

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้ดำเนินภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 4 ส่วน เพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาโดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องคือ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการสื่อสารงานกับการพัฒนางานสาธารณสุข
2. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)
3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการรับสาร (Media Content Selector)
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการสื่อสารกับการพัฒนางานสาธารณสุข

##### 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสาร

การสื่อสาร เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากมนุษย์อยู่รวมกันเป็นสังคม จึงต้องมีการสื่อสารกันเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หลายประการ (Brownand Yule, 1983 ; Crystal, 1993 ; Halliday, 1973) เช่น

- มนุษย์จำเป็นต้องสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการด้านร่างกาย คือ สื่อสารเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีพ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และอื่น ๆ
- มนุษย์จำเป็นต้องสื่อสารเพื่อสนองความต้องการด้านจิตใจหรืออารมณ์ เช่น การถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก หรือการแสดงความคิดเห็น
- มนุษย์จำเป็นต้องสื่อสารเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการ รวมทั้งการให้ข้อมูลกับผู้อื่นเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในเรื่องต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่า การสื่อสาร เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้มนุษย์บรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆ ทั้งในระดับของบุคคลและสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพสังคมปัจจุบันที่มนุษย์ต้องปฏิสัมพันธ์กันมากขึ้น การสื่อสารก็ยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น หากคนในสังคมขาดความรู้ความเข้าใจในการสื่อสาร ไม่สามารถ

ถ่ายทอดความรู้ความคิด หรือทำให้เกิดความเข้าใจระหว่างกันได้ ย่อมจะทำให้เกิดปัญหาต่างๆ มากมาย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

### 1.2 ความหมายของการสื่อสาร

นักวิชาการด้านการสื่อสารได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ต่างๆ กัน ดังตัวอย่างต่อไปนี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2529)

- วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm) ให้ความหมายว่า การสื่อสาร คือการมีความเข้าใจร่วมกัน ต่อเครื่องหมายที่แสดงข่าวสาร

- ชาร์ล อี ออสกู๊ด (Charl E.Osgood) ให้ความหมายโดยทั่วไปว่า การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้ส่งสาร มีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสาร โดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมต่อสองฝ่าย

- วอร์เรน ดับเบิลยู วีเวอร์ (Worren W. Weaver) กล่าวว่า การสื่อสารมีความหมายกว้าง ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่าง ที่จิตใจของคนๆ หนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนหนึ่งไม่ใช่เพียงการพูดและการเขียนเท่านั้น แต่รวมถึงดนตรี ภาพ การแสดง และพฤติกรรมอื่นๆ ของมนุษย์

- ยอร์จ เอ มิลเลอร์ (Gorge A. Miller) ให้ความหมายว่า การสื่อสารเป็นการถ่ายทอดข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

- เจอร์เกน รอย และเกรกอรี เบทสัน (Jurgen Ruesch and Gregory Bateson) ให้ความหมายโดยสรุปว่า การสื่อสารไม่ใช่การถ่ายทอดข่าวสารด้วยภาษาพูดและเขียน โดยมีเจตนาชัดเจนเท่านั้น แต่หมายถึงพฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลหนึ่งกระทำ แล้วส่งผลให้บุคคลอื่นเกิดความเข้าใจ

จากความหมายที่มีผู้ให้ไว้แตกต่างกันข้างต้นอาจสรุปได้ว่า การสื่อสาร คือ การที่มนุษย์ถ่ายทอดความรู้ ความคิดหรือประสบการณ์ของตน ไปยังบุคคลอื่น รวมถึงการรับความรู้ความคิดจากบุคคลอื่นมาปรับพฤติกรรมของตนเองผ่านกระบวนการของการสื่อสารซึ่งการถ่ายทอดและการรับความรู้ความคิดนั้นทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการในรูปแบบโดยตรงและทางอ้อม อาจแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 การใช้รหัสสัญญาณโดยตรง เช่น การใช้สัญญาณเสียง ภาษาพูด สัญลักษณ์ ภาษาเขียน ภาษาท่าทาง ตลอดจนรหัสนี้สัญญาณอื่นๆ ที่กระทำโดยตรง ระหว่างผู้ถ่ายทอดกับผู้รับ

ลักษณะที่ 2 การใช้เครื่องมือในการถ่ายทอด เป็นการสื่อสารโดยผ่านทางเครื่องมือ เช่น การใช้โสตทัศนูปกรณ์ วิทยุกระจายเสียง คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องมือสื่อสารอื่นๆ

ลักษณะที่ 3 การถ่ายทอดโดยกระบวนการทางสังคม เช่น การปฏิบัติสืบทอดทางประเพณี ศาสนา วัฒนธรรม และระบบอื่น ๆ ของสังคม

### 1.1.2 ประเภทของการสื่อสาร

การจำแนกประเภทของการสื่อสาร (ปรมะ สตะเวทิน, 2526 ; ระวีวรรณ ประกอบผล, 2542 ; อรุณีประภา หอมเศรษฐี, 2530) จำแนกได้หลายลักษณะ ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้พิจารณา ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 เกณฑ์ คือ

#### เกณฑ์ที่ 1 จำแนกตามกระบวนการหรือการไหลของข่าวสาร แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

- **การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication)** คือ การสื่อสารที่ข่าวสารจะถูกส่งจากผู้ส่งไปยังผู้รับในทิศทางเดียว โดยไม่มีการตอบโต้กลับจากฝ่ายผู้รับ เช่น การสื่อสารผ่านสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ การออกคำสั่งหรือมอบหมายงานโดยฝ่ายผู้รับไม่มีโอกาสแสดงความคิดเห็น ซึ่งผู้รับอาจไม่เข้าใจข่าวสาร หรือเข้าใจไม่ถูกต้องตามเจตนาของผู้ส่งและทางฝ่ายผู้ส่งเมื่อไม่ทราบปฏิกิริยาของผู้รับจึงไม่อาจปรับการสื่อสารให้เหมาะสมได้ การสื่อสารแบบนี้สามารถทำได้รวดเร็ว จึงเหมาะสำหรับการสื่อสารในเรื่องที่เข้าใจง่าย ในสถานการณ์ของการสื่อสารบางอย่าง มีความจำเป็นต้องใช้การสื่อสารทางเดียวแม้ว่าเรื่องราวที่สื่อสารจะมีความซับซ้อนก็ตาม เช่น กรณีผู้รับและผู้ส่งไม่อาจพบปะ หรือติดต่อสื่อสารกันได้โดยตรง การสื่อสารแบบกลุ่มใหญ่ และการสื่อสารมวลชนซึ่งไม่อาจทราบผู้รับที่แน่นอน

- **การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)** คือ การสื่อสารที่มีการส่งข่าวสารตอบกลับไปมาระหว่างผู้สื่อสาร ดังนั้นผู้สื่อสารแต่ละฝ่ายจึงเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในขณะเดียวกันผู้สื่อสารมีโอกาสทราบปฏิกิริยาตอบสนองระหว่างกัน ทำให้ทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุจุดประสงค์หรือไม่ และช่วยให้สามารถปรับพฤติกรรมในการสื่อสารให้เหมาะสมกับสถานการณ์ตัวอย่างการสื่อสารแบบสองทาง เช่น การพบปะพูดคุยกัน การพูดโทรศัพท์ การออกคำสั่งหรือมอบหมายงานโดยฝ่ายรับมีโอกาสแสดงความคิดเห็นการสื่อสารแบบนี้จึงมีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่าการสื่อสารทางเดียว

**เกณฑ์ที่ 2** จำแนกตามภาษาสัญลักษณ์ที่แสดงออก แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- **การสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication)** หมายถึง การสื่อสารด้วยการใช้ภาษาพูด หรือเขียนเป็นคำพูด ในการสื่อสาร
- **การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Non-Verbal Communication)** หมายถึง การสื่อสารโดยใช้รหัสสัญญาณอย่างอื่น เช่น ภาษาท่าทาง การแสดงออกทางใบหน้า สายตา ตลอดจนถึงน้ำเสียง ระดับเสียง ความเร็วในการพูด เป็นต้น

**เกณฑ์ที่ 3** จำแนกตามจำนวนผู้สื่อสาร แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

- **การสื่อสารส่วนบุคคล (Interpersonal Communication)** หมายถึง การคิดการตัดสินใจของบุคคลหนึ่ง ที่จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเป็นประจำในตัวบุคคล ไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม การสื่อสารส่วนบุคคล เป็นพื้นฐานของการติดต่อกับผู้อื่น ทั้งนี้เพราะการที่เราจะติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นนั้น ในขั้นแรกจะต้องมีการเรียนรู้หรือตัดสินใจในตนเองเสียก่อน และเมื่อใดก็ตามที่มีการติดต่อสื่อสารกับคนอื่น คนเราก็จะต้องสื่อสารกับตัวเองไปด้วยในขณะเดียวกัน การสื่อสารส่วนบุคคลเกิดขึ้นทันทีที่บุคคลมีการคิด ผลของการคิดนำไปสู่การตัดสินใจแสดงพฤติกรรมของคน การสื่อสารส่วนบุคคล จึงมีความสำคัญต่อการศึกษาในเรื่องของการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะเกี่ยวข้องไปถึงความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ซึ่งย่อมมีผลสะท้อนต่อบุคคลอื่นและสังคมด้วยการรับสารในการสื่อสารส่วนบุคคล มีช่องทางการรับได้ 2 รูปแบบคือ การรับสารเฉพาะตัว เช่น ความคิดคำนึง ความกลัว ที่เกิดขึ้น ภายในตัวเอง ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์และสภาพจิตใจของแต่ละบุคคล และการรับสารจากภายนอก เป็นการรับรู้สิ่งที่อยู่รอบตัว ซึ่งบุคคลทั่วไปรับรู้ประสบการณ์นั้นได้เหมือนกัน เช่น ความหอมของดอกไม้ ความเจ็บปวด ฯลฯ

- **การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)** คือ การสื่อสารของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เช่น การพูดคุย อภิปราย การประชุมสัมมนา การเรียนการสอน ตลอดจนการติดต่อสื่อสารอื่น ๆ ในชีวิตประจำวัน การสื่อสารลักษณะนี้ถือว่าเป็นการสื่อสารที่สมบูรณ์และมีโอกาสบรรลุจุดประสงค์ได้ดีที่สุด เนื่องจากผู้สื่อสารสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อกันได้ ผู้สื่อสารเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน

- **การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)** คือ การสื่อสารที่ถ่ายทอดสารโดยสื่อมวลชน(Mass Media) ไปยังผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายที่ไม่แน่นอนและไม่จำกัดจำนวน เช่น การสื่อสารโดยวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ วารสาร นิตยสาร ฯลฯ อาจกล่าวได้ว่าการ

