบวนการ - ตรวจสอบคุณภาพ
- ตรวจสอบคุณภาพ	- ประเมินคุณภาพ
- ประเมินคุณภาพ	- การให้การรับรอง

ความสัมพันธ์ระหว่างการประกันคุณภาพภายใน ภายนอก และมาตรฐานการศึกษา  
ของไทยและระดับสากลสามารถแสดงเป็นแผนภาพ ได้ดังนี้

## แผนภาพที่ 2.3

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการประกันคุณภาพภายใน ภายนอก  
และมาตรฐานการศึกษาของไทยและระดับสากล



## ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนการดำเนินงานประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

### ขั้นตอนที่ 1 การดำเนินการประกันคุณภาพภายใน

1. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาแจ้งให้สถาบันอุดมศึกษาทุกแห่งทั้งภาครัฐและเอกชนดำเนินการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน โดยมุ่งที่ระดับคณะวิชาเป็นหลัก

2. สถาบันอุดมศึกษาสร้าง พัฒนา ดัดแปลง หรือเลือกกระบวนการประกันคุณภาพที่เหมาะสมและสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายปณิธานของสถาบัน โดยเป็นระบบที่เชื่อถือได้ และอ้างอิงได้ทั่วไป 1 ระบบ และแจ้งให้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาทราบพร้อมเสนอแผนดำเนินงานประกันคุณภาพภายใน

3. การประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถาบันอุดมศึกษา ควรครอบคลุมภาระงาน 4 ด้านของสถาบันอุดมศึกษา คือ

- 3.1 ด้านการผลิตบัณฑิต
- 3.2 ด้านการวิจัย
- 3.3 ด้านการบริการทางวิชาการแก่สังคม
- 3.4 ด้านทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

4. สถาบันอุดมศึกษาอาจเน้นภารกิจที่แตกต่างกันได้

5. คณะวิชา / มหาวิทยาลัย / สถาบัน ดำเนินการประกันคุณภาพทุกปี

### ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการประกันคุณภาพภายนอก

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาดำเนินการ ดังนี้ คือ

1. จัดตั้งคณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อรับผิดชอบในการรับรองมาตรฐานการศึกษาระดับชาติ

2. จัดตั้งคณะอนุกรรมการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา เพื่อให้ทำหน้าที่เสนอแนะการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพต่อสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา

3. จัดตั้งคณะอนุกรรมการตรวจสอบและประเมินคุณภาพอุดมศึกษา เพื่อให้ทำหน้าที่เยี่ยมชมตรวจสอบประเมินคุณภาพทุก 5 ปี และเสนอรายงานต่อคณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาทำหน้าที่เป็นฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษา รวมทั้งเป็นหน่วยงานการ

