

## บทที่ 2

### แนวความคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับชม ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ในการปฏิบัติตนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง จากรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง”: กรณีศึกษาเฉพาะกลุ่มสมาชิกกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติในเขตกรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงผลสัมฤทธิ์ของรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” ในการให้ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรทางด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา กลุ่มชุมชน และการเปิดรับชม ที่มีต่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม ดังกล่าว โดยผู้วิจัยใช้ทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษา ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร
2. แนวคิดด้านบทบาทหน้าที่วิทยุโทรทัศน์
3. แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน
4. แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์
5. ทฤษฎีความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม (KAP Theory)
6. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารเป็นการรับรู้ในชีวิตประจำวันอย่างหนึ่ง ที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ การเปิดรับข่าวสารการเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารนั้นมิใช่จะเปิดรับหรือมีทางที่จะเปิดรับหรือสนใจข่าวสารทุกคนเสมอไป ยิ่งกว่านั้นในการรับข่าวสาร ผู้รับสารแต่ละคนมีการรับ มีความจดจำ มีการตอบสนองต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ขั้นตอนตามลำดับ ดังต่อไปนี้<sup>1</sup>

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของ ผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าสนใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

---

<sup>1</sup> Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), pp. 19-25.

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ฮันท์ และ เบรนต์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent D. Ruben) ได้กล่าวถึงปัจจัยของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อการกระบวนการในการเลือกเปิดรับข่าวสาร<sup>2</sup> ไว้ดังนี้

ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

1. ทศคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง(Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่ง ทศคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

2. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมียิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

3. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

4. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

5. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้น บางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

---

<sup>2</sup>Todd Hunt and Brent D. Ruben, Mass Communication: Producers and Consumer (New York: Harper Collins College Publisher, 1993), pp. 50-52.

6. สภาพวะ (Context) สภาพวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

7. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้น เราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ชาร์ล แอตคิน (Charles K. Atkin)<sup>3</sup> กล่าวว่า การจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนหรือการทำความเข้าใจแล้วบุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลตอบแทนได้น้อยกว่าบุคคลก็อาจเพิกเฉยต่อข่าวสารนั้น เป็นต้น

แคทซ์ และคณะ (Katz and others)<sup>4</sup> ได้เสนอว่า ความต้องการในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคลนั้น มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ทางสังคม โดยได้ร่วมกันสรุปถึงความสัมพันธ์ไว้ 5 ประเด็น ดังนี้

1. สถานการณ์ทางสังคม มีความขัดแย้งวุ่นวาย สับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียดและแรงกดดัน บุคคลจึงต้องการการผ่อนคลายแรงกดดันด้วยการใช้สื่อ
2. สถานการณ์ทางสังคม ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตระหนักถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการข่าวสารและข่าวสารเหล่านั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ
3. สถานการณ์ทางสังคม ทำให้โอกาสในอันที่จะสนองความต้องการต่าง ๆ ในชีวิตจริงของบุคคลน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อทดแทนหรือชดเชยความต้องการเหล่านั้น

<sup>3</sup>Charles K. Atkin, Anticipated Communication and Mass Media information Seeking (Public Opinion Quarterly, New York: The Free Press, 1973), p. 36.

<sup>4</sup>Jay G. Blumler and Elihu Katz, "The Uses of Mass Communications," In Current Perspectives on Gratifications Research (London: Sage Publications, 1974), pp. 113-120.

4. สถานการณ์ทางสังคม ทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว

5. สถานการณ์ทางสังคม ทำให้เกิดความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้

พฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมปฏิบัติการ (Consumatory behavior) และพฤติกรรมอุปกรณ์ (Instrumental behavior)<sup>5</sup>

- พฤติกรรมปฏิบัติการ เป็นปฏิกริยาในการรับสารที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสื่อสารในทันทีที่มีสิ่งเร้า (Stimulus) หรือมีข่าวสาร (Message) มากระตุ้นผู้รับปฏิกริยานั้นอาจสังเกตได้หรือสังเกตไม่ได้ แต่จะสิ้นสุดลงในทันทีที่สิ่งเร้านั้นหมดแรงกระตุ้น หรือเมื่อยุติการให้ข่าวสาร เช่น เมื่อผู้รับสารอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ แล้วเกิดอารมณ์คล้อยตามคิดสร้างภาพต่าง ๆ ตามไป แต่เมื่อเลิกอ่าน เลิกฟัง หรือเลิกดูแล้ว อารมณ์หรือปฏิกริยาต่าง ๆ ก็หยุดลงเพียงนั้น ปฏิกริยานี้จัดเป็นพฤติกรรมปฏิบัติการ

- พฤติกรรมอุปกรณ์ เป็นปฏิกริยาการรับสารที่เกิดขึ้น เช่นเดียวกับพฤติกรรมปฏิบัติการ แต่ต่างกันตรงที่ในกรณีของพฤติกรรมอุปกรณ์นั้น ปฏิกริยาที่เกิดขึ้นอาจก่อให้เกิดแรงกระตุ้น และพฤติกรรมอย่างอื่น เช่น เมื่อผู้รับสารฟัง หรือดู หรืออ่านข้อความไปแล้ว อาจนำไปวิพากษ์วิจารณ์ต่อเล่าให้ผู้อื่นฟัง แนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือนำมาใช้เป็นหลักความคิดประจำวัน เป็นต้น

เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้ดัดแปลงกลไกเชิงสิ่งเร้าและการตอบสนองโดยเห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป ซึ่งเดอเฟลอร์ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ดังนี้<sup>6</sup>

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะทางชีวภาค หรือร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่มาจากความแตกต่างกันทางการเรียนรู้

---

<sup>5</sup>สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, การศึกษามหาชนสื่อมวลชนต่อการศึกษาชาวบ้าน (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เจริญผล, 2521), น. 5-6.

<sup>6</sup>Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball-Rokeach, Theories of Mass Communication. (New York: Longman, 1989), p. 102.

3. มนุษย์ซึ่งถูกขบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป

4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ที่รวมเป็นลักษณะจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กระบวนการในการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการเลือกจดจำสารที่มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารต่อไป

ในการส่งเสริมแนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้มีประสิทธิผลและพัฒนาสู่ความยั่งยืนได้นั้น ต้องจำเป็นที่จะต้องก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมในหมู่ประชาชนโดยการให้ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ในการดำเนินชีวิตตามแนวคิดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

### **แนวคิดด้านบทบาทหน้าที่วิทยุโทรทัศน์**

วิทยุโทรทัศน์ (Television) เป็นการรวบรวมคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียง ภาพยนตร์ และหนังสือพิมพ์เข้าด้วยกันโดยที่ผู้ชมสามารถได้ยินเสียง เห็นภาพ เคลื่อนไหวและตัวหนังสือไปพร้อม ๆ กัน ฉะนั้นวิทยุโทรทัศน์จึงเป็นสื่อมวลชนที่แสดงเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ชัดเจนที่สุด วิทยุโทรทัศน์จึงมีคุณสมบัติในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความรู้ ทัศนคติ ความซาบซึ้ง ค่านิยม ตลอดจนทัศนคติ

### **ความสำคัญของวิทยุโทรทัศน์**

ความสำคัญของวิทยุโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นสื่อมวลชน มีความสำคัญในด้านต่าง ๆ ดังนี้<sup>7</sup>

1. ด้านการเสริมสร้างปัญญา ความสำคัญของวิทยุโทรทัศน์ในการเสริมสร้างสติปัญญามีอยู่ 3 ลักษณะ คือ การให้ข้อเท็จจริงแก่ประชาชน การให้การศึกษา และการแสดงความคิดเห็น

---

<sup>7</sup> ภาภรณ์ อัจฉริยะกุล, เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์ฉบับปรับปรุง (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545), น. 29.

2. ด้านการพัฒนาประเทศ วิทยุโทรทัศน์มีความสำคัญในการใช้เป็นสื่อเพื่อพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การพัฒนาทางการเมือง การพัฒนาการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาการศึกษา จะเห็นว่าในประเทศที่เจริญแล้วนิยมใช้วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อ เพื่อสอนหรือเสริมสร้างความรู้โดยตรงตัวอย่าง เช่น ประเทศอังกฤษมีสถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษา เรียกว่า “ETV (Educational Television)” เพื่อให้การศึกษาความรู้แก่ประชาชนจนเป็นที่แพร่หลาย ในสหรัฐอเมริกาใช้วิทยุโทรทัศน์เพื่อการสอนที่เรียกว่า “ITV (Instruction Television)”

3. ด้านการสื่อสารของโลก วิทยุโทรทัศน์มีความสำคัญในฐานะเป็นเครื่องมือการสื่อสารของโลก ทำให้สามารถติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันได้อย่างรวดเร็วไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดของโลก โดยการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียม เพื่อให้ทั่วโลกรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนั้นวิทยุโทรทัศน์ยังเป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้ความบันเทิง และวัฒนธรรม ประเพณีซึ่งกันและกันระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก และยังเป็นเครื่องมือในการใช้เป็นสื่อที่ทำให้เกิดการพึ่งพาซึ่งกันและกันทั่วทั้งโลก เกิดเป็นลักษณะการถ่ายโยง เทคโนโลยีการสื่อสาร จากประเทศที่พัฒนาเรื่องข่าวสารไปยังประเทศที่ขาดแคลนเป็นผลให้ เกิดการพึ่งพาช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้

### **บทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์**

วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง หน้าที่โดยทั่วไปจึงมีลักษณะเช่นเดียวกับสื่อมวลชน ซึ่งโดยปกติหน้าที่ของสื่อมวลชนสอดคล้องกับการสื่อสารมี 4 ประการ ดังนี้<sup>8</sup>

1. **บทบาทหน้าที่ในการให้ข่าวสาร** ปัจจุบันโลกได้ก้าวหน้าวิวัฒนาการไปมาก เหตุการณ์ประจำวันในส่วนต่าง ๆ ของโลก บางสิ่งบางอย่างมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันไปถึงต่างประเทศทั่วโลก ยิ่งในเชิงธุรกิจด้วยแล้ว เหตุการณ์ประจำวันย่อมต้องมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกันอย่างยิ่ง ชาวต่าง ๆ จะน่าสนใจขึ้นอยู่กับ “สื่อ” ที่เสนอมายังผู้รับและ “สื่อ” ในปัจจุบันที่เป็น “ผู้ส่งสาร” ได้ดีที่สุดก็คือ “วิทยุโทรทัศน์” ทั้งนี้เพราะผู้ชมจะได้เห็นทั้งภาพและเสียงได้ในขณะเดียวกัน อันเป็นการเร้าใจให้เกิดความสนใจในข่าวที่ชม และจะกระตุ้นช่วยกันพัฒนาโดยหน้าที่สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ดังต่อไปนี้

<sup>8</sup> เรื่องเดียวกัน, น. 25.

1.1 เปิดโลกทัศน์ของประชาชนในประเทศชาติให้กว้างไกลไปกว่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นของตน ชาวชนบทสนใจความก้าวหน้าของสังคมเมือง คนเมืองสนใจที่จะพัฒนาชนบท

1.2 ช่วยให้เกิดความสนใจเรื่องสำคัญ การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนต่อเนื่องกันหลายวันบ่อย ๆ จะทำให้ข่าวนั้นกลายเป็นสิ่งที่น่าสนใจและประชาชนทั่วประเทศติดตามศึกษาหารายละเอียดเกี่ยวกับข่าว

1.3 ช่วยยกระดับของความทะเยอทะยาน โดยการเสนอผลสำเร็จของความก้าวหน้า อาทิ เสนอประวัติบุคคลที่มีความก้าวหน้าในการทำงานโดยอาศัยเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการดำเนินชีวิต จะช่วยให้คนเราเกิดความรู้สึกอยากจะก้าวออกไปจากสภาพชีวิตที่เป็นอยู่เปลี่ยนแปลงอาชีพให้ดีขึ้น

1.4 ช่วยสร้างบรรยากาศการพัฒนาเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับความสำเร็จ ความก้าวหน้า การชี้แนะปัญหาของสภาวะในปัจจุบันทำให้คนรับรู้ปัญหาของสภาวะที่เป็นอยู่ แล้วอยากเปลี่ยนแปลง อาทิ การรายงานข่าวความสำเร็จเป็นช่วงทำให้เกิดกำลังใจและกระตุ้นสู่ความร่วมมือในโครงการต่าง ๆ ทำให้บรรยากาศของการพัฒนาดำเนินไปด้วยดี

2. บทบาทหน้าที่ในด้านการให้ความคิดเห็น เนื่องจากวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีอิทธิพลมากต่อผู้ชมมาก โดยเฉพาะผู้ชมในตัวเมืองซึ่งถือว่าเป็นผู้ชมส่วนใหญ่ เป็นผู้นำที่ได้รับการพัฒนาและศึกษาแล้ว การแสดงความคิดเห็นทางวิทยุโทรทัศน์ จึงมีบทบาทและเป็นที่น่าสนใจมาก โดยเฉพาะในระหว่างที่มีเหตุการณ์ที่ต้องแสดงความคิดเห็นในเชิงเปรียบเทียบ เช่น ในระยะเวลา ก่อนการเลือกตั้งทั่วไป อาจจะมีการเชิญหัวหน้าพรรคการเมืองต่าง ๆ หรือผู้สมัครแต่ละพรรคมาให้ความคิดเห็น แสดงความเห็นต่าง ๆ เมื่อได้รับการเลือกตั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ บางสถานีโทรทัศน์ยังมีรายการที่จัดรายการในรูปแบบโน้มน้าวจิตใจประชาชนให้คล้อยตามความคิดเห็นทางใดทางหนึ่ง ซึ่งรายการเช่นนี้จะมีอิทธิพลกับประชาชนมาก ทั้งนี้เพราะวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่ประชาชนส่วนใหญ่ถือเอาเป็นแบบอย่างมากกว่าสื่อมวลชนชนิดอื่นและมีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยม โดยทำหน้าที่ในการชี้แจงเหตุผล ชี้มุมมองใหม่ เพื่อให้เกิดการยอมรับนโยบายใหม่ ๆ ได้ง่ายขึ้น

3. บทบาทหน้าที่ในการให้การศึกษา เนื่องจากเป็นสื่อที่ให้ทั้งภาพและเสียงได้ในขณะเดียวกัน จึงทำให้วิทยุโทรทัศน์เหมาะสมที่จะใช้ เป็นสื่อในการช่วยส่งเสริมการศึกษา หรือเป็นเครื่องมือในการให้การศึกษาแก่ประชาชนหรือนักศึกษาโดยการนำเอาวิทยุโทรทัศน์ไปใช้ตามวัตถุประสงค์แตกต่างกัน เช่น

- รายการเพื่อการศึกษาแก่ประชาชนทั่วไป (Informal Education) เป็นการให้ความรู้แก่ประชาชน โดยจัดเนื้อหาเป็นความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยตรงแบบแฝงมาในรูปคดี เตือนใจ หรือสอดแทรกในรายการ

- รายการเพื่อการศึกษาในระบบโรงเรียน (Formal Education) คือ การจัดรายการเพื่อกลุ่มผู้รับสารที่อยู่นอกโรงเรียน ให้การศึกษาเป็นไปตามหลักสูตรการศึกษาแบบกลุ่มสนใจเฉพาะเรื่อง เช่น รายการโทรทัศน์การศึกษาของสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ในช่วงเวลาควบคุม

4. บทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิง เนื่องจากวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีศักยภาพในการให้ความบันเทิงอย่างครบครัน เป็นแหล่งข่าวที่ประชาชนทั่วไปสามารถใช้เป็นแหล่งในการแสวงหาความบันเทิงได้ เนื่องจากมีให้เลือกชมได้หลายช่อง การจัดรายการของแต่ละช่องหรือสถานีจึงแข่งขันกันในการจัดรายการทางด้านบันเทิงเพื่อดึงดูดผู้ชมรายการบันเทิงเหล่านี้มีเป้าหมายในการดึงดูดผู้ชมรายการต่างวัยกัน เช่น รายการเพลง รายการการ์ตูน รายการภาพยนตร์ รายการคอนเสิร์ต รายการละครโทรทัศน์ และรายการเกมโชว์ ฯลฯ

นอกจากนี้ในฐานะที่วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่มีบทบาทในวงกว้าง ก็ยังมีบทบาทต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของส่วนประกอบสังคม ดังที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm)<sup>9</sup> เชื่อว่า การสื่อสารโดยเฉพาะสื่อมวลชน ช่วยส่งเสริมการพัฒนาสังคม อันมาจากความสามารถของสื่อมวลชน ดังเช่น

1. การแจ้งข่าวหรือสารสนเทศ (to inform) เพื่อให้บุคคล(ชาวบ้าน) รับรู้ถึงนวัตกรรมในด้านต่าง ๆ ที่นำไปสู่ชุมชนเอการพัฒนามีความทันสมัยมากขึ้น ความทันสมัยนี้ไม่จำเป็นต้องมีแนวทางแบบตะวันตก แต่หมายถึงการที่ชาวบ้านมีความสุขตามอัตภาพ

2. การปลุกกระตือรือร้น (to mobilize) เป็นการปลุกพลังเพื่อให้บุคคล (ชาวบ้าน) ร่วมกันตัดสินใจวินิจฉัยปัญหาต่าง ๆ อันมาจากการรับและการกำหนดทิศทาง ตลอดจนผลกระทบของนวัตกรรมที่มีต่อสังคมที่ตนอาศัย

3. การศึกษา (to educate) เป็นการเรียนรู้โดยถ่องแท้ถึงนวัตกรรม เพื่อการปรับปรุงและพัฒนานวัตกรรมนั้น ๆ

---

<sup>9</sup>Wilbur Schram, อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 3.

### แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่สามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ลงลึกได้<sup>10</sup>

โจเซฟ ที เคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนไว้ดังนี้<sup>11</sup>

1. สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อประชาชนโดยตรง แต่จะมีอิทธิพลโดยอ้อมซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1.1 ความมีใจโน้มเอียง (Predispositions) คือ ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อนซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม แลพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสาร ที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิมและจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อ

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชนผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้นสื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าควรเชื่อสื่อมวลชนได้ดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุน ทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มี

<sup>10</sup>Everett M. Rogers and Shoemaker F. Floyd, Communication of Innovations (Glencoe: The Press, 1971), p. 15.

<sup>11</sup>Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication. pp. 15-49.

ความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้น ๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติ และค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้รับสารนั้นรับสารที่น่าเสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อย ๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด

### แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นั้น ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534)<sup>12</sup> แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เป็นแนวคิดทฤษฎีที่มีหลักการของความเป็นเหตุผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อว่ามันจะดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน

เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมี ลักษณะนิสัย และพฤติกรรมแตกต่างไปจากคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือแนวความคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย

การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันมีพฤติกรรมทั่ว ๆ ไปแตกต่างกันดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ น่าจะแตกต่างกันด้วย ซึ่งพฤติกรรม การสื่อสารดังกล่าวนอกจากจะหมายถึง การเลือกใช้ถ้อยคำภาษา หรือการใช้วัจนภาษา ตลอดจนกลยุทธต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อ หรือการเปิดรับ

---

<sup>12</sup>ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: นิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 65.

1. อายุกับการเปิดรับสื่อมวลชน<sup>13</sup> ในบรรดาตัวแปรทั้งหลายด้านประชากรนั้น ตัวแปร “อายุ” เป็นตัวแปรที่ค่อนข้างมีความสำคัญอย่างมาก อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม ทั้งนี้เพราะแบบแผนความคิด ภูมิหลังและประสบการณ์ของบุคคลนั้นมักจะถูกกำหนดมาจากบริบทสังคมในช่วงเวลานั้น ๆ อายุของผู้รับสารจึงสามารถบ่งบอกว่าได้ว่าเป็นคนรุ่นไหน (Generation) โดยแต่ละช่วงเวลานั้น สภาพแวดล้อมระดับกว้างของสังคมจะแตกต่างกันไป

ในแง่นี้อายุของปัจเจกบุคคลที่เป็นตัวแปรระดับจุลภาคจะถูกพิจารณาโดยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของสังคมซึ่งเป็นตัวแปรระดับมหภาค และการที่เราสามารถใช้ “อายุ” เป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดกลุ่มของผู้รับสารก็เนื่องมาจากความเชื่อที่ว่า คนในอายุรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน

นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดในความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วยการวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่มียุวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย

จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กชาวอเมริกันพบว่า เด็กตั้งแต่วัยสองขวบถึงแปดขวบดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเมื่อวัยมากขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยมากขึ้น โดยส่วนใหญ่เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ซึ่งเด็กจะดูโทรทัศน์ และรับฟังสื่อวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ และเริ่มอ่านหนังสือสำหรับอายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ เนื่องจากสามารถทำไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่น ๆ เช่น การบ้านได้ด้วย

สำหรับผู้ใหญ่นั้นมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากในปริมาณใกล้เคียง แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปี ขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลงเล็กน้อยทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสายตาเสื่อมลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งคงเนื่องมาจากมีเวลาว่างมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่การใช้สื่อสารมวลชนของผู้สูงอายุจะเกิดขึ้นเพื่อคลายความเหงา

<sup>13</sup> กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค, พิมพ์ครั้งที่ 2

(กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ็ดดิสัน เพลส โปรดักส์ จำกัด, 2542), น. 179.

ในส่วนหนังสือพิมพ์นั้น ผู้ใหญ่ที่มีวัย 50 ปี จะอ่านหนังสือพิมพ์ถึงร้อยละ 77 แต่เมื่ออายุถึง 65 ปี พบว่าปริมาณการอ่านลดลงอย่างมาก ขณะที่วัยรุ่นหนุ่มสาวใช้เวลากับการดูโทรทัศน์มากกว่าการอ่านหนังสือพิมพ์ แต่อย่างไรก็ดี สื่อนิยายสาร และภาพยนตร์ ก็ยังเป็นสื่อที่วัยรุ่น และวัยรุ่นหนุ่มสาวสนใจเปิดรับมากกว่าวัยอื่น ๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่ช่วยให้ผู้รับสารในวัยรุ่นสร้างความคิด และแสวงหาแบบแผนการดำเนินชีวิตได้มากกว่าสื่ออย่างอื่น

นอกจากนี้ อายุยังเป็นสิ่งกำหนดในความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าเมื่อคนมีอายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป

2. การศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน นักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษาเป็นอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ รสนิยม ค่านิยม และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มากและมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักเป็นคนไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนที่มีการศึกษาสูง<sup>14</sup>

คอมสต็อก และคณะ (Comstock and others) (1978)<sup>15</sup> อธิบายว่าการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน และรับการศึกษา มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเปิดรับข่าว และเรื่องที่เกี่ยวกับสาธารณสุข และยังมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ งานวิจัยของ Link and hopf (1946) พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มีการศึกษาน้อยในทางกลับกันจะใช้เวลาในการฟังวิทยุและดูภาพยนตร์น้อยกว่าผู้มีการศึกษาน้อย

นอกจากนี้ มีการวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณการศึกษา กับพฤติกรรมการรับสาร เช่น<sup>16</sup>

<sup>14</sup>Burgoon, Approaching Speech Communication (New York: Holt, Rinehart and Winston Inc., 1974), p. 64.

<sup>15</sup>George Comstock and others, Television And Human Behavior (New York: Columbia University Press, 1959), p. 119.

<sup>16</sup>กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค, น. 182.

- คนที่เรียนจบระดับปริญญาโทจะมีความแตกต่างจากคนเรียนจบปริญญาตรี คือ มีการอ่านข้อมูลอย่างวิพากษ์วิจารณ์มากกว่า (Critical) และตั้งข้อสงสัยมากกว่า (Skeptical)
- คนที่มีการศึกษาน้อยจะถูกชักชวนได้ง่ายกว่าหากใช้กลยุทธ์การโน้มน้าวแบบให้ข้อมูลด้านเดียว (One - side information) ในขณะที่คนที่มีการศึกษาสูงจะต้องให้ข้อมูลแบบสองด้าน (Two - side information) จึงจะสามารถโน้มน้าวได้
- คนที่มีการศึกษาสูงมาก จะมีลักษณะการเลือกเนื้อหาของสื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์<sup>17</sup>

นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้ว ยังพบว่าคนที่มีการศึกษาสูงและอายุมากนิยมเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย ผลของการศึกษาวิจัยทั้งหลายทำให้มองเห็นค่อนข้างชัดเจนว่า ยิ่งคนมีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจข่าวสารที่มีเนื้อหาหนักก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น<sup>18</sup>

3. เพศกับการเปิดรับสื่อมวลชน การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย แต่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง<sup>19</sup>

แต่สำหรับด้านกิจกรรมที่กระทำนั้น มีความแตกต่างระหว่างในการเปิดรับข่าวสารระหว่างเพศชายและเพศหญิง ที่ไม่แสดงผลเด่นชัดมากเท่ากับความแตกต่างในด้านอายุ และการศึกษา แต่ก็พบว่ามีความแตกต่างบ้างระหว่างเพศหญิง และเพศชาย ในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน นั่นคือ เพศหญิงใช้เวลาในกาดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดู

<sup>17</sup>ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2539), น. 108.

<sup>18</sup>เรื่องเดียวกัน, น. 108.

<sup>19</sup>ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 182.

รายการข่าว และกีฬา (Greenberg and Kumata, 1968)<sup>20</sup> อย่างไรก็ดี เมื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารทั้งเพศชายและเพศหญิงในขณะที่ชมโทรทัศน์แล้วพบว่า การดูโทรทัศน์ของเพศชายนั้นมักจะเกิดขึ้นในขณะที่พักผ่อน แต่สำหรับเพศหญิงล้วนมักดูโทรทัศน์ไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่น ๆ ที่ต้องใช้สมาธิ และพลังงานมากพอสมควรนั้นอาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงมักมีเวลาอยู่บ้านมากกว่า และในขณะที่อยู่บ้านก็มักมีกิจกรรมที่ต้องทำตลอดเวลา เช่น ทำงานบ้าน หรือดูแลเด็ก สื่อที่สามารถกระทำควบคู่กันไปกับกิจกรรมเหล่านี้ได้ คือ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเมื่อเปิดเครื่องรับแล้วก็ไม่จำเป็นต้องใส่ใจ หรือทำอะไรอีก

การอ่านหนังสือ หรือนิตยสารนั้น ไม่สามารถทำไปพร้อม ๆ กับการทำงานบ้านหรือเลี้ยงเด็กได้ ส่วนผู้ชายนั้นเวลาที่อยู่บ้านจะเป็นเวลาพักผ่อนเป็นส่วนใหญ่ จึงสามารถอ่านหนังสือได้ เนื่องจากไม่มีกิจกรรมที่ต้องทำตลอดเวลา และยังสามารถอ่านหนังสือไปพร้อม ๆ กับการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น ฟังเพลง หรือดูโทรทัศน์ไปด้วยก็ได้

4. รายได้กับการเปิดรับสื่อมวลชน รายได้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทใกล้เคียงกับการศึกษา คือ มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมาก โดยเฉพาะแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักมีรายได้สูงไปด้วย ส่วนคนที่มีการศึกษาน้อยนั้นมักมีรายได้น้อยถึงปานกลาง ดังนั้นการศึกษากับรายได้จึงถูกมองรวมเป็นฐานะทางเศรษฐกิจ และสังคมผู้ที่มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์ และข่าวสารที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านบันเทิง ผู้มีฐานะดี และการศึกษาสูงจะเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด เนื่องจากผู้ที่มีรายได้สูงมักมีการศึกษาสูง จึงถูกผลักดันให้มีความจำเป็นต้องเรียนรู้ข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับกลุ่มนี้มากกว่า ในขณะที่ผู้มีการศึกษาน้อย และรายได้ต่ำมีทักษะในการอ่านน้อย จึงมักเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่านอกจากนี้ ตำแหน่งหน้าที่การงานของผู้ที่มีรายได้สูงมักให้ต้องมีการประชุมและงานสังคมมากมายการชมโทรทัศน์จึงมักเป็นไปได้น้อย ในขณะที่การอ่านหนังสือพิมพ์ทำได้ง่ายมาก เพราะสามารถอ่านในขณะที่นั่งรถไปทำงาน หรืออ่านในที่ทำงานขณะพักก็ได้ และความบันเทิงของคนกลุ่มนี้อาจแสวงหาได้จากสถานบันเทิงโดยไม่ต้องพึ่งพาโทรทัศน์

5. อาชีพกับการเปิดรับสื่อมวลชน อาชีพของแต่ละบุคคลจะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น (Professional Predisposition) ตัวอย่างเช่น <sup>21</sup>

|                 |                                           |
|-----------------|-------------------------------------------|
| นักสื่อสารมวลชน | ต้องมีลักษณะกระตือรือร้น อยากรู้ อยากเห็น |
| ครู / อาจารย์   | จะค่อนข้างเจ้าระเบียบ มีวินัย             |

<sup>20</sup> เรื่องเดียวกัน, น. 69.

<sup>21</sup> กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค, น. 181.

|             |                                                     |
|-------------|-----------------------------------------------------|
| นักบัญชี    | ต้องรอบคอบ ชอบตรวจสอบ                               |
| ทนายความ    | ต้องช่างซัก ช่างสังเกต ละเอียด                      |
| แพทย์       | ต้องสนใจเรื่องสุขภาพ                                |
| สถาปัตยกรรม | ต้องรักสวยรักงาม สนใจเรื่องประโยชน์ใช้สอยของพื้นที่ |

การประกอบอาชีพนั้นนอกจากจะเป็นแหล่งที่มาของรายได้แล้ว ยังเป็นตัวแปรที่กำหนดรูปแบบการใช้เวลาและสถานที่ของบุคคลอีกด้วย ผู้รับสารที่มีอาชีพแม่บ้านหรือขายของที่บ้านย่อมมีโอกาสใช้สอยที่บ้าน แต่สำหรับผู้รับสารที่ออกไปทำงานนอกบ้านสื่อกิจการย่อมมีลักษณะเปลี่ยนไป

### **ทฤษฎี ความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม (KAP Theory)**<sup>22</sup>

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทศนคติและพฤติกรรม (KAP) ทฤษฎีนี้ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือความรู้ (Knowledge) ทศนคติ (Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไป จากการรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทจะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทศนคติ และขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ ทฤษฎีนี้อธิบาย การสื่อสาร หรือ สื่อมวลชน ว่า เป็นตัวแปรต้นที่สามารถเป็นตัวนำการพัฒนาเข้าไปสู่ชุมชนได้ ด้วยการอาศัย KAP เป็นตัวแปรตามในการวัดความสำเร็จของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญใน การนำข่าวสารต่าง ๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่า ขณะนี้ในสังคมมีปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับทราบ ข่าวสารนั้น ๆ ย่อมก่อให้เกิด ทศนคติ และเกิดพฤติกรรมต่อไป ซึ่งมีลักษณะ สัมพันธ์ กันเป็นลูกโซ่เป็นที่ยอมรับกันว่า การสื่อสารมีบทบาทสำคัญ ในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ การที่คนเดินเท้ามีพฤติกรรมการปฏิบัติตาม กฎจราจรได้ ก็ต้องอาศัย การสื่อสารเป็นเครื่องมืออันสำคัญใน การเพิ่มพูนความรู้ สร้าง ทศนคติ ที่ดีและเกิด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ไปในทางที่เหมาะสมโดยผ่านสื่อชนิดต่าง ๆ ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายซึ่งต้องประกอบด้วย

<sup>22</sup> สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 118- 121.

## แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่าน ประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา

ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำ ที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ และผลกระทบที่ผู้รับสารเชิง ความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้นอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความ สับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสาร จึงมักแสวงหา สารสนเทศ โดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบ ข้อสงสัย และความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคติ นั้น ส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับ การแพร่ นวัตกรรมนั้น ๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลัง ของปัจเจกชน และค่านิยมของสังคมแล้วผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมัก กระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ ผู้รับสารรับทราบ ระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นไปเรื่อย ๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและ อุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ ประชาชน ผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good)<sup>23</sup> กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือ ปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบ การ

---

<sup>23</sup>Carter V. Good, Dictionary of Education (New York: McGraw-Hill Book Company, 1973), p. 325.

ตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริง หรือข้อมูลต่าง ๆ ที่สนับสนุนและให้คำตอบข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ซึ่งจะทำให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ ด้วย

ประภาเพ็ญ สุวรรณ<sup>24</sup> กล่าวว่า ความรู้ เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็นหรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom)<sup>25</sup> ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า ความรู้เป็นสิ่งที่ เกี่ยวข้องกับ การระลึกถึง เฉพาะเรื่อง หรือเรื่องทั่ว ๆ ไป ระลึกถึงวิธี กระบวนการหรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ

บลูม (Bloom) ได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการและแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมา

2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายความว่า บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมาย แปลความและเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติได้จริงอย่างเป็นรูปธรรม

4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภทหรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

<sup>24</sup>ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย (กรุงเทพมหานคร: พีระพัฒน์, 2520), น. 16.

<sup>25</sup>Benjamin S. Bloom, Thomas J. and George F. Madus, Handbook on Formative and Sumative Evaluation of Student Learning (New York: McGraw-Hill Book Company, 1971), p. 271.

6. ระดับของการประเมินผล (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมและวัดข้อมูลตามมาตรฐานเพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่างจากแนวคิดเรื่องความรู้นี้ เมื่อประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเปิดรับข่าวสารที่ให้ความรู้ เกี่ยวกับแนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผ่านทางสื่อโทรทัศน์แล้ว จะสามารถทำให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และสามารถเชื่อมโยงความรู้ที่เกิดขึ้นกับการวิเคราะห์ และประเมินผลถึงผลดีที่จะเกิดขึ้น และยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติหรือดำเนินการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติต่อไปอย่างยั่งยืน

### **แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)**

ทัศนคติเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงความหมายของทัศนคติและกระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) เป็นแนวความคิดที่มีความสำคัญมากแนวทาง จิตวิทยาสังคม และการสื่อสาร และมีการใช้ คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคติ นั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ดังนี้

โรเจอร์ส (Rogers)<sup>26</sup> ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่า ชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็น การสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

โรเซนส์ เบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland, 1960)<sup>27</sup> ได้ให้ความหมายของทัศนคติ ไว้ว่า ทัศนคติ โดยปกติสามารถ นิยามว่า เป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่สนใจ

<sup>26</sup>Rogers, อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 122.

<sup>27</sup>Milton J. Rosenberg and Carl I. Hovland, Attitude Organization and Change (New Haven: Yale University Press, 1960), p. 1.

เคลเลอร์ (Kendler Howard H.)<sup>28</sup> กล่าวว่า ทศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิดจากคำจำกัดความต่าง ๆ เหล่านี้ จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สำคัญดังนี้ คือ

1. ความรู้สึกภายใน
2. ความพร้อม หรือ แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมในทางใดทางหนึ่ง

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ทศนคติ เป็นความสัมพันธ์ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความรู้สึก และความเชื่อ หรือการรู้ของบุคคล กับแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมได้ตอบ ในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของ ทศนคติความรู้สึก โดยสรุป ทศนคติ ในงานที่นี้เป็นเรื่องของจิตใจ ทำที่ความรู้สึกนึกคิด และความโน้มเอียงของบุคคล ที่มีต่อข้อมูลข่าวสาร และการเปิดรับ รายการกรรองสถานการณ์ที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ ทศนคติ มีผลให้มีการแสดง พฤติกรรม ออกมา จะเห็นได้ว่า ทศนคติ ประกอบด้วย ความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้น ออกมาโดยทางพฤติกรรม

องค์ประกอบของทศนคติ จากความหมายของทศนคติดังกล่าว ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970) สามารถแยกองค์ประกอบของทศนคติ ได้ 3 ประการ คือ<sup>29</sup>

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (The Cognitive Component) คือ ส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ทั่วไปทั้งที่ชอบ และไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้ หรือคิดว่าสิ่งใดดี มักจะมีทศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) คือ ส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตาม บุคลิกภาพ ของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจาก องค์ประกอบด้านความรู้ ความคิดความรู้สึก

---

<sup>28</sup>Howard H. Kendler, Basic Psychology (New York: Appleton Century Grofts Company, 1963), p. 572.

<sup>29</sup>Zimbardo and Ebbesen, Influencing Attitudes and Changing Behavior (Addison-Wesley Publishing Company Inc., 1969), pp. 7-8.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่ง ทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้คนเกิด ทัศนคติ ที่สำคัญคือ<sup>30</sup>

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิด ทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิด ทัศนคติ ต่อสิ่งนั้นไปในทิศทางที่เขาเคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) จะทำให้เกิด ทัศนคติ จากการรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่น ได้ เช่น เด็กที่ได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่จะเกิด ทัศนคติ ต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่เคยรับรู้มา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิด ทัศนคติ ขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพเชื่อฟังพ่อแม่ จะเลียนแบบการแสดงท่าชอบ หรือไม่ชอบต่อสิ่งหนึ่งตามไปด้วย

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติ หลายอย่างของบุคคล เกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

#### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

เฮอริเบิร์ต ซี. เคลแมน (Herbert C. Kelman, 1967)<sup>31</sup> ได้อธิบายถึง การเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ โดยมีความเชื่อว่า ทัศนคติ อย่างเดียวกัน อาจเกิดในตัวบุคคลด้วยวิธีที่ต่างกัน จาก ความคิดนี้ เฮอริเบิร์ต ได้แบ่งกระบวนการ เปลี่ยนแปลง ทัศนคติ ออกเป็น 3 ประการ คือ

1. การยินยอม (Compliance) การยินยอม จะเกิดได้เมื่อ บุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพล ต่อตัวเขา และมุ่งหวังจะได้รับ ความพอใจ จากบุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคล ยอมกระทำตามสิ่งที่ยากให้เขากระทำนั้น ไม่ใช่เพราะบุคคลเห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เป็นเพราะเขา คาดหวังว่า จะได้รับ รางวัล หรือการยอมรับจากผู้อื่นในการเห็นด้วย และกระทำตาม ดังนั้น ความ พพอใจที่ได้รับจาก การยอมกระทำตาม นั้น เป็นผลมาจากอิทธิพลทางสังคม หรือ อิทธิพลของสิ่งที่ ก่อให้เกิด การยอมรับนั้น กล่าวได้ว่า การยอมกระทำตามนี้ เป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

<sup>30</sup>ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย, น. 64 -65.

<sup>31</sup>Herbert C. Kelman, Compliance, Identification and Internalization: Three Process of Attitude Change (Attitude Theory and Measurement, New York: John Wiley and Sons Inc., 1967), p. 469.

ซึ่งจะมีพลังผลักดัน ให้บุคคลยอมกระทำตามมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจำนวนหรือความรุนแรงของรางวัลและการลงโทษ

2. การเลียนแบบ (Identification) การเลียนแบบ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งการยอมรับนี้เป็นผลมาจาก การที่บุคคล ต้องการจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พอใจระหว่างตนเองกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ ทักษะคติ ของบุคคลจะเปลี่ยนไป มากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่า การเลียนแบบ เป็นกระบวนการ การเปลี่ยนแปลง ทักษะคติ ซึ่งพลังผลักดัน ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนี้ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ ความน่าโน้มน้าวใจ ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร บุคคลจะรับเอาบทบาท ทั้งหมด ของคนอื่น มาเป็นของตนเอง หรือแลกเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน บุคคลจะเชื่อในสิ่งที่ตัวเอง เลียนแบบ แต่ไม่รวมถึงเนื้อหาและรายละเอียดในการเลียนแบบ ทักษะคติของบุคคล จะเปลี่ยนไปมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับ สิ่งเร้าที่ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลง

3. ความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อ บุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่าซึ่งตรงกับความต้องการภายในค่านิยมของเขาพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป ในลักษณะนี้จะสอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจที่ได้จะขึ้นอยู่กับ เนื้อหารายละเอียดของพฤติกรรมนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ถ้าความคิด ความรู้สึกและ พฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยน ทักษะคติ ทั้งสิ้น

กระบวนการเปลี่ยนแปลงของทักษะคติ มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ ดังนี้<sup>32</sup>

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจาก ข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนหรือบุคคลอื่น

2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจหรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ

3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไปมี ผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

นอกจากนี้ องค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและ ผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจน ช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่ มีผลกระทบต่อการ เปลี่ยนแปลง ทักษะคติ ได้ทั้งสิ้น นอกจากนี้ ทักษะคติ ของบุคคล เมื่อเกิดขึ้นแล้ว แม้จะคงทน แต่ก็

<sup>32</sup> อรรถพร ปิณฑนโธวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, พิมพ์ครั้งที่ 2

(กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 37.

สามารถ เปลี่ยนได้โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อและสิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการยอมรับในสิ่งใหม่ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น

การเปลี่ยนทัศนคติ มี 2 ทิศทาง คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติ ของบุคคลที่เป็นไป ในทางบวก ก็จะเพิ่มมากขึ้น ในทางบวก ด้วย และ ทัศนคติ ที่เป็นไป ในทางลบ ก็จะเพิ่มมากขึ้น ในทางลบด้วย

2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยน ทัศนคติ เดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะลดลงไป ในทางลบ และถ้าเป็นไป ในทางลบ ก็จะกลับเป็นไปในทางบวก

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่าหากได้รับข่าวสารในลักษณะที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มีทัศนคติหรือแนวโน้มของพฤติกรรมมีความแตกต่างกันออกไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยมของบุคคล แต่มาจากการเปลี่ยนแปลงการยอมรับข่าวสารซึ่งสัมพันธ์กับบุคคลนั้น และปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ สื่อ (Media) ซึ่งอาจเป็นสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่งข่าวสาร (Message) ให้แก่ผู้รับข่าวสาร แต่อิทธิพลของข่าวสารและสื่อ จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสาร และผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้ และทัศนคติของผู้รับ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior or Practice)

พฤติกรรม บางครั้งอาจเรียกว่า การยอมรับปฏิบัติ หรือการมีส่วนร่วมของบุคคลในกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า Behavior or Practice มีผู้ให้ความหมายของคำดังกล่าวไว้มากมายดังนี้

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>33</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างกันในการแปลความสารที่ตนเองได้รับจึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อนพฤติกรรมของบุคคล

<sup>33</sup>สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 123.

อรวรรณ ปิณฑโนโววาท<sup>34</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลนั้น ทัศนคติจึงเปรียบเสมือนกับเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจถึงพฤติกรรมส่วนใหญ่ของคน เราจำเป็นต้องศึกษาเรื่องทัศนคติอย่างลึกซึ้ง

พฤติกรรมที่ถูกโน้มน้าวโดยการสื่อสารนั้น อาจเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ หรือการตอบสนองต่อสื่อ ซึ่งในบางครั้งสื่อ และความพยายามของการสื่อสารสังคมในปัจจุบัน พยายามทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม หรือเพื่อผู้อื่น ซึ่งเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการปลูกสำนึกของผู้รับสาร มิใช่เกิดจากการครอบงำของผู้ส่งสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยทั่วไปการโน้มน้าวพฤติกรรมการสื่อสารสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกระดับตั้งแต่ระดับปัจเจกบุคคล กลุ่ม สังคม ซึ่งการโน้มน้าวพฤติกรรมของการสื่อสารสังคมอาจผ่านสื่อ โดยวิธีการดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotional Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจในการติดตาม
2. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การแสดงความอ่อนโยน เสียสละ และความกรุณาปราณี ยอมแพ้เพื่อความเป็นพระชนะเป็นมารก็อาจโน้มน้าวใจผู้อื่นให้ยอมรับได้
3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalized Norms) การสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งขึ้นเพื่อให้มาตรฐานนั้นปลูกศรัทธา และเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่ต้องปฏิบัติตาม
4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การลดแลกแจกแถมในการโฆษณา เพื่อเป็นการจูงใจให้ซื้อสินค้า ซึ่งผลของการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการดังกล่าวนี้ สามารถก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐานได้ 2 แบบ คือ กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ หรือมีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (Activation) และหยุดยั้งพฤติกรรมเก่า ๆ (Deactivation) ทั้งการกระตุ้นและการหยุดยั้ง เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่น ๆ ตามมา เช่น การตัดสินใจวินิจฉัยต่อประเด็นปัญหา การจัดยุทธวิธีดำเนินงานและสร้างพฤติกรรมเพื่อส่วนรวม

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษา พบว่า ทัศนคติอาจไม่นำไปสู่พฤติกรรมเสมอไป ซึ่งในแนวคิดนี้ โรเจอร์ส (Rogers)<sup>35</sup> เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทัศนคติและการยอมรับปฏิบัติหรือ KAP-GAP และได้อธิบายว่า ทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งเร้า หรือนวัตกรรมนั้นแล้ว ในขั้นตอนการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อ

<sup>34</sup> อรวรรณ ปิณฑโนโววาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, น. 39.

<sup>35</sup> Rogers, อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, เรื่องเดียวกัน, น. 39.

บุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้วจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP-GAP ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุปคือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ และทัศนคติเช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ และทัศนคติที่มีอยู่ นั่นคือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องกัน หรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอไปในทุกกรณี

ซิมบาร์โด และลิปเป (Zimbardo and Leippe)<sup>36</sup> ได้อธิบายถึงสาเหตุที่ทำให้ทัศนคติไม่นำไปสู่พฤติกรรม ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. การเห็นความสำคัญในตัวคนอื่น (Significant Others) เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมในสถานการณ์ที่มีผู้อื่นอยู่ด้วย คนเหล่านั้นจะเป็นแรงกดดันให้เรากระทำตามคนหมู่มาก คนหมู่มากในที่นี้อาจจะเป็นได้ตั้งแต่คนแปลกหน้าซึ่งไม่สำคัญอะไรเลยสำหรับเราไปจนกระทั่งถึงสมาชิกในครอบครัว เราอาจจำเป็นต้องซื้อบัตรราคาแพงแสนแพงไปดูลูกสาวเต้นบัลเลย์ เราอาจจะต้องมีสีหน้าสดชื่นยิ้มแย้มที่สุด เมื่อชมการแสดงทั้ง ๆ ที่เราอาจจะไม่ชอบบัลเลย์ เราอาจจะต้องฝืนใจไปรับประทานแฮมเบอร์เกอร์ ถ้าเพื่อนฝูงหมู่มากต้องการเช่นนั้นทั้ง ๆ ที่เราไม่ชอบ

2. ความไม่คงเส้นคงวาของบุคคลในบางครั้ง (Timely Inconsistencies) บางครั้งเราอาจจะยุ่งมาก หรือมีหลายสิ่งหลายอย่างที่ ต้องทำในเวลาเดียวกัน หรืออาจจะมีเป้าหมายอย่างอื่นที่ต้องการบรรลุผล ซึ่งทำให้พฤติกรรมของเราไม่สอดคล้องกับทัศนคติของเราตัวอย่างเช่น เราอาจจะเป็นนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปกติเราชอบการแยกขยะเปียก ขยะแห้ง ขยะที่รีไซเคิลได้ นี่คือทัศนคติของเรา แต่อาจจะมีบางครั้งที่พฤติกรรมของเราคือรวมขยะไว้ในถุงเดียวอาจจะเป็นเพราะเรามีงานยุ่งประดังเข้ามา เช่น ต้องเตรียมตัวสอบ ต้องเตรียมรายงานการประชุม ต้องทำงานบ้านอื่น ๆ ฯลฯ เช่นนี้ทัศนคติของเราต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็ไม่นำไปสู่พฤติกรรมได้

ในการปิดช่องว่างของความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม KAP-GAP นี้ โรเจอร์ส ได้เสนอวิธีแก้ไขไว้ 4 วิธีการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริง ถึงวิธีการใช้ หรือปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิกโดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิด

---

<sup>36</sup> Zimbardo and Leippe, อ้างถึงใน อรรถวณ ปิณฑนโธวา, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, น. 45.