สื่อสารมวลชนเป็นผลผลิตของความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและวิวัฒนาการของการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ โดยทำการคิดค้นหาเครื่องมือที่สามารถถ่ายทอดข่าวสารไปยังมวลชนจำนวนมากเพื่อให้เหมาะสมกับสังคมที่มีการขยายตัวและมีความซับซ้อนมากขึ้น การสื่อสารประเภทนี้เป็นการสื่อสารที่ผู้สื่อสารรับรู้ปฏิกิริยาโต้ตอบได้ยากและช้ากว่าการสื่อสารประเภทอื่น

### 1.1.3 ทฤษฎีและแบบจำลองการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับ การคิด การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และมีความเกี่ยวข้องไปถึงบุคคลอื่นและสังคมด้วย เป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนมีลักษณะเป็นนามธรรม ยากที่จะอธิบายให้ชัดเจนได้ว่าการสื่อสารมีสภาพที่แท้จริงเป็นอย่างไรหรือมีปรากฏการณ์อะไรบ้างที่เกิดขึ้นในกระบวนการสื่อสาร นักวิชาการการสื่อสารได้พยายามศึกษาตั้งสมมุติฐาน คิดค้นหาคำอธิบายและสร้างแผนผังหรือแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายลักษณะหรือปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารเพื่ออธิบายกระบวนการดังกล่าว โดยสามารถสรุปเป็นแบบจำลองการสื่อสารที่สำคัญ 4 แบบ ดังนี้ (ธนวดี บุญลือ, 2539)

#### แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของลาสเวลล์

แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์เป็นแบบจำลองการสื่อสาร ที่อธิบายกระบวนการสื่อสารในเชิงพฤติกรรม (The Behavioral of Thought) เป็นการศึกษาปฏิกิริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสารลาสเวลล์อธิบายกระบวนการสื่อสารโดยตั้งเป็นคำถามเกี่ยวกับผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และผลของการสื่อสาร คือ

ใคร (who) คือ ผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร

พูดอะไร (say what) คือ สารหรือเนื้อหาสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป

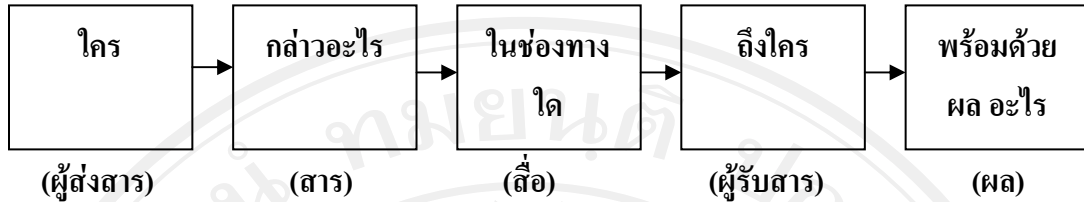
ในช่องทางใด (in which channel) คือ ตัวกลางหรือสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านไปยังผู้รับ

ถึงใคร (to whom) คือ ผู้รับสาร

ได้ผลอะไร (with what effect) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร

สามารถเขียนเป็นแบบจำลองในเชิงแผนภูมิได้ ดังภาพประกอบที่ 1

### ภาพประกอบที่ 1 แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของลาสเวลล์



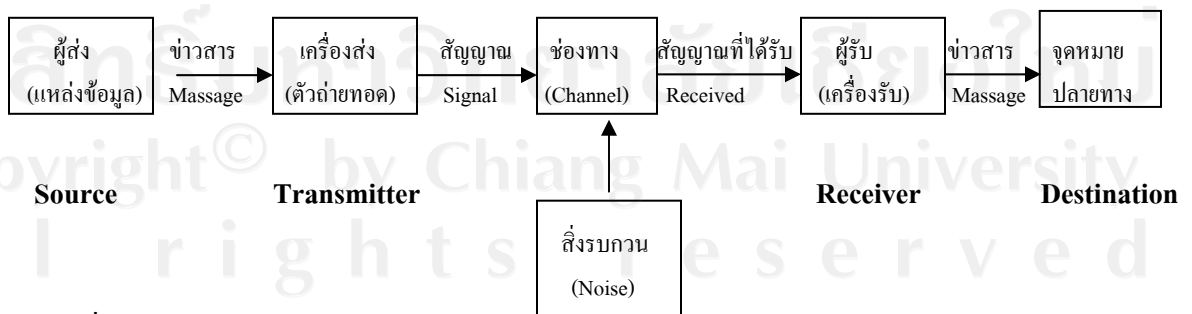
ที่มา: (กิดานันท์ มลิทอง, 2536)

โดยสรุปแล้ว แบบจำลองของลาสเวลล์เน้นการอธิบายกระบวนการสื่อสารแบบง่าย ๆ เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน ผู้สื่อสารปรากฏตัวขณะทำการสื่อสาร และเชื่อว่าเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไปยังจุดหมายปลายทางจะต้องมีจุดมุ่งหมาย เพราะการสื่อสารในแต่ละครั้งจะต้องเกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง

### แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของแชนันและวีเวอร์

แชนัน และวีเวอร์ (C. Shannon and W. Weaver) ได้เสนอแบบจำลองซึ่งเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในวงการสื่อสารยุคเริ่มต้น โดยใช้ชื่อว่า “แบบจำลองการสื่อสารเชิงทฤษฎีคณิตศาสตร์ (The Mathematical Theory of Communication) ซึ่งอธิบายกระบวนการสื่อสารว่าเป็นกระบวนการทางเดียวเชิงเส้นตรง การสื่อสารเกิดขึ้นจากการกระทำของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เพียงฝ่ายเดียว โดยสามารถเขียนเป็นแบบจำลองเชิงแผนภูมิได้ ดังภาพประกอบที่ 2

### ภาพประกอบที่ 2 แบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของแชนันและวีเวอร์



ที่มา : จาก (ปรีชา อุปโยคิน, 2548)

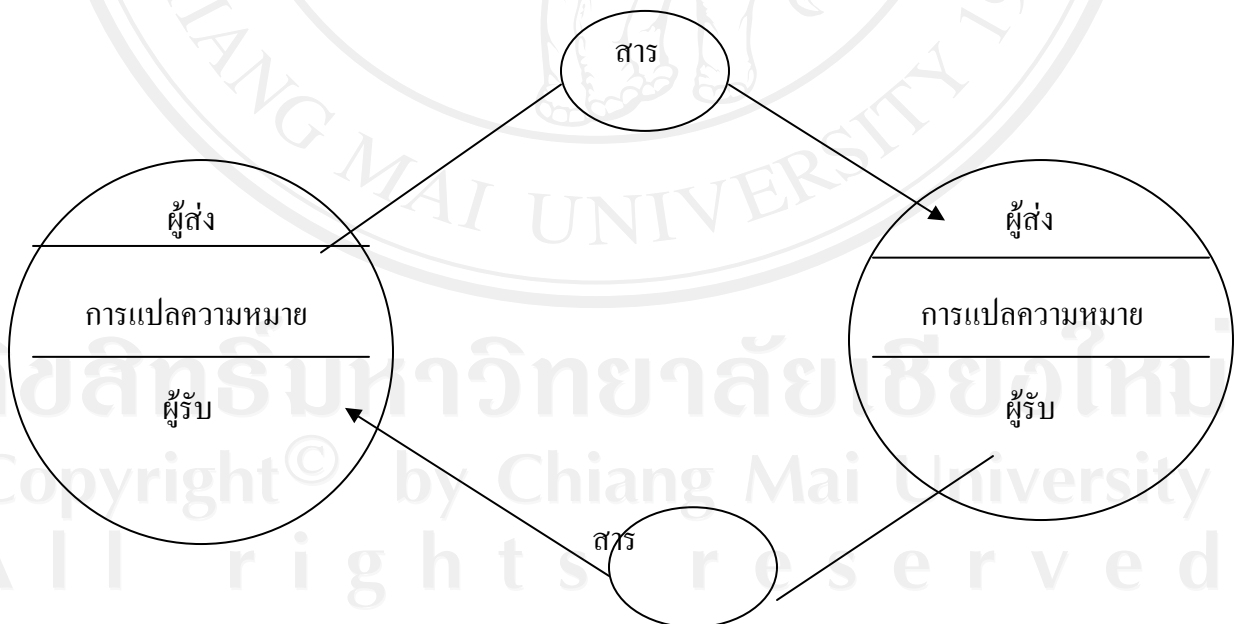


จากแบบจำลองนี้ อธิบายได้ว่า การสื่อสารจะเริ่มต้นจากการที่แหล่งข้อมูลทำหน้าที่สร้างสาร ซึ่งจะถูกลือไป โดยถูกสร้างขึ้นเป็นสัญญาณโดยตัวถ่ายทอด และสัญญาณนั้นก็จะถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับช่องทางซึ่งนำไปถึงผู้รับ โดยผู้รับจะมีหน้าที่ตรงข้ามกับหน้าที่ของตัวถ่ายทอดคือ ผู้รับจะแปลงสัญญาณที่ได้รับกลับมาเป็นสาร เพื่อจะไปถึงจุดหมายปลายทางของการสื่อสารอย่างไรก็ตาม สัญญาณอาจถูกแปรสภาพเมื่อมีสิ่งรบกวนเข้ามาขัดขวางการสื่อสาร และทำให้การสื่อสารนั้นล้มเหลวหรือผิดพลาดได้

### แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของออสกู๊ดและชเรมม์

แบบจำลองของออสกู๊ดและชเรมม์ (C.E. Osgood and Wilbur Schramm) เป็นแบบจำลองที่มีความแตกต่างจากแบบจำลอง 2 แบบแรก โดยแบบจำลองนี้จะมีลักษณะเป็นวงกลม ดังแสดงได้ในภาพประกอบที่ 3

