

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา “ทัศนคติของนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อราชบัณฑิตยสถาน” ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานและแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
3. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวความคิดเรื่องการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากรศาสตร์

(Demographic Analysis of An Audience)

ในการวิจัยทางสื่อสารมวลชน การวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นวิธีการหนึ่งที่มีความนิยมอย่างมาก เนื่องจากผู้รับสารประกอบไปด้วยกลุ่มคนจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย (หรือที่เรียกว่ามีลักษณะเป็นมวลชน) เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นคน ๆ ไปได้ และผู้ส่งสารก็ไม่ได้รู้จักผู้รับสารแต่ละคนอีกด้วย ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดจึงต้องจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic) เช่น จำแนกตามเพศ อายุ สถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม การศึกษา ศาสนา เป็นต้น แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เป็นทฤษฎีที่อยู่บนพื้นฐานของหลักการที่ว่า พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงขับภายนอกที่มากกระตุ้น และพฤติกรรมส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางเอาไว้ และสังคมทั่ว ๆ ไปมักจะกำหนดให้บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง มีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น ท่าทางเอียงอายดูจะน่ารักสำหรับเด็กสาว แต่ดูไม่สมวัยสำหรับหญิงชรา (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 302)

อาจกล่าวได้ว่าการที่มนุษย์ในสังคมมีความแตกต่างกันทั้งทางเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ย่อมก่อให้เกิดความแตกต่างกันทั้งทางด้านความคิด ทัศนคติ รูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมที่แสดงออก

การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมต่างกัน ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่าพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ ก็น่าจะแตกต่างกันด้วย พฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าว นอกจากจะหมายถึงการเลือกใช้ถ้อยคำภาษา หรือการใช้อวัจนภาษา ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ งานวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์จึงมักจะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ โดยการตั้งสมมติฐานที่ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ร่วมกัน ย่อมมีทัศนคติ และพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เนื่องจากบุคคลแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิต (ซึ่งในที่นี้หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต) และการใช้เวลาว่างที่แตกต่างกัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 45)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ทำการศึกษาประกอบด้วย

อายุ อายุนับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเรามีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนหรือแตกต่างกัน ทั้งในแง่ของความคิด ความสนใจ และพฤติกรรม นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในการใช้สื่อมวลชนอีกด้วย ในวัยเด็กจะมีการใช้สื่อโทรทัศน์สูงมาก และจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนกระทั่งอายุ 12-14 ปี เมื่อเข้าสู่วัยรุ่น โลกของเด็กก็จะกว้างขึ้น โรงเรียนเพื่อน และตัวสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อเด็กในทุกทิศทุกทาง เด็กวัยรุ่นจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่เนื่องจากต้องเรียนหนักขึ้น บทบาทของสื่อโทรทัศน์ก็น้อยลง โดยวัยรุ่นจะนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าเนื่องจากฟังเพลงไปด้วย ทำการบ้านไปด้วยได้ สำหรับผู้ใหญ่การเปิดรับโทรทัศน์ วิชิตและหนังสือพิมพ์จะมีมากพอ ๆ กัน เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง เพราะสายตาเสื่อมลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน ปริมาณการดูโทรทัศน์ก็กลับเพิ่มมากขึ้นเนื่องมาจากเวลาว่างมากขึ้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 49-47) นอกจากนี้ รูปแบบของรายการที่ดูหรือคอลัมน์ที่อ่านก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละวัยด้วย

เพศ การวิจัยทางจิตวิทยาหลาย ๆ ชิ้น ได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะสังคม และวัฒนธรรมกำหนดบทบาทแนวทางการใช้ชีวิต และกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 106) สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนนั้นเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากว่าดูโทรทัศน์ เพศชายมักดูรายการข่าว และกีฬา (Greenberg and Kumata, 1968, p. 342 อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันท์ชอน, 2546, น. 32)

การศึกษา การศึกษา อาชีพรายได้ล้วนแต่เป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดรูปแบบการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของคนในสังคม ปรมะ สตะเวทิน (2546, น. 108) กล่าวว่า คนที่ได้รับการศึกษา ที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน หรือในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป เพราะคนที่ได้รับการศึกษาที่แตกต่างกัน เพราะคนที่มีการศึกษาสูงหรือความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้ เพราะคนที่มีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้เป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ ทุกอย่างต้องมีเหตุผลสนับสนุนอย่างเพียงพอ

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์อย่างมากกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร ทั้งในส่วนของประเภท และเนื้อหาสื่อที่เปิดรับ ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้จากรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้รับสารเอง บุคคลมีการศึกษาสูงมักต้องถูกจัดโดยแบบแผนการทำงานที่แตกต่างไปจากผู้มีการศึกษาน้อย คนที่มีการศึกษาสูง มักมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ต้องใช้เวลาว่างนอกบ้านเพื่อภารกิจนอกบ้าน เช่น การไปประชุม การเข้าสังคม ทำให้เวลาที่จะใช้ไปกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อย่างวิทยุหรือโทรทัศน์ย่อมน้อยลง ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์นั้นหาซื้อได้ง่าย และสามารถนำติดตัวไปได้ด้วยรวมทั้งยังมีเงินมากพอที่จะเลือกซื้อความบันเทิงที่อยู่นอกบ้าน เช่น ชมละคร คอนเสิร์ต หรือหย่อนใจตามสถานเริงรมย์ต่าง ๆ ดังนั้นอายุมากขึ้น ภารกิจการงานก็ย่อมมากขึ้น เวลาในการเปิดรับสื่อก็จะมีน้อยลงไป กล่าวโดยสรุปก็คือ เมื่อคนมีการศึกษาสูงขึ้นต้องการจะจัดสรรเวลาในการเปิดรับสื่อให้เหมาะสม พวกเขาจะลดเวลาที่ให้กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ลงมากกว่าจะลดเวลาที่ให้กับหนังสือพิมพ์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 47) ทั้งนี้ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้ตัวแปรทางด้านความแตกต่างทางประชากรศาสตร์ในแง่ของระดับการศึกษา คือ ตัวแปรชั้นปีที่แตกต่างกันของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร ว่า ความแตกต่างของชั้นปีทำให้ทัศนคติและการเปิดรับข่าวสารจากราชนิตยสถานแตกต่างกันหรือไม่

รายได้ รายได้ และอาชีพจัดได้ว่าเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากอาชีพ เป็นตัวกำหนดแหล่งที่มา และระดับความมั่งคั่งของรายได้นอกจากนี้ยังเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาเป็นอย่างมากอีกด้วย เพราะโดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะประกอบอาชีพที่มีรายได้สูงตามไปด้วย คนที่มีการศึกษาสูงแต่รายได้ต่ำมีน้อย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้น ส่วนใหญ่มักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ไม่ค่อยได้มีรายได้สูง ดังนั้น การศึกษา อาชีพ รายได้ มักถูกมองรวม ๆ กันไปว่าเป็นสถานะทางเศรษฐกิจ และสังคมของบุคคล (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, น. 49) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาตัวแปรในแง่รายได้ว่า ตัวแปรรายได้ของครอบครัวของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร

ว่า ตัวแปรรายได้ของครอบครัวที่แตกต่างกัน ทำให้ทัศนคติและการเปิดรับข่าวสารจากราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกันหรือไม่

การศึกษาความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถเป็นตัวบ่งพฤติกรรมการสื่อสารได้ค่อนข้างชัดเจน แต่ทั้งนี้ไม่น่าจะมาจากการที่ตัวแปรเหล่านี้มีอิทธิพลโดยตัวของมันเอง กล่าวคือ การที่ผู้หญิงดูโทรทัศน์มากกว่าผู้ชาย ก็ไม่ได้หมายความว่า ผู้หญิงที่ชอบดูโทรทัศน์ แต่ผู้ชายไม่ชอบดูโทรทัศน์ หรือเป็นอุปนิสัยของแต่ละเพศที่แตกต่างกัน หากแต่กลุ่มผู้รับสารที่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน น่าจะมาจากตัวแปรสำคัญตัวอื่น ๆ ซึ่งก็มองเห็นได้ชัดเจนว่า น่าจะมาจากโอกาสในการเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารเอง (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 72)

การศึกษาความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ นับเป็นตัวแปรสำคัญเพื่อใช้ศึกษาความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ซึ่งคาดว่าจะมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารวิชาการของราชบัณฑิตยสถาน ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานความคิดที่ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน อันได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี และรายได้ เป็นผลให้มีทัศนคติ และการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ**

ทัศนคติเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล เป็นการจัดระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุปนิสัย และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ การจัดระเบียบดังกล่าวจะมีลักษณะที่รวมตัวขึ้นหลังจากที่ได้มีการประเมินเป็นแนวโน้มไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ ถ้าเราสังเกตดูจะเห็นว่า มนุษย์ทุกคนที่ใช้ชีวิตผ่านไปวันต่อวันนั้น ทุกคนจะเกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ และเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ๆ เสมอ และเขาจะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา คนทุกคนจะมีระเบียบของแนวความคิด และความเชื่อต่อทุกสิ่งเป็นไปในทางหนึ่งทางใดเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีการเฉยที่มีใจเป็นกลางและเห็นทุกอย่างเหมือนกันมีคุณค่าเท่ากัน เหตุที่เป็นเช่นนั้นเพราะทุกคนต่างก็มีคุณลักษณะของสิ่งจูงใจและอารมณ์ (motivation and emotional characteristics) แตกต่างกันไปนั่นเอง (ธงชัย สันติวงษ์, 2537, น. 161)

## ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) มาตามศัพท์ภาษาลาตินว่า "Aptus" แปลว่า โน้มเอียง เหมาะสม และนำมาใช้ในความหมายของคำ "Attitude" ว่าท่าทีที่แสดงออกของคนเราซึ่งบ่งถึงสภาพของจิตใจ ซึ่งมีผู้ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า ทัศนคติ ไว้มากมายดังนี้

ทัศนคติตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 หมายถึง แนวความคิดความคิดเห็น

นอร์มัน แอล มูน (Norman L. Mun, 1971, p. 77 อ้างถึงใน ดรรงค์ชวล ลิ้มรัตน์, 2542, น. 9-10)

กล่าวไว้ว่า "ทัศนคติ" เป็นความรู้สึกหรือปฏิเสฐซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดง ปฏิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมตามแนวความคิดนั้น การ์แดน เอ็ม. ฮอลพอร์ต (Gardan M. Allport, 1935, p. 810) สรุปว่า ทัศนคติเป็นสภาพของสมอง และประสาท ซึ่งมีผลและอิทธิพล โดยตรงต่อการตอบสนองของเอกบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ทั้งหมด หรือสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งหมด ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับบุคคลนั้น

อรวรรณ ปิลันธนีโอวาท (2546, น. 25) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ หมายถึง แนวโน้ม ของคน ๆ หนึ่งที่มีต่อสิ่งเร้าหรือเรื่องบางเรื่อง รวมถึงผลรวมของความรู้สึก อคติ ความกลัว ความคิด และความรู้สึกอื่น ๆ ที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ และมีความสัมพันธ์กับความเชื่อ (Beliefs) ในเรื่องต่าง ๆ หรือโลกทัศน์ที่ปลูกฝังอยู่ก่อนแล้ว (Predispositions) โดยที่ทัศนคติ คือ ความเชื่อที่มีการประเมินค่า (Evaluative belief) ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ จึงหมายถึง การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของ ความเชื่อหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาในเรื่องความเชื่อบางประการ ซึ่งจะกลายเป็นทัศนคติต่อไป

ธงชัย สันติวงษ์ (2537, น. 187) ได้ให้ความหมายของทัศนคติ ดังนี้ ทัศนคติเป็นลักษณะ ของแนวโน้มตามปกติของตัวบุคคลในการที่จะชอบหรือเกลียดสิ่งของ บุคคล และปรากฏการณ์ต่าง ๆ คือ ทัศนคติจะเป็นลักษณะของระบบซึ่งมีแนวโน้มที่จะประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ และสำหรับ แต่ละคน ทัศนคติของแต่ละคนก็คือโลกแห่งความเป็นจริงของเขา (map of his world)

แซนนา และ เรมเพิล (Zanna & Rempek, 1988, quoted in Littlejohn, 1999, p. 134) ได้อธิบายถึงทัศนคติว่า ทัศนคติมีพื้นฐานอยู่บนข้อมูล 3 อย่างคือ ข้อมูลความรู้ (cognition information) ข้อมูลเกี่ยวกับอารมณ์/ความรู้สึก (affective/emotional information) และพฤติกรรม ในอดีต (past behaviors) ซึ่งทัศนคติเป็นผลมาจากข้อมูลที่ถูกจัดให้แก่ผู้รับสารโดยผู้ชักจูง ซึ่งข่าวสารเกี่ยวกับความรู้ (cognition information) เรียกกันว่า ความเชื่อ (belief) ซึ่งความคิดนี้ เป็นแนวคิดเกี่ยวกับอะไรคือ ความจริงหรือความเท็จ (A belief is an idea we have about what is

true or false.) เช่น เราอาจเชื่อว่าตัวเราน่าดึงดูดใจเมื่อเราใส่เสื้อสีฟ้า โรเคซ มิลตัน Miltion Rokesch (1986 quoted in Littlejohn, 1999, p. 134) กล่าวถึงความเชื่อว่า ความเชื่อเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสังเกตได้ แต่เราสังเกตได้จากคำพูดและการกระทำของบุคคลที่จะชี้ให้เห็นความเชื่อของพวกเขา ข้อมูลเกี่ยวกับอารมณ์หรือความรู้สึก (affective/emotional information) นี้ เป็นข้อมูลชนิดที่ 2 ที่เป็นตัวสร้างทัศนคติคือ ข้อมูลความรู้สึกและอารมณ์ ประกอบด้วยอารมณ์ (emotion) ความต้องการ (needs) และคุณค่า (values) ส่วนข้อมูลสุดท้ายที่เป็นองค์ประกอบของทัศนคติคือ พฤติกรรมในอดีต (past behaviors) ทัศนคตินี้ยังประกอบด้วยพฤติกรรมในอดีต ประสบการณ์ตรงของเราซึ่งบางอย่างเป็นเหตุให้เรา มีทัศนคติบางอย่างต่อวัตถุ บุคคล หรือความคิดนั้น เช่น ในการเลือกร้านอาหาร เราจะใช้ประสบการณ์ที่มีในการเลือกร้านอาหาร ทัศนคติต่อร้านนั้นอาจเป็นเชิงลบหรือเชิงบวก แต่ประสบการณ์จะนำไปสู่การตัดสินใจในการเลือกร้าน เป็นต้น