3. ให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับปฏิบัติ เพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่น ๆ ที่ยังไม่ยอมรับ

4. ใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ โดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิก หรือกลุ่มเพื่อนฝูง เพื่อโน้มน้าวใจสมาชิกให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

ในบางครั้ง เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซิมบาร์โด และลิปเป กล่าวหา อิทธิพลของการเสนอข่าวสารบ่อย ๆ เพื่อให้ผู้ฟังคุ้นเคย (Repetition to Create Familiarity) อาจจะนำไปสู่พฤติกรรมได้ โดยเขากล่าวว่าการที่สารนั้น ๆ มีการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่าง ๆ ซ้ำกันบ่อย ๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับการสื่อสารนั้นอันจะก่อให้เกิดความสนใจ การเข้าใจ และการยอมรับ แต่การเสนอสารซ้ำ ๆ ประมาณ 3 ครั้งอาจทำให้เกิดทัศนคติทางบวกได้ แต่ถ้าสารนั้นเสนอประมาณ 5 ครั้ง ผู้รับสารจะเกิดอาการอิ่มตัวต่อสารเกิดความเบื่อหน่าย และเกิดปฏิกิริยาต่อต้านในที่สุดได้

กล่าวโดยสรุป ในกระบวนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเชื่อว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม จะมีลักษณะเป็นไปในเชิงเส้นตรง นั่นคือการให้ความรู้แก่ผู้รับสารจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามที่คุณส่งสารต้องการ และส่งผลไปยังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด ผลการวิจัยหลายชิ้นแสดงให้เห็นว่าบางครั้งความสัมพันธ์ก็เป็นไปในทางเส้นตรงตามที่ทำนายไว้ แต่บางครั้ง มีช่องว่างระหว่าง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม นั่นคือความรู้เปลี่ยนแปลง แต่ทัศนคติไม่เปลี่ยน หรือผู้รับสารมีการเปลี่ยนทัศนคติ แต่ไม่เปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้เช่นกัน<sup>37</sup>

ทฤษฎี KAP และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยว่า ความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ มีผลต่อความรู้ และทัศนคติ ของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ อย่างไร

### แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัส เรื่อง "เศรษฐกิจพอเพียงเมื่อวันเฉลิมพระชนมพรรษา 4 ธันวาคม 2540" ซึ่งได้มีการขานรับนำแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติกันหลายหน่วยงาน แต่คนส่วนมากมักเข้าใจว่าเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเรื่องของเกษตรกรในชนบทเท่านั้น แต่แท้จริงผู้ประกอบการอาชีพอื่น เช่น พ่อค้า ข้าราชการ และพนักงานบริษัทต่าง ๆ สามารถนำแนวพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ได้

<sup>37</sup> เรื่องเดียวกัน, น. 52.

### ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง<sup>38</sup>

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัส ความตอนหนึ่งว่า “...ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียงและทำได้เศษหนึ่งส่วนสี่เท่านั้นจะพอนั้น ไม่ได้แปลว่าเศษหนึ่งส่วนสี่ของพื้นที่ แต่เป็นเศษหนึ่งส่วนสี่ของการกระทำ...”

จากนั้น ได้ทรงขยายความ คำว่า "พอเพียง" เพิ่มเติมต่อไปว่า

หมายถึง "พอมีพอกิน"

... พอมีพอกิน ก็แปลว่า เศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง ถ้าแต่ละคนมีพอมีพอกินก็ใช้ได้ ยิ่งถ้าทั้งประเทศพอมีพอกินก็ยิ่งดี...

... ประเทศไทยสมัยก่อนนี้ พอมีพอกิน มาสมัยนี้อิสระ ไม่มีพอมีพอกิน จึงจะต้องเป็นนโยบายที่จะทำเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อที่จะให้ทุกคนพอเพียงได้ พอเพียงนี้ก็หมายความว่า มีกิน มีอยู่ ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่หรูหราก็ได้ แต่ว่าพอ...

. . . Self-Sufficiency นั้น หมายความว่า ผลิตอะไร มีพอที่จะใช้ ไม่ต้องไปขอยืมคนอื่น อยู่ได้ด้วยตนเอง. . . เป็นไปตามที่เค้าเรียกว่ายืนบนขาของตัวเอง. . .

... คนส่วนมากมักเข้าใจว่า เศรษฐกิจพอเพียงเป็นเรื่องของ เกษตรกรในชนบทเท่านั้น แต่แท้ที่จริง ผู้ประกอบอาชีพอื่น เช่น พ่อค้า ข้าราชการ และพนักงานบริษัทต่าง ๆ สามารถนำแนว พระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียง ไปประยุกต์ใช้ได้ ...

...ฉะนั้น ความพอเพียงนี้ก็แปลว่าความพอประมาณและความมีเหตุผล...

### เศรษฐกิจพอเพียงและประชาสังคม<sup>39</sup>

เศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง พอเพียงในอย่างน้อย 7 ประการ คือ

1. พอเพียงสำหรับทุกคน ทุกครอบครัว ไม่ใช่เศรษฐกิจแบบทอดทิ้งกัน
2. จิตใจพอเพียง ทำให้รักและเอื้ออาทรคนอื่นได้ คนที่ไม่พอจะรักคนอื่นไม่เป็น และ

ทำลายมาก

<sup>38</sup>รากฐานไทย ฐานข้อมูลเพื่อการพัฒนาประเทศ, “เศรษฐกิจพอเพียง,”

<<http://www.rakbankerd.com/>>, 2549.

<sup>39</sup>เรื่องเดียวกัน, 2549.

3. สิ่งแวดล้อมพอเพียง การอนุรักษ์และเพิ่มพูนสิ่งแวดล้อม ทำให้ยังชีพและทำมาหากิจได้ เช่น การทำเกษตรผสมผสาน ซึ่งได้ทั้งอาหารได้ทั้งสิ่งแวดล้อมและได้ทั้งเงิน

4. ชุมชนเข้มแข็งพอเพียง การรวมตัวกันเป็นชุมชนที่เข้มแข็งจะทำให้สามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ เช่น ปัญหาสังคม ปัญหาความยากจน หรือปัญหาสิ่งแวดล้อม

5. ปัญญาพอเพียง มีการเรียนรู้ร่วมกันในการปฏิบัติ และปรับตัวได้อย่างต่อเนื่อง

6. อยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมพอเพียง วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของกลุ่มที่สัมพันธ์อยู่กับสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย ดังนั้นเศรษฐกิจจึงควรสัมพันธ์และเติบโตขึ้นจากฐานทางวัฒนธรรม จึงจะมั่นคง เช่น เศรษฐกิจของจังหวัดตราด ขณะนี้ไม่กระทบกระเทือนจากฟองสบู่แตก ไม่มีคนตกงาน เพราะอยู่บนพื้นฐานของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เอื้อต่ออาชีพการทำสวนผลไม้ ทำการประมง และการท่องเที่ยว

7. มีความมั่นคงพอเพียง ไม่ใช่ুবวาบ เดี่ยวจนเดี่ยวรวยแบบกระต๊อ้น เดี่ยวตกงานไม่มีกินไม่มีใช้ ถ้าเป็นแบบนี้ประสาทมนุษย์คงทนไม่ไหวต่อความผันผวนที่เร็วเกิน จึงทำให้สุขภาพจิตเสีย เครียด เพี้ยน รุนแรง ซ้ำตัวตาย ติดยา เศรษฐกิจพอเพียงที่มั่นคงจึงทำให้สุขภาพจิตดีเมื่อทุกอย่างพอเพียงก็เกิดความสมดุล ความสมดุลคือ ความเป็นปกติ และยั่งยืน ซึ่งเราอาจเรียกเศรษฐกิจพอเพียงในชื่ออื่น ๆ เช่น เศรษฐกิจพื้นฐาน, เศรษฐกิจสมดุล, เศรษฐกิจบูรณาการ, เศรษฐกิจศีลธรรม

เศรษฐกิจพอเพียง<sup>40</sup> มิได้จำกัดเฉพาะของเกษตรกรหรือชาวไร่ชาวนาเพียงเท่านั้น แต่เป็นเศรษฐกิจของทุกคนทุกอาชีพ ทั้งที่อยู่ในเมืองและอยู่ในชนบท เช่น ผู้ที่เป็นเจ้าของโรงงานอุตสาหกรรมและบริษัทในระบบเศรษฐกิจพอเพียง ถ้าจะต้องขยายกิจการเพราะความเจริญเติบโตจากเนื้อของงาน โดยอาศัยการขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป หรือหากจะกู้ยืมก็กระทำตามความเหมาะสม ไม่ใช่กู้มาลงทุนจนเกินตัวจนไม่เหลือที่มั่นให้ยืนอยู่ได้ เมื่อภาวะของเงินผันผวนประชาชนก็จะต้องไม่ใช้จ่ายฟุ่มเฟือยเกินตัว สำหรับเกษตรกรนั้นก็ทำไร่ทำนา ปลูกพืชแบบผสมผสานในที่แห้งแล้งตามแนว "ทฤษฎีใหม่" ได้สำเร็จ หากไม่มีความพอประมาณในใจตน นึกแต่จะซื้อรถปิคอัพคันใหม่ หรือเครื่องอำนวยความสะดวกอื่น ๆ อยู่ร่ำไป ก็ย่อมไม่ถือว่าประพฤติดนอยู่ในระบบเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นพระราชดำรัสที่พระราชทานให้ประชาชนดำเนินตามวิถีแห่งการดำรงชีพที่สมบุรณ์ ศานติสุข โดยมีธรรมะเป็น

<sup>40</sup>“เศรษฐกิจพอเพียง,” <[http://bp-smakom.org/BP\\_School/Social/one-Economic.htm](http://bp-smakom.org/BP_School/Social/one-Economic.htm) >, 2549.

เครื่องกำกับ และใจตนเป็นที่สำคัญ ซึ่งที่พระองค์ทรงรับสั่งมานั้น แท้ที่จริง คือ วิธีชีวิตไทยนั่นเอง วิธีชีวิตไทยที่ยึดเส้นทางสายกลางของความพอดี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงปลูกฝังแนวพระราชดำริให้ประชาชนยอมรับไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยให้วงจรการพัฒนาดำเนินไปตามครรลองธรรมชาติ กล่าวคือ

ทรงสร้างความตระหนักแก่ประชาชนให้รับรู้ (Awareness) ในทุกคราเมื่อ เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเยี่ยมประชาชนในทุกภูมิภาคต่าง ๆ จะทรงมีพระราชปฏิสันถารให้ประชาชนได้รับทราบถึงสิ่งที่ควรรู้ เช่น การปลูกหญ้าแฝกจะช่วยป้องกันดินพังทลาย และใช้ปุ๋ยธรรมชาติจะช่วยประหยัดและบำรุงดิน การแก้ไขดินเปรี้ยวในภาคใต้สามารถกระทำได้ การ ตัดไม้ทำลายป่าจะทำให้ฝนแล้ง เป็นต้น ตัวอย่างพระราชดำรัสที่เกี่ยวกับการสร้างความตระหนักให้แก่ประชาชน ได้แก่ “...ประเทศไทยนี้เป็นที่ที่เหมาะสมมากในการตั้งถิ่นฐาน แต่ต้องรักษาไว้ ไม่ทำให้ประเทศไทยเป็นส่วนเป็นนากลายเป็นทะเลทราย ก็ป้องกัน ทำได้...” ทรงสร้างความสนใจแก่ประชาชน (Interest) หลายท่านคงได้ยินหรือรับฟัง โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่มีนามเรียกขานแปลกหู ชวนฉงน น่าสนใจติดตามอยู่เสมอ เช่น โครงการแก้มลิง โครงการแก่งดิน โครงการเส้นทางเกลือ โครงการน้ำดีไล่น้ำเสีย หรือโครงการน้ำสามรส ฯลฯ เหล่านี้ เป็นต้น ล้วนเชิญชวนให้ ติดตามอย่างใกล้ชิด แต่พระองค์ก็จะมีพระราชอธิบายแต่ละโครงการอย่างละเอียด เป็นที่เข้าใจอย่างรวดเร็วแก่ประชาชนทั่วประเทศ

ในประการต่อมา ทรงให้เวลาในการประเมินค่าหรือประเมินผล (Evaluate) ด้วยการศึกษาหาข้อมูลต่าง ๆ ว่าโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินี้ของพระองค์นั้นเป็นอย่างไร สามารถนำไปปฏิบัติได้ในส่วนของตนเองหรือไม่ ซึ่งยังคงยึดแนวทางที่ให้ประชาชนเลือกการพัฒนาด้วยตนเอง ที่ว่า

...ขอให้ถือว่าการงานที่จะทำนั้นต้องการเวลา เป็นงานที่มีผู้ดำเนินมาก่อนแล้ว ท่านเป็นผู้ที่จะเข้าไปเสริมกำลัง จึงต้องมีความอดทนที่จะเข้าไปร่วมมือกับผู้อื่น ต้องปรองดองกับเขาให้ได้ แม้เห็นว่ามีจุดหนึ่งจุดใดต้องแก้ไขปรับปรุงก็ต้องค่อยพยายามแก้ไขไปตามที่ถูกที่ควร...