### ภาพประกอบที่ 3 แบบจำลองเชิงวงกลมการสื่อสารของออสกู๊ดและชเรมม์



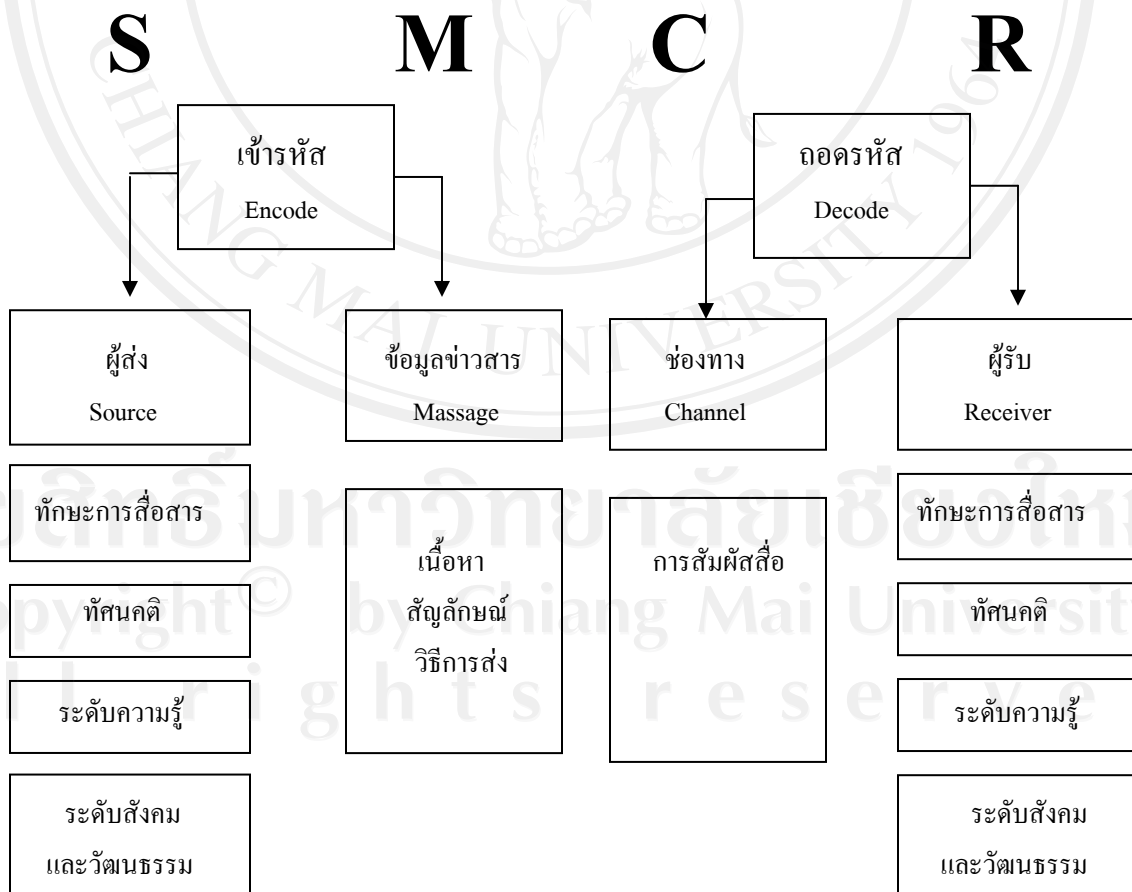
ที่มา : จาก (ปรีชา อุปโยคิน, 2548)

จากแบบจำลองจะเห็นว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้น ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็กระทำหน้าที่เดียวกัน กล่าวคือ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสาร อันเกิดจากการที่ทั้งสองฝ่ายต้องทำงานเหมือนกันในระหว่างที่ทำการสื่อสาร คือการเข้ารหัสสาร แปลความ และถอดรหัสให้เป็นสัญลักษณ์ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งเมื่อรับเนื้อหาข่าวสารไว้แล้ว ก่อนที่จะทำการส่งสารออกไป ก็ต้องนำสารที่จะส่งออกมาเข้ารหัส แปลความ และถอดรหัส เช่นเดียวกัน เพื่อส่งกลับไปยังผู้รับ ซึ่งเป็นผู้ส่งในครั้งแรก

#### แบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล

เดวิด เค. เบอร์โล (Berlo, 1960) ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารที่มีชื่อว่า “แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล (Berlo’s SMCR Model)” ดังภาพประกอบที่ 4

#### ภาพประกอบที่ 4 แสดงแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของเบอร์โล





ที่มา : จาก (ปรีชา อุปโยคิน, 2548)

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถใช้อธิบายกระบวนการสื่อสารได้ว่า การสื่อสารประกอบด้วย ส่วนประกอบพื้นฐานสำคัญ 4 ประการ คือ

1. ผู้ส่ง (Source)
2. ข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสารนั้น
3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง วิธีการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับข่าวสารข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่น การฟังการดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น
4. ผู้รับ (Receiver)

นอกจากนี้ เบอร์โลได้เสนอไว้ว่าการสื่อสารจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ประการ ได้แก่

- **ทักษะในการสื่อสาร** หมายถึง คุณสมบัติเกี่ยวกับความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) ของผู้ส่งสาร และการถอดรหัส (Decode) ของผู้รับสาร เช่นความสามารถในการพูด การเขียนเพื่อ ถ่ายทอดความคิดของตนเองให้แก่ผู้อื่นความสามารถในการคิด และใช้เหตุผลเพื่อจัดระเบียบความคิดได้ชัดเจนความสามารถในการแสดงสีหน้าและท่าทางอย่างเหมาะสม เป็นต้น

- **ทัศนคติ** หมายถึง วิธีการที่บุคคลประเมินสิ่งต่างๆ ด้วยความโน้มเอียงของตนเอง เพื่อที่จะเข้าถึงหรือหลีกเลี่ยงสิ่งนั้นๆ ทัศนคติในการสื่อสารมีได้หลายประการ เช่น ทัศนคติต่อตนเอง ต่อหัวข้อการสื่อสารต่อผู้รับสาร และต่อสถานการณ์แวดล้อมการสื่อสารนั้น ซึ่งทัศนคติเหล่านี้จะมีผลกระทบต่อโดยตรงต่อการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งทัศนคติของผู้สื่อสารที่มีต่อกัน ตัวอย่างเช่น เราจะสื่อสารกับคนที่เรานินทาและไว้วางใจได้ดีกว่าสื่อสารกับคนที่ไม่รู้จัก เป็นต้น

- **ระดับความรู้** หมายถึง ความรู้ของผู้สื่อสารในเรื่องและเหตุการณ์ต่าง ๆ รวมทั้ง บุคคลหรือสภาพแวดล้อมของสถานการณ์การสื่อสารครั้งนั้น โดยความรู้จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อ ความถูกต้องแม่นยำของการสื่อสารนั้น

- **สังคม** หมายถึง การที่ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคล การที่ผู้สื่อสารมีปัจจัยทางสังคม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันก็จะมีผลต่อการสื่อสารนั้นด้วย

- **วัฒนธรรม** หมายถึง การที่ผู้สื่อสารมีขนบธรรมเนียม ค่านิยม ความเชื่อที่แตกต่างกัน ก็จะส่งผลให้การสื่อสารนั้น ไม่ประสบความสำเร็จเช่นกัน

### 1.1.4 องค์ประกอบของการสื่อสาร

จากแบบจำลองการสื่อสารทั้ง 4 แบบข้างต้น จะเห็นได้ว่าถึงแม้ว่าแต่ละแบบจะมีความแตกต่างกันในด้านรายละเอียดและประเด็นในการพิจารณา แต่ในแต่ละแบบจำลองก็มีความเหมือนกันในส่วนขององค์ประกอบสำคัญในการสื่อสาร โดยจะเห็นว่าในกระบวนการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ ประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก คือ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) สื่อหรือช่องทาง (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ในกระบวนการของการสื่อสารไว้ สรุปได้ดังนี้

- **ผู้ส่งสาร (Source)** หมายถึง แหล่งกำเนิดสาร อาจเป็นบุคคล องค์กรสถาบันหรือคณะบุคคลที่เป็นผู้กำหนดสาระ ความรู้ ความคิด ที่จะส่งไปยังผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารจะบรรลุจุดประสงค์หรือไม่ เพียงใด จึงขึ้นอยู่กับผู้ส่งสาร และสารที่ส่งเป็นสำคัญ

- **สาร (Message)** หมายถึง เรื่องราว ความรู้ ความคิดต่างๆ ที่ผู้ส่งประสงค์จะให้ไปถึงผู้รับ มีองค์ประกอบที่เป็นปัจจัยชี้ความสำเร็จของการสื่อสาร 3 ประการ คือ เนื้อหาของสารสัญลักษณ์หรือรหัสของสาร และการเลือกหรือจัดลำดับข่าวสาร

- **ช่องทางการสื่อสาร (Channel)** ข่าวสารจากผู้ส่ง จะถูกถ่ายทอดโดยอาศัยสื่อหรือตัวกลาง (Media) ซึ่งอาจเป็นสื่ออย่างง่าย เช่น การพบปะพูดคุยกันตัวต่อตัว การเขียน การแสดงกิริยาท่าทาง ไปจนถึงการใช้สื่อที่มีความซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น วิทยุ โทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

- **ผู้รับ (Receiver)** เป็นจุดหมายปลายทางของการสื่อสาร ซึ่งจะต้องมีการรับรู้เข้าใจหรือแสดงพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารต้องการ หากไม่เป็นไปตามนั้นก็ถือว่าการสื่อสารนั้นล้มเหลวผู้รับสารจะต้องมีทักษะการสื่อสาร (Communication Skill) ดีเช่นเดียวกับผู้ส่งสารจึงจะช่วยให้การสื่อสารบรรลุผลสมบูรณ์

### 1.1.5 อุปสรรคของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลักต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้ว และประสิทธิภาพของการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพขององค์ประกอบต่างๆ นั้นเอง อุปสรรคสำคัญที่สกัดกั้นประสิทธิภาพของการสื่อสาร ได้แก่

#### - อุปสรรคที่เกิดจากผู้ส่งสาร

กระบวนการสื่อสารนั้นมีจุดเริ่มต้นที่ผู้ส่งสาร ถ้าผู้ส่งสารขาดความรู้ความเข้าใจที่มีต่อการสื่อสารนั้น การสื่อสารก็จะขาดประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ส่งสารที่ดีจึงต้องมีความพร้อมในการสื่อสารดังนี้

- มีความรู้ความเข้าใจในสารที่จะสื่อออกไป
- เข้าใจวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร
- มีทัศนคติที่ดีต่อทุกองค์ประกอบในการสื่อสาร
- ควบคุมความรู้สึกและความเชื่อมั่นของตนเองในขณะที่สื่อสารได้
- มีพฤติกรรมการแสดงออกในการสื่อสารสอดคล้องกับเนื้อหาของสาร

#### - อุปสรรคที่เกิดจากผู้รับสาร

เช่นเดียวกับอุปสรรคที่เกิดจากผู้ส่งสาร จุดสุดท้ายของกระบวนการสื่อสารนั้นก็คือผู้รับสาร เป้าหมายสำคัญของผู้ส่งสาร คือ ต้องการผลบางประการจากผู้รับสาร ดังนั้นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารก็คือปัจจัยภายในตัวของผู้รับสารเอง เช่น

- คุลยพินิจในการประเมินความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร
- คุลยพินิจในการเลือกเปิดรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกจดจำ
- ภูมิหลังด้านความรู้และประสบการณ์
- ภูมิหลังทางสังคม เช่น เพศ อายุ อาชีพ รัดับรายได้
- อารมณ์ในขณะที่รับสาร

#### - อุปสรรคที่เกิดจากสาร

เนื่องจากสารเป็นข้อมูลที่ถือได้ว่าเป็นผลผลิตของผู้ส่งสาร ที่เกิดจากเหตุการณ์หรือจากความคิดความรู้สึกของผู้ส่งสารที่ต้องการถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางประการ ดังนั้น ตัวสารเองก็สามารถเป็นปัจจัยทำให้การสื่อสารไม่ประสบผลสำเร็จได้เช่นกัน โดยมีปัจจัยต่างๆ เช่น

- ปริมาณของสาร
- ความเหมาะสมและความต่อเนื่องของเนื้อหาสาร
- การจัดลำดับและประเภทของสาร
- ความชัดเจนของสาร
- การเลือกใช้ภาษาในการสื่อสาร