จากที่กล่าวมาแล้วสรุปความหมายของทัศนคติได้ว่า ทัศนคติ คือ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งมาจากประสบการณ์ทางตรงหรือประสบการณ์ทางอ้อม ซึ่งเป็นลักษณะทางจิตใจในภาพรวมที่จะชอบหรือไม่ชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ไม่ว่าจะป็นวัตถุ สิ่งของ บุคคล หรือสถาบัน ซึ่งความชอบหรือไม่ชอบนี้จะมีแนวโน้มที่จะแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม และจะแตกต่างกันไปขึ้นกับค่านิยมและประสบการณ์ของบุคคลแต่ละคน แต่ในการศึกษาวิจัยนี้ จะให้ความสำคัญกับทัศนคติตามแนวคิดของ ฟิชเบริน และ อาเซน (Fishbein and Ajzen, 1975, p. 8 อ้างถึงใน กรรณก นิลดำ, 2549, น. 57) ที่ให้ความหมายของทัศนคติคือ ความรู้สึก (Affection) ซึ่งเป็นการประเมินค่า (Evaluation) ตามธรรมชาติของมนุษย์ที่จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่โดดเด่นที่สุดของทัศนคติ โดยจะเน้นที่ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อราชบัณฑิตยสถาน ซึ่งทัศนคตินี้จะสะท้อนออกมาในรูปแบบลักษณะบวกคือ เห็นด้วยหรือชื่นชม และในลักษณะลบคือ ไม่เห็นด้วยหรือไม่ชื่นชม และลักษณะที่เป็นกลางหรือเฉย ๆ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้

### ส่วนประกอบของทัศนคติ

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk, 1975, pp. 202-203 อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 45) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเกิดขึ้นจากองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognition) หรือข้อมูลที่เราสัมผัสต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดจากการผสมผสานกันระหว่างประสบการณ์ตรงที่เราสัมผัสต่อวัตถุ กับข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุ ความรู้ และการรับรู้ดังกล่าวจะก่อตัวขึ้นเป็นความเชื่อต่าง ๆ (Belief) เกี่ยวกับ

วัตถุ หรือสิ่งนั้น ด้วยเหตุนี้ทัศนคติที่มีต่อวัตถุ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งจึงประกอบไปด้วยความเชื่อที่มีคุณสมบัติหลายประการซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมที่ให้ผลเฉพาะอย่าง

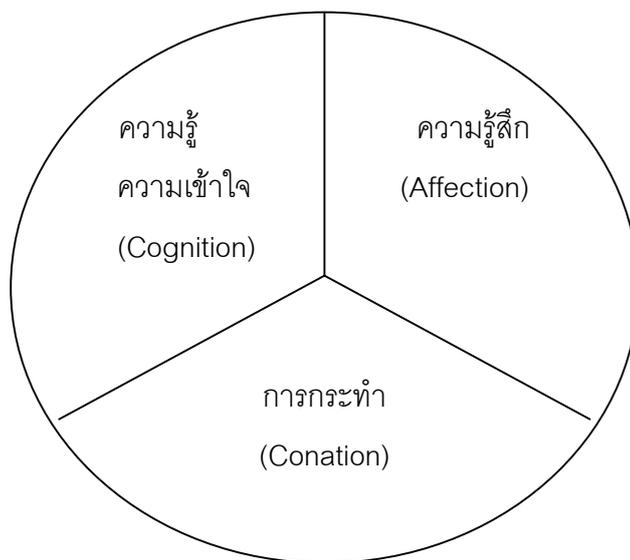
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affection) หรืออารมณ์ (Emotion) ซึ่งถือได้ว่าเป็นคุณสมบัติสำคัญที่สุดในการประเมินค่าตามธรรมชาติของมนุษย์ กล่าวคือ เป็นปฏิกิริยาทางความรู้สึกหรืออารมณ์โดยรวมที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันแสดงให้เห็นถึงระดับความชอบ หรือไม่ชอบว่ามีมากน้อยเพียงไร เนื่องจากประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affection) เป็นความรู้สึกรวม (Overall Feeling) ที่ส่งผลให้เกิดทัศนคติ ด้วยเหตุนี้นักวิชาการ และนักวิจัยด้านทัศนคติจึงจัดให้ความรู้สึกนี้อันเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากในการศึกษาทัศนคติ

3. องค์ประกอบด้านการกระทำ (Conation) หรือองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavior) หมายถึง ความน่าจะเป็น หรือแนวโน้มที่บุคคลจะมีปฏิกิริยาตอบสนอง ในลักษณะอย่างใดหนึ่งต่อวัตถุ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเป็นผลมาจากการทำงานขององค์ประกอบในด้านความรู้ความเข้าใจ และความรู้สึก

แนวความคิดดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยแบบจำลองต่อไปนี้

#### แผนภาพที่ 2.1

แสดงถึงองค์ประกอบของทัศนคติ 3 ประการ



ส่วนประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้จะประกอบเข้าด้วยกันในลักษณะที่มีความมั่นคง และสมดุล (stable and balance) คือ แต่ละองค์ประกอบย่อมมีผลกระทบซึ่งกันและกัน องค์ประกอบทั้ง 3

จึงนับได้ว่าเป็นส่วนประกอบขั้นพื้นฐานของทัศนคติ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึก และอาจแสดงออกมาในรูปแบบที่ต่างกันทั้งทางบวกและทางลบ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้

องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ หากมีความสอดคล้องกับลักษณะต่าง ๆ ที่เกิดจากการตอบสนอง ก็จะเป็นไปได้ด้วยดี แต่หากไม่สอดคล้องกันก็จะเกิดความไม่สบายใจขึ้นต้องหาหนทางหรือหาข้อมูล ที่สอดคล้องมาเปลี่ยนองค์ประกอบหนึ่งองค์ประกอบใดให้สอดคล้องกัน

แม้ค่านิยมของทัศนคติจะแตกต่างกันไป แต่สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันคือทำให้ความสำคัญ กับความรู้สึกว่าชอบ (Favorable) หรือไม่ชอบ (Unfavorable) ว่ามีบทสำคัญที่ทำให้เกิดทัศนคติ ฟิชเบิร์ต และ อาเซน (Fishbein and Ajzen, 1975, p. 8 อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 46-47) กล่าวถึงประเด็นนี้ว่า ไม่ว่าจะค่านิยมของทัศนคติจะเป็นอย่างไร ความรู้สึกที่ชอบ หรือ ไม่ชอบนั้นก็จะมีฐานะเป็นศูนย์กลางสำคัญของทัศนคติ ดังนั้นองค์ประกอบทางด้านความรู้สึก (Affective) ซึ่งเป็นการประเมินค่า (Evaluation) ตามธรรมชาติของมนุษย์จึงจัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่โดดเด่น มากที่สุดของทัศนคติ และเราสามารถทำการศึกษาศึกษาทัศนคติจากองค์ประกอบในเรื่องความรู้สึก หรือการประเมินค่าแต่เพียงอย่างเดียวได้ ยิ่งกว่านี้นักวิจัยบางคน ยังได้จัดให้องค์ประกอบด้าน ความรู้สึก (Affection) หรือการประเมินค่า (Evaluation) นั้นหมายถึงตัวทัศนคติเองเลยทีเดียว (Schiffman and Kanuk, 1983, p. 204 อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 46)

เนื่องจากมีข้อโต้แย้งว่า การศึกษาทัศนคติด้วยองค์ประกอบด้านความรู้สึกแต่เพียง อย่างเดียวว่าไม่สามารถให้ข้อมูลที่อธิบายถึงที่มาของทัศนคติ และไม่สามารถนำข้อมูลที่ได้อธิบาย แนวโน้มที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรม ดังนั้น นักวิชาการด้านทัศนคติจึงได้นำเสนอนิยาม และแบบจำลองขึ้นมาใหม่ โดยยังคงให้ความสำคัญกับความรู้สึก (Affection) ในฐานะที่เป็นตัวทัศนคติ อยู่ตามเดิม แต่ได้มีการเปลี่ยนแปลงคำอธิบายขึ้นมาใหม่

ฟิชเบิร์ต และ อาเซน (Fishbein and Ajzen, 1975, p. 216) ได้ให้คำจำกัดความของ ทัศนคติว่า ทัศนคติ นิยามถึง จุดยืนของบุคคลในมิติของความรู้สึก หรือการประเมินค่าต่อวัตถุ การกระทำ หรือเหตุการณ์บางอย่าง (Attitude was defined as a person's location on dimension of affect or evaluation with respect to some object, action, or even.) ซึ่งทัศนคติ จะแสดงถึงความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบของบุคคลทั่วไปที่มีต่อสิ่งเร้าบางอย่าง (Attitude represent a person's general feeling of favorableness or unfavorableness toward some stimulus object.)

ฟิชเบิร์ต และ อาเซน (Fishbein และ Ajzen, 1975, pp. 14-16 อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 47) ได้อธิบายถึงที่มาของทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึก (Affection) ในการประเมินค่า (Evaluation) ตามธรรมชาติของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาจาก

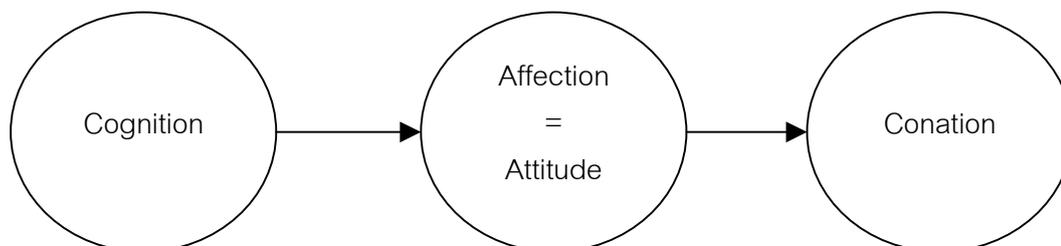
ความเชื่อต่าง ๆ (Beliefs) ของบุคคลที่มีต่อวัตถุ บุคคลส่วนมากจะมีความเชื่อต่าง ๆ ทั้งในทางบวกและทางลบต่อวัตถุ โดยทัศนคติจะเป็นผลที่เกิดจากการเชื่อมต่อกันระหว่างความเชื่อต่าง ๆ ที่บุคคลมี เข้ากับความรูสึก หรือการประเมินค่าโดยรวมทั้งหมดที่มีต่อวัตถุ ซึ่งเกิดขึ้นจากความเชื่อนั้น

ฟิชเบิร์ต และ อาเซน ได้เปรียบเทียบทัศนคติตามค่านิยม และแนวคิดของตน กับแนวคิดที่ว่าทัศนคติจะต้องประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ว่า ทัศนคติในการศึกษาตามแนวคิดของตน หมายถึง ตัวองค์ประกอบในเรื่องของความรูสึก (Affection) ในขณะที่องค์ประกอบในเรื่องพฤติกรรม (Conation) จะถูกแทนที่ด้วยแนวคิดในเรื่องความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรม (Intention) ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความเชื่อ และความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมในลักษณะของการขับเคลื่อน (Flow) ไปตามเส้นขอบของความสัมพันธ์ ที่มีจุดเริ่มต้นที่ความเชื่อ ซึ่งก่อให้เกิดความรูสึก หรือทัศนคติ และมีความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมเป็นผลที่ตามมา

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk, 1983, p. 205 อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันทร์ชอน, 2546, น. 48-49) ได้กล่าวถึงการศึกษาทัศนคติตามแนวคิดของ ฟิชเบิร์ตและอาเซน ว่าเป็นการประสานแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบ 3 อย่างของทัศนคติ ซึ่งมีผู้วิจารณ์ว่ามีลักษณะที่แคบเกินไป และได้ประยุกต์ใช้แบบจำลองเกี่ยวกับทัศนคติที่มีองค์ประกอบเดียวขึ้นมาใหม่ โดยยังคงยึดนิยามทัศนคติบนหลักการที่ว่า ทัศนคติก็คือความรูสึก (Affection) ที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ แต่ได้เพิ่มเติมว่าองค์ประกอบด้านความรู้ (Cognition) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conation) นั้นต่างเป็นปัจจัยสำคัญ และมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ หรือความรูสึก กล่าวคือ องค์ประกอบด้านความรู้จะเป็นปัจจัยนำที่ทำให้เกิดทัศนคติ ในขณะที่องค์ประกอบด้านพฤติกรรมจะเป็นปัจจัยตามหลังจากเกิดทัศนคติแล้ว ดังภาพประกอบต่อไปนี้

## แผนภาพที่ 2.2

การศึกษาทัศนคติตามแนวคิดของ Fishbein และ Ajzen



ที่มา: Schiffman and Kanuk, 1983, p. 205 quoted in Richard J. Kutz, "The Role of Attitude Theory," in Perspective in Consumer Behavior, edited by H. Kassarian and Thomas S. Robertson (New York: Prentice Hall, 1981), p. 235.

จากแผนภาพ กล่าวได้ว่า แบบจำลองที่ประยุกต์ขึ้นนี้ ไปทำการจัดลำดับที่แบบจำลององค์ประกอบ 3 อย่างของทัศนคติขึ้นใหม่ โดยจัดองค์ประกอบความรู้สึกนั้นโดดเด่นขึ้น จนกล่าวได้ว่าทัศนคติก็หมายถึง องค์ประกอบด้านความรู้สึกนั่นเอง และลดบทบาทขององค์ประกอบด้านความรู้และพฤติกรรมให้เป็นเพียงหน่วยสนับสนุนเท่านั้นสำหรับการศึกษาเรื่องทัศนคติของนิสิตนักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อราชบัณฑิตยสถานนั้น ผู้วิจัยได้ให้คำนิยามและแนวความคิดในการศึกษาของพิชเปิร์นและอาเซนมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยให้ความสำคัญกับทัศนคติ โดยทัศนคติหมายถึง ความรู้สึก (Affection) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อผลงานทางวิชาการและการให้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถานที่เกิดจากการประเมินค่า (Evaluation) ซึ่งเกิดจากความเชื่อ (Beliefs) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยได้ตั้งคำถามเกี่ยวกับความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย อันประกอบด้วยคำถามความรู้สึกที่มีต่อการให้บริการทางวิชาการและผลงานทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถาน โดยให้กลุ่มเป้าหมายตอบคำถามตามความรู้สึกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย เฉย ๆ ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยประเด็นคำถามที่จัดความรู้สึกจะมีทั้งบวกและลบ เพื่อนำมาวัดความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะนำมาสรุปทัศนคติของกลุ่มเป้าหมาย