ในขั้นทดลอง (Trial) เพื่อทดสอบว่างานในพระราชดำรินี้ที่ทรงแนะนำนั้นจะได้ผลหรือไม่ ซึ่งในบางกรณีหากมีการทดลองไม่แน่ชัดก็ทรงมักจะมีให้เผยแพร่แก่ประชาชน หากมีผลการทดลองจนแนพระราชหฤทัยแล้วจึงจะออกไปสู่สาธารณะได้ เช่น ทดลองปลูกหญ้าแฝกเพื่ออนุรักษ์ดินและน้ำนั้น ได้มีการค้นคว้าหาความเหมาะสมและความเป็นไปได้จนทั่วทั้งประเทศว่าดีจึงนำออกเผยแพร่แก่ประชาชน เป็นต้น

ชั้นยอมรับ (Adoption) โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินั้น เมื่อผ่านกระบวนการมาหลายขั้นตอน บ่มเพาะ และมีการทดลองมาเป็นเวลานาน ตลอดจนทรงให้ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริและสถานที่อื่น ๆ เป็นแหล่งสาธิตที่ประชาชนสามารถเข้าไปศึกษาได้ถึงตัวอย่างแห่งความสำเร็จ ดังนั้น แนวพระราชดำริของพระองค์จึงเป็นสิ่งที่ราษฎรสามารถพิสูจน์ได้ว่าจะได้รับผลดีต่อชีวิต และความเป็นอยู่ของตนได้อย่างไร

แนวพระราชดำริทั้งหลายดังกล่าวข้างต้นนี้ แสดงถึงพระวิริยะอุตสาหะที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงทุ่มเทพระสติปัญญา ตรากตรำพระวรกาย เพื่อค้นคว้าหาแนวทางการพัฒนาให้พลกนิกรทั้งหลายได้มีความร่มเย็นเป็นสุขสถาพรยั่งยืนนาน นับเป็นพระมหากรุณาธิคุณอันใหญ่หลวงที่ได้พระราชทานแก่ปวงไทยตลอดเวลามากกว่า 50 ปี จึงกล่าวได้ว่าพระราชกรณียกิจของพระองค์นั้นสมควรอย่างยิ่งที่ทวยราษฎร์จักได้เจริญรอยตามเบื้องพระยุคลบาท ตามที่ทรงแนะนำสั่งสอน อบรมและวางแนวทางไว้เพื่อให้เกิดการอยู่ดีมีสุขโดยถ้วนชนกัน โดยการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้นตอนต้องสร้างพื้นฐาน คือ ความพอมี พอกิน พอใช้ ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่อได้พื้นฐานที่มั่นคงพร้อมพอสมควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริม ความเจริญ และฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นไปตามลำดับ จะก่อให้เกิดความยั่งยืนและจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของครอบครัว ชุมชน และสังคม สุดท้ายเศรษฐกิจดี สังคมไม่มีปัญหา การพัฒนายั่งยืน

หลักการพึ่งตนเอง หากขยายความออกไป อาจจะสามารถยึดหลักสำคัญของความพอได้ 5 ประการ คือ

1. ความพอดีด้านจิตใจ : ต้องเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทร ประณีประนอม นึกถึงผลประโยชน์ส่วนรวม
2. ความพอดีด้านสังคม : ต้องมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน รู้จักฝึกฝนกำลัง และที่สำคัญมีกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากฐานรากที่มั่นคงและแข็งแรง
3. ความพอดีด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม : รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาดและรอบคอบ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนสูงสุด และที่สำคัญใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศ เพื่อพัฒนาประเทศให้มั่นคงอยู่เป็นขั้นเป็นตอนไป
4. ความพอดีด้านเทคโนโลยี : รู้จักใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับความต้องการ และควรพัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาชาวบ้านของเราเอง และสอดคล้องเป็นประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมของเราเอง
5. ความพอดีด้านเศรษฐกิจ : เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ดำรงชีวิตอย่างพอควร พออยู่พอกิน สมควรตามอัตภาพ และฐานะของตน

### กรอบแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานพระราชดำริเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง มาตั้งแต่เริ่มงานพัฒนาเมื่อ 30 ปีที่แล้ว และทรงยึดมั่นหลักการนี้มาโดยตลอด โดยเฉพาะด้านการเกษตร เราเน้นการ ผลิตสินค้า เพื่อส่งออกเป็นเชิงพาณิชย์ คือ เมื่อปลูกข้าวก็นำไปขาย และก็นำเงินไปซื้อข้าว เมื่อเงินหมดก็จะต้องไปกู้ เป็นอย่างนี้มาโดยตลอดจนกระทั่ง ชาวนาไทยตกอยู่ในภาวะหนี้สิน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงตระหนักถึงปัญหาด้านนี้ จึงได้พระราชทานพระราชดำริให้จัดตั้งธนาคารข้าว ธนาคารโค-กระบือขึ้น เพื่อช่วยเหลือราษฎร นับเป็นจุดเริ่มต้นแห่งที่มาของ "เศรษฐกิจพอเพียง" นับตั้งแต่อดีตกาล แม้กระทั่งโครงการแรก ๆ แลวจังหวัดเพชรบุรี ก็ทรงกำชับหน่วยราชการมิให้นำเครื่องมือกลหนักเข้าไปทำงาน รับสั่งว่าหากนำเข้าไปเร็วนัก ชาวบ้านจะละทิ้งจอบ เสียม และในอนาคตจะช่วยตัวเองไม่ได้ ซึ่งก็เป็นจริงในปัจจุบัน

จากนั้นได้ทรงคิดค้นวิธีการที่จะช่วยเหลือ ราษฎรด้านการเกษตร จึงได้ทรงคิด "ทฤษฎีใหม่" ขึ้น เมื่อปี 2535 ณ โครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณวัดมงคลชัยพัฒนาอัน เนื่องมาจากพระราชดำริ จังหวัดสระบุรี เพื่อเป็น ตัวอย่างสำหรับการทำการเกษตรให้แก่ราษฎร ในการจัดการด้านที่ดินและแหล่งน้ำในลักษณะ 30:30:30:10 คือ ขุดสระและเลี้ยงปลา 30 ปลูกข้าว 30 ปลูกพืชไร่พืชสวน 30 และสำหรับเป็นที่อยู่อาศัย ปลูกพืชสวน และเลี้ยงสัตว์ใน 10 สุดท้าย

ต่อมาได้พระราชทานพระราชดำริเพิ่มเติมมา โดยตลอด เพื่อให้เกษตรกรซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศมีความแข็งแรงพอ ก่อนที่จะไปผลิตเพื่อการค้าหรือเชิงพาณิชย์ โดยยึดหลักการ "ทฤษฎีใหม่"

ทฤษฎีใหม่ 3 ขั้น ในเศรษฐกิจพอเพียง<sup>41</sup> ในหนังสือพระราชดำรัส ได้เรียบเรียงสิ่งที่เรียกว่า ทฤษฎีใหม่ ของพระเจ้าอยู่หัวเป็น 3 ขั้น ซึ่งขอขยายความดังต่อไปนี้

ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 1 ผลิตอาหารบริโภคเอง เหลือขาย ทำให้มีกินอิ่ม ไม่ติดหนี้ มีเงินออม

ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 2 รวมตัวกันเป็นองค์การชุมชน ทำเศรษฐกิจชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เกษตร หัตถกรรม อุตสาหกรรม แปรรูปอาหาร ทำธุรกิจ บั่มน้ำมัน ขายอาหาร ขายสมุนไพร ตั้งศูนย์การแพทย์แผนไทย จัดการท่องเที่ยว ชุมชน มีกองทุนชุมชนหรือธนาคารหมู่บ้าน

ทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 เชื่อมโยงกับบริษัททำธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งการส่งออก

---

<sup>41</sup>คณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, ทฤษฎีใหม่ (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ, 2541), น. 1-7.

## การส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจพอเพียง

การส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจพอเพียง สามารถดำเนินการได้ดังนี้

1. นโยบายและกระแสสังคม รัฐบาลให้ความสนใจและทำให้เป็นเจตจำนงทางการเมือง เป็นแนวทางในการปฏิรูปการเมือง

2. ควรมีการตรวจศักยภาพชุมชน ว่าชุมชนใดเข้มแข็งอยู่แล้วบ้าง ในเรื่องอะไร จะได้สนับสนุนได้ถูกและส่งเสริมให้ชุมชนอื่นมาเรียนรู้เพื่อขยาย

3. ศูนย์บริการวิชาการชุมชนเปิดเสรี

4. บริษัทเชื่อมโยงธุรกิจชุมชน ให้โยงได้ไกลยิ่งขึ้น

5. กฎหมาย ออกกฎหมายส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

6. กองทุน เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน

7. ปรับวิธีการงบประมาณ ของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ให้เอาชุมชนเป็นตัวตั้ง

8. สื่อเพื่อสังคม สื่อเรื่องของชุมชน และโดยใช้ชุมชนใช้เพื่อเรื่องของชุมชน และจัดให้มีวิทยุชุมชน

9. การวิจัยเพื่อชุมชน จะสร้างความรู้ ให้ความจริง การใช้ความจริงทำให้เสร็จ ฉะนั้น รัฐบาลหรือเอกชนควรสนับสนุนงบประมาณวิจัยให้มากขึ้น แต่ต้องมีการจัดการวิจัยที่ดี ส่วนใหญ่ขณะนี้ยังจัดการไม่ดี

กล่าวคือ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ถือได้ว่าเป็นหลักยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ และตรงกับมติการประชุมสหประชาชาติว่าด้วย การค้าและการพัฒนา (อังค์ถัด) จำนวน 190 ประเทศ ที่ได้ยกย่องไว้ให้เป็นแม่แบบของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในสหัสวรรษใหม่ เพราะปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นสหวิทยาการ (Interdisciplinary) ที่ทรงคุณค่า เป็นทฤษฎีที่ระบบที่ครอบคลุมเศรษฐกิจ มหภาค-จุลภาค การพัฒนาชนบท และยังอาศัยความรู้ทางสังคมศาสตร์ หลายสาขาเข้ามาใช้ในการบริหารและแก้ปัญหา นอกจากนั้นได้อาศัยหลักการจัดการที่ดีของสาขาวิชา เกษตรศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ธรรมชาติ การสาธารณสุขมูลฐาน ที่สำคัญได้แฝงไว้ด้วยการใช้รัฐประศาสน์นโยบายที่ลึกซึ้ง มีความกลมกลืนในกระบวนการกำหนด และบริหารนโยบาย ที่จะลดความขัดแย้งในแผนปฏิบัติการให้น้อยที่สุด ซึ่งคุณลักษณะนี้ เป็นพระอัจฉริยภาพโดยเฉพาะองค์พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยต่างประเทศ เกี่ยวกับการศึกษาการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน

การใช้โทรทัศน์เพื่อการพัฒนาชุมชนที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางที่สุดคือ “Kheda TV” ซึ่งถูกถือว่าเป็น “โทรทัศน์ท้องถิ่นแท้ ๆ” (Local TV) และเป็นเพียงสถานีแห่งเดียวของประเทศอินเดีย มีงานวิจัยหลายชิ้นที่เขียนประเมินถึง Kheda TV โทรทัศน์ท้องถิ่นในรัฐเคดาห์ ในแง่มุมต่าง ๆ กัน อันเป็นบทเรียนที่น่าสนใจ ซึ่งมีอุปสรรคมากมาย แต่หากทำได้ก็จะมีคุณูปการอย่างมหาศาลเช่นกัน

จากงานวิจัยของ Berrian F. J. (1979)<sup>42</sup> ได้ศึกษาถึงการพัฒนาการและกระบวนการผลิตของ Kheda TV เป็นเพียงสถานีโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชนแห่งเดียวของประเทศอินเดีย ที่ถือว่าเป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นแท้ ๆ (Local TV) ผลจากการวิจัย ผู้วิจัยสรุปว่า ยังไม่สามารถบอกได้ว่า สถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นของเคดาห์สามารถนำการพัฒนาสู่ชุมชนตามที่ได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้หรือไม่ หากทว่าสามารถกล่าวได้ว่าโทรทัศน์ท้องถิ่นได้นำเอา “การเปลี่ยนแปลงบางอย่าง” มาสู่ชุมชนอย่างน้อยโทรทัศน์ก็เล่นบทบาทเป็น “ตัวสื่อกลาง” ระหว่างคนรวยกับคนจน ระหว่างรัฐกับประชาชน ซึ่งสื่อกลางดังกล่าวเคยขาดหายไปในครั้งอดีตโทรทัศน์สามารถทำหน้าที่ “เป็นปากเป็นเสียง” ของประชาชน โดยเฉพาะคนจน แม้ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ผลประโยชน์ทางวัตถุที่คนจนจะได้เพิ่มมากขึ้น ยังมองไม่เห็นเป็นกอบเป็นกำ แต่ทว่าก็ได้เกิดผลที่มองไม่เห็น คือการตื่นตัวของประชาชน ความรู้สึกที่ว่า โทรทัศน์อาจจะลดบทบาทของตนเองลงโดยคงเพียงแต่ว่ารูปแบบเอาไว้และให้ประชาชนเป็นคนหาเนื้อหาสาระมาใส่เอง

F. Lenglet (1980)<sup>43</sup> ได้ศึกษาปัญหาหลักของการใช้โทรทัศน์ท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการศึกษาและข่าวสารนั้น โดยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการประเมินโครงการใช้สื่อสมัยใหม่ เช่น โทรทัศน์นั้น จะต้องตอบคำถามหลัก ๆ 4 ประการ คือ 1) ใครบ้างที่มีโอกาสเข้าร่วมในการใช้สื่อโทรทัศน์ 2) สื่อโทรทัศน์ได้ก่อให้เกิดผลกระทบอะไรบ้าง 3) นักวิจัยจะอธิบายผลกระทบที่เกิดขึ้นได้อย่างไร 4) ใครที่ได้ผลประโยชน์จากโทรทัศน์ พบว่า ปริมาณคนที่เพียงแค่ดูรายการจบแล้วก็

<sup>42</sup>Berrigan F. J., *Community Communications* (UNESCO, 1981), p. 35.

<sup>43</sup>Lenglet F., อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, สื่อเพื่อชุมชน  
การประมวลองค์ความรู้ (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543),  
น. 108-109.

ลูกกลับบ้านไปโดยไม่เข้าร่วมการสนทนาพูดคุยมืออย่างมาก ตัวเลขคนที่ดูจนจบแล้วร่วมอภิปรายมีน้อย อยู่ระหว่าง 2.4-0.7% (วัดจากปี 1974-1976) วิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นว่า เนื่องจากทางโครงการได้ระบุเอาไว้อย่างกว้าง ๆ เท่านั้น

ข้อจำกัดของตัวรายการ เนื่องจากผู้ผลิตต้องการให้เนื้อหาที่มีลักษณะเป็นวิชาการมากเกินไป แต่ขาดลักษณะนำไปปฏิบัติได้ ตัวอย่าง เช่น ในรายการครึ่งชั่วโมง รายการ TPT ใช้เวลาเกือบทั้งหมดอธิบายวงจรของเชื้อโรคในน้ำ ในขณะที่ชาวบ้านต้องการจะรู้ถึงการแก้ปัญหา น้ำที่มีเชื้อโรคว่าทำอะไร ผลด้านการกระทำที่เกิดขึ้น ในบางระดับก็มีผลด้านการลงมือกระทำที่เกิดขึ้น เช่น มีการชดเชยเพิ่มขึ้น มีการทำตะเกียงใช้ มีการซื้อที่กรองน้ำ ฯลฯ แต่ทว่าผู้วิจัยสังเกตว่า เมื่อเปรียบเทียบแล้ว ผลด้านการปลูกจิตสำนึกจะมีสูงกว่าด้านการลงมือกระทำ และกิจกรรมที่ทำมีลักษณะเป็นรายบุคคลมากกว่าเป็นกิจกรรมรวมกลุ่ม ผลกระทบในระดับโครงสร้างชุมชน ในมิตินี้ยังไม่มีผลเลย เนื่องจากกลุ่มคนที่มีอำนาจในโครงสร้างชุมชน เช่น หัวหน้าชุมชน ผู้ว่าอาวุโส ไม่มาร่วมในรายการเลย พวกที่มาชม TPT เป็นพวกที่ไม่มีอำนาจการตัดสินใจ ส่วนผลกระทบในแง่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองนั้นก็ไม่ได้ทำเลย (เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาของรายการก็จะไม่พบเรื่องการเมืองเลย) ผู้วิจัยจึงสรุปว่า สิ่งที่ TPT ทำได้ก็คือ การช่วยสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาให้แก่รัฐบาลเท่านั้น

เบลสัน (W. A. Belson, 1959)<sup>44</sup> ได้วิจัยเรื่อง “ Effects of Television on the Interests and the Initiative of Adult Viewers in Greater London ” เมื่อปี 1959 เพื่อศึกษาว่าโทรทัศน์ดึงดูดความสนใจและช่วยสร้างความคิดริเริ่มของผู้ชมหรือไม่ โดยทำการวิจัยจากประชาชนในหัวเมืองลอนดอน พบว่าโทรทัศน์สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม และสามารถสร้างความคิดริเริ่มในตัวผู้ชมให้สูงขึ้นได้

เดนนิส แม็คควาล (Dennis McQuail, 1997)<sup>45</sup> พบว่า หน้าที่สำคัญของโทรทัศน์ในการตอบสนองความต้องการของผู้ชมมีอยู่ 4 ประการ คือ

1. Self – Rating Appeal คือ ผู้ชมได้พบเห็นบางสิ่งบางอย่างในตัวเอง เช่น ปัญหาของตน บุคลิกภาพของตน เป็นต้น

<sup>44</sup>W. A. Belson, อ้างถึงใน George Comstock and others, Television And Human Behavior. pp. 152-154.