#### - อุปสรรคที่เกิดจากช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสารก็ส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่สามารถเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารได้ เช่น

- ความเหมาะสมของช่องทางที่ใช้
- สภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ขณะทำการสื่อสาร เช่น เกิดสิ่งรบกวนด้านกลไก

ของช่องทางการสื่อสาร (Mechanical Noise) หรือสิ่งรบกวนด้านการแทนความหมาย (Semantic Noise)

## 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารกับการพัฒนาสาธารณสุข (Health Communication)

“การสื่อสาร” ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์ เนื่องจากการจะบรรลุเป้าหมายให้บุคคลใดเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดได้นั้น จำเป็นต้องมีการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ เพื่อให้ผู้รับสารเริ่มต้นกระบวนการในการเรียนรู้ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติต่อไป หรืออาจกล่าวได้ว่า “การสื่อสาร” เป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์

การพัฒนาการสาธารณสุขเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพอนามัยที่ดีเป็นกระบวนการที่ต้องการปรับปรุงสุขภาพของมนุษย์ ซึ่งการจะนำไปสู่การพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพของประชาชนนั้น จึงจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการที่เป็นขั้นตอนและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

### 1.2.1 สื่อที่ใช้ในการพัฒนาสาธารณสุข

สื่อที่ใช้ในการสื่อสารงานสาธารณสุขทั้งในการเฝ้าระวัง สร้างภูมิคุ้มกันด้านสุขภาพและการณรงค์สร้างกระแส การเตือนภัยและควบคุมโรคเมื่อเกิดการระบาดของโรค ประกอบด้วยสื่อท้องถิ่นและสื่อจากส่วนกลางซึ่งประกอบด้วย สื่อสาธารณะและสื่อบุคคล (เสถียร เศษประทับ, 2523)

- **สื่อบุคคล (Human Media)** นำเสนอข้อมูลแบบ Face-to-Face ประกอบด้วย ประกอบด้วย กิจกรรมรณรงค์ในโอกาสต่าง ๆ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุข แกนนำสุขภาพ (ผู้นำออกกำลังกาย อาสาสมัครสตรีตรวจมะเร็งเต้านม เยาวชนรักษ์ไทย) ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต. พระ ครู ตำรวจ ตำรวจชุมชน)ญาติพี่น้องหรือเพื่อนบ้าน คนในครอบครัว

สื่อบุคคลเป็นสื่อพื้นฐานดั้งเดิมของมนุษย์ ที่มีมาก่อนสื่ออื่น ๆ สื่อบุคคลในสังคมประกอบด้วย สื่อบุคคลภายในท้องถิ่น (Localize) ได้แก่ ผู้นำความคิดในท้องถิ่น เช่น กำนันผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต. ครู แพทย์ ฯลฯ และสื่อบุคคลภายนอกท้องถิ่น (Cosmopolite) ได้แก่ นักพัฒนา เจ้าหน้าที่ส่งเสริมผู้เชี่ยวชาญ ฯลฯ ซึ่งเป็นผู้ที่นำองค์ความรู้ แนวคิดใหม่หรือนวัตกรรมไปเผยแพร่ในท้องถิ่น

สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินงานพัฒนาการสาธารณสุขและเป็นแกนหลักที่จะนำนวัตกรรมสาธารณสุขไปสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยสื่อบุคคลหลักในการพัฒนาสาธารณสุข คือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานภาคสนาม โดยเฉพาะกลุ่มอาสาสมัคร เช่น ผู้สื่อข่าวสาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุข อาสาสมัครวางแผนครอบครัว เนื่องจาก กลุ่มเหล่านี้เป็นกลุ่มที่สัมผัสกับชีวิตความเป็นอยู่จริงของประชาชน สามารถเข้าถึงประชาชนได้ และสามารถทำให้กลุ่มประชาชนเป้าหมายเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมด้านสาธารณสุขได้ แต่ทั้งนี้สื่อบุคคลนั้น ๆ จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และการปฏิบัติตนที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสาธารณสุข และมีคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพด้วย

สื่อบุคคล มีจุดเด่นคือ เป็นสื่อในรูปแบบการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ทำให้สามารถทราบผลของการสื่อสารและปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้รับสารได้ง่ายกว่า และรับทราบได้ในทันที จึงเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกัน และมีแนวโน้มที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับนวัตกรรมสาธารณสุขได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ อย่างไรก็ตาม สื่อบุคคลก็มีจุดอ่อนบางประการคือ สามารถสื่อสารได้กับกลุ่มคนจำนวนน้อย ต้องใช้งบประมาณในการถ่ายทอดสารมาก และไม่สามารถสื่อสารได้ครอบคลุมทั้งชุมชนในเวลาเดียวกัน

- **สื่อสาธารณะ (Publics Media)** ประกอบด้วย โทรทัศน์ โทรทัศน์ (FreeTV) หนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงระดับจังหวัด อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี (PTV, Free to Air Cu/Ku Band, SMART, True, DTV) วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย แผ่นพับ/ใบปลิว ป้ายรณรงค์ประชาสัมพันธ์ รถโฆษณาประชาสัมพันธ์

ซึ่งสื่อสาธารณะเป็นการสื่อสารที่เน้นการกระจายของการสื่อสารจากเครื่องมือสื่อสารและเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เพื่อให้สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารได้มากขึ้นมีหลายหลายและน่าสนใจ และครอบคลุมพื้นที่กว้างเป็นการพัฒนามาจากสื่อบุคคล

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน (Latin) หรือ Percipere ซึ่ง Per หมายถึง “ผ่าน” (through) และ capere หมายถึง “การนำ” (to take) (Bunting , 1988 อ้างใน พัชรา นาคณอม, 2545) เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลทางจิตวิทยาพิจารณาว่า เป็นการแปลความหมายของสิ่งเร้า โดยอาศัยประสบการณ์เดิม ความจำ หรือความรู้เดิม ตลอดจนสถานการณ์ในขณะนั้นมาเป็นเครื่องช่วย โดยใช้กระบวนการจัดกระทำข้อมูล (Information Processing) คือ เมื่อสิ่งเร้าหรือข้อมูลถูกป้อนเข้ามา กระบวนการภายในก็จะดำเนินการจัดกระทำข้อมูลเหล่านั้นเป็นลำดับหลายขั้นตอน ข้อมูลหรือตัวป้อน (input) จะถูกลงรหัส (code) แล้วเก็บรวบรวมไว้และนำไปใช้ภายหลัง (Dember & Warm , อ้างใน พัชรา นาคณอม, 2545) บุคคลจะใช้อวัยวะสัมผัส (Sense Organs) ได้แก่ หู ตา ปาก จมูก ผิวหนัง เป็นเครื่องมือสำหรับรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ การรับรู้ที่จะสมบูรณ์จะต้องมีอวัยวะสัมผัสสมบูรณ์ด้วย ถ้าอวัยวะใดบกพร่องไปสมรรถภาพการรับรู้ก็จะลดน้อยตามไปด้วย และการรับรู้จะต้องมีอารมณ์เข้าไปเกี่ยวข้อง คือ บุคคลเกิดความรู้สึกอย่างไรต่อสิ่งนั้น พอใจ ไม่พอใจหรือเฉย ๆ ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา (พัชรา นาคณอม, 2545)

ตามความหมายในพจนานุกรมของเว็บสเตอร์ (New Webster's Dictionary, อ้างใน พัชรา นาคณอม, 2545) คือ การแสดงออกถึงความรู้ความเข้าใจตามความรู้สึกที่เกิดขึ้นในใจของตนเอง นักจิตวิทยาและนักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ ดังต่อไปนี้

แกร์ริสัน (Gatrison, 1972 อ้างใน พัชรา นาคณอม, 2545) กล่าวว่า เป็นกระบวนการซึ่งทางสมองตีความหรือแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากการสัมผัสของร่างกายกับสิ่งแวดล้อม ทำให้ทราบว่าสิ่งแวดล้อมที่สัมผัสนั้นเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร และการที่จะรับรู้สิ่งที่มาสัมผัสได้นั้นต้องอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องช่วยในการตีความ ถ้าไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน บุคคลก็ไม่สามารถจะรับรู้ได้ว่าสิ่งนั้นมีความหมายอย่างไร

โมทส์และชูแมเชอร์ (Moates and Schumacher, 1980 Cited in Glover, 1983 อ้างใน พัชรา นาคณอม, 2545) กล่าวว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการทางด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive process) ที่สำคัญและการรับรู้ที่มากกว่าการรับรู้บางอย่างที่มีต่อสภาพแวดล้อม เป็นกระบวนการ



ของการตัดสินใจในการแปลความหมายของสิ่งที่ประสาทสัมผัสได้รับ นั่นคือสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้นจะถูกรับรู้เมื่อบุคคลสามารถให้ความหมายต่อสิ่งเร้าได้

คาสท์ และ โรเซนสวิต (พัชรา นาคถนอม, 2545) กล่าวถึงการรับรู้ว่าเป็นการตอบสนองของร่างกายของแต่ละคนต่อสิ่งเร้า ซึ่งการรับรู้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รูปแบบของการเกิดการรับรู้และสาเหตุจากสิ่งกระตุ้นจากภายนอกจะทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เช่น ความเครียดในสถานการณ์นั้นๆ ความกดดันจากกลุ่มและระบบรางวัล ประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นตัวแปรความหมายของสิ่งเข้าที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับโดยกลไกของร่างกายจะทำการเลือกการแปลความหมาย รวมทั้งประมวลการรับรู้ในการเลือกรับรู้สิ่งเร้าจากภายนอกของบุคคลมีความสำคัญเพราะแต่ละบุคคลจะเลือกรับรู้เฉพาะข้อมูลที่ตรงกับความต้องการและความพอใจ การแปลความหมายของสิ่งเร้าจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคลขึ้นอยู่กับประสบการณ์เดิม

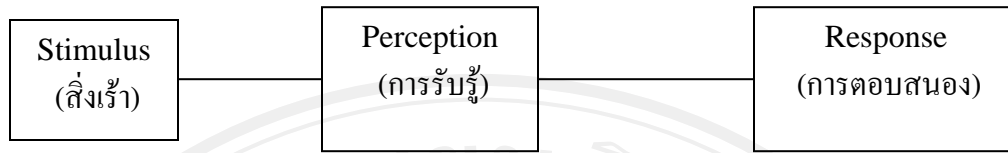
สามารถสรุปจากความหมายของการรับรู้ดังกล่าวสามารถสรุปความหมายของการรับรู้ได้ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการที่สมองตีความหรือแปลความหมายจากสิ่งเร้าที่มาสัมผัส โดยใช้ประสบการณ์และความรู้เดิมช่วยในการตีความหรือแปลความหมาย