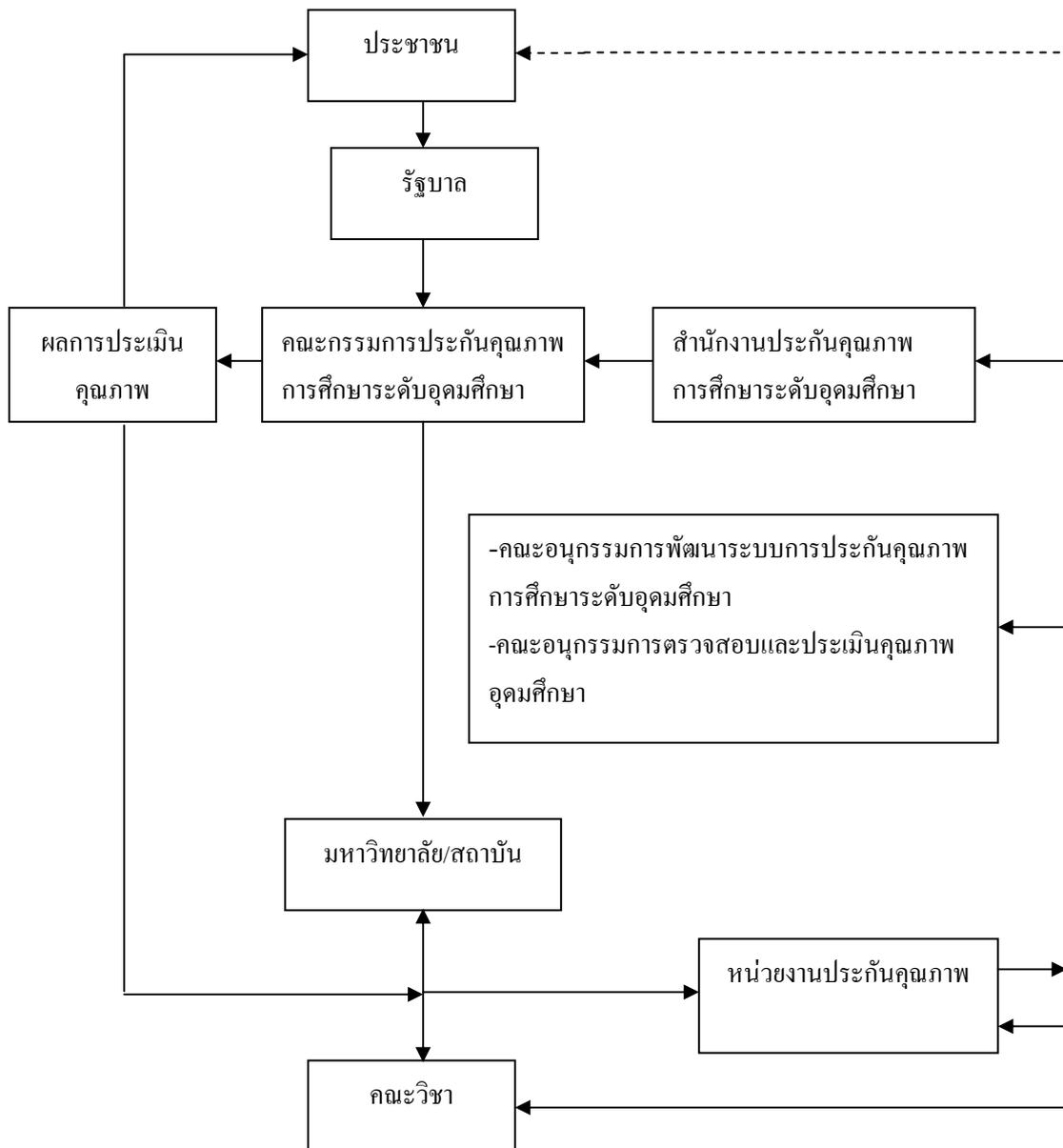
ติดตาม ส่งเสริม สนับสนุน และประสานงาน เพื่อสนับสนุนให้สถาบันอุดมศึกษาพัฒนาระบบและกลไกการประกันคุณภาพการศึกษาได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยทั้งนี้จะดำเนินการจัดตั้งสำนักงานประกันคุณภาพการศึกษาระดับอุดมศึกษาขึ้น

### ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการรับรองคุณภาพ

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา จะแจ้งผลการประกันคุณภาพคณะวิชาให้กับสถาบันอุดมศึกษา และสาธารณชนได้รับทราบต่อไป และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา อาจจัดสรรงบประมาณให้กับสถาบันอุดมศึกษา เพื่อให้คณะวิชาที่ผ่านการรับรองการประกันคุณภาพการศึกษาคืบหน้าสู่ความเป็นเลิศ สำหรับคณะวิชาที่ไม่ผ่านการรับรองก็ให้พัฒนาไปสู่ระดับคุณภาพที่ได้มาตรฐานต่อไป

ตารางที่ 2.3

โครงสร้างระบบการประกันคุณภาพอุดมศึกษาของประเทศไทย



จากแนวคิดเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาข้างต้นนี้ ทำให้เรามองเห็นภาพและเข้าใจกระบวนการการประกันคุณภาพการศึกษาได้อย่างชัดเจนว่ามีกระบวนการและทิศทาง การดำเนินงานเป็นอย่างไร ซึ่งการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องรวมทั้งการใช้การสื่อสารที่มี การวาง

แผนการใช้สื่อและศึกษาผู้รับสารเป็นอย่างดีแล้ว ก็จะทำให้การดำเนินการประกันคุณภาพ การศึกษาในสถาบันการศึกษาสัมฤทธิ์ผลได้ด้วยดี

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นิตยา บุญชุ่ม (2546, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจ ในข่าวสาร เรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาของอาจารย์มหาวิทยาลัยในภาคเหนือ พบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพไม่แตกต่างกัน และมีการเปิดรับข่าวสารเรื่องการประกันคุณภาพจากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจอยู่ใน ระดับต่ำ การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจซึ่งอยู่ในระดับที่ สูง

พนิดา สมประจบ (2543, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การรับสารนิเทศเกี่ยวกับการ ประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรในสถานศึกษาสังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” พบว่า บุคลากรในสถานศึกษาสังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลมีความคิดเห็นต่อการรับสารนิเทศ เกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษาในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่ได้รับการประชุมและ สัมมนาในเรื่องความต้องการรับสารนิเทศ พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่ต้องการรับจากการประชุมและ สัมมนาเป็นหลัก