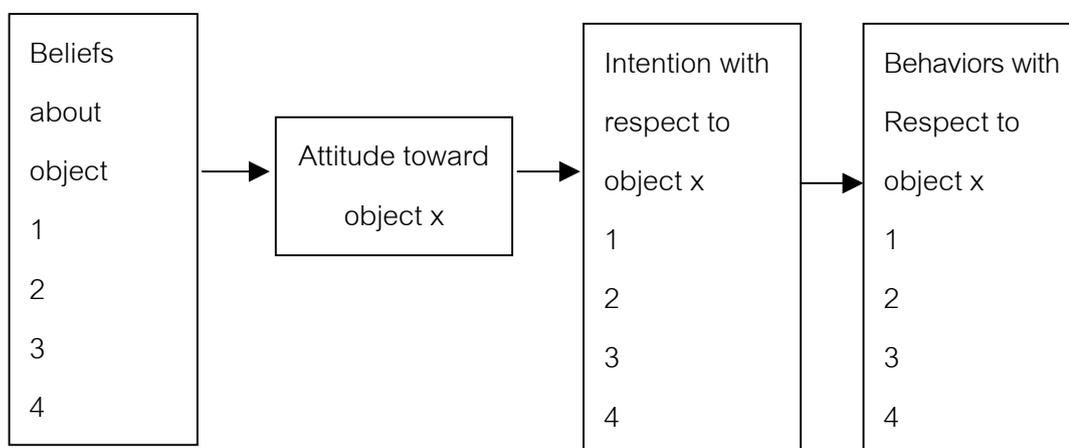
### **ทัศนคติกับความเชื่อ**

ความเชื่อ (beliefs) หมายถึง มุมมองต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามความคิดของบุคคลที่เกิดขึ้น ซึ่งเกิดจากการเชื่อมโยงวัตถุเข้ากับคุณลักษณะแต่ละอย่างของวัตถุนั้น และเกิดความรู้ความเข้าใจว่าวัตถุนั้นมีคุณลักษณะต่าง ๆ อย่างไร (Fishbein and Ajzen, 1975, p. 216) ดังนั้นความเชื่อที่มีต่อวัตถุจึงสามารถมีได้หลายด้าน ด้วยเหตุนี้ ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับทัศนคติของบุคคลที่แท้จริงต่อวัตถุ จึงควรพิจารณาความเชื่อหลาย ๆ ด้านที่บุคคลมีต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งรวมกัน (ดารา ทีปะपाल, 2542, น. 139)

ความเชื่อนั้นถือว่าเป็นโครงสร้างพื้นฐานในการรับรู้ของคนเรา โดยคนเราจะเรียนรู้หรือสร้างความเชื่อเกี่ยวกับคุณลักษณะต่าง ๆ ของวัตถุจากการสังเกตโดยตรง จากการได้รับข้อมูลข่าวสารกับสิ่งนั้น และจากการเปรียบเทียบวัตถุนั้นเข้ากับสิ่งต่าง ๆ ที่ตนรู้จัก โดยบุคคลจะทำการเชื่อมโยงวัตถุเข้ากับคุณลักษณะต่าง ๆ ของวัตถุและกลายเป็นความเชื่อขึ้นมา (ธนาพงษ์ จันท์ชอน, 2546, น. 50)

### แผนภาพที่ 2.3

แสดงความสัมพันธ์ของความเชื่อทัศนคติ ความตั้งใจ และพฤติกรรม



จากแผนภาพสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคตินั้น เป็นความรู้สึก (Affective) ที่เกิดขึ้นต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นผลมาจากการประเมินค่า (Evaluative) วัตถุตามระดับความเข้มข้นของความเชื่อ (belief) ที่มีต่อคุณลักษณะด้านต่าง ๆ (Attribute) ของวัตถุ และมีผลให้เกิดความตั้งใจ (Intention) ในการแสดงพฤติกรรม (Behavior) ต่อวัตถุออกมาในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ (ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 55)

ความเชื่อต่าง ๆ ทั้งหมดที่บุคคลมีจะรวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการรับรู้และกลายเป็นประสบการณ์ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทัศนคติ (Attitude) ความตั้งใจ (Intention) และพฤติกรรม (Behavior) ของบุคคลหรือกล่าวได้ว่า ความเชื่อก็คือฐานข้อมูลทั้งหมดที่บุคคลมีเกี่ยวกับวัตถุและสิ่งต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการเชื่อมโยงวัตถุเข้ากับคุณลักษณะต่าง ๆ ของวัตถุ จนกลายเป็นความรู้สึกความเข้าใจของบุคคลเกี่ยวกับวัตถุและโลก บุคคลแต่ละคนก็อาจจะมี ความเชื่อต่อวัตถุเดียวกันที่แตกต่างกันได้ ขึ้นอยู่กับกระบวนการรับรู้ การสร้างทัศนคติและมุมมองที่มีต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของวัตถุแตกต่างกันอย่างไร (กรรณก นิลดำ, 2549, น. 19-20)

#### ทัศนคติกับความตั้งใจ (Intention)

ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับความตั้งใจของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ต่อวัตถุซึ่ง คำนียามความตั้งใจ (Intention) หมายถึง แนวโน้มที่น่าจะเป็นของบุคคลในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรม หรือการกระทำต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกมา โดยปกติแล้วมีทัศนคติในทางบวกหรือการชื่นชอบต่อวัตถุ จะทำให้เกิดความตั้งใจที่มากกว่าในการแสดงพฤติกรรมในทางบวกต่อวัตถุ ในทางกลับกัน

ทัศนคติในทางลบหรือในทางที่ไม่ชื่นชอบก็จะทำให้ความตั้งใจที่จะแสดงพฤติกรรมจะเป็นไปในลักษณะที่เป็นภาพรวมเช่นเดียวกับความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับความเชื่อ (ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 49)

### ทัศนคติกับพฤติกรรม

พฤติกรรม หมายถึง การตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือวัตถุที่เกิดขึ้นจริง และเป็นสิ่งที่เห็นได้ ซึ่งเป็นผลที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างความตั้งใจและทัศนคติ เนื่องจากพฤติกรรมทางสังคม ส่วนใหญ่ของสังคมมนุษย์จะเกิดขึ้นจากความตั้งใจ ยกเว้นเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ดังนั้นบุคคลจึงมักจะแสดงพฤติกรรมต่อวัตถุหรือสิ่งเร้าออกมาตามที่ตั้งใจว่าอยากแสดงออกมาซึ่งความตั้งใจนี้จะถูกกำหนดด้วยความเชื่อและทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า พฤติกรรมต่างของมนุษย์ก็มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อวัตถุและความเชื่อที่มีต่อวัตถุด้วยเช่นกัน (ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 54)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า ทัศนคตินั้นเป็นความรู้สึก (Affective) ที่เกิดขึ้นต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นผลมาจากการประเมินค่า (Evaluation) วัตถุ ตามระดับความเข้มข้นของความเชื่อ (Belief) ที่มีต่อคุณลักษณะด้านต่าง ๆ (Attribute) ของวัตถุ และมีผลให้เกิดความตั้งใจ (Intention) ในการแสดงพฤติกรรม (Behavior) ต่อวัตถุออกมาในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ (ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 49)

### คุณลักษณะของทัศนคติ

พรทิพย์ สัมปตตะวณิช (2537, น. 155) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่พัฒนามาจากการเรียนรู้ของมนุษย์ ซึ่งการเรียนรู้นั้นอาจเกิดได้จากที่บุคคลนั้น มีประสบการณ์ต่อโลกของความเป็นจริง ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคล (personal influence) นอกจากนี้ ยังมีการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการเปิดรับสื่อมวลชน (exposure to mass media) ด้วย

2. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่อาจจะต้องอาศัยระยะเวลา เนื่องจากทัศนคติคือ ชุดของความเชื่อสัมพันธ์กัน ถ้าจะเปลี่ยนแปลงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงในระดับของความเชื่อเกิดขึ้นก่อน

3. ทักษะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งๆ เรียกว่า วัตถุ (object) มารองรับ หมายความว่า คนเราจะต้องมีทักษะต่อวัตถุใดวัตถุหนึ่ง ถ้าไม่มีวัตถุทักษะก็อาจจะไม่เกิดขึ้น วัตถุในที่นี้อาจจะเป็นนามธรรม (abstract) อาจจะเป็นสิ่งที่จับต้องได้ หรืออาจเป็นการกระทำของบุคคลก็ได้

4. ทักษะต้องมีทิศทาง (direction) มีระดับความมากน้อย (degree) และมีความหนาแน่น (intensity) ทักษะเป็นการแสดงถึง ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อผลิตภัณฑ์ว่าเป็นอย่างไร หมายความว่า ทักษะจะแสดงให้เห็นถึงทิศทางว่าบุคคลนั้น มีความรู้สึกในทางที่ดีหรือในทางที่ไม่ดี ไม่ชอบต่อผลิตภัณฑ์นั้น

5. ทักษะมีโครงสร้าง (structure) คือ ทักษะเกิดจากการเรียนรู้พื้นฐานมาจากความเชื่อที่สัมพันธ์กันหลาย ๆ ความเชื่อในการสร้างทักษะหนึ่งขึ้นมาจึงมีการจัดการกับข้อมูลการเรียนรู้และจับเป็นกลุ่มที่สัมพันธ์กัน ดังนั้น ทักษะจึงแบ่งได้เป็นกลุ่มทักษะ (cluster) โดยในแต่ละกลุ่มของทักษะจะมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกัน เพราะฉะนั้น เรื่องของความสอดคล้องกัน (consistency) จึงมีความสำคัญ เพราะถ้าเมื่อใดเกิดความไม่สอดคล้องกันขึ้นในกลุ่มของทักษะ จะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลนั้นในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

6. เหตุการณ์หรือสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการสร้างและการเปลี่ยนแปลงทักษะ รวมทั้งอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทักษะและพฤติกรรมด้วย

จากคุณลักษณะของทักษะเราอาจอธิบายได้ว่า ทักษะที่ประชาชนทั่วไปมีต่อราชบัณฑิตยสถานเป็นสิ่งที่พัฒนามาจากการเรียนรู้ ที่เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ผ่านทางสื่อต่าง ๆ หรือคำบอกเล่า ทั้งนี้การเปลี่ยนแปลงทักษะที่ประชาชนมีต่อราชบัณฑิตยสถานเป็นเรื่องยาก เนื่องจากทักษะเมื่อเกิดขึ้นแล้วจะฝังแน่นแก้ไขได้ยาก จึงต้องหาวิถีทางที่จะทำให้ประชาชนมีทักษะที่ดีต่อราชบัณฑิตยสถานให้ดีที่สุดตั้งแต่แรก ต้องรู้ทิศทางของทักษะว่าเป็นไปในทิศทางใด คือทางบวกหรือทางลบ และต้องให้เกิดการสอดคล้องกันของทักษะถ้าหากทักษะนั้นเป็นทักษะในเชิงบวกต่อองค์กร

### การสร้างทักษะ

เนื่องจากทักษะ เกิดจากการเรียนรู้ และการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้แก่บุคคล ดังนั้นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการสร้างทักษะมีดังต่อไปนี้ (อารีย์ เลขานนท์, 2541, น. 13)

1. วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อชีวิตของบุคคลทุก ๆ คน ตั้งแต่เกิดมาจนกระทั่งตายไปทีเดียว วัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ แตกต่างกันไป เริ่มจากครอบครัว โรงเรียน วัด สถาบันอื่น ๆ ในสังคม วิชชุ โจรศาสตร์ สื่อมวลชนต่าง ๆ มีอิทธิพลต่อการสร้างทักษะทั้งสิ้น

2. ครอบครัว (Family) ครอบครัวเป็นแหล่งแรกที่อบรมให้เด็กเรียนรู้การสมาคมต่าง ๆ จึงมีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างทัศนคติให้แก่เด็ก ตลอดจนการปลูกฝังทัศนคติในการดำเนินชีวิตให้แก่บุตรของตน ทั้งนี้เพราะเด็กมักเลียนแบบและเชื่อฟังพ่อแม่อยู่แล้ว

3. กลุ่มเพื่อน (Social Group) เด็กที่จากบิดามารดาอยู่กับกลุ่มเพื่อนตั้งแต่เล็ก ๆ จะได้รับอิทธิพลต่าง ๆ จากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ทั้งนี้ เพราะเด็กต้องการการยอมรับจากเพื่อน ต้องการคำแนะนำและความช่วยเหลือจากเพื่อนฝูง

4. บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์ หรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลมากเหมือนกัน พวกที่ชอบออกสังคม พวกหนีสังคม พวกชอบเด่น หรือพวกอ่อนน้อม จะมีทัศนคติไม่เหมือนกัน

การสร้างทัศนคตินั้นเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากสิ่งที่เป็นทัศนคติของแต่ละคนจะฝังลึกและเป็นความเชื่อเฉพาะคน เนื่องจากเป็นสิ่งที่สั่งสมมาตั้งแต่เด็ก การที่ครอบครัวของคน ๆ หนึ่งมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในแง่ลบก็อาจมีผลของทัศนคติแง่ลบนั้นมายังคนในครอบครัวได้ และการสร้างทัศนคติก็นับขึ้นกับสภาพแวดล้อมและสภาพสังคมด้วยว่าจะหล่อหลอมให้คน ๆ หนึ่งที่อยู่ในสังคมนั้นมีทัศนคติไปในทิศทางใด

### หน้าที่ของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์สำหรับมนุษย์ เนื่องจากทัศนคติสามารถช่วยเหลือมนุษย์เราได้ในหลาย ๆ ทางด้วยกัน หมายถึง ทัศนคติมีหน้าที่ต่อมนุษย์เราช่วยให้คนเรานั้นพบกับความต้องการที่ตัวเองมีอยู่ ช่วยปกป้องและเสริมสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่ตัวเองมีอยู่แล้ว กล่าวโดยรวมแล้วหน้าที่ของทัศนคติเปรียบเสมือนพื้นฐานที่เป็นแรงจูงใจในการสร้าง และเสริมทัศนคติของคนเราที่มีต่อวัตถุที่เราคิดว่าเป็นที่ต้องการ และทำให้เกิดทัศนคติที่ไม่ต่อวัตถุที่เราคิดว่าจะมาลงโทษหน้าที่ของทัศนคติ (Functions of Attitude) สามารถแบ่งแยกได้เป็น 4 หน้าที่ด้วยกัน คือ (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2537, น. 157-158)

1. หน้าที่ในการปรับตัว (The Adjustment Function) โดนปกติคนเรามักจะหันเข้าหาสิ่งที่ตัวเองต้องการ และคิดว่ามีประโยชน์ และจะพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ ไม่มีประโยชน์ หรืออาจก่อให้เกิดโทษต่อตัวเอง ดังนั้น คนเราจะพัฒนาทัศนคติที่ดีขึ้นต่อวัตถุที่เราคิดว่าจะมาตอบสนองความต้องการของเราได้ และทัศนคติในเชิงลบต่อวัตถุที่เราคิดว่าจะก่อให้เกิดโทษสำหรับเรา ดังนั้น การที่คนเรามีทัศนคติจะช่วยให้เราสามารถปรับตัว ปรับความชอบและไม่ชอบของเราให้เกิดต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกได้ ทัศนคติจะช่วยให้คนเราเกิดความสุข สนุกสนานกับชีวิตที่ต้องดำเนินต่อ

สิ่งแวดล้อมภายนอกได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และช่วยให้เราลดความเจ็บปวดหรือความทุกข์ทรมานจากสิ่งแวดล้อมภายนอกได้เช่นกัน หน้าที่ในลักษณะนี้แสดงว่าทัศนคติเปรียบเสมือนแนวความคิดที่ต้องการสร้างประโยชน์ต่อมนุษย์ให้มากที่สุด ซึ่งก็ต้องขึ้นอยู่กับการรับรู้ของคุณ แต่แต่ละบุคคลเช่นกันว่า อะไรที่เป็นที่ต้องการจะได้รับการตอบสนองและอะไรคือการลงโทษ หน้าที่อันนี้นอกจากจะขึ้นกับการรับรู้ (Perception) ของบุคคลแล้ว ก็会上ขึ้นกับประสบการณ์ของบุคคลด้วย เพื่อแสวงหาสิ่งที่เราเรียกว่ารางวัลโดยใช้ทัศนคติเป็นตัวนำทาง