## 2.1 กระบวนการรับรู้

เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวระหว่างความเข้าใจ ความคิด การรู้สึก (sensing) ความจำ (memory) การเรียนรู้ (learning) การตัดสินใจ (decision marketing) การแสดงพฤติกรรม เขียนเป็นภาพประกอบได้ดังนี้ (กันยา สุวรรณแสง, 2532 อ้างใน พัชรา นาคถนอม, 2545)



ในกระบวนการแห่งการรับรู้ ถ้าพิจารณาในแง่ของพฤติกรรม “การรับรู้” แทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้า กับการตอบสนองต่อสิ่งเร้า



จะเกิดการรับรู้ได้ต้องประกอบด้วย

1. มีสิ่งเร้าที่จะรับรู้ (Stimulus) เช่น รูป รส กลิ่น เสียง
2. ประสาทสัมผัส (Sense Organs) และความรู้สึกสัมผัส เช่น หู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง
3. ประสบการณ์เดิม หรือความรู้เดิมเกี่ยวกับสิ่งเร้าที่ได้สัมผัส
4. การแปลความหมายจากสิ่งสัมผัส

โดยจะต้องมีลำดับขั้นของการเกิดกระบวนการรับรู้ดังนี้

การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ต้องเป็นไปตามขั้นตอนของกระบวนการดังนี้ (กัลยา สุวรรณแสง, 2532 อ้างใน พิชรา นาคถนอม, 2545)

ขั้นที่ 1 สิ่งเร้ามากระทบอวัยวะสัมผัสอินทรีย์

ขั้นที่ 2 กระแสประสาทวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ซึ่งมีศูนย์อยู่ที่สมอง

ขั้นที่ 3 สมองแปลความหมายออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจ โดยอาศัยความรู้เดิม

ประสบการณ์เดิม ความจำ เจตคติ ความต้องการ ปทัสถาน บุคลิกภาพ เซวน์ปัญญา

## 2.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

คนเราจะรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับ และลักษณะของสิ่งเร้า โดยบุคคลมีการรับรู้ต่างกันออกไป สามารถสรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ได้ ดังนี้ (กัลยา สุวรรณแสง, 2542)

**2.2.1 ลักษณะของผู้รับ** การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใดเป็นอันดับแรกหรือหลังและรับรู้มากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพ และด้านจิตวิทยา

1) ด้านกายภาพหมายถึง อวัยวะรับสัมผัส เช่น หู ตา จมูก และอวัยวะสัมผัสอื่น ๆ ปกติหรือไม่ มีความรู้สึกรับสัมผัสสมบูรณ์เพียงใด เช่น หูตึง เป็นหวัด ตาเอียง ตาบอดสี สายตาสั้น สายตายาว ผิวหนังชา ความชรา ถ้าผิดปกติหรือหย่อนสมรรถภาพ ก็ย่อมทำให้การรับสัมผัสนั้นผิดไป ด้อยสมรรถภาพในการรับรู้ลงไป ความสมบูรณ์ของอวัยวะรับสัมผัส จะทำให้การรับรู้ได้ดี การรับรู้จะมี

คุณภาพดีขึ้นถ้าเราได้สัมผัสหลายทาง เช่น เห็นภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกัน ให้ความหมายของสิ่งเร้าได้ถูกต้อง

## 2) ด้านจิตวิทยา ปัจจัยด้านจิตวิทยาของคน ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มีหลายประการดังนี้

- ความรู้เดิม หรือประสบการณ์เดิม เรื่องราวหรือความรู้เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่บุคคลมีอยู่ จะมากน้อยหรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับสิ่งใด ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ประสบการณ์เดิมเป็นเหมือนเครื่องมืออีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้การตีความหมายจากการรู้สึกแจ่มชัดขึ้น การรับรู้ของบุคคลก็สอดคล้องกับสิ่งเร้านั้นมากขึ้นด้วยการรับรู้ของบุคคล ไม่ได้เกิดขึ้นด้วยความว่างเปล่า แต่จะมีองค์ประกอบหลายประการที่ทำให้เกิดการรับรู้ โดยเฉพาะประสบการณ์เดิมเป็นสิ่งที่บุคคลสะสมกันมาใช้คาดคะเนหรือเตรียมการเพื่อการรับรู้ยอมทำให้การรับรู้ที่ได้ มีความหมายต่อการดำรงชีวิตของบุคคลมากยิ่งขึ้น

- ความต้องการ เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการเลือกรับรู้ เมื่อบุคคลเกิดภาวะขาดสิ่งต่าง ๆ ที่จะทำให้ร่างกายทำงานไม่เป็นปกติ เช่น การขาดสภาพทางด้านร่างกาย ได้แก่ อาหาร อากาศ น้ำ ความต้องการทางเพศ การขับถ่ายของเสีย หรือการขาดทางจิตใจและสังคม ได้แก่ ความรัก ความสำเร็จ ความมีอำนาจ ซึ่งความต้องการเหล่านี้ จะมีมากบ้างหรือน้อยบ้างในแต่ละคน บางสิ่งมีความจำเป็นต่อบุคคลหนึ่ง แต่ไม่จำเป็นกับอีกคนหนึ่ง ความต้องการของบุคคลจึงต่างกัน

- ความตั้งใจ สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรามีมากมาย ส่วนแต่มีโอกาask่อให้เกิดการรับรู้ในตัวเองได้ แต่เราไม่ได้รับรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเราพร้อม ๆ กัน บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าเฉพาะที่ตั้งใจจะรับรู้

- แรงจูงใจ มีผลต่อการรับรู้ เพราะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการ ซึ่งทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ในสิ่งนั้นเป็นอย่างดี แรงจูงใจเป็นเหมือนตัวกระตุ้นให้บุคคลกระทำหรือมีพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างมีเป้าหมาย

- ทักษะที่มียู่จะเป็นเครื่องมือที่เลือกรับสิ่งเร้า และเลือกแนวทางตามสิ่งเร้า

- ภาวะทางอารมณ์ บุคคลที่มีอารมณ์ดี มีความสบายใจ มักจะไม่พิจารณารายละเอียดของสิ่งเร้ามากนัก จะมองไม่เห็นข้อบกพร่อง มองเห็นสิ่งต่างๆ เหล่านี้ดีไปหมด แต่หากอยู่ในสภาพอารมณ์ที่ไม่ดี ก็มักจะมองเห็นสิ่งต่างๆ ไม่น่าชอบใจไปหมด ถ้าบุคคลมีอารมณ์เครียดมากกล้ามเนื้อและประสาทจะมีความต้านทานต่อกระแสประสาทสูง ทำให้การรับรู้ไม่ดี

- ภาวะปัญญา คนที่เฉลียวฉลาดจะรับรู้ดีเร็วและถูกต้องกว่าผู้ที่มีสติปัญญาต่ำกว่า รวมทั้งแปลความหมายได้ดีมีเหตุผล

- อิทธิพลของสังคม สภาพความเป็นอยู่ของสังคมและลักษณะของวัฒนธรรม จารีต ประเพณี ค่านิยม เป็นเครื่องกำหนดการรับรู้ของคน ทำให้คนแต่ละกลุ่มรับรู้สิ่งต่างๆ แตกต่างกัน ออกไป

**2.2.2 ลักษณะของสิ่งเร้า** การที่บุคคลจะเลือกรับสิ่งใดก่อนหลัง มากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับว่า สิ่งเร้าดึงดูดความสนใจ ความตั้งใจ มาก น้อยเพียงใด ลักษณะของสิ่งเร้าที่ดึงดูดความสนใจได้แก่ ขนาด ความเข้ม ความดัง ความสว่าง การกระทำซ้ำๆ และการเคลื่อนไหวของสิ่งเร้า (กันยา สุวรรณแสง, 2542)

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรับสาร

พฤติกรรมของผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งในการศึกษากระบวนการสื่อสาร ทำให้ผู้ส่งสารเกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้รับสารและสามารถปรับปรุงการสื่อสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์ การสื่อสาร จึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารด้วยการทำความเข้าใจแนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อและแนวคิดการเลือกรับสารดังต่อไปนี้

#### 3.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จำนง, 2523)

นอกจากข่าวสารจะช่วยลดความไม่แน่ใจและช่วยให้การตัดสินใจของมนุษย์มีประสิทธิภาพมากขึ้นแล้ว ยังเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลที่เปิดรับมีความทันสมัย เข้ากับโลกของปัจจุบันได้มากยิ่งขึ้น ดังที่ Charles k. Atkin (1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

#### 3.2 ทฤษฎีและแนวคิดการเลือกรับข่าวสาร

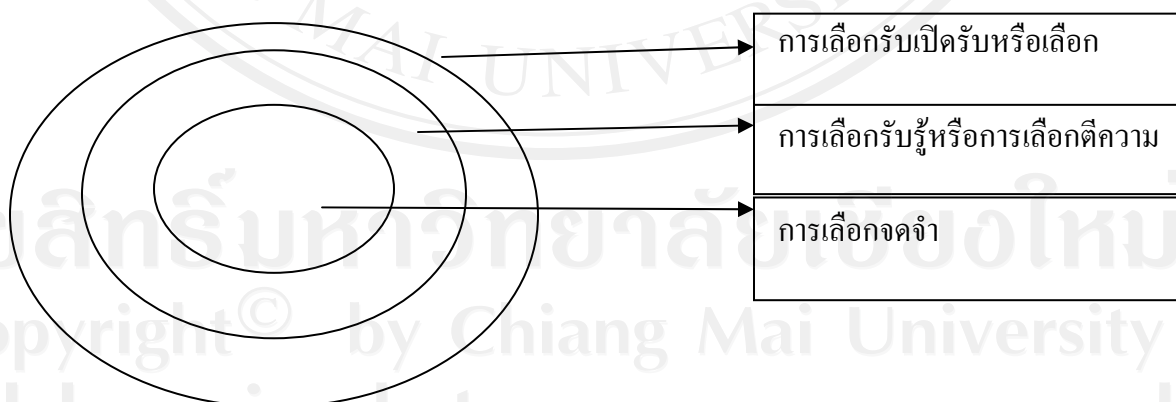
สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่สามารถนำมาประกอบการศึกษาครั้งนี้ คือ ทฤษฎีของ Joseph T. Klapper (จริมาทองสวัสดิ์, 2545) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสารของมนุษย์ว่า บุคคลมีกระบวนการเลือกรับสารของตนเอง (Selectivity process) คือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposures) ที่ตรงกับความเห็นที่มีอยู่ และเลือก

รับรู้ (Selective perception) เฉพาะข่าวสารที่มีความหมายสอดคล้องกับความคิดเห็น รวมทั้งเลือกที่จะจดจำข่าวสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดมากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย

หากมองในแง่ผู้รับสาร Berlo (ประมะ สตะเวทิน, 2533) กล่าวถึง ปัจจัยของผู้รับสารและผู้ส่งสารในการที่จะสื่อสารให้มีประสิทธิผลมากขึ้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้ คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรม บุคคลเป็นสมาชิกของสังคมและมีวัฒนธรรมของตน มีตำแหน่ง บทบาท สักดิ์ศรี ความเชื่อ พฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ ค่านิยม ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการรับสารและการตีความหมายของผู้รับสารด้วย

