

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์ได้มีวิวัฒนาการมาตั้งแต่ครั้งบรรพกาล เริ่มจากที่มนุษย์ยังมีความเป็นอยู่อย่างง่าย ๆ มีการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ รวมถึงการใช้พลังงานเพื่อการดำรงชีวิต จนกระทั่งถึงยุคที่เป็นยุคสังคมอุตสาหกรรมที่มีความทันสมัย และมีความเจริญก้าวหน้าอย่างไม่อาจหยุดยั้งได้ ปัจจัยที่มีส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้สังคมมนุษย์เกิดวิวัฒนาการก็คือ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ที่จะแสวงหาความสุขและความสะดวกสบายในการดำรงชีวิตให้มากที่สุด ดังความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ 5 ชั้นที่ มาสโลว์ (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์ :2539) ได้จำแนกไว้ดังนี้ คือความต้องการทางร่างกายเป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ เช่น ปัจจัยสี่ ในขั้นต่อมามนุษย์เริ่มที่จะต้องการความปลอดภัยและความอยู่รอดเป็นความต้องการที่สูงกว่าขั้นแรก ความต้องการการยอมรับและความรัก รวมถึงความต้องการความนับถือจากสังคม ก็เป็นขั้นที่มนุษย์มีความต้องการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และความต้องการขั้นสุดท้ายที่มนุษย์ต้องการคือการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ดังนั้นมนุษย์จึงพยายามทำทุกสิ่งทุกอย่างเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ และทำให้ตนเองสะดวกสบายมากที่สุด

เมื่อมนุษย์ได้ค้นพบแหล่งทรัพยากรที่สำคัญในการให้แสงสว่างและให้ความอบอุ่น ได้แก่ พลังงานซึ่งมีแหล่งกำเนิดมาจากดวงอาทิตย์และเมื่อมนุษย์ได้คิดค้นสิ่งประดิษฐ์ต่างๆที่ทำให้เกิดความสะดวกสบายให้กับตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นแสงสว่างจากหลอดไฟและได้พัฒนาไปถึงหลอดไฟฟ้าที่เห็นตามบ้านเรือนในยุคปัจจุบัน นอกจากนั้นในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นยุคที่ประชาชนได้เปลี่ยนจากการทำเกษตรกรรมมาทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมได้มีการประดิษฐ์เครื่องจักรกลขึ้นมาเป็นจำนวนมากเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ทางเศรษฐกิจ

นอกจากนั้นยังมีการนำพลังงานในรูปแบบต่างๆมาใช้ผลิตกระแสไฟฟ้า เช่นการนำเอาพลังงานความร้อนใต้พิภพมาต้มน้ำให้เดือดเป็นไอน้ำ แล้วนำไปหมุนกังหันของเครื่องกำเนิดไฟฟ้าขนาดใหญ่ หรือพลังงานทางกายภาพ โดยความร้อนจากดวงอาทิตย์ทำให้เกิดการระเหยตัวของน้ำกลายเป็นไอน้ำและรวมตัวกันเป็นเมฆฝน แล้วตกลงมาสู่พื้นดินทำให้เกิดเป็นแม่น้ำ เมื่อสร้างเขื่อนเก็บน้ำไว้แล้วปล่อยน้ำให้ไหลผ่านกังหันของเครื่องกำเนิดกระแสไฟฟ้า ก็ทำให้ได้ไฟฟ้าจากแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังน้ำขึ้นมากกระแสไฟฟ้าที่ได้นอกจากนำไปใช้ตามบ้านเรือนต่างๆแล้ว ยังมีบทบาทในภาคอุตสาหกรรมของประเทศเป็นอย่างมาก

ในภาคอุตสาหกรรมมีการใช้พลังงานเป็นจำนวนมากเพื่อการขยายตัวทางอุตสาหกรรม และนอกจากการใช้พลังงานในการพัฒนาอุตสาหกรรมแล้ว ในปัจจุบันยังเป็นที่ยอมรับว่าพลังงานเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วย ทั้งนี้เนื่องจาก กิจกรรมทางเศรษฐกิจไม่ว่าชนิดใดก็ตาม ล้วนจำเป็นต้องใช้พลังงานเป็นปัจจัยในการผลิตแทบทั้งสิ้น

จากการพัฒนาและการขยายตัวของกิจกรรมด้านต่างๆ ทำให้เกิดการใช้พลังงานมากขึ้นเรื่อยๆ จนก่อให้เกิดปัญหาขึ้นเนื่องจากพลังงานมีไม่เพียงพอกับความต้องการใช้ เกิดการขาดแคลนทรัพยากรในการผลิตพลังงานขึ้น กล่าวคือทรัพยากรที่ใช้ผลิตพลังงานเป็นทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดแต่ความต้องการใช้พลังงานนั้นไม่จำกัดและยังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตามความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้สิ่งที่ควรคำนึงถึงเป็นอย่างมากในการแก้ไขปัญหาพลังงานคือ การพัฒนาและการใช้พลังงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด(อัศวীর มัธยมจันทร์,2537)