2. หน้าที่ในการปกป้องตนเอง (The Ego Defensive Function) ทัศนคตินั้นสร้างขึ้นเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ของตนเอง (Self Image) จากการถูกคุกคามจากความไม่แน่ใจ และช่วยในเรื่องของการมองตนเองของแต่ละบุคคล มนุษย์จะมีการมองตนเองคิดว่าตนเองถูกต้องตนเองเป็นเช่นนั้น ยกตัวอย่างเช่น นาย ก. ตัดสินใจซื้อสินค้าหนึ่งชนิดพลาดไป นาย ก. จะพยายามปกป้องตนเองโดยคิดว่าการตัดสินใจซื้อครั้งนั้นถูกต้องแล้ว หรือเขาตัดสินใจผิด เพราะไปเชื่อคำแนะนำของคนอื่นเข้า หรืออีกตัวอย่างหนึ่งคือ ลักษณะความคิดหรือคำพูดที่ว่า “ฉันเป็นที่ยอมรับของสังคม” เป็นคำพูดที่ช่วยในการบ่งว่า ตนเองเป็นอย่างไรและจะคอยปกป้องตนเองถ้าเกิดมีเหตุการณ์ที่ทำให้การที่สังคมยอมรับจนตนเองน้อยลงไป นักการตลาดเห็นความสำคัญของหน้าที่ของทัศนคติ จึงนำมาใช้ในการวางแผนงาน เช่น การใช้จุดดึงดูดทางเพศ (Sex Appeal) หรือใช้จุดดึงดูดทางความกลัว (Fear Appeal) หรือการยอมรับของสังคม (Social Appeal) มาเป็นจุดเด่นในการโฆษณา เป็นต้น เพื่อการบอกหรือตอกย้ำสิ่งที่ผู้บริโภคคิดว่าเขาเป็นอย่างนั้น

3. หน้าที่ในการแสดงค่านิยม (The Value Expressive Function) ในขณะที่ทัศนคติส่วนหนึ่ง ทำหน้าที่ปกป้องภาพลักษณ์ของตนเอง ส่วนอื่นก็จะมีการทำหน้าที่เป็นตัวแสดงออกถึงค่านิยม (Value) ที่บุคคลนั้นมีอยู่ ดังนั้นคนเราจะทำการพัฒนาทัศนคติบางอย่างขึ้นมาเพื่อแปลค่านิยมออกมาเป็นบางสิ่งที่สามารถจับต้องได้ และแสดงออกมาให้เห็นได้ง่าย เช่น นักอนุรักษ์นิยมจะแต่งตัวใช้สีโทนเรียบและขีมีและที่ทัศนคติที่ไม่ดีต่อเสื้อผ้าสีสดใส ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ทัศนคติเป็นตัวเชื่อมระหว่างการมองตนเอง และค่านิยมที่ตนเองมีอยู่ กับโลกภายนอก เพื่อแสดงออกให้โลกภายนอกทราบ นักการตลาดจึงต้องการที่จะเข้าใจว่าผู้บริโภคมีความต้องการจะแสดงค่านิยมอะไรออกมาเพื่อบ่งบอกว่าเป็นตัวเขา และพยายามทำสินค้าหรือวางกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับสิ่งที่เขาต้องการจะแสดงออก

4. หน้าที่ในการสร้างความรู้ (The Knowledge Function) มนุษย์ใช้ทัศนคติช่วยให้เขาเข้าใจโลกภายนอก เช่น ทำให้นาย ค. รู้ว่าเขาชอบรถยนต์ใหม่และไม่ชอบรถยนต์เก่าเลย ทัศนคดียังช่วยให้บุคคลตัดสินใจได้ถูกว่าเขาจะจัดการเก็บข้อมูลใหม่ ๆ ที่เข้ามาหาตัวเขาอย่างไรบ้าง ดังนั้น จะเห็นได้ว่า หน้าที่ของความรู้ที่ครอบคลุมไปถึง การที่ทัศนคติเป็นตัวกำหนดขอบเขตในการ

การเลือกรับรู้ (Perceptual Selection) ของบุคคลด้วยว่า อะไรที่ควรเลือกรับรู้ อะไรควรจะเข้าใจ อะไรที่ไม่ควรเปิดรับรู้ อะไรที่เราควรจะละเลยไป นอกจากนี้ ยังสามารถช่วยอธิบายได้ว่าทำไม นาย ก. จึงมีปฏิกิริยาต่อต้านโฆษณาสินค้าที่มาจากผู้ผลิตที่ตนเองไม่ชอบได้ด้วย

จากที่กล่าวถึงหน้าที่ของทัศนคติแล้ว จะเห็นได้ว่า ทัศนคติเป็นตัวการสำคัญตัวหนึ่งที่ช่วยในการเสริมสร้างและปกป้องภาพลักษณ์ที่มีขององค์กร หากว่าบุคคลมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ทั้งที่ทัศนคตินี้มาจากจากการความรู้สึกนึกคิดประสบการณ์ดั้งเดิมหรือได้จากประสบการณ์ที่รับเข้ามาใหม่ก็ตาม ทัศนคติที่ดีจะส่งเสริมและแสวงหาสิ่งที่ดีที่มีประโยชน์ต่อตัวเรา อาทิ หากเรามีทัศนคติที่ดีต่อราชบัณฑิตยสถาน เราก็จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรที่มีเนื้อหาตรงกับทัศนคติของเรา ตอบสนองความต้องการของเรา ก่อให้เกิดสิ่งที่ดีกว่ารางวัลต่อตัวเรา ทำให้เกิดความสุขและความพึงพอใจ ส่วนหน้าที่ในการปกป้องตนเอง ทัศนคติสร้างขึ้นเพื่อปกป้องภาพลักษณ์ตนเองให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในสังคม และหากคนในสังคมทั่วไปคิดว่าราชบัณฑิตยสถานมีภาพลักษณ์ที่ดี น่ายกย่อง และมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ราชบัณฑิตยสถาน คนเหล่านั้นก็จะคิดว่าเขาเป็นที่ยอมรับในสังคม เนื่องจากสิ่งที่เขาคิดว่าคนในสังคมเห็นว่าดี และตัวเขาเองเห็นว่าดีตาม เขาก็จะได้รางวัลด้วยการเป็นที่ยอมรับในสังคม

### การเปลี่ยนทัศนคติ

ทัศนคติจะเปลี่ยนแปลงได้เพียงใดขึ้นอยู่กับขนาดความเข้มแข็งของทัศนคติที่มีอยู่ (Attitude Strength) ถ้าจะกล่าวเป็นกฎทั่วไปก็อาจกล่าวได้ว่า โอกาสของการเปลี่ยนแปลงย่อมจะผันแปรในทางกลับกันกับขนาดความเข้มแข็งทัศนคติที่มีอยู่ (ธงชัย สันติวงษ์, 2537, น. 171) นั่นคือ ถ้าหากทัศนคติมีความเข้มแข็งมากโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติด้วยวิธีการติดต่อสื่อสารที่ชักจูงใจ (Persuasive Communication) ย่อมจะกระทำได้ผลน้อยมากนั่นเอง

#### ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ปัจจัยตัวกำหนดที่จะช่วยให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติสามารถทำได้ง่าย ก็คือ (ธงชัย สันติวงษ์, 2537, น. 171-172)

1. ด้วยการป้อนข้อมูลใหม่ (Provision of new information) เพื่อที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในความเข้าใจ (Cognitive) ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติของผู้บริโภค เช่น การให้ข้อมูลใหม่ของยาฆ่าตรงเท้าที่ผู้บริโภคไม่ชอบ เพราะสืบเนื่องมาจากที่เคยทำให้เปรอะเปื้อนมือเสมอด้วยข้อมูลใหม่ว่า มีการเปลี่ยนหีบห่อใหม่ และมีวิธีใช้ใหม่ที่จะไม่ให้เปรอะเปื้อนมืออีก ย่อมเป็นข้อมูลที่จำเป็นสำหรับความเข้าใจของผู้บริโภค การเปลี่ยนตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความเข้าใจเสียใหม่นั้นเอง

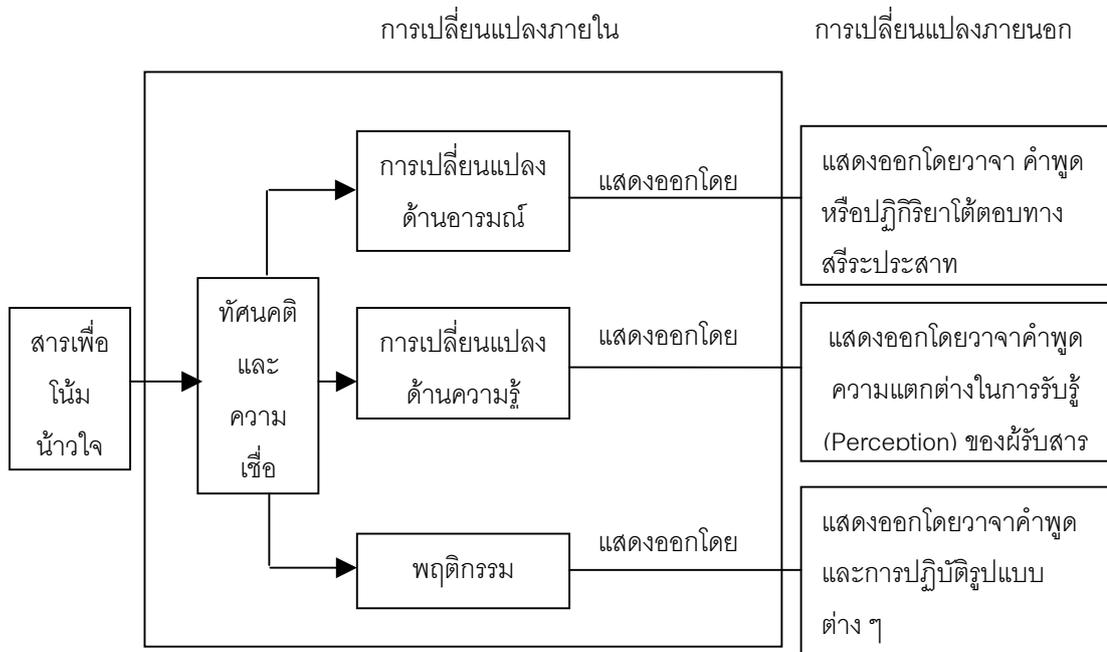
2. โดยการนำเอาความเปลี่ยนแปลงไปสัมพันธ์กับสิ่งที่ต้องการต่าง ๆ (Association of change with desirable consequences) ทั้งนี้ เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงความชอบพอ (Affective) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ วิธีดังกล่าวก็คือ การย้ำให้เกิดความชอบพอใหม่นั้นเอง เช่น การย้ำให้เห็นว่า การสระผมด้วยแชมพูไซแทนแชมพูธรรมดาจะทำให้มีความสวยงามกว่า และเป็นที่ยอมรับของสังคมมากกว่า การเปลี่ยนตามวิธีนี้ก็คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของความชอบพอต่าง ๆ

3. โดยการชักจูงให้กระทำในสิ่งซึ่งตรงข้ามกับพฤติกรรมที่เป็นปกติ (inducing the consumer to undertake action contrary to his behavioral tendencies) ทั้งนี้ ก็เพื่อที่จะให้มีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม ซึ่งเป็นส่วนประกอบส่วนหนึ่งของทัศนคติ วิธีนี้จะทำได้โดยการชักจูงให้ผู้บริโภคเปลี่ยนมาทดลองกระทำในสิ่งซึ่งขัดแย้งกับทัศนคติ หรือความชอบพอ (Preference) ที่เขามีอยู่แต่เดิมเช่น การให้ทดลองขับรถยนต์ใหม่ซึ่งเขามีทัศนคติไม่ชอบมาก่อน ด้วยการให้ทดลองนี้เองจะก่อให้เกิดความไม่สมดุล และจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ในที่สุด การเปลี่ยนตามวิธีนี้คือ การพยายามเปลี่ยนส่วนประกอบของพฤติกรรมนั่นเอง

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามแนวคิดของ โรเซนเบิร์ก และ โฮฟแลนด์ (อ้างถึงใน อรรถวรณ์ ปิณฑน์โอวาท, 2546, น. 17) กล่าวว่า ในการโน้มน้าวใจนั้นจะเป็นการรวมทัศนคติ ความเชื่อไว้ เมื่อมีการตอบสนอง การเปลี่ยนแปลงที่ใดในตัวผู้รับสารจะเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้และสำนึกการเปลี่ยนแปลงในด้านอารมณ์และความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรม ดังแผนภาพที่ 2.4

## แผนภาพที่ 2.4

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อ ทักษะคติกับการเปลี่ยนแปลงอื่น ๆ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่ร่างกายซึ่งสามารถสังเกตเห็นได้ ในที่นี้เราจะพิจารณาการเปลี่ยนแปลงที่ละชนิด



1. การเปลี่ยนแปลงความรู้และจิตสำนึก คำว่า cognition รวมความถึงความคิดรวบยอด (concept, awareness) ความเชื่อที่เรามีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด คุณค่าที่เราให้ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือความเชื่ออย่างหนึ่งอย่างใดและโลกทัศน์รอบตัวเรา ปกติการเปลี่ยนแปลงในความรู้และจิตสำนึกแสดงออกให้เห็นได้ทางวาจาซึ่งผู้รับสารแสดงออกมาหลังจากได้ฟังสารที่โน้มน้าวแล้ว การเปลี่ยนแปลงในความรู้ความคิดรวบยอดหรือโลกทัศน์อาจจะไม่เกิดในทันทีแต่อาจจะเกิดเพราะไปได้ข้อมูลกับเพื่อนร่วมงาน ฯลฯ ผู้ส่งสารที่โน้มน้าวใจอาจจะไม่สามารถทำให้ผู้รับสารถึงขั้นลงมือปฏิบัติได้ แต่ผู้ส่งสารอาจทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้ จิตสำนึก ความคิดรวบยอดหรือการรับรู้ได้ และการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ก็จะพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าเมื่อรับสารที่โน้มน้าวใจต่อไป

2. การเปลี่ยนแปลงอารมณ์ความรู้สึก คำว่า affection หมายถึง อารมณ์ความรู้สึก การเปลี่ยนแปลงอาจแสดงออกได้โดยการหัวเราะ ร้องไห้ ขนหัวลุก ฯลฯ ในการทดลองทางจิตวิทยา นักจิตวิทยาจะมีเครื่องมือวัดความเปลี่ยนแปลงด้วยการวัดจังหวะการเต้นของหัวใจ ความดันโลหิต วัดปฏิกิริยาตอบโต้ทางผิวหนังด้วยกระแสไฟฟ้า และการที่เหงื่อออก แต่การวัดการตอบโต้เช่นนี้ภายนอกห้องทดลองเป็นไปได้ยาก ผู้ส่งสารจำเป็นต้องฟังจากรวาทหรือสังเกตอาการปฏิกิริยาจากผู้รับสารด้วยตนเอง

3. การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม ในที่นี้ให้คำจำกัดความว่า เป็นการเปลี่ยนแปลง การกระทำที่สามารถเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก เราอาจจะโน้มน้าวใจให้ คนเห็นด้วยกับเราว่าบุหรี่ยาสูบและสุราเป็นสิ่งเสพติดที่ควรหลีกเลี่ยง เปลี่ยนแปลงด้านการรับรู้แต่ใน การที่จะให้เขาหยุดเสพทั้งสองสิ่งนี้เป็นไปได้ยาก ในกรณีที่สังเกตเห็นการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม เรา สังเกตได้ทั้งจากวาจาของผู้รับสารและการกระทำของเขา

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

การสื่อสารมวลชนเป็นนโยบายของการสื่อสารมวลชน เป็นสื่อที่ทำให้การสื่อสารใน สังคมใหญ่นั้นมีความเป็นไปได้ มิฉะนั้นสมาชิกในสังคมจะไม่มีวันรู้เรื่องราวข่าวสารเหตุการณ์และ ความคิดจิตใจของสังคมที่ตนเป็นสมาชิกอยู่ (สมควร กวียะ, 2540, น. 136) แต่สื่ออีกหลายสื่อก็ ยังมีความจำเป็นในการสื่อสารให้คนในสังคมได้เข้าใจและได้รับรู้ข่าวสารร่วมกัน ทั้งสื่อบุคคลและ สื่อเฉพาะกิจต่างก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน บางครั้งการที่ผู้ส่งสารใช้สื่อหลายชนิดร่วมกันในรูปแบบ ของสื่อผสมก็สามารถได้ผลลัพธ์ของการสื่อสารประสบความสำเร็จ

การสื่อสารมวลชนกำลังเปลี่ยนแปลงและหล่อหลอมวัฒนธรรมของโลกมนุษย์อย่าง รวดเร็ว เพียงไม่กี่สิบปีก็สามารถทำให้ประเทศหรือแม้แต่โลกทั้งโลกแปรสภาพเป็นหมู่บ้านเล็ก ๆ ที่ ผู้คนสามารถรู้เห็นเหตุการณ์และความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมได้พร้อมเพรียงกัน (สมควร กวียะ, 2540, น. 30)

มนุษย์ในยุคปัจจุบันพึ่งพาข่าวสารเป็นอย่างมาก ในเวลาที่ทุกมุมโลกมีการพัฒนาตนเอง อยู่ตลอดเวลาเช่นนี้ การติดต่อสื่อสารระหว่างกันก็มากขึ้นด้วย เมื่อคนมีความต้องการในกิจการต่าง ๆ ของสื่อมวลชนเพิ่มมากขึ้น ก็มีการค้นพบรูปแบบและวิธีการใหม่ ๆ ที่จะพัฒนาให้การสื่อสาร มวลชนมีความก้าวหน้า มีคุณภาพดีมีรูปแบบและจำนวนมากขึ้นจนเพียงพอแก่ความต้องการของ มวลชน และเพื่อให้มวลชนสามารถเลือกใช้ได้เต็มที่ นอกจากนั้น มนุษย์เองก็ให้เหตุผลและ เวลาในการใช้สื่อมวลชนเพิ่มขึ้นตลอดเวลาด้วย (อรุณี ประภาหอมเศรษฐี, 2530, น. 83)

จากความสำคัญของสื่อมวลชนนี้เองทำให้ราชบัณฑิตยสถานเห็นถึงความสำคัญและ ใช้ประโยชน์จากการสื่อสารมวลชนในการเผยแพร่ข่าวสารและข้อมูลความรู้ขององค์กร เพื่อการส่ง ข่าวสารไปยังประชาชนภายนอกองค์กร ให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ต่อบริษัทมากขึ้น รวมทั้ง การได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ด้วย นอกจากการเผยแพร่ข่าวสารออกไปสู่ประชาชนแล้ว ราชบัณฑิตยสถานยังได้รับปฏิกิริยาตอบโต้กลับ (Feedback) ซึ่งอาจไม่ได้ในทันที แต่อาจมี การโต้ตอบกลับจากประชาชนผู้รับสารในภายหลัง เช่น การเขียนจดหมายเข้ามาถามคำศัพท์ที่ สงสัยจากข่าวสารในจดหมายข่าวราชบัณฑิต

## กระบวนการสื่อสารมวลชน

องค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารมวลชน จะประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร (Source) ข่าวสาร (Message) สื่อมวลชน (Mass Media) และผู้รับข่าวสาร (Mass audience) ซึ่งในองค์ประกอบแต่ละตัวในกระบวนการสื่อสารมวลชนจะมีลักษณะดังนี้ (กิตติมา สุรสนธิ, 2530, น. 81-82)

ผู้ส่งข่าวสาร (Source) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ในสถาบันทางสื่อมวลชน ซึ่งจะทำให้มีความน่าเชื่อถือ น่าเลื่อมใส และมีศักดิ์ศรี (Prestige) มากกว่าผู้ส่งข่าวสารธรรมดาโดยทั่วไป ลักษณะของการถ่ายทอด หรือการส่งข่าวสารนั้น จะออกมาในลักษณะของการนำเอาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข่าวสารอื่นมาถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งเราเรียกว่าลักษณะของผู้ส่งสารในลักษณะนี้ว่าเป็น Secondary Source ผู้ส่งข่าวในกระบวนการสื่อสารมวลชนจึงอาจหมายถึง นักข่าว นักหนังสือพิมพ์ นักข่าววิทยุ นักข่าวโทรทัศน์ หรืออาจเป็นกลุ่มบุคคล เช่นกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ ฉบับต่าง ๆ กลุ่มผู้ผลิตรายการวิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น และเนื่องจากข่าวสารจากแหล่งข้อมูลมีมากมายหลายข่าว ดังนั้น กลุ่มผู้ทำงานในสื่อมวลชน จึงมีหน้าที่ในการคัดเลือก เรียบเรียง แก้ไข ตัดต่อหรือเพิ่มเติมข่าวสารที่ตนเองคิดว่าเหมาะสม หรือผู้รับสารควรจะทราบ ซึ่งเราเรียกการกระทำดังกล่าวว่าเป็นการกระทำของผู้รักษาประตู (Gate Keeper) หรือบางครั้งก็เรียกว่าผู้เฝ้าดูและลักษณะของการไหลของข่าวสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนเป็นลักษณะของการไหลแบบทางเดียว (One-way Communication)

สาร (Message) เนื้อหาสาระในกระบวนการสื่อสารมวลชนนั้น อาจปรากฏออกมาในลักษณะของข่าวสาร (News) หรือข่าวสาร (Information) ซึ่งมักจะมีความหลากหลาย (Variety) มากกว่าข่าวสารที่ปรากฏในการสื่อสารโดยทั่ว ๆ ไป ทั้งนี้ เพื่อสนองตอบความต้องการของคนจำนวนมาก ๆ ได้อย่างทั่วถึง

สื่อมวลชน (Mass Media) เนื่องจากการสื่อสารมวลชนเป็นการสื่อสารไปสู่คนจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว และในเวลาใกล้เคียงกัน ดังนั้น สื่อที่ใช้ในการสื่อสารจึงเป็นสื่อที่มีลักษณะเหมือนกัน และมีจำนวนมาก การผลิตสื่อมวลชนนั้นจำเป็นต้องอาศัยต้นทุนที่สูงมาก และสื่อมวลชนบางชนิดก็มีราคาแพง สื่อมวลชนที่เห็นกันอยู่โดยทั่วไป ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ซึ่งแต่ละชนิดจะให้ความน่าสนใจและดึงดูดใจแตกต่างกัน

ผู้รับข่าวสาร (Mass Media) เป็นบุคคลจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันในเรื่องลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Heterogeneous) และผู้รับข่าวสารนั้นเป็นบุคคลที่ไม่เป็นที่รู้จักไม่มีตัวตนในสายตาของผู้ส่งสาร (Anonymous)

ในการสื่อสารของราชบัณฑิตยสถานนั้น มีการสื่อสารผ่านทางสื่อมวลชน เพื่อการเผยแพร่ผลงานของตนและเผยแพร่ชื่อเสียงของหน่วยงาน สวทที่ราชบัณฑิตยสถานเผยแพร่ก็นั้นก็จะผ่านสื่อมวลชนซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู (Gate Keeper) อีกทีหนึ่งว่า ข่าวสารของราชบัณฑิตยสถานนั้นควรเผยแพร่ต่อสาธารณชนหรือไม่ ส่วนประชาชนกลุ่มเป้าหมายของราชบัณฑิตยสถานโดยภาพรวมแล้วเน้นไปที่นักเรียนนักศึกษาและประชาชนทั่วไป กลุ่มผู้รับข่าวสารของราชบัณฑิตยสถานจึงมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันออกไป ไม่เฉพาะเจาะจง

### การสื่อสารระหว่างบุคคล

โดยธรรมชาติแล้วการสื่อสารทุกประเภทของมนุษย์เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเนื่องจากการสื่อสารทุกประเภทเหล่านั้นเกิดขึ้นระหว่างมนุษย์ การสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) เกิดขึ้นระหว่างกันทั้งสองฝ่ายและเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลทั้งสองนั้น (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2548, น. 219)

การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป ทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (Person-to-Person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (Direct) ในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารคนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีของคนสองคนและในกรณีของกลุ่มย่อย (Small Group) ซึ่งมีคนมากกว่าสองคนขึ้นไป มารวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง (ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 35)

โฮฟแลนด์ (Hovland, 1984 อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2539, น. 61) นิยามการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ สถานการณ์สัมพันธ์ซึ่งบุคคล (ผู้ส่งสาร) ส่งสัญลักษณ์เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของอีกบุคคลหนึ่ง (ผู้รับสาร) ในลักษณะซึ่งหน้ากัน (Face to Face)

ลาซาสเฟลด์ และคณะ (Lazarsfeld, 1984 อ้างถึงใน จรัสลักษณ์ ผลบริบูรณ์เจริญ, 2542, น. 30) อธิบายกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคลว่าจะเกิดขึ้นในโอกาสที่เหมาะสม และมีการเข้าไปมาได้จนกว่าผู้รับสารจะสนใจ และแก้ไขจนเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด ข่าวสาร หรือข้อมูลที่ส่งผ่านจะได้รับการปรับเปลี่ยนจนน่าสนใจ และสอดคล้องกับแรงจูงใจ หากมีการปฏิเสธสารที่ส่งไปนั้น ผู้ส่งสารหรือผู้นำความคิดเห็นสามารถชี้แจงโต้แย้ง ให้เหตุผลเพิ่มเติมได้ จัดว่าเป็นการสื่อสารกลับ (Feedback) อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ผู้ส่งสารยังสามารถใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวและสถานภาพทางสังคมเพื่อให้เกิดการส่งและรับสารอย่างได้ผลอีกด้วย

สุรัตน์ ตรีสกุล (2548, น. 220) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง กระบวนการสื่อสารซึ่งบุคคลที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่อง และสามารถแสดงและรับรู้ปฏิกิริยาตอบกลับระหว่างกันได้อย่างชัดเจนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอิทธิพลให้เกิดขึ้นระหว่างกันทั้งสองฝ่าย และเพื่อควบคุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกันกล่าวโดยสรุปคือ การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ตั้งแต่ 2 คน ซึ่งทั้ง 2 ฝ่ายสามารถติดต่อกันได้โดยตรงแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) ซึ่งผู้ส่งสารเมื่อส่งสารไปยังผู้รับสารแล้วสามารถได้รับปฏิกิริยาตอบกลับในทันที (Feedback) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง

## สื่อเฉพาะกิจ

สื่ออีกชนิดหนึ่งที่ถูกส่งใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่าสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนูปกรณ์ (Audio-Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Printed Media) ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ หนังสือทางวิชาการ จดหมายข่าว การจัดนิทรรศการ การจัดสัมมนา และอินเทอร์เน็ต

### ประสิทธิภาพของสื่อเฉพาะกิจ

อาดัมส์ (Adams, 1971, p. 71 อ้างถึงใน จรัสลักษณ์ ผลิตบริบูรณ์เจริญ, 2542, น. 34) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ นวัตกรรมและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ การใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย (Target Audience) ที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ หรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ (Direct Mail) นอกจากนี้ การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต (Demonstration) ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้น

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคลและการใช้สื่อเฉพาะกิจนี้ สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ในแง่ของการเผยแพร่ผลงาน การให้บริการของราชบัณฑิตยสถาน ผ่านการใช้สื่อเฉพาะกิจ เพื่อให้บรรลุผลตามนโยบายของหน่วยงานที่มุ่งให้ความรู้แก่ประชาชน เนื่องจากเป็นสื่อมีประสิทธิภาพในการสื่อสารภายนอกหน่วยงาน การกิจกรรมขององค์กร ที่ค่อนข้างมี

ลักษณะเฉพาะจึงต้องหาวิธีในการใช้ประเภทของสื่อให้ถูกต้อง เหมาะสมเพื่อให้สื่อถึงและมีอิทธิพล  
เหนือกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด

### หน้าที่ของการสื่อสารมวลชนต่อการพัฒนาประเทศ

หน้าที่ของการสื่อสารมวลชนต่อการพัฒนาประเทศนั้น จะมีหน้าที่สำคัญอยู่ 3 ประการ คือ  
หน้าที่แจ้งนโยบาย และหน้าที่ให้การชี้แนะหรือให้การศึกษา ซึ่งจะขอกกล่าวโดยละเอียดดังต่อไปนี้

1. หน้าที่ให้ข่าวสาร (Information or Watchman Function) โดยความหมายหน้าที่นี้  
นั้น สื่อมวลชนก็จะทำหน้าที่ค้นคว้าหาข่าวสารความเป็นไป แล้วรายงานให้แก่ประชาชนได้รับทราบ  
ในการรายงานนั้นก็จะเป็นผู้ให้สีสันของสภาพแวดล้อมแก่ประชาชนได้รู้ว่ามิอะอะไรเกิดขึ้นที่ไหน และ  
มีความหมายอย่างไรกับวิถีชีวิตของเขาโดยทั่ว ๆ ไป

การสื่อข่าว การเสนอข่าว การสำรวจสำคัญ แล้วรายงานความเป็นไปของสื่อมวลชน  
จะช่วยลดช่องว่างของความรู้ระหว่างผู้นำในเมืองใหญ่กับชาวไร่ชาวนาในชนบท ถ้าหากว่าสื่อมวลชน  
เหล่านี้สามารถเข้าถึงท้องถิ่นต่าง ๆ ของประเทศได้อย่างทั่วถึง สื่อมวลชนจะทำให้คนเมืองและ  
คนชนบทสนใจสภาพชีวิตซึ่งกันและกัน และจะกระตุ้นช่วยกันพัฒนาโดยหน้าที่นี้สื่อมวลชนจะ  
ทำหน้าที่ดังต่อไปนี้