กล่าวโดยสรุป คือ การเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละชนิดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความต้องการ ความสนใจ หรือแรงจูงใจ ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองเพื่อเหตุผลต่างๆ กัน โดยไม่ขัดแย้งกับความเชื่อหรือทัศนคติเดิม และการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน แต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างในด้านต่างๆ รวมทั้งวัฒนธรรมที่ต่างกัน จึงสามารถนำการเปิดรับสื่อมวลชนนี้ไปใช้อธิบายพฤติกรรมด้านอื่นๆ ของสังคมได้ (มณฑาวดี พูลเกิด, 2539)

Joseph T. Klapper (อ้างใน จริมา ทองสวัสดิ์, 2545) กล่าวว่า กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสาร ในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยเครื่องกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้ คือ



**3.2.1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposures)** หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ทฤษฎีนี้พบว่าบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกริเริ่มคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้ เพราะการรับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอย หรือไม่สอดคล้องกับความรู้



ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้น การที่จะลด หรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารเลือกเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับ ความคิดเดิมของตน และเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่แสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่ทำลงไป

**3.2.2 การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)** กระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง แล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ความเชื่อ ตามความต้องการตามคาดหวัง หรือตามแรงจูงใจ เป็นต้น

**3.2.3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention)** เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำ ข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง โดยมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือตรงความต้องการของตนเอง นอกจากผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร ซึ่งมี 3 ขั้นตอนดังกล่าว การเลือกรับข่าวสารยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารเลือกรับหรือเลือกที่จะไม่รับข่าวสารนั้น ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ ความคิด ทัศนคติ พฤติกรรม ปัจจัยต่างๆ เหล่านั้น ได้แก่

**- Individual Behavior** บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเองที่แตกต่างกัน Atkin (ผุ่รุตน์ โกศัย, 2545) กล่าวว่า การที่บุคคลเลือกรับสื่อใดนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) ที่จะตามมา นั่นคือ ถ้าผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมที่จะแสวงหาสื่อ นั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่จะได้รับน้อยกว่า บุคคลก็จะเพิกเฉยต่อข้อมูลข่าวสารจากสื่อ นั้น (Information Ignoring) หรือในกรณีที่บุคคลเห็นว่าสื่อ นั้นจะก่อให้เกิดภาวะผูกพัน บุคคลก็จะหลีกเลี่ยงการรับสื่อ นั้น (Information Avoidance) และในบางครั้งบุคคลอาจต้องยอมรับสื่อ นั้น ทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงในการลงทุนลงแรงในการรับสื่อ นั้นๆ



- **Social Behavior** บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อใดๆ หรือเลือกรับข้อมูลจากสื่อใดๆ นั้นย่อมเป็นไปตามสถานภาพและบทบาททางสังคม ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องหรือตรงตามสถานภาพและบทบาททางสังคมที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่

- **Social Relation** ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลแต่ละคนจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่เกี่ยวข้องด้วยเสมอ กลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกและมีความสัมพันธ์นั้นแบ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่บุคคลมีความใกล้ชิดด้วยมาก เพราะเป็นกลุ่มของครอบครัว เพื่อนสนิท จะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในการเป็นตัวแทรกหรือตัวกำหนดมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า เช่น การที่บุคคลจะเชื่อในข้อมูลข่าวสารใดๆ หรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากคนใกล้ชิดที่สนิมสนมโดยการปรึกษาหารือ และการไต่ถามความคิดเห็น ซึ่งอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal influence)

ในกระบวนการติดต่อสื่อสารต้องอาศัยขอบเขตแห่งความรู้หรือขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารและผู้ส่งสาร ในการรับข่าวสารของบุคคลในอันที่จะเข้าใจข่าวสารได้มากน้อยเพียงใด ก็ย่อมขึ้นอยู่กับขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารด้วย (จริมา ทองสวัสดิ์, 2545)

สำหรับขอบเขตแห่งประสบการณ์นี้ย่อมขึ้นอยู่กับระบบสังคม และวัฒนธรรมตลอดจนภูมิหลังต่าง ๆ ซึ่งแยกเป็นปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังนี้

- ทักษะหรือความชำนาญ อันเป็นทักษะในการอ่านและฟังของผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือของบุคคลแต่ละวัน หรือระดับการศึกษาต่างกันย่อมมีความสามารถ ความเร็วในการอ่านตลอดจนการเข้าใจในสาระข่าวสารนั้นต่างกันด้วย

- ทศนคติของผู้รับสาร ซึ่งจะมีต่อข่าวสาร เรื่องราวที่ได้รับ และทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร ตัวอย่างเช่น ผู้รับสารมีทัศนคติไม่ดีต่อหน่วยงานที่เป็นผู้ส่งสาร ผู้รับก็ย่อมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข่าวสาร และปฏิเสธการรับข่าวสาร

- ระดับความรู้ของผู้รับสาร การที่จะทำความเข้าใจข่าวสาร เรื่องราวที่จะรับหรือทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น ผู้ที่มีความรู้มาก ย่อมเข้าใจ ข่าวสารเรื่องราวต่าง ๆ ได้เร็วกว่าผู้ที่มีความรู้น้อย

- ระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะมีผลต่อการแปลหรือการตีความของผู้รับสาร ที่คนเรามาจากสังคมที่ต่างกัน หรือภูมิหลังวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ย่อมตีความเรื่องราวข่าวสารที่ได้รับ มาแตกต่างกันไปด้วย ตามระบบสังคม และวัฒนธรรมที่เขาเป็นอยู่

- ความต้องการของผู้รับสาร เนื่องจากในสังคมปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยน ความรู้ ความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ แก่กัน ข่าวสารนั้นมีมากมายหลากหลายประเภท ผู้รับ สารแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม จะเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่มีสาระตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือ วัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของแต่ละคน และสนใจจดจำส่วนนั้นมากเป็นพิเศษ

ผู้รับข่าวสารแต่ละคน ต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนเอง ซึ่งแตกต่างกันไป Merrill and Lowenstein (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใด บุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่า เกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ คือ

- ความเหงา เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคล อื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และบางทีบางคนก็ พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการ สนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

- ความอยากรู้ อยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตาม ธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัว ก่อน ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองออกไป

- ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี ให้ความบันเทิงแก่ ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดี ที่สุด (Promise of Reward)

- ลักษณะเฉพาะ ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและ ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความ ต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจการเปิดรับสื่อ เป็นความจำเป็นของชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพื่อการรับรู้ข่าวสารรอบตัวและเพื่อการตัดสินใจการใดการหนึ่ง โดยอาจรับจากสื่อมวลชนชนิดต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับเป็นตัวแปรที่สำคัญ ทั้งนี้การเปิดรับสื่อของแต่ละอาจส่งผลที่เหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแปรทางจิตวิทยาของ ผู้รับสาร

นอกจากนี้ Jay G. Blumler (1985) ยังได้พยายามหาเหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้คนบริโภคสื่อ โดยได้สร้างเป็นชุดตัวแปรความพึงพอใจ ซึ่ง Blumler ได้จำแนกออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

- ความเพลิดเพลิน (Diversion) ปรากฏในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำและผ่อนคลายอารมณ์

- มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น เพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกันกับคนในครอบครัว

- เอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน

- การติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น ติดตามการรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ในสังคม โลกภายนอกจากสื่อมวลชน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการ และสอดคล้องกับความคิดดั้งเดิมของแต่ละบุคคลซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขอบเขตแห่งประสบการณ์

Todd Hunt and Brent d. Ruben (ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสารไว้ดังนี้

- ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและทางใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสาร เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

- ทักษะคิดและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะคิด คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predispositions) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยมคือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกรู้สึกที่เราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไร การมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทั้งทักษะคิดและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมาย และการเลือกจดจำ

- เป้าหมาย (goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

- ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหา ของข่าวนั้นไว้

- การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

- สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

- สถานะ (Context) สถานะในที่นี้ หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกสรรของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่า เป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไร และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

- ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

Willber Schramm (1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่างๆ ในการเลือกรับสารไว้ ดังนี้

- ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุประสงค์ของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

- การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง การประเมินสารประโยชน์จากข่าวสารจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ว่าข่าวสารแต่ละอย่างมีประโยชน์ต่างกัน จึงก่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

- ภูมิหลังที่แตกต่างกัน เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์มักสนใจสิ่งที่ไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้นไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุหรือสิ่งของหรือเรื่องราวต่างๆ

- การศึกษาและสภาพแวดล้อม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
- ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญา การเปลี่ยนแปลงทางอายุและระยะเวลาที่ได้รับการศึกษา รวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิดย่อมมีความสัมพันธ์ทางบวกและทางลบต่อการโน้มน้าวใจ
- บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการเปิดรับสาร
- อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจจะเป็นอุปสรรคของเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
- ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่พบ

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุชาติ เมธิคุณาภรณ์ (2537) ศึกษาเรื่องการรับข่าวสารการรณรงค์ เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของเยาวชน : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกชมรมเยาวชนปลอดสะอาด มูลนิธิหมอชาวบ้าน พบว่า ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด โดยชมโทรทัศน์วันละ 2-4 ชั่วโมง และรายการที่ชมเป็นประจำ เป็นรายการประเภทบันเทิง ได้แก่ เพลง ละคร ภาพยนตร์ การ์ตูน และข่าว ส่วนการเปิดรับข่าวสาร การรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ พบว่าเปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจของชมรมเยาวชนปลอดสะอาด เรียงลำดับดังนี้คือ จดหมายข่าวของชมรม โทรทัศน์ และครู กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบุหรี่จากหนังสือเรียน และครู ส่วนข่าวเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวจากบุหรี่ เช่น กฎหมายควบคุม ผลิตภัณฑ์ยาสูบ กฎหมายคุ้มครองสุขภาพผู้ไม่สูบบุหรี่ ตลอดจนข่าวการขึ้นภาษีสรรพสามิตบุหรี่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเหล่านี้จากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จดหมายข่าว และ สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

ชาญชัย เจริญลาภคิลล (2539) ศึกษากระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อสังคม “ โครงการถนนสีขาว ” ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินกิจกรรมทั้งหมดของโครงการ “ ถนนสีขาว ” มีเป้าประสงค์เพื่อคืนกำไรตอบแทนสังคม แต่ในขณะเดียวกัน ก็เป็นโครงการที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรผู้จัดทำ



คือ บริษัทโตโยต้าได้เป็นอย่างดีอีกด้วย และสำหรับในด้านประสิทธิภาพของกระบวนการรณรงค์พบว่า โครงการนี้มีการวางแผนงานการรณรงค์ การผลิตสื่ออย่างมีระบบ มีการใช้บทบาทเสริมของสื่อมวลชน และการสื่อสารระหว่างบุคคลได้เป็นอย่างดี รวมทั้งมีการเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หากทว่ายังขาดการประเมินถึงความต้องการ และเป้าประสงค์ รวมทั้งความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป้าหมาย โดยที่มีการประเมินโครงการเพียงครั้งสองครั้งเท่านั้น