<sup>45</sup>Dennis McQuail, The Need to Know “Objective” Audience, “Audience Analysis” (London: Sage Publications, 1997), pp. 43-44.

2. Basic for Social Interaction คือ เมื่อชมโทรทัศน์แล้ว ทำให้คนภายในครอบครัวมีการปะทะสังสรรค์กันมากขึ้น มีการพูดคุย ถกเถียง และเปลี่ยนความคิดเห็นกันตลอดจนมีการแข่งขันตอบปัญหา ทำให้ครอบครัวมีความสนใจร่วมกัน (Share Family Interest)

3. Excitemeny คือ เพื่อความตื่นเต้น เช่น ผู้ชมจะเดาว่าเหตุการณ์ในโทรทัศน์จะเป็นเช่นไร ใครจะเป็นผู้แพ้ ใครจะเป็นผู้ชนะ เช่น การตอบปัญหา นอกจากนี้ ยังเป็นการหนีจากโลกของความเป็นจริงที่สับสนวุ่นวาย ตึงเครียด ทางอารมณ์เข้าทำนองว่า “ I like to forget my worries for a while” ลืมความทุกข์ ความกังวลใจได้ชั่วขณะ ถือเป็นหน้าที่แบบหนึ่งของการระบายอารมณ์ (Emotional Carthesis)

4. Education Appeal การดูโทรทัศน์ทำให้เพิ่มความรู้เกี่ยวกับตนเอง และโลกภายนอก ก่อให้เกิดการปรับปรุงตนเอง มีการปรับตัวขึ้น เพราะข่าวสารที่ได้รับช่วยให้ทันโลก ทันเหตุการณ์ ทำให้มีความรู้ความสามารถมากกว่าเดิม

### งานวิจัยในประเทศ เกี่ยวกับการศึกษาการใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน

นารากร ตียายน (2538)<sup>46</sup> ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อ.เมือง จ.อ่างทอง โดยศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรมักจะมุ่งเน้นไปที่เรื่อง อาชีพหลัก ๆ คือ การเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ แต่ยังขาดเนื้อหาเรื่องประกอบอาชีพเสริมซึ่งเป็นงานของแม่บ้าน เช่น การแปรรูปผลผลิตในไร่ นา การทำสวนผัก การถนอมอาหาร การผลิตงานหัตถกรรมจักสาน ช่วงเวลา การสำรวจช่วงเวลาที่เหมาะสมกับการดูโทรทัศน์เกษตรกร สำหรับเกษตรกรชายคงมีช่วงเวลาเดียวที่สะดวก คือ 18.00-20.00 น. ส่วนแม่บ้านนั้น พบว่าสามารถเพิ่มช่วงเวลา 15.00-17.00 น. ด้วย เพราะเป็นช่วงที่กลับจากไร่ นากำลังเตรียมประกอบอาหารเย็น ในการแสวงหาความรู้จากรายการโทรทัศน์ด้านเกษตรทางโทรทัศน์นั้น จะมีปัญหาอยู่ 2 ประการ คือ เด็ก ๆ จะชอบดูรายการโทรทัศน์มากกว่าผู้ใหญ่ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ถ้ารายการที่มีอยู่เป็นรายการสำหรับผู้ใหญ่ ก็ทำให้เด็กต้องมาดูรายการของผู้ใหญ่ ดังเช่น กรณีละครหลังข่าว ดังนั้นการควบคุมการดูโทรทัศน์จึงมาจากผู้ใหญ่มากกว่า

---

<sup>46</sup>นารากร ตียายน, “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อ.เมือง จ.อ่างทอง,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2538), น. บทคัดย่อ.

ปริยานุช ปัญจวงค์ (2540)<sup>47</sup> ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทอง จังหวัดนราธิวาส พบว่า ผู้ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร เรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทองแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ประสิทธิ์ เฉิดจินดา (2543)<sup>48</sup> ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน ในโครงการ โครงการ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชนที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด คือ รายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน ในโครงการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตร และเหตุผลในการเปิดรับชมรายการนั้น ๆ คือ ชอบรายการที่มีเนื้อหาสาระ ร่องลงมา ชอบความรู้เกี่ยวกับการเกษตร ต่อมา ชอบการสัมภาษณ์ผู้มีอาชีพต่าง ๆ ที่หลากหลาย และลำดับสุดท้าย คือ ชอบลักษณะรูปแบบรายการน่าสนใจ สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคาดหวังการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ พบว่า ผู้ชมมีอายุระหว่าง 46-60 ปี มีความคาดหวังสูงกว่าผู้ชมอายุระหว่าง 25 -36 ปี และ 36-45 ปี เหตุที่อธิบายได้คือ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีอายุ 46-60 ปี และมีอาชีพเกษตรกรจำนวน 56 .09% ซึ่งอาชีพของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน

เอียรธิดา มฤคทัต (2544)<sup>49</sup> ได้ศึกษา การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิดและการปฏิบัติตามโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกร: กรณีศึกษาจังหวัดอยุธยา พบว่า ในปริมาณการ

<sup>47</sup>ปริยานุช ปัญจวงค์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านรอบศูนย์ศึกษาพิกุลทอง อ.เมือง จ.นราธิวาส,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. บทคัดย่อ.

<sup>48</sup>ประสิทธิ์ เฉิดจินดา, “การศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน ในโครงการโครงการ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

<sup>49</sup>เอียรธิดา มฤคทัต, “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะคิดและการปฏิบัติตามโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกร: กรณีศึกษาจังหวัดอยุธยา,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์พัฒนาการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2544), น. 119-123.

เปิดรับข่าวสารเรื่องทฤษฎีใหม่ พฤติกรรมของเกษตรกรมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารทางโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ สื่อบุคคล ทั้งนี้เป็นเพราะว่าเกษตรกร เมื่อเสร็จสิ้นภารกิจในวันก็จะมีการรับประทานอาหารเย็น ควบคู่ไปกับการดูโทรทัศน์ และมีการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในครอบครัว โดยเกษตรกรส่วนใหญ่จะดูรายการข่าวภาคค่ำ และละครหลังข่าว ส่วนการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรม的开รับสื่อของกลุ่มตัวอย่างไม่มีผลต่อความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรม และจากการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะลึกจากทั้งเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่และเจ้าหน้าที่ของสำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดอยุธยา ซึ่งสรุปว่า สื่อทั่วไปที่เกษตรกรได้รับนั้นไม่มีความเกี่ยวข้องกับโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่แต่อย่างใด และสำหรับการศึกษาถึงประเภทสื่อที่มีบทบาทและความสัมพันธ์ต่อความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตามโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่

พบว่าประเภทสื่อที่เกษตรกรได้รับมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจในการโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ กล่าวคือ สื่อบุคคล (โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าหน้าที่ของทางราชการ) เป็นสื่อที่ทำให้เกษตรกรตัดสินใจปฏิบัติตาม และเข้าร่วมโครงการมากที่สุด และสื่อบุคคลเป็นสื่อเดียวที่มีบทบาทต่อความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตามโครงการของเกษตรกร ซึ่งแตกต่างจากทฤษฎีและแนวความคิดสื่อสารงานนวัตกรมที่กล่าวว่า สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อความรู้ เนื่องจากชุมชนเกษตรกรเป็นชนบทที่สื่อมวลชนเข้าไม่ถึง หรือหากเข้าถึง ก็ไม่มีเนื้อหา นวัตกรรม(เกษตรทฤษฎีใหม่) มากนัก เนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นข่าวสารด้านบันเทิงมากกว่าการให้ความรู้เกษตรกร ในขณะที่ผลการศึกษาทั้งจากการสำรวจด้วยแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์กลุ่มแบบเจาะลึกนั้น ได้ผลสนับสนุนตรงตามทฤษฎีการสื่อสารงานนวัตกรมที่กล่าวว่า สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อทักษะคิด และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม อย่างที่พบโดยทั่วไปในชนบทของประเทศด้อยพัฒนา

ศกุนต์ สายบุญลี (2543)<sup>50</sup> ได้ศึกษา ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ รายการสารคดีพัฒนาชุมชน พบว่า การใช้ประโยชน์จากการชมรับชมรายการสารคดีพัฒนาชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากใช้ประโยชน์จากรายการ เกี่ยวกับการใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำไปแสดงหาความรู้เพิ่มเติมต่อไป รองลงมาใช้สำหรับเพิ่มพูนความรู้ให้กับตนเอง และนำไปใช้ปรับปรุงชีวิตประจำวัน

---

<sup>50</sup>ศกุนต์ สายบุญลี, “ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์รายการสารคดีพัฒนาชุมชน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

ส่วนความสัมพันธ์ของตัวแปรลักษณะทางประชากรกับความพึงพอใจโดยรวม พบว่า เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพหลัก อาชีพเสริม และสถานภาพทางสังคม ไม่สัมพันธ์กับความพึงพอใจโดยรวม ยกเว้นด้านอายุ แสดงว่าอายุต่างกันมีความพึงพอใจ

ด้านความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการใช้ประโยชน์ พบว่า เพศ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพหลัก อาชีพเสริม และสถานภาพทางสังคม ไม่มีสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ยกเว้นอายุ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ แสดงว่า อายุและรายได้ต่างกัน มีระดับการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน โดยผู้ที่ใช้ประโยชน์มากส่วนใหญ่เป็นผู้มีอายุสูง และผู้ที่ใช้ประโยชน์มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้น้อย

สุวิดา ตรงดี (2547)<sup>51</sup> ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตร ทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ในศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ประชากรเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจ โดยรวมแล้วประชากรเปิดรับข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่จากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่เปิดรับจากสื่อเฉพาะกิจอยู่ในระดับปานกลาง และให้ความเชื่อถือข่าวสารการเกษตรที่ได้รับจากเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรของศูนย์ฯ มากที่สุด นอกจากนี้ประชากรส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ที่น่าสนใจและสนใจให้ติดตาม ข่าวสารช่วยเพิ่มพูนความรู้ทั่วไปทางการเกษตรและประชากรใช้ประโยชน์จากความรู้เป็นพื้นฐานในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ใช้การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการทำการเกษตร และเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากปัญหาในอาชีพที่พบส่วนความคิดเห็น นั้นประชากรส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารด้านการตลาด และสถานการณ์ปัจจุบัน

ธรรมบุญ แจ่มศรี (2549)<sup>52</sup> ได้ศึกษาเรื่อง รายการโทรทัศน์ “พลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย” ในโครงการฟื้นฟูอาชีพเกษตรกรหลังการพักชำระหนี้ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ไม่ค่อยได้รับชมรายการ ส่วนที่ชมจะรับชมเฉพาะบางช่วงที่สนใจ

<sup>51</sup>สุวิดา ตรงดี, “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ในศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

<sup>52</sup>ธรรมบุญ แจ่มศรี, “รายการโทรทัศน์ “พลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย” ในโครงการฟื้นฟูอาชีพเกษตรกรหลังการพักชำระหนี้ ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. 106-110.

ด้านความคิดเห็น เกษตรกรกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในการดำเนินรายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย จะมีไม่เห็นด้วยก็คือ ในเรื่องของช่วงเวลาการออกอากาศที่เป็นทุกวันศุกร์ เวลา 10.00-11.00 น. ซึ่งได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า ควรเป็นช่วงหลัง 18.00 น เป็นต้นไป เพราะหลังจากกลับจากการทำงานแล้วก็จะสามารถรับชมได้

ด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ หนี้สิน และจำนวนเครื่องรับโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการติดตามรับชมรายการ แต่สำหรับลักษณะทางเพศ อายุ และการรวมกลุ่มสมาชิก ของเกษตรกรกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการติดตามรับชมรายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย

นอกจากนี้ในเรื่องความสัมพันธ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแปร ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการชมรายการ และลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความคิดเห็นต่อรายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทยนั้น มีความสัมพันธ์แตกต่างกันไป เพราะความแตกต่างกันในลักษณะประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ โดยพบว่า

- พฤติกรรมลักษณะการรับชม ไม่มีความสัมพันธ์กับการความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย
- ความคิดเห็นต่อรายการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย
- ความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการพลิกฟื้นคืนชีวิตเกษตรกรไทย มีความสัมพันธ์กับการนำเสนอไปใช้ประโยชน์

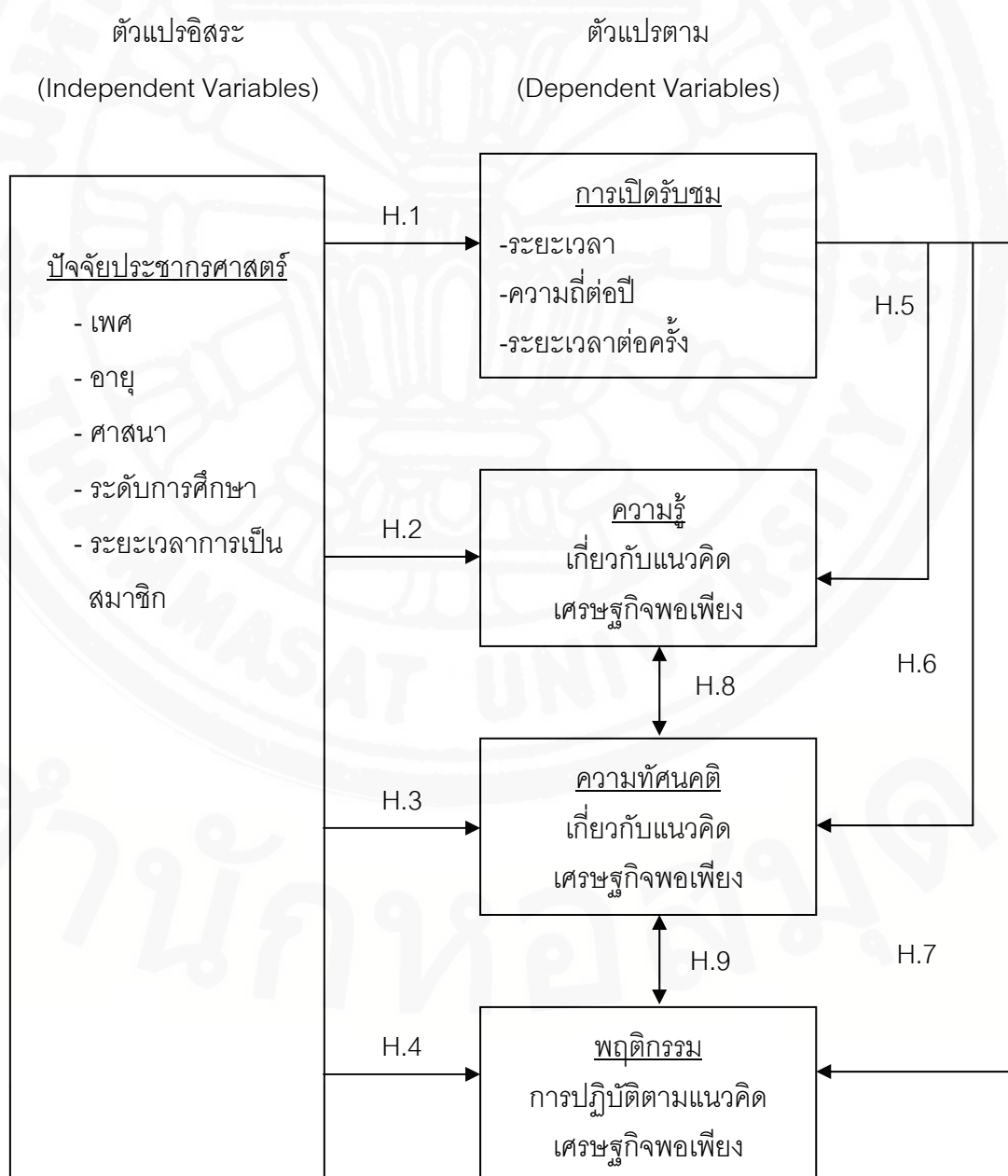
ดวงหทัย วงษ์ราช (2542)<sup>53</sup> ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ ของเกษตรกรในเขตอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ จากสื่อมวลชนอยู่ในระดับที่ต่ำมาก โดยสื่อที่เปิดรับสูงสุด ได้แก่ โทรทัศน์ นอกจากนี้ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ของเกษตรกรที่ต่างกัน ทำให้มีการเข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ ต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ จากสื่อมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ เกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ

---

<sup>53</sup>ดวงหทัย วงษ์ราช, “การเปิดรับข่าวสารการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริของเกษตรกรในเขตอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 103-108.