1.1 เปิดโลกทัศน์ของประชาชนในประเทศชาติให้กว้างไกลไปกว่าเรื่องราวที่เกิดขึ้น  
ในท้องถิ่นของตน ชาวชนบทสนใจความก้าวหน้าของสังคมเมือง คนเมืองสนใจที่จะพัฒนาชนบท  
เพื่อให้เป็นตลาดที่ดีสำหรับสินค้าของตน เพื่อให้เขาเป็นประชาชนที่ดีจะให้ความร่วมมือกับนโยบาย  
ต่าง ๆ ของตน

1.2 ช่วยให้เกิดความสนใจเรื่องที่สำคัญ การเล่นข่าวของสื่อมวลชนโดยการวางข่าว  
ไว้หน้าหนึ่ง การพาดหัวตัวใหญ่ การเสนอข่าวต่อเนื่องกันหลายวัน การเสนอข่าวทางวิทยุโทรทัศน์และ  
วิทยุกระจายเสียงบ่อย ๆ จะทำให้ข่าวนั้นกลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจ และประชาชนทั่วประเทศติดตาม  
ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับข่าว เพราะฉะนั้นถ้าเราอยากให้การเปลี่ยนแปลงใด ๆ เกิดขึ้นก็สามารถที่จะ  
ใช้การเล่นข่าวของสื่อมวลชนสร้างความสำคัญให้แก่การเปลี่ยนแปลงนั้นได้

1.3 ช่วยยกระดับของความทะเยอทะยาน โดยการเสนอภาพในอุดมคติ การเสนอ  
ผลสำเร็จของความก้าวหน้า เสนอประวัติบุคคลที่มีความก้าวหน้าในการทำงานโดยอาศัยเทคโนโลยี  
หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต จะช่วยให้คนเราเกิดความรู้สึกอยากจะทำนอกไปจากสภาพชีวิต  
ที่เป็นอยู่ ไม่จมปลักอยู่กับสภาพชีวิตเดิม สลัดความรู้สึกเรื่องพรหมลิขิตและชะตากรรมออกไปจาก  
แนวปรัชญาชีวิต ทำให้เกิดความต้องการที่จะเสี่ยง ขอบยายถิ่นและเปลี่ยนอาชีพให้ดีขึ้น

1.4 ช่วยสร้างบรรยากาศของการพัฒนาเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับความสำเร็จ ความก้าวหน้า เป็นสิ่งที่ทำให้คนอยากก้าวไปจากจุดที่เป็นอยู่ การชี้แนะกระตุ้นความร่วมมือกับ โครงการต่าง ๆ ทำให้บรรยากาศของการพัฒนาดำเนินไปได้ด้วยดี

2. หน้าที่ชี้แจงนโยบาย (Policy Function) ในประเทศที่กำลังพัฒนานั้น การกระจาย ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องนโยบายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการชี้แจงนโยบายจะทำให้เกิดการร่วมมือกันในหมู่ประชาชนทุกระดับ โดยหน้าที่นี้สื่อมวลชน สามารถที่จะเอาข้อมูลจากประชาชนไปสู่ผู้ตัดสินใจวางนโยบาย และในทางเดียวกันที่สามารถชี้แจง นโยบายให้แก่ประชาชนได้รับทราบและเกิดการยอมรับ ทำให้เกิดความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของ คนทั้งประเทศที่จะร่วมใจในการพัฒนา

3. หน้าที่ให้การศึกษา (Teaching Function) เมื่อการพัฒนาประเทศก้าวไปการ เปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เกิดขึ้น คนในประเทศทุกคนกำลังเรียนรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลง ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ประชาชนกำลังต้องการการศึกษาทั้งทางตรงและทางอ้อม ประชาชนที่เป็นสมาชิก ของสังคมต้องเตรียมตัวเข้าสู่สังคมใหม่นวัตกรรมใหม่ ๆ สื่อมวลชนมีหน้าที่เป็นผู้เผยแพร่ความรู้ใน กระบวนการสังคมหรือการเตรียมคนเข้าสู่สังคมใหม่ ทักษะใหม่ มีทัศนคติใหม่ มีค่านิยมใหม่ และ มีความเชื่อใหม่พร้อมจะใช้ชีวิตในสังคมที่พัฒนาแล้วด้วยความสบายใจ ซึ่งในหน้าที่ของสื่อมวลชน สามารถเป็นผู้ให้การศึกษได้ในหลายประการ คือ

3.1 เป็นผู้ให้ความรู้แก่ประชาชน เช่น การให้ความรู้ในการใช้ปุ๋ย เครื่องจักร สาธารณสุขพื้นฐาน เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันสื่อมวลชนได้นำเสนอเผยแพร่ให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ดังกล่าว อย่างต่อเนื่อง

3.2 เป็นผู้สอนทักษะ นอกจากจะให้เกิดความรู้ความเข้าใจแล้วขั้นตอนในการปฏิบัติ ในการดำเนินงานก็ได้ถูกนำมาเผยแพร่ในสื่อมวลชน

3.3 เป็นสื่อการสอนสมัยใหม่ ปัจจุบันสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ได้กลายเป็นสื่อ การสอนให้แก่ประชาชนทั่วไป เช่น การบรรยายของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช การบรรยาย ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งเป็นผลทำให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ นวัตกรรมต่าง ๆ สามารถ กระจายความรู้ออกไปได้อย่างกว้างขวาง

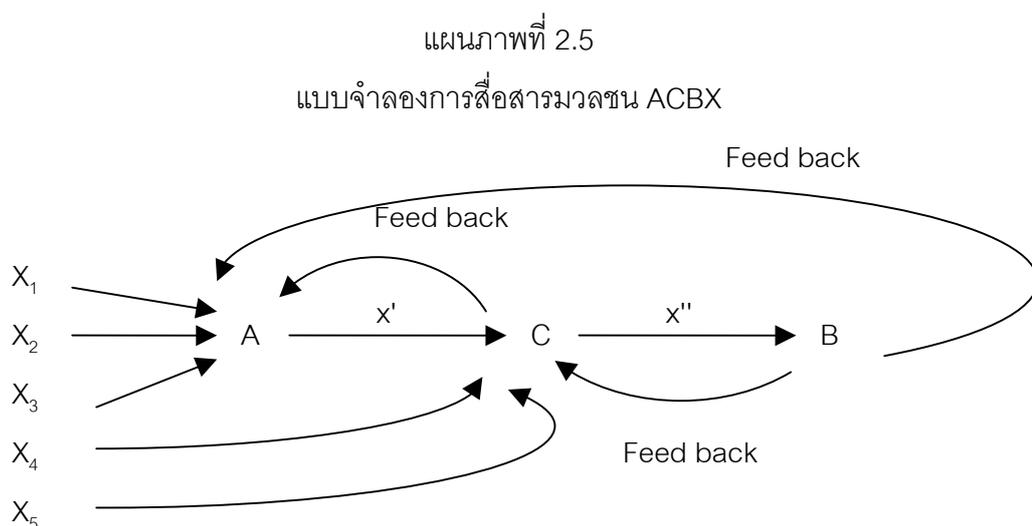
3.4 ช่วยให้การเรียนรู้เร็วขึ้น อุปกรณ์การสื่อสารในปัจจุบัน ทั้งโทรคมนาคม โทรสาร ต่าง ๆ สามารถทำให้การถ่ายทอดความรู้จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่งอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้คน ในชนบทและคนในเมืองสามารถรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ เรียนรู้วิชาการต่าง ๆ ได้รวดเร็วพอ ๆ กัน

4. หน้าที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Transformation Function) ในการที่เราได้รับรู้ข่าวสาร ต่าง ๆ จากสื่อมวลชนมากมาย วิธีการเสนอเนื้อหาสาระของสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเปลี่ยนลีลา น้ำเสียง

การเลือกรูปแบบ และเทคนิคการสร้างเนื้อหาบางส่วนที่จะปรับอารมณ์ความรู้สึกทำที่ที่เราจะมีต่อสิ่งเร้าในสังคมได้ด้วย เนื้อหาที่ดีแต่ขาดการเสนอที่ดีก็อาจทำให้เราปฏิเสธข้อมูลเหล่านั้น แต่วิธีการนำเสนอที่ดีจะทำให้เราประทับใจและเกิดอารมณ์คล้อยตาม

ราชบัณฑิตยสถานแม้จะเป็นองค์กรเก่าแก่ แต่การให้ความสำคัญด้านการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนที่เพิ่มเริ่มมีได้ไม่นาน จึงยังต้องมีการพัฒนาปรับปรุงอีกมาก และการที่ราชบัณฑิตยสถานเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการใช้สื่อมวลชนในการเผยแพร่ผลงานของหน่วยงานนี้เองทำให้ข่าวสารขององค์กรเผยแพร่ออกสู่สายตาประชาชนมากขึ้น ไม่ได้ยึดติดแต่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะนักวิชาการดังเช่นเมื่อก่อน นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไปสามารถรู้จักราชบัณฑิตยสถานได้มากขึ้น ราชบัณฑิตยสถานอาศัยช่องทางการสื่อสารมวลชนเพื่อเผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชนทั่วไปทั้งข่าวสารด้านนโยบายและข่าวสารที่เป็นองค์ความรู้อันเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและสังคม ข่าวสารวิชาการต่าง ๆ ของราชบัณฑิตยสถานจะต้องถูกถ่ายทอดให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของตน ว่าหน่วยงานราชบัณฑิตยสถานเป็นหน่วยงานที่ข้อมูลล้ำค่าไม่ทันการณ์ เข้าถึงได้ยาก ให้หันกลับมาเปลี่ยนทัศนคติตนเองและมองราชบัณฑิตยสถานในแง่บวกมากขึ้น

### แบบจำลองการสื่อสารมวลชน ACBX



- X - เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งการสื่อสารที่เกี่ยวข้องได้อุบัติขึ้น โดยผ่านสื่อมวลชน
- A - ผู้สื่อสารอาจจะเป็นบุคคลหรือระบบสังคมก็ได้ ที่สามารถเลือกส่งข่าวสารอย่างมีจุดมุ่งหมายต่อประชาชนเป็นผู้รายงานเหตุการณ์ X เช่น นักการเมือง เป็นต้น
- B - ผู้รับสาร ซึ่งอาจจะเป็นคน ๆ เดียวหรือประชาชนทั้งหมด
- C - ช่องสาร ซึ่งในที่นี้จะหมายถึงสื่อมวลชน เพื่อทำหน้าที่รายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นไปสู่ B

จากแบบจำลองนี้เราสามารถวิเคราะห์เชื่อมโยงกับการวิจัยครั้งนี้ได้ว่า เมื่อราชบัณฑิตยสถานต้องการเผยแพร่ข่าวสาร อาจเป็นการเผยแพร่ข่าวการจัดงานสัมมนาทางวิชาการ ราชบัณฑิตยสถานก็จะมีการจัดงานแถลงข่าวขึ้นผ่านสื่อมวลชน อาทิ ทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น สื่อมวลชนก็จะทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารให้แก่ประชาชนได้ทราบ นอกจากนี้ ราชบัณฑิตยสถานก็จะสามารถผลตอบรับ (Feedback) ได้จากการมาเข้าร่วมสัมมนาของประชาชนที่ได้รับสารและสนใจเข้าร่วมงาน ในที่นี้เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นหรือ X คือ การที่ราชบัณฑิตยสถานจัดงานสัมมนาขึ้น ผู้สื่อสารในที่นี้หมายถึงเจ้าหน้าที่ของราชบัณฑิตยสถานที่ทำหน้าที่แถลงข่าวต่อสื่อมวลชน หรือคือ A ในแบบจำลอง ส่วนสื่อมวลชน โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ทำหน้าที่เป็นช่องสาร เพื่อรายงานข่าวสารที่ได้รับ ในที่นี้คือ C และสุดท้ายคือ B อันหมายถึงผู้รับสาร ในที่นี้คือประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

โดยก่อนหน้าที่จะทำการถ่ายทอดไปสู่ประชาชนนั้น สื่อมวลชนจะทำหน้าที่เป็นผู้เฝ้าประตู (Gate Keeper) ซึ่งแนวความคิดของ เค เลวิน (K. Lewin, 1947 อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, 2529, น. 624-625) ได้กล่าวไว้ว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบไปด้วยบริเวณประตูที่ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้หรือไม่ ซึ่งแนวความคิดนี้ได้ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน ซึ่งหากทำการสรุปความหมายของ “ผู้เฝ้าประตู” นี้จะหมายถึงบทบาทของสื่อมวลชน เช่น บทบาทของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ในการคัดเลือกข่าวสารที่ส่งมาจากแหล่งข่าวต่าง ๆ มากมาย เพื่อนำไปเผยแพร่ต่อไปยังผู้รับสารเพียงบางชิ้นหรือบางส่วนเท่านั้น

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534, น. 9) กล่าวว่าในแบบจำลองกระบวนการสื่อสารมวลชนของ Westley และ Maclean นี้ การถ่ายทอดสารจาก A ไปยัง B จะต้องผ่าน C ซึ่งเป็นผู้รับเอาสารจาก A ไปทอดหนึ่งก่อนแล้วจึงทำหน้าที่กระจายสารไปยัง B อีกทอดหนึ่ง จะเห็นว่าการที่สารต้องผ่านคนกลางจึงถ่ายทอดต่อมายังผู้รับสารอีกทีหนึ่งนั้น สารจะต้องผ่านตัวการถึงสองทอดกว่าจะมาถึงผู้รับสาร ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง บิดเบือนสภาพจริงไปได้มาก เนื่องจากสารได้ผ่านตัวการที่อาจปรับให้บิดผันไปจากความเป็นจริงหลายครั้งหลายหนด้วยกัน แบบจำลองนี้จึงทำให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่าในการสื่อสารนั้น เมื่อความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร มีความถูกต้องตามความต้องการ ก็แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารนั้น ๆ สัมฤทธิ์ผล และกระบวนการสื่อสารนั้น ๆ เป็นการสื่อสารที่มีประสิทธิผล (effectiveness) แต่หากผู้รับสารไม่สามารถได้รับความหมายตามที่ผู้ส่งสารต้องการให้ได้ก็แสดงว่า การสื่อสารนั้น ๆ ขาดประสิทธิภาพหรือล้มเหลว (communication breakdown)

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารที่ได้พัฒนาในยุคหลัง คือแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเบอร์โล (David K. Berlo) ในยุคทศวรรษ 1960 เบอร์โล ได้เสนอองค์ประกอบด้วย องค์ประกอบของการสื่อสาร โดยขยายความไปยังรายละเอียดด้านคุณสมบัติของแต่ละองค์ประกอบด้วย องค์ประกอบหลักที่เบอร์โล กล่าวถึงในแบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเขา คือ ผู้ส่งสาร (source) สาร (message) ช่องทางการสื่อสาร (channel) และผู้รับสาร (receiver) รายละเอียดปลีกย่อยด้านคุณสมบัติจะเป็นตัวช่วยกำหนดว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะเป็นเช่นไร