ทิพารัตน์ เค้นชัยประดิษฐ์ (2539) ศึกษาเรื่องการศึกษากลยุทธ์ และประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา พบว่า พบว่า กลยุทธ์หลักคือ การส่งข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้และปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราผ่านสื่อมวลชน โดยเน้นสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อหลัก เพื่อสร้างความตระหนักรู้ต่อปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา ประกอบกับการดำเนินกิจกรรมที่กระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการรณรงค์ สำหรับผลการศึกษาในส่วนประสิทธิผลของโครงการนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราต่ำกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำ แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติในเชิงบวกต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา และมีพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุราในระดับการปฏิบัติที่ปลอดภัยต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ โดยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา และพฤติกรรมการขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา แต่มีความสัมพันธ์ในทางลบกับทัศนคติต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

อุไรศรี อะสันตารี (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเด็กไปรับวัคซีนโปลิโอในโครงการรณรงค์ให้วัคซีน โปลิโอ ในเขตเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า

1. อายุ และระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีนโปลิโอต่างกัน
2. วิธีการนำเสนอรณรงค์ผ่านสื่อของวัคซีน โปลิโอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีนโปลิโอ
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีน โปลิโอ
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร อธิบายพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีน โปลิโอได้มากกว่าลักษณะทางประชากร และคุณลักษณะทางนวัตกรมของวัคซีน โปลิโอ

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2542) ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และประสิทธิผลโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ ของสำนักรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร พบว่า กลยุทธ์หลักของ



โครงการรณรงค์ คือ การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่ สปอตโครงการรณรงค์ รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายรณรงค์ต่าง ๆ สื่อหนังสือพิมพ์ และวารสารสำนักรักษาความสะอาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนัก ต่อการแยกประเภทขยะ และมีพฤติกรรมแยกประเภทขยะ ส่วนประสิทธิผลโครงการรณรงค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารโครงการรณรงค์ระดับต่ำ มีความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะในระดับสูง แต่มีพฤติกรรมแยกประเภทขยะในระดับต่ำ

รวีวรรณ สีนะหาร (2542) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจและทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับ ข่าวสารโครงการรณรงค์ “ ไทยช่วยไทย ร่วมใจประหยัดพลังงาน ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อทั่วไปนั้น ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างดูโทรทัศน์ทุกวัน ประเภท รายการที่เลือกดูคือข่าวและละคร รองลงมาคือการฟังวิทยุทุกวัน ส่วนใหญ่ฟังรายการเพลง และ ร้อยละ 50 อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน โดยมักจะอ่านหนังสือพิมพ์รายวันทั่วไปฉบับภาษาไทยสำหรับความรู้ความเข้าใจ ในวัตถุประสงค์ของโครงการ อยู่ในเกณฑ์ดี ร้อยละ 50 เห็นว่าตนได้รับรู้วิธีการประหยัดพลังงานอย่างง่าย ผ่านสื่อต่าง ๆ ข่าวสารที่ได้รับสามารถกระตุ้นความสนใจที่จะประหยัดพลังงานสูง กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะประหยัดพลังงานไฟฟ้ามากกว่าพลังงานน้ำมัน โดยเฉพาะโครงการ Car Pool ร้อยละ 43.2 เห็นว่าไม่น่าจะประสบผลสำเร็จ เพราะไม่สะดวกในการเดินทาง ส่วนความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารโครงการรณรงค์จากทุกสื่อ มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการกระตุ้นทัศนคติ และความสนใจที่จะประหยัดพลังงาน และความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารโครงการรณรงค์จากสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อแผ่นพับ / โปสเตอร์ มีความสัมพันธ์กับ แนวโน้มของพฤติกรรมที่จะประหยัดพลังงาน ในขณะที่สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และนิตยสาร ไม่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มของพฤติกรรมที่จะประหยัดพลังงาน

ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ (2544) ศึกษาประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อมของกรมโรงงานอุตสาหกรรม พบว่า แผนงานรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมโดยส่วนใหญ่ยังคงมีประสิทธิภาพค่อนข้างน้อย การใช้สื่อรณรงค์พบว่า ความถี่ ความครอบคลุม และความต่อเนื่องการใช้สื่อยังมีน้อย และไม่สม่ำเสมอ รวมถึงการเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร พบการใช้สื่อ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจมากกว่าการสร้างจิตสำนึก หรือความตระหนัก ซึ่งยังไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของการรณรงค์ สำหรับรูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ พบการใช้ในลักษณะการเน้นย้ำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ รูปแบบสารเร้าความกลัว

หริศุดา ปิ่นทวนันท์ (2544) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารและเครือข่ายการรณรงค์ “ เมาไม่ขับ ” ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ คือ การขอการสนับสนุนด้านนโยบาย การใช้กฎหมายควบคู่กับการรณรงค์ งบประมาณ กิจกรรมการรณรงค์ การประชาสัมพันธ์ การประเมินโครงการ และการสร้างกระแสสังคม

โดยการสื่อสารสองทาง ทั้งเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ ส่วนการสื่อสารกับ สาธารณชนกลุ่มต่างๆ คือ ผู้จับฉั ยานพาหนะ ประชาชนทั่วไป ผู้จับฉัรถมอเตอร์ไซด์ พนักงานในหน่วยงาน หรือองค์กรที่ร่วมรณรงค์ เมาไม่ขับ โดยมีวิธีการสื่อสารคือ สร้างกระแสรังเกียจคนเมาแล้วขับ สร้างผู้นำเสนอจากเหยื่อเมาแล้วขับ ใช้โบว์ฟ้าเป็นสัญลักษณ์ในการรณรงค์ จัดแถลงข่าวทางสื่อมวลชน ใช้สื่อทุกช่องทาง จัดนิทรรศการให้ความรู้แก่ประชาชน จัดกิจกรรมรณรงค์ในย่านสถานบันเทิงและหอจิต จัดกิจกรรมช่วงเทศกาล และจัดกิจกรรมตามโรงเรียนต่าง ๆ

สุกัญญา กลางณรงค์ (2547) ศึกษาสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อข่าวสารสุขภาพเพื่อประชาชน ผลการศึกษาพบว่ารายการวิทยุและโทรทัศน์ด้านสุขภาพ ที่มีนำเสนอจะอยู่ในช่วงเวลา 09.00-12.00 น. และ 12.00-15.00 น. รูปแบบส่วนใหญ่เป็นการสัมภาษณ์และสนทนาเป็นหลัก โดยไม่มีผู้สนับสนุนรายการหลักอย่างเป็นทางการ ถ้ามีจะเป็นเอกชน และแฝงในรูปของการโฆษณา นักสื่อสารสุขภาพที่พบส่วนใหญ่มาจากด้านการสื่อสาร โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจากด้านสุขภาพเป็นแหล่งข้อมูลหรือที่ปรึกษา ปัญหาที่พบคือรายการมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยเนื่องจากขาดผู้สนับสนุนหลัก ในการดำเนินรายการให้ธุรกิจ กลไกตลาด โฆษณา และระบบการวัดความนิยมของคนดู เป็นตัวกำหนดทิศทางของรายการวิทยุและโทรทัศน์ดังนั้นจึงทำให้รายการที่เกี่ยวกับสาระประโยชน์ของประชาชนได้รับความสำคัญน้อยกว่ารายการที่ให้ความบันเทิงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ รูปแบบรายการหรือการนำเสนอส่วนใหญ่เน้นการนำเสนอให้มีสีสันและมีการใช้ดารานักแสดงเป็นผู้นำเสนอเพื่อสร้างความน่าสนใจและมีแหล่งข้อมูลเป็นบุคลากรทางการแพทย์ ทว่าถ้าสำรวจดูเนื้อหาสาระโดยภาพรวม มีประเด็นที่ค้างข้อสังเกตได้ว่าข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่ถูกเลือกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์นั้นยังไม่ครอบคลุมกลุ่มประชาชนที่หลากหลายในสังคมได้อย่างแท้จริง เพราะรายการส่วนใหญ่เป็นรายการสั้น ที่ไม่ได้ลงรายละเอียดหรือเจาะลึก อีกทั้งเนื้อหารายการจะตอบสนองความสนใจเรื่องสุขภาพของคนเมือง และกลุ่มผู้หญิงมากกว่าจะเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นคนชนบท หรือคนส่วนใหญ่ในประเทศที่ทำงานอยู่ในภาคเกษตรกรรม และอุตสาหกรรม นั่นคือ ไม่ค่อยมีเนื้อหาสุขภาพของผู้ป่วยจากสารพิษในภาคอุตสาหกรรม ผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร หรือกระทั่งกลุ่มผู้สูงอายุ เด็กเยาวชน หรือผู้ติดเชื้อเอดส์ เป็นต้นเพราะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องของสุขภาพความงาม การออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพของคนชั้นกลางที่มีการศึกษาและมีกำลังซื้อมากกว่า คนส่วนใหญ่ของประเทศที่ยากจนและประสบความทุกข์ทางกายและใจอย่างมากจากปัญหาเศรษฐกิจ และสังคม

ดวงพร คำณูวัฒน์ (2548) ศึกษาสถานการณ์การสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น ได้แก่ วิทยุประจำจังหวัด วิทยุชุมชน เคเบิลทีวี หอกระจายข่าว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น พบว่า ประชาชนคาดหวังให้

วิทยุประจำจังหวัดนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพมากที่สุด และต้องการเนื้อหาสุขภาพเพิ่มมากขึ้น ในสื่อท้องถิ่นทุกประเภท จำเป็นต้องมีเนื้อหาที่ง่าย ถูกต้อง และมีการนำเสนออย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้บุคลากรที่ทำงานด้านนี้ยังขาดความรู้ด้านสุขภาพ เข้าไม่ถึงแหล่งข้อมูล และควรมีการจัดให้มีการพบปะระหว่างผู้ทำงานด้านสื่อสารและนักสุขภาพ ลักษณะพิเศษของสื่อท้องถิ่นประการหนึ่ง คือ ความใกล้ชิด (Nearness) ระหว่างผู้ปฏิบัติงานสื่อกับคนในท้องถิ่น ซึ่งลักษณะเช่นนี้บางครั้งช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่นบรรลุเป้าหมาย ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นมักจะรู้จักผู้รับสาร เข้าใจความคิด ความเชื่อ และความต้องการของผู้รับสาร รู้จักสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เข้าใจปัญหาและบริบทในท้องถิ่น จึงสามารถเสนอเรื่องราว หรือประเด็นปัญหาในท้องถิ่นได้ดี ในขณะที่เดียวกันผู้รับสารเองก็รู้จักคุ้นเคยผู้ปฏิบัติงานสื่อท้องถิ่นเช่นกัน กล่าวที่จะพูดคุย แสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะ สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากกว่าการเป็นเพียงผู้รับสาร ในบางครั้งอาจเป็นแหล่งข้อมูล ในบางครั้งอาจร่วมเป็นผู้ส่งสาร สภาพเหล่านี้ทำให้สื่อท้องถิ่นเป็นสื่อของคนในท้องถิ่นที่สามารถทำประโยชน์ให้แก่ท้องถิ่นได้จริงอย่างไรก็ตาม ความใกล้ชิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนี้อาจกลายเป็นปัญหา และอุปสรรคต่อการดำเนินงานได้เช่นกัน กล่าวคือ ในการทำหน้าที่สื่อสารกับคนในท้องถิ่น อาจมีความขัดแย้งหรือขัดผลประโยชน์กับคนบางคนหรือกลุ่มคน ในการสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะทางที่ต้องอาศัยผู้รู้และเชี่ยวชาญในขณะที่ผู้ทำงานในสื่อท้องถิ่นมีลักษณะ เป็นทีมงานขนาดเล็ก คนหนึ่งต้องปฏิบัติหน้าที่หลายอย่าง และไม่มีความรู้ด้านสุขภาพ การนำเสนอเรื่องราวด้านสุขภาพจึงเป็นลักษณะตั้งรับ คือเมื่อมีข้อมูลมาให้จึงนำเสนอ ไม่สามารถปฏิบัติงานในเชิงรุก คือ เป็นผู้ตั้งประเด็นและติดตามข้อมูลมานำเสนอ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่นจึงขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสำคัญ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล เป็นต้น หากหน่วยงานดังกล่าวมีศักยภาพในการเป็นผู้สนับสนุนข้อมูล ด้วยการเป็นแหล่งข้อมูล และจัดหาผู้เชี่ยวชาญที่มีความพร้อมในการร่วมเป็นผู้ส่งสารมากจะส่งผลให้สื่อท้องถิ่นสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารด้านสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปรีชา อุปโยคิน (2548) ศึกษาการรับรู้และการเข้าถึงสื่อสาธารณสุขในจังหวัดเชียงรายประเด็นสำคัญที่พบได้จากผลการศึกษานี้ คือ สื่อที่ได้รับความนิยมเรียงตามลำดับมากไปน้อย คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ สื่อบุคคล และนิตยสาร ขณะเดียวกันสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ก็ยังมีข้อจำกัดเรื่องการสร้างการรับรู้และความตระหนักเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีภาวะในเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ภาษา ความสามารถเข้าถึงสื่อก็มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

สุขภาพของประชาชน ในส่วนข้อเสนอที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต้องคำนึงถึง นโยบายด้านสาธารณสุขที่สนับสนุนเรื่องการให้ความรู้ ภาวะทางเศรษฐกิจของผู้รับสาร และภาวะทางสังคมที่เปิดไปสู่การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยี

บุญเรือง เนียมหอม (2548) ศึกษาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อสุขภาพได้พบประเด็นสำคัญคือ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการสื่อสารสิ่งพิมพ์นั้นมีจำกัด ไม่ทันสมัย และขาดความน่าเชื่อถือ นักเขียนหรือผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสื่อสิ่งพิมพ์ขาดทักษะการเขียน การเรียบเรียงและไม่มีเวลาทำงานเขียนหรือหาข้อมูลเพิ่มเติม นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ทำหน้าที่เขียนเรื่องสุขภาพนั้น ไม่ได้ยึดเป็นอาชีพหลักเพราะค่าตอบแทนต่ำ ส่วนผู้จัดพิมพ์หนังสือ นิตยสารสุขภาพ ส่วนใหญ่เป็นสำนักพิมพ์เอกชน หนังสือ นิตยสารเหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์แต่ยังไม่เผยแพร่สู่ประชาชนอย่างทั่วถึงโดยเฉพาะในชนบท ส่วนการจัดพิมพ์จุลสารสุขภาพ ส่วนใหญ่จัดทำโดยหน่วยงานในกระทรวงสาธารณสุข จุลสารมีความเหมาะสมน้อยกว่าหนังสือและนิตยสาร แต่ได้รับการเผยแพร่มากในโรงพยาบาล สถานบริการสาธารณสุข ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ป่วยหรือญาติที่มาพบแพทย์ด้วยข้อจำกัดของการเผยแพร่ของสื่อสิ่งพิมพ์ และแม้ว่าประชาชนคนไทยมีอัตราอ่านหนังสือออกและเขียนหนังสือได้ค่อนข้างสูง แต่ประชาชนโดยทั่วไปยังขาดนิสัยรักการอ่าน จึงนับว่าเป็นปัญหาในการจัดพิมพ์สื่อสิ่งพิมพ์สุขภาพ เนื่องจากการเผยแพร่ไม่กว้างขวาง ไม่ทั่วถึงประชาชนโดยทั่วไป และมีผู้อ่านจำนวนน้อย การลงทุนการจัดพิมพ์ก็ต้องจำกัดจำนวนเล่ม ทำให้ค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์และราคาหนังสือสูงขึ้น และหนังสือสุขภาพที่จัดจำหน่ายมักมีราคาค่อนข้างสูงประชาชนไม่มีกำลังซื้อส่งผลกระทบต่อการใช้งาน

สุกัญญา ประจุกีฬา (2548) ศึกษาการเผยแพร่ข้อมูลสุขภาพผ่านอินเทอร์เน็ต จากการสืบค้นเว็บไซต์สุขภาพ 1,888 เว็บไซต์ พบเว็บไซต์ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ 948 เว็บไซต์ และไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์นั้นได้ 304 เว็บไซต์ ผ่านเกณฑ์ประเมิน 642 เว็บไซต์ ในจำนวนนี้เป็นเว็บไซต์ซ้ำ 394 เว็บไซต์ คงเหลือ 255 เว็บไซต์ ที่สามารถนำมาประเมินตามเกณฑ์พิจารณาความน่าเชื่อถือที่งานวิจัยนี้ได้สร้างขึ้น ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าระบบการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตนั้นไม่มีประสิทธิภาพ และไม่สามารถให้ความเชื่อมั่นกับผู้ใช้ข้อมูลได้ ซึ่งจะต้องมีหน่วยงานที่เข้ามาตรวจสอบความน่าเชื่อถือและมีระบบสนับสนุนการสื่อสารสุขภาพทางอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพ และยังพบว่ายังขาดบุคลากรด้านอินเทอร์เน็ตที่จะเข้ามาทำงานด้านการสื่อสารสุขภาพ ส่วนความคิดเห็นต่อ การกำกับ ติดตาม ตรวจสอบ ดูแลความน่าเชื่อถือข้อมูลบนเว็บไซต์สุขภาพ ส่วนใหญ่เห็นว่าควรมี แต่ต้องเป็นหน่วยงาน หรือองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ มีบทบาทที่ชัดเจน ถ้าหน่วยงานหรือองค์กรดังกล่าวจะเข้ามาตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของเว็บไซต์สุขภาพ ผู้ดูแลเว็บไซต์ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลจะต้องไม่ขัดข้อง แต่

เกณฑ์ที่นำมาใช้ในการประเมินต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้าและต้องเป็นเกณฑ์ที่สามารถปฏิบัติได้จริง และเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เหตุผลที่เห็นด้วยเพราะจะเป็นการควบคุมความน่าเชื่อถือของข้อมูลอย่างแท้จริงซึ่งการดำเนินการทั้งหมดรัฐควรให้การสนับสนุนเรื่องงบประมาณในการดำเนินการด้วย ในขณะที่ผู้ดูแลเว็บไซต์เห็นว่าควรเป็นการติดตาม ตรวจสอบมากกว่าการควบคุม และการตรวจสอบนั้น ควรมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยเฉพาะ เนื่องจากเว็บไซต์มีจำนวนมาก และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ผู้ตรวจสอบจะต้องมีเวลามากพอที่จะตรวจสอบเว็บไซต์ได้ทั้งหมด วิธีการตรวจสอบจะต้องมีรูปแบบที่ชัดเจน และควรมีการตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง ผู้ดูแลเว็บไซต์ไม่เห็นด้วยถ้าจะมาเป็นครั้งคราว นอกจากนี้ จะต้องยอมรับผลที่อาจตามมา คือข้อมูลสุขภาพอาจมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น แต่ผู้ทำเว็บไซต์สุขภาพจะน้อยลง

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยพบว่าการสื่อสารความสุขในประเทศไทยยังมีปัญหาที่เป็นข้อจำกัดให้การสื่อสารความสุขไม่บรรลุเป้าหมายการสร้างเสริมสุขอนามัยของประชาชนเท่าใดนัก เกิดจากทัศนคติ วิธีคิด วิสัยทัศน์ ในการบริหารจัดการของนักสาธารณสุข ในการเผยแพร่สื่อสารความสุข ตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงผู้ปฏิบัติ ในขณะที่เดียวกันสื่อสารความสุขที่มีอยู่มีขนาดเนื้อหาที่ครอบคลุมประเด็นด้านสุขภาพที่ครบถ้วน ข่าวสารสุขภาพที่แฝงด้วยธุรกิจสุขภาพ ไม่มีผู้สนับสนุนหลักทำให้รายการอยู่ในช่วงเวลาที่มีผู้เข้าถึงน้อย รายการไม่ต่อเนื่องเปลี่ยนแปลงบ่อยและในการรณรงค์มักเป็นช่วงสั้น ๆ รูปแบบไม่น่าสนใจหรือมีความเป็นวิชาการสูงเกินไปจนที่จะเข้าใจสำหรับประชาชนโดยทั่วไป ส่วนผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนเห็นว่าการสื่อสารความสุขของนักสาธารณสุขในปัจจุบันยังเน้นกิจกรรมการให้เป็นข่าวมากกว่าการให้ความรู้ในแก่นเนื้อหาสุขภาพอย่างแท้จริง

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้นำมากำหนดเป็นกรอบความคิดในการศึกษา ได้ดังนี้ คือ การรับรู้สื่อสารความสุขด้านการดูแลสุขภาพของตนเอง คนในครอบครัว ชุมชน และสังคม อีกทั้งการเข้าถึงสื่อสารความสุขดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นสื่อท้องถิ่น สื่อบุคคล สื่อสาธารณะ สื่อส่วนกลาง หรือสื่อสาธารณะ ล้วนแล้วแต่มีปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการรับรู้และการเข้าถึงสื่อสารความสุข อันได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ อาชีพ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส และประสบการณ์ด้านสุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยด้านการสื่อสาร อันได้แก่ ผู้ส่งสาร ตัวข่าวสาร ช่องทางการสื่อสาร และรูปแบบของการสื่อสาร ซึ่งหากเราได้ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ และนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาสุขภาพอันเกิดจากการสื่อสารด้านสาธารณสุข ก็จะทำให้สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาสุขภาพของประชาชนให้ไปสู่สุขภาวะได้ในที่สุด



### กรอบแนวคิดในการศึกษา