พฤติกรรม的开รับข่าวสารเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ จากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ และความรู้ และทัศนคติต่อการเกษตรทฤษฎีใหม่ตามแนวพระราชดำริ มีความสัมพันธ์กับการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ

แผนภาพที่ 2.1  
กรอบความคิดที่ใช้งานวิจัย



## การตั้งสมมติฐาน

เหตุผลที่ใช้ในการตั้งสมมติฐาน จากแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำกรอบความคิดดังกล่าวมาใช้ในการสร้างสมมติฐาน โดยอาศัยเหตุผลต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)<sup>54</sup> เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent D. Ruben)<sup>55</sup> ได้กล่าวถึงปัจจัยของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อการกระบวนการในการเลือกเปิดรับข่าวสาร เช่น ความต้องการ ทักษะคิดและค่านิยม ประสบการณ์และนิสัย และการใช้ประโยชน์ ฯลฯ

ดังนั้นกล่าวโดยสรุปคือ การที่บุคคลมีความแตกต่างกัน จะส่งผลให้การเลือกเปิดรับสารนั้น ๆ มีความแตกต่างกันตามลักษณะและความต้องการของบุคคลนั้น ๆ เป็นต้น

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่ต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

การเปิดรับข่าวสารระหว่างเพศชายและเพศหญิงจะไม่แสดงผลเด่นชัดมากเท่ากับ ความแตกต่างในด้านอายุและการศึกษา แต่ก็พบว่า มีความแตกต่างบ้างระหว่างเพศหญิงและเพศชาย ในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน นั่นคือ เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร<sup>56</sup>

<sup>54</sup>Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball- Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>55</sup>Hunt and Ruben D., Mass Communication: Producers and Consumer, pp. 50-52.

<sup>56</sup>Greenberg and Kumata, 1968, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญรงค์กิ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 6.

นารากร ตียายน (2538)<sup>57</sup> ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อ.เมือง จ.อ่างทอง และ ประสิทธิ์ เจ็ดจินดา (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน ในโครงการโคราช พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ผลการวิจัยพบว่าอายุที่แตกต่างกันทำให้การเปิดรับสื่อมีความแตกต่างกัน

ดังนั้น อายุมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคน โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าคนที่มีเพศต่างกันจะส่งผลให้พฤติกรรมการเปิดรับต่างกันออกไปอีกด้วย

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.2 คือ

กาญจนา แก้วเทพ<sup>58</sup> ได้กล่าวถึงลักษณะของประชากรศาสตร์ ในเรื่องของตัวแปร “อายุ” ว่า จากการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของเด็กชาวอเมริกัน พบว่า เด็กตั้งแต่วัยสองขวบถึงแปดขวบดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้นเมื่อวัยมากขึ้น และเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยมากขึ้น โดยส่วนใหญ่เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ซึ่งเด็กจะดูโทรทัศน์ และรับฟังสื่อวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ และเริ่มอ่านหนังสือสำหรับอายุมากขึ้น ส่วนเด็กวัยรุ่นนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ เนื่องจากสามารถทำไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่น ๆ เช่นการบ้านได้ด้วย

สำหรับผู้ใหญ่นั้นมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มากในปริมาณใกล้เคียง แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปี ขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลงเล็กน้อยทั้งนี้อาจเนื่องมาจากสายตาเสื่อมลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุ 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งคงเนื่องมาจากมีเวลาว่างมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่การใช้สื่อสารมวลชนของผู้สูงอายุจะเกิดขึ้นเพื่อคลายความเหงา

ดังนั้น การที่กลุ่มคนที่มีอายุต่างกันจะส่งผลให้มีพฤติกรรมการเปิดรับต่างกันไป โดยเฉพาะกระบวนการตีความของข่าวสารก็ย่อมต่างกันออกไปเพราะปัจจัยทางด้านอายุมีผลต่อการตีความด้วยนั่นเอง

สมมติฐานที่ 1.3 ศาสนาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

<sup>57</sup>นารากร ตียายน, “ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการเกษตรของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร อ.เมือง จ.อ่างทอง,” น. บทคัดย่อ.

<sup>58</sup>กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค, น. 179.

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper)<sup>59</sup> ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ขั้น คือ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ ซึ่งในกระบวนการจดจำ ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค่านับกับความคิดของตนเอง

ดังนั้น ในพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไปอยู่แล้ว โดยกระบวนการเลือกรับสารที่แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการและมีทัศนคติที่ตรงกับตนเอง เช่นเดียวกับศาสนา ก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ถ้าผู้รับสารได้รับสารที่ไม่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดหรือศาสนาของตนที่ต่างกันออกไป ก็ย่อมมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับที่ต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 1.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

ปรมะ สตะเวทิน<sup>60</sup> กล่าวว่า จากงานวิจัยหลายชิ้นทางด้านการสื่อสารพบว่า คนที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่การศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์

นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้ว ยังพบว่าคนที่มีการศึกษาสูงและอายุมากนิยมเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อย และอายุน้อย ผลของการศึกษาวิจัยทั้งหลายทำให้มองเห็นค่อนข้างชัดเจนว่า ยิ่งคนมีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจข่าวสารที่มีเนื้อหาหนักก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น และผลของการศึกษาวิจัยทั้งหลายทำให้มองเห็นค่อนข้างชัดเจนว่า ยิ่งคนที่มีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจในข่าวสาร บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่มี เนื้อหาหนักก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

ดังนั้น การศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคน โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าคนที่มึระดับการศึกษาต่างกันจะส่งผลให้มีพฤติกรรมการเปิดรับต่างกันออกไปด้วย

สมมติฐานที่ 1.5 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

<sup>59</sup> Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication, pp. 19-25.

<sup>60</sup> ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี, น. 108.

กันยา สุวรรณแสง<sup>61</sup> ได้กล่าวถึงเรื่องความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ได้กล่าวถึงในหนังสือ จิตวิทยาทั่วไปว่า คนเราแม้อยู่ในสังคมเดียวกันก็มีความแตกต่างกันยิ่งเกิดมาจากต่างถิ่นสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ก็ยิ่งขยายความแตกต่างกว้างไกลมากขึ้น

ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน เนื่องจากสภาวะแวดล้อมความเป็นอยู่และระยะเวลาในการอยู่อาศัย และโดยกระบวนการเลือกรับสารแต่ละบุคคล จะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจมีความต้องการ และให้ประโยชน์กับตนเอง โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่า กลุ่มสมาชิกของทุนฯที่มีระยะเวลาการเป็นสมาชิกของทุนฯ แตกต่างกัน จึงย่อมมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับที่ต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

คาร์เตอร์ วี กู๊ด<sup>62</sup> (Carter V. Good) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่อง เกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบ การตัดสินใจ

ปริยานุช ปัญจวงค์ (2540)<sup>63</sup> ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทอง จังหวัดนราธิวาส พบว่า ผู้ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร เรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิกุลทองแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม ความพึงพอใจที่ได้จากการเปิดรับข่าวสารเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

ดังนั้น โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่า การที่บุคคลมีลักษณะแตกต่างกันเช่น ความรู้ ความคิด รวมถึงประสบการณ์การเรียนรู้ของแต่ละคน ย่อมส่งผลให้ความรู้ของแต่ละคนแตกต่างกัน เพราะ

<sup>61</sup>กันยา สุวรรณแสง, จิตวิทยาทั่วไป, น. 74.

<sup>62</sup>Carter V. Good, Dictionary of Education , p. 325.

<sup>63</sup>ปริยานุช ปัญจวงค์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านรอบศูนย์ศึกษาพิกุลทอง อ.เมือง จ.นราธิวาส,” น. บทคัดย่อ.

การเกิดความรู้ขึ้นมาจากการเรียนรู้ของแต่ละคน เมื่อมีการเปิดรับสาร หรือข้อมูล ก็จะได้รับประสบการณ์ ข้อมูลความทรงจำที่ต่างกันไปตามลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังจากชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

การเปิดรับข่าวสารระหว่างเพศชาย และเพศหญิง มีความแตกต่างบ้างระหว่างเพศหญิง และเพศชาย ในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน นั่นคือ เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ซึ่งการเปิดรับสารที่มากกว่าก็ทำให้เกิดความรู้ที่สั่งสมจากข้อมูล ความทรงจำได้มากกว่าการเปิดรับสารที่น้อย <sup>64</sup>

ดังนั้นจากกรณีศึกษาที่เพศหญิงมีการเปิดรับสารทางโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย ผู้ศึกษาจึงเชื่อว่า เพศที่แตกต่างกันทำให้มีการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้เกิดความรู้ที่แตกต่างกันอีกด้วย

สมมติฐานที่ 2.2 อายุแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังจากชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

ประสิทธิ์ เจริญจินดา (2543) <sup>65</sup> ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน ในโครงการ โคราซ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมที่มีอายุระหว่าง 46-60 ปี มีความคาดหวังสูงกว่าผู้ชมอายุระหว่าง 25-36 ปี และ 36-45 ปี เหตุที่อธิบายได้คือ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนใหญ่มีอายุ 46-60 ปี และมีอาชีพเกษตรกรจำนวน 56.09% ซึ่งอาชีพของผู้ชมรายการมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน

ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน โดยกระบวนการเลือกรับสาร ที่แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการ และให้ประโยชน์กับตนเอง ซึ่งเมื่อเปิดรับสารและมีความสนใจที่จะรับสารนั้น ๆ มากเท่าใด ก็ทำให้มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ มากขึ้นเท่านั้น และจากกรณีที่อายุมีผลต่อการเปิดรับสารนั้น ผู้ศึกษาจึงเชื่อว่า อายุที่แตกต่างกันทำให้มีการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้เกิดความรู้ที่แตกต่างกันอีกด้วย

<sup>64</sup> Greenberg and Kumata, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 6.

<sup>65</sup> ประสิทธิ์ เจริญจินดา, “การศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อพัฒนาชุมชน ในโครงการ โคราซ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง,” น. บทคัดย่อ.

สมมติฐานที่ 2.3 ศาสนาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)<sup>66</sup> เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

ดังนั้น ในพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไปอยู่แล้ว โดยกระบวนการเลือกรับสาร ที่แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการ และมีทัศนคติ ที่ตรงกับตนเอง เช่นเดียวกับศาสนา ก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ถ้าผู้รับสารได้รับสารที่ไม่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดหรือศาสนาของตนที่ต่างกันออกไป ก็ย่อมมีการเลือกเปิดรับที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อความรู้ที่แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 2.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

นักวิชาการสื่อสารพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวกับการรับสาร และหากพิจารณาอายุควบคู่กับการศึกษาก็จะสามารถอธิบายความแตกต่างกันของพฤติกรรมการสื่อสารได้ คอมสต็อก (Comstock) และคณะ (1978)<sup>67</sup> อธิบายว่าการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน และรับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเปิดรับข่าว และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณ และยังมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ งานวิจัยของ Link และ Hopf (1946) พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มีการศึกษาน้อยในทางกลับกันจะใช้เวลาในการฟังวิทยุและดูภาพยนตร์น้อยกว่าผู้มีการศึกษาน้อย

ดังนั้น การศึกษามีผลต่อการเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคนซึ่งส่งผลต่อความรู้ที่ได้รับ โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าคนที่มีการศึกษาต่างกันจะทำให้มีความรู้ที่แตกต่างกันด้วย

<sup>66</sup>Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball- Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>67</sup>George Comstock and others, Television And Human Behavior, p. 119.

สมมติฐานที่ 2.5 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ แตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

โจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper)<sup>68</sup> ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ขั้น คือ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ ซึ่งในกระบวนการจดจำ ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง

สุวิดา ตรงดี (2547)<sup>69</sup> ได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตร ทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ในศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ประชากรส่วนใหญ่ยังมีความพึงพอใจในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ที่น่าสนใจและสนใจให้ติดตามข่าวสารช่วยเพิ่มพูนความรู้ทั่วไปทางการเกษตร และประชากรใช้ประโยชน์จากความรู้เป็นพื้นฐานในการแสวงหาความรู้เพิ่มเติม ใช้การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการทำการเกษตร

กันยา สุวรรณแสง<sup>70</sup> ได้กล่าวถึงเรื่องความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ได้กล่าวถึงในหนังสือ จิตวิทยาทั่วไปว่า คนเราแม้อยู่ในสังคมเดียวกันก็มีความแตกต่างกัน ยิ่งเกิดมาจากต่างถิ่นสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ก็ยิ่งขยายความแตกต่างกว้างไกลมากขึ้น

ดังนั้นระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ มีผลต่อการเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคน ซึ่งส่งผลต่อความรู้ที่ได้รับ โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่ากลุ่มชุมชนที่ต่างกันจะทำให้มีความรู้ที่แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

<sup>68</sup> Joseph T. Klapper, *The Effects of Mass Communication*, pp. 15-49.

<sup>69</sup> สุวิดา ตรงดี, “การเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในข่าวสารการเกษตรทฤษฎีใหม่ของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ในศูนย์ศึกษาการพัฒนาห้วยทราย อันเนื่องมาจากพระราชดำริ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี,” น. บทคัดย่อ.