### แผนภาพที่ 2.6

#### แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเบอร์โล

Sender (ผู้ส่งสาร)	Message (สาร)	Channel (ช่องทางของสื่อ)	Receiver (ผู้รับสาร)
Communication Skills	Code	Seeing	Communication Skills
Attitude	Content	Hearing	Attitude
Knowledge	treatment	Touching	Knowledge
Social System		Smelling	Social System
Cultural System		Tasting	Cultural System

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของเบอร์โลเป็นที่รู้จักกันในชื่อว่า SMCR model ในแบบจำลองนี้ เบอร์โลได้ชี้ให้เห็นว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลัก และองค์ประกอบย่อยต่าง ๆ เช่น ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะที่สามารถจะสื่อสารไปยังผู้รับสารได้ดี กล่าวคือทัศนคติของผู้ส่งสารต่อสาร และต่อผู้รับสารของตน ความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งที่สื่อออกไป และต่อผู้รับสาร จะส่งผลให้สารที่สร้างขึ้นมาดีตามไปด้วย ความรู้ของผู้ส่งสารต่อเรื่องที่สื่อสาร มีส่วนช่วยให้สารชัดเจนขึ้น ส่วนระบบสังคมและวัฒนธรรม ก็มีอิทธิพลทำให้ภาษาและวิธีการแสดงออกของผู้ส่งสารเหมาะสมเป็นที่ยอมรับได้

ในส่วนของผู้รับสารนั้นก็เช่นเดียวกัน คือจะต้องมีทักษะในการสื่อสารสูงเพียงพอที่จะเข้าใจสารที่ส่งมา ดีความหมายได้ถูกต้อง ทัศนคติของผู้รับสารเองจะเป็นส่วนที่ผู้รับสารให้ความรู้สึกต่อสารที่ได้รับมาและต่อตัวผู้ส่งสารเอง หากมีความรู้สึกที่ดีต่อเรื่องนั้น ๆ หรือต่อตัวผู้ส่งสาร การยอมรับในสารที่ส่งออกมา ก็ง่ายกว่าการที่ผู้รับสารมีทัศนคติไม่ดีต่อสาร หรือต่อผู้ส่งสาร

ระดับความรู้ของผู้รับสารจะเป็นสิ่งที่กำหนดว่า ผู้รับสารสามารถเข้าใจความหมายที่ส่งมาได้มากน้อยเพียงใด ผู้มีความรู้น้อยหรือแคบอาจทำความเข้าใจกับสารที่ยากหรือซับซ้อนได้ไม่มาก ความรู้จึงเป็นองค์ประกอบย่อย ส่วนสำคัญที่ช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลตามต้องการได้ ส่วนระบบสังคมและวัฒนธรรมก็เช่นเดียวกันกับกรณีของผู้ส่งสาร คือ ผู้รับสารเป็นส่วนหนึ่งของระบบสังคมและวัฒนธรรมซึ่งจะมีอิทธิพลที่ทำให้ความคิดของผู้รับสารมีลักษณะแบบหนึ่ง

สำหรับส่วนของสารและช่องทางการสื่อสารนั้นเบอร์โลได้อธิบายว่า ตัวของสารเองก็มีองค์ประกอบย่อยอันได้แก่ รูปแบบของสาร เช่น รหัส (code) ซึ่ง ได้แก่ภาษาที่ใช้ซึ่งอาจจะหมายถึงภาษาต่าง ๆ ที่ใช้อยู่ในโลก ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน และยังอาจหมายถึงสัญญาณ ช่องทางการสื่อสารที่มนุษย์ทุกคนมีและต้องใช้เป็นทางช่วยให้สื่อสารกับโลกภายนอกได้คือ ประสาททั้ง 5 รูปแบบ อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น และการรู้รส ช่องทางการสื่อสารอื่นที่เบอร์โลกล่าวถึงก็ยังมี ได้แก่ สิ่งที่น่าสสารไปยังผู้รับสาร เช่น คลื่นเสียงในอากาศ กระจกใส หนังสือ โทรเลข โทรศัพท์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ

ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนดังที่กล่าวมาแล้ว สามารถนำมาใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้ โดยการที่ราชบัณฑิตยสถานมีการเผยแพร่ข่าวสารทางวิชาการ การแถลงข่าวกิจกรรมต่าง ๆ ให้แก่ประชาชนทั่วไปได้ทราบ โดยใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการเผยแพร่ ข่าวสารของหน่วยงาน และผู้รับสารก็จะมี การรับสารที่แตกต่างกันตามแต่พื้นฐานของแต่ละคน ขึ้นอยู่กับระบบสังคมและวัฒนธรรม

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Selective Process)

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารและเลือกรับรู้และจดจำของประชาชนแต่ละคนนั้นจะมีความแตกต่างกันไปตาม ความต้องการ ทักษะคติ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิดและพื้นฐานสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล

กระบวนการการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (Klapper, 1960, pp. 19-25)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม จะก่อให้เกิดภาวะไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ซึ่งบุคคลอาจลดภาวะความไม่

สมมูลนี้ได้โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตน

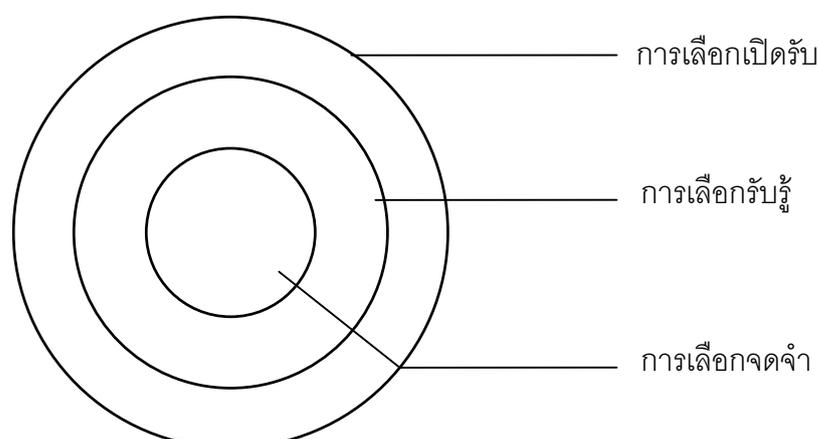
นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ทัศนนิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Prescription or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับหรือเลือกตีความหมายสารนั้นตามทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวังแรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น ดังนั้น ผู้รับสารจะตีความผิดพลาด หรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพึงพอใจ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเป็นการช่วยส่งเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้น กระบวนการการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

### แผนภาพที่ 2.6

การเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ



คลอสมเซ (Clause, 1968 quoted in Klapper, 1960, pp. 26-27 อ้างถึงใน จรัสลักษณ์ ผลบริบูรณ์เจริญ, 2542, น. 31) ได้แบ่งผู้รับสารออกเป็น 4 ประเภทด้วยกันตามลำดับความเข้มที่ได้รับสารคือ

1. ประชาชนทั่วไป หรือประชาชนที่มีโอกาสได้รับสาร (Potential Receiver)
2. ประชาชนที่สื่อเข้าถึงจริง ๆ (Effective Receiver)
3. คนที่ได้รับสารที่ต้องการให้ได้รับ (Affected Receiver)
4. ผู้รับสารที่สารนั้น ๆ มีผลกระทบต่อ (Affected Receiver)

แมคคอมส์ และ เบเคอร์ (McCombs and Becker, 1979, pp. 96-99) มีความเห็นว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการของตนดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามข่าวคราว ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ทางสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้

2. ต้องการให้เป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของคนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย หรือสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกันบุคคลอื่น

4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว

5. ต้องการเสริมความเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่านคลายอารมณ์

จากที่กล่าวมาแล้วจะเห็นได้ว่าทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร พบว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันไปตามความต้องการ ทักษะคติ ความรู้ ความรู้สึกและสถานะแวดล้อม โดยจะเลือกสนใจ เลือกรับรู้และจดจำแตกต่างกันไป และบุคคลจะมีการแสวงหาข้อมูลอันจะนำไปสู่แรงจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางวิชาการเกี่ยวกับราชบัณฑิตยสถาน เป็นต้น

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา “ทัศนคติของนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อราชบัณฑิตยสถาน” ได้มีผู้ศึกษาวิจัยและสรุปผลไว้ดังนี้

กรกนก นิลดำ (2549, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อข้อความสั้น (SMS) ที่ปรากฏในรายการข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 280 คน โดยการศึกษาวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทางด้านเพศ อายุ การศึกษา เศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อความคิดเห็น ค่านิยม และทัศนคติ และมีผลต่อพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ส่วนในด้านทัศนคติต่อนโยบายของรายการเกี่ยวกับการส่งข้อความสั้น (SMS) นั้นกลุ่มเป้าหมายมีทัศนคติในเชิงบวก กลุ่มเป้าหมายที่มีทัศนคติต่อนโยบายรูปแบบ และเนื้อหาของข้อความสั้นที่ปรากฏอยู่ในรายการข่าวที่เสนอผ่านสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นประเภทแสดงความคิดเห็นแตกต่างกัน และกลุ่มเป้าหมายที่มีทัศนคติที่มีต่อนโยบาย รูปแบบ และเนื้อหาของข้อความสั้นที่ปรากฏในรายการข่าวแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นประเภทผลคะแนนโหวตแตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นประเภทแสดงความคิดเห็นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้นผ่านทางรายการข่าว และพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้น ประเภทผลคะแนนโหวตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น ทั้งประเภทความคิดเห็นและผลคะแนนโหวตผ่านทางรายการข่าว

ธนาพงษ์ จันทรชอน (2546, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูพีซี 8” พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทุกตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ต่อครอบครัว ที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้ชมมีความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับชมสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่นซาแนล ยูพีซี 8 แตกต่างกันไป นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานีโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูพีซี 8 ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อข่าวโทรทัศน์เนชั่นซาแนลยูพีซี 8 เมื่อพิจารณาด้านตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติ คือ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร โดยเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยกลุ่มเป้าหมายมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมาก ก็จะมีทัศนคติในบวก หรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่นซาแนลยูพีซี 8 ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ทัศนคติต่อสถานีข่าวโทรทัศน์ เนชั่นซาแนลยูพีซี โดยรวม ทัศนคติที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอ ทัศนคติต่อเนื้อหารายการข่าวมากขึ้นตามไปด้วย

ณัฐนันต์ ปรชาอนุวงศ์ (2542, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อตำรวจนครบาล” ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของประชาชนชาวกรุงเทพมหานครที่มีต่อตำรวจนครบาล อันจะทำให้ทราบถึงทัศนคติของประชาชนที่มีต่อบุคลิกภาพ พฤติกรรม สถานีตำรวจ และการให้บริการของตำรวจนครบาล ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาประชากรกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชากรกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความกังวล ไม่แน่ใจ ในบุคลิกภาพและพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ตำรวจว่าดี หรือไม่ดีอย่างไร ซึ่งจะส่งผลเสียต่อการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพอใจปานกลางต่อการให้บริการของตำรวจนครบาล กลุ่มเป้าหมายที่มี อายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกันจะมีทัศนคติต่อบุคลิกภาพ และพฤติกรรมของตำรวจและต่อสถานีตำรวจนครบาลที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า กลุ่มเป้าหมายที่มี อายุ การศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของตำรวจนครบาลที่แตกต่าง

รุ่งกานต์ ฉัตรวีระชันกิจ (2543, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการใช้บริการ และทัศนคติของลูกค้า ที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมในการใช้บริการ ทัศนคติของลูกค้าธนาคาร ทัศนคติของลูกค้าธนาคาร และศึกษาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขแผนการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งด้านสินค้าและบริการ ผลการศึกษาพบว่า การหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์กับการเปิดรับข่าวสารในด้านต่าง ๆ ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝาก/เงินกู้ของธนาคาร จากการทดสอบสมมติฐานระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากพ่อ-แม่/ญาติพี่น้อง/เพื่อน/สามี-ภรรยา มีความสัมพันธ์กับการบริการที่ลูกค้าเลือกใช้มากที่สุด ส่วนสื่อวิทยุ โทรทัศน์ แผ่นพับใบปลิว และสื่อโปสเตอร์จากสาขาของธนาคาร มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการใช้บริการของธนาคาร เมื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านต่าง ๆ ของธนาคารกับความบ่อยครั้งในการใช้บริการของธนาคาร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการดำเนินงานของธนาคาร เทคโนโลยีใหม่ ๆ ผู้บริหารสาขาและพนักงาน หุ่น กิจกรรมช่วยเหลือสังคม มีความบ่อยครั้งในการใช้บริการของธนาคาร และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ของธนาคารกับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดสาขาใหม่ของธนาคารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารในการใช้บริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อ

ธนาคาร พบว่า ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อธนาคาร

ศุภกัญญา นาถนิตินาธา (2539, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของประชาชนที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อสำนักงานอาหารและยา พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ อย. น้อยมาก และกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างทางประชากรทางด้านระดับการศึกษาจะมีความแตกต่างทางด้านการเปิดรับข่าวสาร กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล และพบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับหน่วยงาน อย. ค่อนข้างน้อย และความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษาจะมีความรู้เกี่ยวกับหน่วยงาน อย. แตกต่างกัน นอกจากนี้กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อ อย. ทั้งในด้านการบริการ การบริการและด้านวิชาการ อยู่ในระดับปานกลาง และความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ในด้านระดับการศึกษาและ อายุจะมีทัศนคติต่อหน่วยงาน อย. แตกต่างกัน

สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลา (2537, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ ของประชาชน” เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-35 ปี มีระดับการศึกษาสูงกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น เป็นเจ้าของกิจการและมีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท สื่อที่ถูกใช้ในการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ โทรทัศน์ และสื่อบุคคลคือ สามี/ภรรยา ลักษณะทางประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับความรู้ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำจากสามี/ภรรยามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ความรู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วม

สุชาดา วรรณะมานี (2542, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) พบว่า กลุ่มเป้าหมายเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากสื่อวิทยุมากที่สุด กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่แตกต่างกัน สถาบันการศึกษาแตกต่างกัน มีภูมิปัญญาและการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศแตกต่างกัน และศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน และความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายที่มีเพศ ภูมิปัญญา และการเข้าร่วมกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน กลุ่มเป้าหมายที่ศึกษาอยู่ในสถาบันการศึกษาต่างประเภทกัน และมีการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อมวลชนทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