มาลีมาส สิทธิสมบัติ และคณะ (2549, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของบุคลากร ในคณะบริหารธุรกิจ และคณะเศรษฐศาสตร์ที่มีต่อการประกันคุณภาพการศึกษาภายในของ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า ทักษะคติของบุคลากรในคณะบริหารธุรกิจ และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในด้านความรู้ความเข้าใจ ส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ ประกันคุณภาพการศึกษาภายในเป็นอย่างดี ส่วนทัศนคติในด้านความคิดเห็นส่วนใหญ่อยู่ใน ระดับเห็นด้วย ทั้งในเรื่องความสอดคล้อง ความเหมาะสม ความพร้อม ความเข้าใจง่าย ความ ชัดเจน และการประชาสัมพันธ์ของการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน บุคลากรส่วนใหญ่เห็น ด้วยว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานของการประกันคุณภาพการศึกษาขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์และ ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการประกันคุณภาพการศึกษาภายในของผู้บริหารในคณะและการวางแผนการประกันคุณภาพการศึกษาภายในเป็นสิ่งจำเป็นก่อนการนำแผนการประกันคุณภาพ การศึกษาดังกล่าวมาสู่การปฏิบัติ ยกเว้นในเรื่องการนำระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ภายในไปใช้จริง ความคิดเห็นของบุคลากรส่วนใหญ่อยู่ในระดับไม่แน่ใจ สำหรับทัศนคติในด้าน พฤติกรรมของบุคลากร ส่วนใหญ่เห็นว่าการปฏิบัติงานภายในองค์กรมีความสอดคล้องกับการ

ประกันคุณภาพการศึกษาภายใน มีผู้รับผิดชอบโดยตรง และได้รับความร่วมมือจากบุคลากรทุกท่านในการจัดทำและตรวจสอบผลการประกันคุณภาพการศึกษาภายในองค์กร ซึ่งมีการจัดทำและตรวจสอบมากกว่า 1 ครั้งต่อปี บุคลากรมีทักษะในการจัดทำรายงานการศึกษาตนเอง และเพิ่มละสมงาน บุคลากรมีลักษณะการปฏิบัติงานในการช่วยส่งเสริมให้การประกันคุณภาพการศึกษาภายในบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้ ความชัดเจนของงานอยู่ในระดับปานกลางถึงดี ในขณะที่อิสระ เสรีภาพ การปฏิบัติตามระบบ และความภูมิใจของบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง แต่บุคลากรมีความพึงพอใจมากที่ได้มีส่วนร่วมและได้ให้ความร่วมมือในการจัดทำประกันคุณภาพการศึกษาภายใน อุปสรรค หรือปัญหาต่าง ๆ ในการประกันคุณภาพการศึกษาภายใน ทั้งในด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากร ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านงบประมาณ มีอุปสรรค หรือปัญหาต่าง ๆ ในระดับปานกลาง

กาญจนา เขียววิทย์การ (2540, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ พบว่าผู้ใช้การสื่อสารระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการรับรู้และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารซึ่งเกิดขึ้นกับตนเองและทำให้ได้รับความสะดวก

ปิยนุช เกตกะโกลม (2540, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ พบว่า บุคลากรของหน่วยงานที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรขนาดใหญ่ไม่แตกต่างกันและการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในองค์กรนั้น

องอาจ ฤทธิทองพิทักษ์ (2539, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารผ่านระบบเว็ลด์ไวด์เว็บของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ในแง่ของการใช้ประโยชน์จากระบบเว็ลด์ไวด์เว็บ เพื่อการพัฒนาตนเองในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านทักษะการใช้งานระบบเว็ลด์ไวด์เว็บและด้านวิชาการ เพื่อเป็นสื่อในการสนองตอบความต้องการด้านข่าวสารและการพักผ่อนหย่อนใจด้วย ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้ที่มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารและแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อเสริมความเด่นและเพื่อให้ตนเองได้รับความปลอดภัยและความสะดวกสบาย

ต่อตระกูล อุบลวัตร (2545, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการนำรูปแบบการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลางไปใช้ในการสอนของอาจารย์โรงเรียนสาธิตในกรุงเทพมหานคร พบว่าลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แต่ในบางกรณี พบว่าลักษณะทางประชากรบางอย่าง เช่น อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันไปด้วย และยังส่งผลให้มีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปบ้างเฉพาะสื่อบางประเภท เช่น สื่อมวลชน เป็นต้น