<sup>70</sup> กันยา สุวรรณแสง, *จิตวิทยาทั่วไป*, น. 74

เดอเฟลอร์ (DeFleur)<sup>71</sup> ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory) เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

ดังนั้นผู้รับสารเลือกรับสารใดก็ตาม มักเป็นการเลือกรับสารที่สนับสนุนทัศนคติดั้งเดิมของตน ซึ่งทัศนคติของแต่ละคนก็จะแตกต่างกันออกไปตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล เช่น ความคิด การกระทำ หรือประสบการณ์ดั้งเดิมของแต่ละบุคคล

สมมติฐานที่ 3.1 เพศที่แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

การเปิดรับข่าวสารระหว่างเพศชาย และเพศหญิง จะไม่แสดงผลเด่นชัดมากเท่ากับ ความแตกต่างในด้านอายุ และการศึกษา แต่กลับพบความแตกต่างบ้างระหว่างเพศหญิง และเพศชาย ในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน นั่นคือ เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุ มากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>72</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่ต่างกัน ซึ่งกระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ

ดังนั้น เมื่อมีการเปิดรับสารก็จะก่อให้เกิด ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมตามมา ในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าเพศที่ต่างกันมีการเปิดรับสารต่างกันทำให้มีทัศนคติที่แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 3.2 อายุที่แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ<sup>73</sup> กล่าวถึงการเกิด ทัศนคติว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำ

<sup>71</sup> Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball- Rokeach, Theories of Mass Communication, p.102.

<sup>72</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

<sup>73</sup> ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย, น. 16.

ให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ ประสพการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น สิ่งที่เป็นแบบอย่าง และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เป็นต้น

กาญจนา แก้วเทพ<sup>74</sup> กล่าวถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ในเรื่องอายุว่า อายุของปัจเจกบุคคลที่เป็นตัวแปรระดับจุลภาคจะถูกพิจารณาโดยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของสังคมซึ่งเป็นตัวแปรระดับมหภาค และการที่เราสามารถใช้ “อายุ” เป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดกลุ่มของผู้รับสารก็เนื่องมาจากความเชื่อที่ว่า คนในอายุรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน และคนที่มียุวัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน โดยกระบวนการเลือกรับสาร และจากกรณีที่อายุมีผลต่อการเปิดรับสารนั้น ผู้ศึกษาจึงเชื่อว่า อายุที่แตกต่างกันทำให้มีการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกันอีกด้วย

สมมติฐานที่ 3.3 ศาสนาที่แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper)<sup>75</sup> ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ขั้น คือ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ ซึ่งในกระบวนการจดจำ ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งด้านกับความคิดของตนเอง

ดังนั้น ในพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไปอยู่แล้ว โดยกระบวนการเลือกรับสาร ที่แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการ และมีทัศนคติ ที่ตรงกับตนเอง เช่นเดียวกับศาสนา ก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ถ้าผู้รับสารได้รับสารที่ไม่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดหรือศาสนาของตนที่ต่างกันออกไป ก็ย่อมมีพฤติกรรม การเลือกเปิดรับที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติที่ต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 3.4 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

<sup>74</sup>กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค, น. 179.

<sup>75</sup>Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication, pp. 15-49.

Comstock และคณะ (1978)<sup>76</sup> อธิบายว่าการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน และรับ การศึกษามีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเปิดรับข่าว และเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณ พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย ในทางกลับกันจะใช้เวลา ในการฟังวิทยุและดูภาพยนตร์น้อยกว่าผู้มีการศึกษาน้อยและคนที่มีการศึกษาสูงและอายุมาก นิยมเปิดรับข่าวสารเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย

ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน โดยกระบวนการเลือกรับ สาร และจากกรณีที่จะระดับการศึกษามีผลต่อการเปิดรับสารนั้น ผู้ศึกษาจึงเชื่อว่า ระดับการศึกษาที่ แตกต่างกันทำให้มีการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้เกิดทัศนคติที่แตกต่างกันอีกด้วย

สมมติฐานที่ 3.5 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ ที่แตกต่างกันมีทัศนคติ เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ<sup>77</sup> กล่าวถึงการเกิด ทัศนคติว่า ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการ เรียนรู้ (Learning) จากแหล่ง ทัศนคติ (Source of Attitude) ต่าง ๆ ที่อยู่มากมาย และแหล่งที่ทำให้ คนเกิด ทัศนคติ ที่สำคัญคือ ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) การติดต่อสื่อสาร จากบุคคลอื่น (Communication from others) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) และความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) เป็นต้น

กันยา สุวรรณแสง<sup>78</sup> ได้กล่าวถึงเรื่องความแตกต่างทางสังคม(Social Differentiation) ได้กล่าวถึงในหนังสือจิตวิทยาทั่วไปว่า คนเราแม้อยู่ในสังคมเดียวกันก็มีความแตกต่างกัน ยิ่งเกิด มาจากต่างถิ่นสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ก็ยิ่งขยายความแตกต่างกว้างไกลมากขึ้น

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>79</sup> กล่าวว่า กระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรม คือ เมื่อผู้รับ สารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทัศนคติ และขั้น สุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ

ดังนั้น ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ มีผลต่อการเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคน ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติที่ได้รับ โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่ากลุ่มชุมชนที่ต่างกันจะทำให้มีทัศนคติที่ แตกต่างกันด้วย

<sup>76</sup> George Comstock and others, Television And Human Behavior, p. 119.

<sup>77</sup> ประภาเพ็ญ สุวรรณ, ทัศนคติ: การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย, น. 16.

<sup>78</sup> กันยา สุวรรณแสง, จิตวิทยาทั่วไป, น. 74.

<sup>79</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

สมมติฐานที่ 4 ลักษณะประชากรศาสตร์ต่างกัน มีพฤติกรรมการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)<sup>80</sup> เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>81</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งกระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทศนคติ และขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ

ดังนั้นลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน เช่น เพศ อายุ ศาสนา การศึกษา และกลุ่มชุมชน เป็นต้น จะส่งผลต่อพฤติกรรมภายหลังการรับสารที่แตกต่างกันไป

สมมติฐานที่ 4.1 เพศที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

การเปิดรับข่าวสารระหว่างเพศชาย และเพศหญิง จะไม่แสดงผลเด่นชัดมากเท่ากับความแตกต่างในด้านอายุ และการศึกษา แต่ก็พบว่ามีความแตกต่างบ้างระหว่างเพศหญิง และเพศชาย ในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน นั่นคือ เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>82</sup> กล่าวว่า กระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทศนคติ และขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ

ดังนั้น เมื่อมีการเปิดรับสารก็จะก่อให้เกิด ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมตามมา ในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าเพศที่ต่างกันมีการเปิดรับสารต่างกันทำให้มีพฤติกรรมที่ต่างกันด้วย

---

<sup>80</sup> Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball- Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>81</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

<sup>82</sup> เรื่องเดียวกัน, น. 118.

สมมติฐานที่ 4.2 อายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง”

กาญจนา แก้วเทพ<sup>83</sup> กล่าวถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ในเรื่องอายุว่า อายุของปัจเจกบุคคลที่เป็นตัวแปรระดับจุลภาคจะถูกพิจารณาโดยมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของสังคมซึ่งเป็นตัวแปรระดับมหภาค และการที่เราสามารถใช้ “อายุ” เป็นตัวแปรหนึ่งในการจัดกลุ่มของผู้รับสารก็เนื่องมาจากความเชื่อที่ว่า คนในอายุรุ่นราวคราวเดียวกันจะผ่านประสบการณ์ทางสังคมที่คล้ายคลึงกัน และคนที่วัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไปด้วย

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร<sup>84</sup> กล่าวว่า กระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทศนคติ และขั้นสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ

ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน โดยกระบวนการเลือกรับสาร และจากกรณีที่ยาอายุมีผลต่อการเปิดรับสารนั้น ผู้ศึกษาจึงเชื่อว่า อายุที่แตกต่างกันทำให้มีการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันอีกด้วย

สมมติฐานที่ 4.3 ศาสนาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)<sup>85</sup> เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร<sup>86</sup> กล่าวว่า กระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทศนคติ และขั้นสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ

<sup>83</sup> กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค, น. 179.

<sup>84</sup> สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

<sup>85</sup> Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball-Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>86</sup> สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

ดังนั้น ในพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไปอยู่แล้ว โดยกระบวนการเลือกรับสาร ที่แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการ และมีทัศนคติ ที่ตรงกับตนเอง เช่นเดียวกับศาสนา ก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับ ถ้าผู้รับสารได้รับสารที่ไม่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดหรือศาสนาของตนที่ต่างกันไป ก็ย่อมมีการเลือกเปิดรับที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 4.4 การศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

ปรเม สตะเวทิน<sup>87</sup> กล่าวว่า คนที่มีการศึกษาสูงและอายุมากนิยมเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย ผลของการศึกษาวิจัยทั้งหลายทำให้มองเห็นค่อนข้างชัดเจนว่า ยิ่งคนมีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจข่าวสารที่มีเนื้อหาหนักก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

ดวงหทัย วงษ์ราช<sup>88</sup> ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสารการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ ของเกษตรกรในเขตอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ จากสื่อมวลชนอยู่ในระดับที่ต่ำมาก โดยสื่อที่เปิดรับสูงสุด ได้แก่ โทรทัศน์ นอกจากนี้ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ของเกษตรกรที่ต่างกัน ทำให้มีการเข้าร่วมโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ ต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ จากสื่อมวลชนได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติ เกี่ยวกับเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ

สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร<sup>89</sup> กล่าวว่า กระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทัศนคติ และขั้นสุดท้ายคือการก่อให้เกิดการกระทำ

<sup>87</sup> ปรเม สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี, น. 108.

<sup>88</sup> ดวงหทัย วงษ์ราช, “การเปิดรับข่าวสารการเข้าร่วมในโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ ตามแนวพระราชดำริ ของเกษตรกรในเขตอำเภอเก้าเลี้ยว จังหวัดนครสวรรค์,” น. 103 -108.

<sup>89</sup> สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

ดังนั้น การศึกษามีผลต่อการเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคน โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าคนที่มีความรู้ระดับการศึกษาต่างกันจะทำให้มีความรู้ที่แตกต่างกัน ซึ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 4.5 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” แตกต่างกัน

อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท<sup>90</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ตามปกติ มักเกิดจากทัศนคติของบุคคลนั้น ทัศนคติจึงเปรียบเสมือนกับเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล

กันยา สุวรรณแสง<sup>91</sup> ได้กล่าวถึงเรื่องความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ได้กล่าวถึงในหนังสือ จิตวิทยาทั่วไปว่า คนเราแม้อยู่ในสังคมเดียวกันก็มีความแตกต่างกัน ยิ่งเกิดมาจากต่างถิ่นสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน ก็ยิ่งขยายความแตกต่างกว้างไกลมากขึ้น

ดังนั้น ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ มีผลต่อการเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคน ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติ และพฤติกรรมที่ได้รับ โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าระยะเวลาการเป็นสมาชิกกองทุนฯ ที่ต่างกันจะทำให้มีทัศนคติที่แตกต่างกัน และส่งผลถึงพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 5 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” ต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง แตกต่างกัน

เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)<sup>92</sup> เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper)<sup>93</sup> ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 4 ขั้น คือ การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย

<sup>90</sup> อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, น. 39.

<sup>91</sup> กันยา สุวรรณแสง, จิตวิทยาทั่วไป, น. 74.

<sup>92</sup> Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball-Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>93</sup> Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication, pp. 15-49.

และการเลือกจดจำ ซึ่งในกระบวนการจดจำ ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค่านับกับความคิดของตนเอง

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good)<sup>94</sup> กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (truth) เป็นข้อมูลที่มีมนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้เรื่อง เกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบ การตัดสินใจ

ดังนั้น การเลือกรับสารของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความสนใจของแต่ละบุคคล ทำให้บุคคลแต่ละคนนั้น ได้รับข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ จนสั่งสมเป็นความรู้แตกต่างกันไปโดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าการเปิดรับที่ต่างกันจะทำให้มีความรู้ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” ต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง แตกต่างกัน

เดอเฟลอร์ (DeFleur)<sup>95</sup> ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory) เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทักษะคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

ปริยานุช ปัญจวงค์ (2540)<sup>96</sup> ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านในหมู่บ้านรอบศูนย์ศึกษาการพัฒนาพิภพทอ จังหวัดนราธิวาส พบว่า การเปิดรับสารมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความรู้ ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

<sup>94</sup> Carter V. Good, Dictionary of Education, p. 325.

<sup>95</sup> Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball- Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>96</sup> ปริยานุช ปัญจวงค์, “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคติและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของชาวบ้านรอบศูนย์ศึกษาพิภพทอ อ.เมือง จ.นราธิวาส,” น. บทคัดย่อ.

ดังนั้น การเลือกรับสารของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันไปตามความสนใจของแต่ละบุคคล ทำให้บุคคลแต่ละคนนั้น ได้รับข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ จนสั่งสมเป็นความรู้ แตกต่างกันไป จนเกิดทัศนคติที่ต่างกัน โดยในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าการเปิดรับที่ต่างกันจะทำให้มีทัศนคติที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 7 การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” ต่างกัน มีพฤติกรรมปฏิบัติตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง แตกต่างกันไป

เดอเฟลอร์ (DeFleur) ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)<sup>97</sup> เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมายของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

อรวรรณ ปิณฑโนโหวาท<sup>98</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ตามปกติมักเกิดจากทัศนคติของบุคคลนั้น ทัศนคติจึงเปรียบเสมือนกับเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล

ดังนั้น ในพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไปอยู่แล้ว โดยกระบวนการเลือกรับสาร ที่แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการ และมีทัศนคติ ที่ตรงกับตนเอง ถ้าผู้รับสารได้รับสารที่ไม่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของตนที่ต่างกันออกไป ก็ย่อมมีการเลือกเปิดรับที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย

สมมติฐานที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>99</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ความแตกต่างกันในการแปลความสารที่ตนเองได้รับจึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งกระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ

<sup>97</sup> Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball- Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>98</sup> อรวรรณ ปิณฑโนโหวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, น. 39.

<sup>99</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

ดังนั้น ในพฤติกรรมของมนุษย์แต่ละคนที่มีความแตกต่างกันออกไปอยู่แล้ว แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการ และมีทัศนคติ ที่ตรงกับตนเอง ในที่นี้ผู้ศึกษา เชื่อว่าความรู้ที่ได้รับจากการเปิดรับสารมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ตามมาด้วย

**สมมติฐานที่ 9** ทัศนคติเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ภายหลังชมรายการโทรทัศน์ “ชีวิตที่พอเพียง” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการปฏิบัติตนตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

เดอเฟลอร์ (DeFleur)<sup>100</sup> ได้กล่าวถึงในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างกลุ่มปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory) เห็นว่าสมาชิกในสังคม มีลักษณะแตกต่างกันไปตามลักษณะ จิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ผู้รับสารสนใจที่จะเลือกรับสารและตีความหมาย ของข่าวสารแตกต่างกันออกไป

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร<sup>101</sup> กล่าวว่า กระบวนการก่อให้เกิดพฤติกรรมคือเมื่อผู้รับสาร ได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิด ทัศนคติ และขั้นสุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ

อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท<sup>102</sup> กล่าวว่า พฤติกรรมใด ๆ ของคนเราส่วนใหญ่ตามปกติมัก เกิดจากทัศนคติของบุคคลนั้น ทัศนคติจึงเปรียบเสมือนกับเครื่องควบคุมการกระทำของบุคคล

ดังนั้น โดยกระบวนการเลือกรับสาร ที่แต่ละบุคคลจะเลือกรับสารที่ตนเองสนใจ มีความต้องการ และมีทัศนคติ ที่ตรงกับตนเอง ในที่นี้ผู้ศึกษาเชื่อว่าทัศนคติที่ได้รับจากการเปิดรับ สารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่ตามมาด้วย

---

<sup>100</sup> Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball-Rokeach, Theories of Mass Communication, p. 102.

<sup>101</sup> สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม, น. 118.

<sup>102</sup> อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ, น. 39.