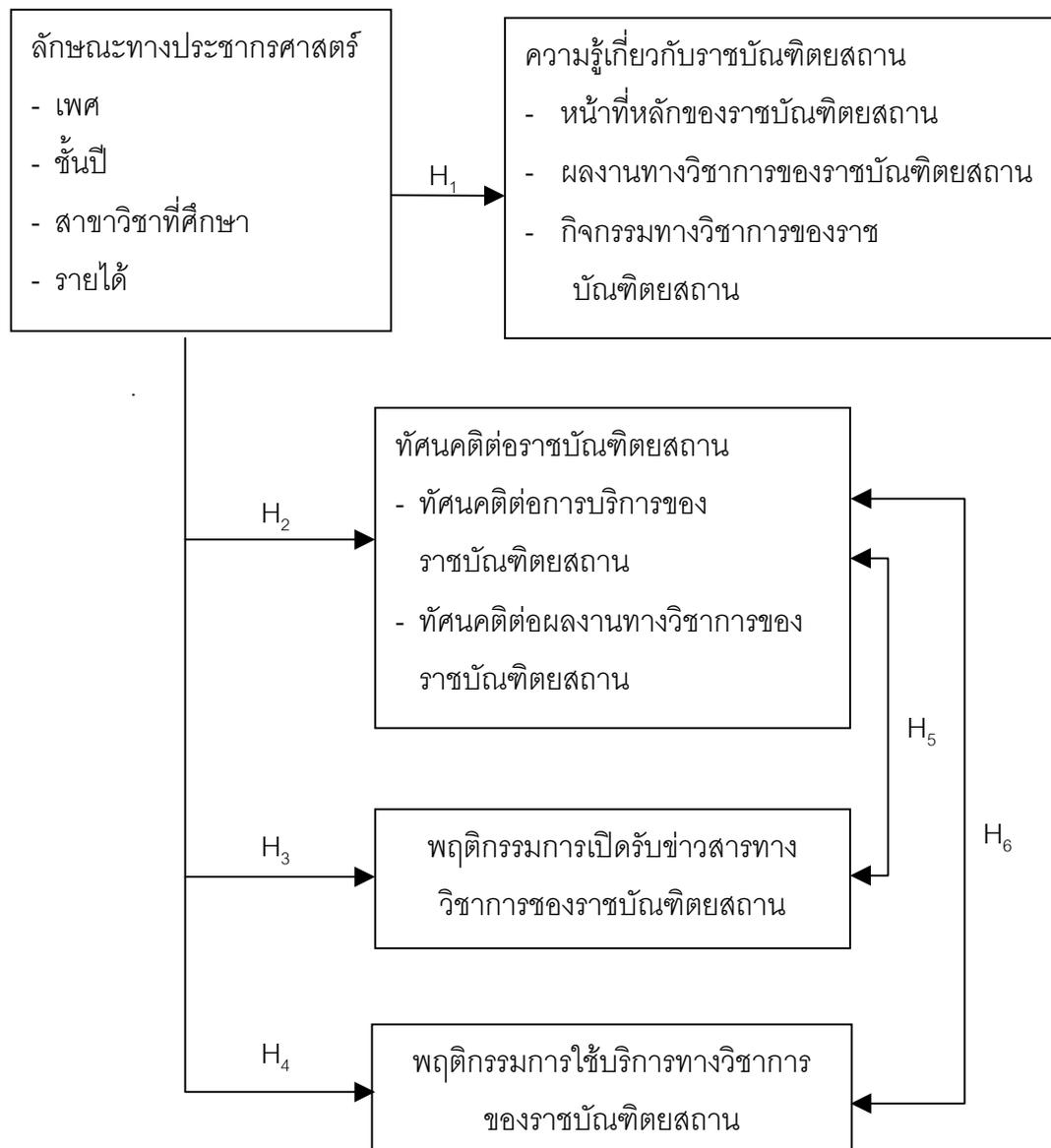
พรทิพย์ บุญนิพันธ์ (2539, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในวันที่ 17 พ.ย. 2539 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์เรื่องรายได้มีความสัมพันธ์กับความรู้และพฤติกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ภูมิปัญญาเดิมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อจากพ่อแม่ ญาติ พี่ น้อง มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและพฤติกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง พบว่า ตัวแปรทั้ง 3 ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สุกัลย์ ตั้งนรินทร์สรอายุ (2549, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยได้ศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการของบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท ทู คอรัปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท

ทฤษฎีคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) และการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมการใช้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัท ทฤษฎีคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท ทฤษฎีคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน) จากสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัท ทฤษฎีคอร์ปอเรชัน จำกัด (มหาชน)

### แผนภาพที่ 2.7

แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย



จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาตามสมมติฐานได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีความรู้เกี่ยวกับราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน

จากงานวิจัยของ ศุภกัญญา นาถนิตินาถา (2539, น. บทคัดย่อ) ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับหน่วยงาน อย. ค่อนข้างน้อย โดยมักจะทราบถึงกระทรวงที่ อย. ที่สังกัดอยู่ แต่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ อย. รับผิดชอบ กลุ่มที่มีอายุน้อยกว่าจะมีความรู้เกี่ยวกับ อย. มาก เช่นเกี่ยวกับกลุ่มที่ยังมีการศึกษาสูงจะยิ่งมีความรู้เกี่ยวกับ อย. ดีกว่ากลุ่มอื่น ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้แสดงให้เห็นว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันสามารถเป็นตัวแปรที่ทำให้ความรู้ที่มีเกี่ยวกับตัวแปรตามคือ องค์การอาหารและยามีความแตกต่างกัน

จากสมมติฐานในข้อนี้มีการนำแนวคิด และทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ ในด้านของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติเราจะมองจากมิติด้านความรู้ที่นิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครว่า รู้จักราชบัณฑิตยสถานหรือไม่อย่างไร และจากแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์จะเป็นตัวแปรที่ทำให้ความรู้ที่กลุ่มเป้าหมายมีเกี่ยวกับราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกันหรือไม่

สมมติฐานที่ 2 นิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีทัศนคติต่อราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน

ธนาพงษ์ จันทรชอน (2546, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8” พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ทุกตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ต่อครอบครัว ที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้ชมมีความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับชมสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่นซาแนล ยูบีซี 8 แตกต่างกันไป ซึ่งการทดสอบสมมติฐานนี้สอดคล้องกับสมมติฐานงานวิจัย “ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อราชบัณฑิตยสถาน” ในข้อ 2 ที่ว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน

จากสมมติฐานในข้อนี้มีการนำแนวคิด และทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และแนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งจากแนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น

เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ จะมีบางตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่แตกต่างกัน ตามแนวคิดของฟิชเบิร์ต และ อาเซน (Fishbein และ Ajzen, 1975, pp. 14-16 อ้างถึงใน ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 47) ที่ได้อธิบายถึงที่มาของทัศนคติว่า ทัศนคติเป็นความรู้สึก (Affection) ในการประเมินค่า (Evaluation) ตามธรรมชาติของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาจากความเชื่อต่าง ๆ (Beliefs) ของบุคคลที่มีต่อวัตถุ บุคคลส่วนมากจะมีความเชื่อต่าง ๆ ทั้งในทางบวกและทางลบต่อวัตถุ โดยทัศนคติจะเป็นผลที่เกิดจากการเชื่อมต่อกันระหว่างความเชื่อต่าง ๆ ที่บุคคลมี เข้ากับความรู้สึก หรือการประเมินค่าโดยรวมทั้งหมดที่มีต่อวัตถุ ซึ่งเกิดขึ้นจากความเชื่อนั้น ทัศนคติอันประกอบด้วยทัศนคติก็คือความรู้สึก (Affection) ที่เรามีต่อสิ่งต่าง ๆ แต่ได้เพิ่มเติมว่าองค์ประกอบด้านความรู้ (Cognition) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conation) นั้นต่างเป็นปัจจัยสำคัญ และมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ทั้งนี้ ความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้และทัศนคตินั้นเกิดมาจากความแตกต่างระหว่างแต่ละบุคคลที่มีอายุ เพศ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่ต่างกัน ย่อมมีความเชื่อ ความรู้ ความรู้สึก และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

สมมติฐานที่ 3 นิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางวิชาการเกี่ยวกับราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน

กรรณก นิลดำ (2549, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อข้อความสั้น (SMS) ที่ปรากฏในรายการข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์” ผลการทดสอบสมมติฐานที่ว่า ผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นที่ปรากฏในรายการข่าวที่เสนอผ่านสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน พบว่ามีทั้งส่วนที่ปฏิเสธและยอมรับสมมติฐาน ดังนี้ ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นประเภทแสดงความคิดเห็นผ่านทางรายการข่าวแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นประเภทแสดงความคิดเห็นผ่านทางรายการข่าว ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory) แต่ในการทดสอบสมมติฐานย่อยในข้อนี้ข้อหนึ่งผลที่กล่าวได้ว่าผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นประเภทผลคะแนนโหวตผ่านทางรายการข่าวแตกต่างกัน สรุปผลการวิจัยได้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข้อความสั้นประเภทผลคะแนนโหวตผ่านทางรายการข่าวแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory)

จากสมมติฐานในข้อนี้มีการนำทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory) ของ เดอเฟออร์ (Defleur, 1933, p. 182 อ้างถึงใน กรรณก นิลดำ, 2549, น. 204) ที่กล่าวว่า ความแตกต่างกันของผู้รับสาร ทำให้ความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสารแตกต่างกัน และได้เสนอพื้นฐานของความแตกต่างกันไว้ว่า คือ บุคคลที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านบุคลิกภาพ และได้เสนอพื้นฐานของความแตกต่างกันไว้ว่า คือ บุคคลที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านบุคลิกภาพ สถานภาพทางจิตวิทยา และสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน จึงมีผลให้เลือกรับสารแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 นิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมการใช้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน

สุกัลย์ ตั้งนิรันดรสรณ (2549, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มุ่งศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีต่อบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) โดยได้ศึกษาลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการของบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมการใช้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) จากสื่อ อินเทอร์เน็ต สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อป้ายโฆษณา และสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการบริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

การผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอ้างอิงไปสู่ การทดสอบสมมติฐานที่ว่า นิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมการใช้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกัน จากสมมติฐานในข้อนี้มีการนำแนวคิดที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ แนวคิดทางด้านประชากรศาสตร์ ซึ่ง กาญจนา แก้วเทพ (2541, น. 302) ได้กล่าวไว้ว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ เป็นแนวคิดที่เชื่อในหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ เชื่อว่าคนเราทำพฤติกรรมต่าง ๆ ตามแรงผลักดันจากภายนอก (Exogenous Factors) และพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่ของเราจะเป็นไปตามแบบฉบับที่สังคมวางไว้ เช่นคนรุ่นไหน ควรจะทำ

พฤติกรรมอย่างไร และสังคมทั่ว ๆ ไป มักจะกำหนดให้บุคคลที่มีคุณสมบัติประชากรแตกต่างกันมีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงได้ตั้งสมมติฐานดังกล่าวโดยอ้างอิงตามแนวคิดความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ว่า กลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ ชั้นปี สาขาวิชาที่ศึกษา รายได้ครอบครัว จะมีการใช้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถานแตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 5 ทักษะที่มีต่อราชบัณฑิตยสถานของนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางวิชาการเกี่ยวกับราชบัณฑิตยสถาน

ธนาพงษ์ จันทรชอน (2546, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8” พบว่า ผลการทดสอบสมมติฐานจากสมมติฐานที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อ สถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชม ที่มีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เมื่อพิจารณาในแต่ละตัวแปรอิสระพบว่า ความถี่ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ กลุ่มเป้าหมายยังมีความถี่ในการเปิดรับมากก็ยังมีทัศนคติต่อสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 ในทางบวกมากขึ้นด้วย และพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอข่าวสถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระพบว่า ความถี่ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอข่าว สถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 โดยเป็นความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ กลุ่มเป้าหมายยังมีความถี่ในการเปิดรับมากก็ยังมีทัศนคติต่อรูปแบบการนำเสนอข่าว สถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 นอกจากนี้ จากผลวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อเนื้อหารายการข่าว สถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เมื่อพิจารณาในแต่ละตัวแปรอิสระพบว่า ความถี่ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อเนื้อหารายการข่าว สถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 โดยเป็นความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ กลุ่มเป้าหมายยังมีความถี่ในการเปิดรับมากก็ยังมีทัศนคติต่อเนื้อหา รายการข่าว สถานีข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 ในทางบวกตามไปด้วย

จากสมมติฐานในข้อนี้มีการนำแนวคิด และทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ และทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งตามทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร Joseph T. Klapper ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น อันได้แก่ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Prescription or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับหรือเลือกตีความหมายสารนั้นตามทัศนคติประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวังแรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น และกระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเองซึ่งกระบวนการการเปิดรับข่าวสารนี้ ก็มีความสัมพันธ์กับทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ที่ว่าตามทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคตินั้น คือ ความรู้สึก (Affective) ที่เกิดขึ้นจากการประเมินค่า (Evaluation) โดยในการวิจัยครั้งนี้จะเน้นที่ความรู้สึกที่มีต่อราชบัณฑิตยสถาน ซึ่งทัศนคตินี้จะสะท้อนออกมาในรูปแบบลักษณะบวกคือ เห็นด้วยหรือชื่นชม และในลักษณะลบคือ ไม่เห็นด้วยหรือไม่ชื่นชม และลักษณะที่เป็นกลางหรือเฉย ๆ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ ซึ่งความรู้สึกชอบหรือไม่นี้เองที่เราเรียกว่าทัศนคตินั้นก็จะสัมพันธ์กับการเปิดรับ

สมมติฐานที่ 6 ทัศนคติต่อราชบัณฑิตยสถานของนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถาน

รุ่งกานต์ ฉัตรวีระชัยกิจ (2543, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมในการใช้บริการ และทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน)” จากสมมติฐานพบว่า พฤติกรรมในการใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้ำที่มีต่อธนาคาร คือ ปัจจัยในการตัดสินใจใช้บริการของธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) ทั้งนี้เป็นเพราะมีปัจจัยหลายประการ เช่น ธนาคารอยู่ใกล้บ้าน/ที่ทำงาน/สถานศึกษา หรือเป็นเพราะธนาคารมีความมั่นคงในการดำเนินงาน มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย สถานที่จอดรถ พนักงานต้อนรับอบอุ่น ฯลฯ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของลูกค้ำ นั่นคือเมื่อลูกค้ำได้ใช้บริการของธนาคารแล้วอาจจะมีทัศนคติไปในเชิงบวก ทำให้เขาแสดงออก มีความรู้สึก หรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่งรวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับ

ทัศนคติในเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรม ที่ว่าทัศนคติเป็นเสมือนหางเสือของพฤติกรรม คือเป็นเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล

จากสมมติฐานในข้อนี้มีการนำแนวคิด และทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ ที่ว่า ทัศนคตินั้นเป็นความรู้สึก (Affective) ที่เกิดขึ้นต่อวัตถุหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นผลมาจากการประเมินค่า (Evaluation) วัตถุ ตามระดับความเข้มข้นของความเชื่อ (Belief) ที่มีต่อคุณลักษณะด้านต่าง ๆ (Attribute) ของวัตถุ และมีผลให้เกิดความตั้งใจ (Intention) ในการแสดงพฤติกรรม (Behavior) ต่อวัตถุออกมาในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ (ธนาพงษ์ จันทรชอน, 2546, น. 49) ทัศนคตินี้จะส่งผลออกมาในรูปแบบของพฤติกรรม ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ตั้งข้อสมมติฐานว่า ทัศนคติต่อราชบัณฑิตยสถานของนิสิต นักศึกษาของมหาวิทยาลัยรัฐในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการใช้บริการทางวิชาการของราชบัณฑิตยสถาน