ดังนั้นในปัจจุบันได้มีองค์กรต่างๆให้ความสนใจในปัญหาที่เกิดขึ้น จึงมีการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงาน อาทิ ให้ประหยัดน้ำ ประหยัดไฟฟ้า และประหยัดน้ำมัน รวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน อีกทั้งยังได้เผยแพร่ไปยังที่ต่างๆ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารก้าวหน้ามากขึ้น การติดต่อสื่อสารจึงได้เข้ามามีบทบาทในสังคมปัจจุบันเพิ่มขึ้นทุกขณะ นอกจากมนุษย์จะมีการติดต่อสื่อสารระหว่างมนุษย์ด้วยกันแล้วยังมีการสื่อสารอีกประเภทหนึ่งที่กำลังมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง นั่นคือการสื่อสารมวลชน (Mass media) นั่นเอง การสื่อสารมวลชนมีคุณสมบัติพิเศษในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมากในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ทุกคนได้รับทราบข่าวสารอย่างเดียวกัน และในเวลาเดียวกัน อีกทั้งทำให้การรับรู้ข่าวสารเป็นไปโดยสะดวกมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นสื่อมวลชนยังมีบทบาทหน้าที่ในการถ่ายทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง

เมื่อมนุษย์ในสังคมมีความต้องการในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่ในการรายงานข่าวสาร การนำเสนอข่าวสารในสังคมของสื่อมวลชนจึงเกิดขึ้นในรูปแบบและวิธีที่แตกต่างกันออกไปตามนโยบายและคุณสมบัติของแต่ละสื่อ นับวันบทบาทของสื่อก็ทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น จึงเป็นแรงผลักดันให้สื่อมวลชนต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อแข่งขันกันในการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าว(ชัยวัฒน์ สภาอานันท์,2532)

จากคุณสมบัติที่เข้าถึงประชาชนหรือมวลชนเป็นจำนวนมาก และการเข้าไปมีบทบาทในสังคมของสื่อมวลชน การโฆษณาทางสื่อมวลชนจึงเป็นทางเลือกหนึ่งขององค์กรที่ต้องการรณรงค์ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน เพื่อให้ประชาชนเกิดความตระหนักและมีแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรมในการประหยัดพลังงาน ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการช่วยรณรงค์แก้ไขปัญหาขาดแคลนทรัพยากรในการนำมาผลิตพลังงาน ซึ่งเป็นปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในปัจจุบัน

การโฆษณาเป็นการนำเสนอข่าวสารต่อสาธารณชนและเป็นที่ยอมรับใช้กันมากอีกรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากโฆษณาจะนำเสนอเนื้อหาที่ไม่ยาวจนเกินไปและมีการนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างไปจากรูปแบบของรายการอื่น ๆ ที่นำเสนอทางสื่อมวลชน แต่การที่จะทำให้โฆษณารรลุดตุประสงค์ได้นั้นจำเป็นที่จะต้องสื่อที่เป็นพาหนะในการถ่ายทอดข่าวสารออกไปยังมวลชนหรือกลุ่มเป้าหมาย สื่อสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท(ประมะ สตะเวทิน:2529)ดังนี้คือ สื่อสิ่งพิมพ์ (Print Media) ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสารต่างๆ และฯลฯ, สื่อโทรทัศน์, สื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อภาพยนตร์ ดังนั้นโฆษณาทางสื่อมวลชนคุณสมบัติในการเข้าถึงมวลชนหรือประชาชนเป็น จำนวนมาก

สื่อมวลชนในการเสริมสร้างความรู้ ความประพฤติและปลูกฝังความรู้สึกนึกคิดต่อเด็กอย่างมากและสื่อทุกชนิดมีโอกาสสร้างอิทธิพลเหนือทัศนคติของเด็กเท่าๆกัน ไม่ว่าเด็กจะชอบหรือไม่ชอบและสนใจมากน้อยเพียงใด (สุกัญญา ตีระวานิช:2527) และด้วยคุณสมบัติของสื่อมวลชนที่เผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้คนจำนวนมาก ทำให้เด็กหรือเยาวชนหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะรับรู้ข่าวสารต่างๆที่เกิดขึ้นไม่ว่าด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง

สาเหตุที่ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาถึงความตระหนัก และความเข้าใจในการรับชมชิ้นงานโฆษณาที่ผ่านทางสื่อมวลชน เพราะเยาวชนคือสมาชิกส่วนหนึ่งในสังคมและเป็นกลุ่มผู้รับสารส่วนหนึ่ง เด็กหรือเยาวชนเหล่านี้ต้องมีพัฒนาการทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคมและสติปัญญา เพื่อที่จะเติบโตเป็นผู้ที่มีคุณภาพซึ่งต้องอาศัยกระบวนการทางสังคมในการหล่อหลอมความคิด ทัศนคติ ตลอดจนเจตคติกรรมให้แสดงออกในทางที่ถูกต้องสอดคล้องกับสังคมส่วนรวม และเป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมวลชนมีบทบาทในการเรียนรู้ทางสังคมของเด็ก

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงความเข้าใจตลอดจนถึงความตระหนักของเยาวชนเมื่อได้รับชมชิ้นงานโฆษณาทางสื่อมวลชน ซึ่งได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อภาพยนตร์ เนื่องจากสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ปัญหาที่เกิดขึ้นคือผู้จัดทำสื่อในการรณรงค์ให้อุรักษ์พลังงานไม่สามารถทราบถึงความสนใจในการเปิดรับชิ้นงานรณรงค์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงานของเยาวชนว่ามีความสนใจมากน้อยเพียงใด และผู้รับสารในที่นี้คือเยาวชนว่า เมื่อรับชมโฆษณาแล้วมีความเข้าใจในสิ่งที่โฆษณาต้องการนำเสนอหรือไม่ หรือมีความรู้สึกต่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานไปในทางบวกหรือในทางลบ และเมื่อรับชมโฆษณาแล้วทำให้เยาวชนเกิดความตระหนักต่อสิ่งที่ชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานนำเสนอมากน้อยเพียงใด

ทั้งนี้เพื่อจะหาข้อสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหาเหล่านั้น และองค์กรที่เกี่ยวข้องหรือผู้ผลิตโฆษณาสามารถนำแนวทางนี้ไปเป็นข้อมูลเพื่อเผยแพร่ข้อมูลในการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานให้ประชาชนได้รับความรู้ และเกิดพฤติกรรมในการประหยัดพลังงานร่วมกัน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน
2. เพื่อศึกษาระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชน

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1. เยาวชนที่มีระดับความสนใจในการเปิดรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนในระดับที่ต่างกันทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานที่ต่างกัน
2. เยาวชนที่มีระดับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานต่างกันทำให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานต่างกัน

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตพื้นที่ศึกษา

พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ โรงเรียนในสังกัดกองการมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษากระทรวงศึกษาธิการ คือโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยและโรงเรียนลำปางกัลยาณี จังหวัด ลำปาง

1.4.2 ขอบเขตของเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์พลังงานจากโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน และความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานหลังจากได้รับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชน

สื่อมวลชนและชิ้นงานโฆษณาที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ มีดังนี้ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ แบ่งออกเป็นโปสเตอร์ และหนังสือพิมพ์ ชิ้นงานโฆษณาได้แก่ โฆษณาชุดคาร์พูล (Car pool) ชุดแม่บ้านและรวมวิธีประหยัดพลังงาน

สื่อโทรทัศน์ มีชิ้นงานโฆษณา ดังนี้คือ ชุดแหล่ง เทพ โพธิ์งาม ชุดกุมารทอง ชุด อามั่ง ป.ปลา และชุด คาร์พูล สะพานควาย

1.4.3 ขอบเขตของประชากร

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ เยาวชนหรือเด็กนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย และโรงเรียนลำปางกัลยาณี ณ ปีการศึกษา 2542 จำนวน 1,454 คน

โดยมีเหตุผลในการเลือกโรงเรียนและนักเรียนดังนี้คือ

- เป็นโรงเรียนแบบสหศึกษาที่เปิดสอนในระดับมัธยมศึกษา
- มีจำนวนนักเรียนมากเพียงพอที่ใช้ศึกษา
- เป็นโรงเรียนที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาล อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง
- นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1 เป็นเด็กที่อยู่ในวัยที่มีความหลากหลาย คือ เป็นเด็กที่เพิ่งจะย้ายโรงเรียนมาจากโรงเรียนต่าง ๆ ที่มีสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้มีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ เช่น สถานที่เรียน เพื่อน และสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน รวมถึงกฎระเบียบต่าง ๆ
- เด็กวัยนี้เป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น มีความสนใจในสิ่งต่าง ๆ รอบข้างเพิ่มขึ้นตามลำดับขั้นของอายุ เช่น ความสนใจในการเล่นกีฬา สนใจสื่อวิทยุ โทรทัศน์ สนใจภาพเคลื่อนไหว สนใจการอ่าน การสังคม สนใจในกิจกรรมที่เป็นการวางแผนเพื่ออนาคตเป็นลำดับ (ปราณี รามสูต :2528)
- นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นเด็กที่พ้นจากเด็กประถมเริ่มที่จะก้าวสู่วัยรุ่นตอนต้น

1.5 ทฤษฎี แนวความคิด และวรรณกรรมปริทัศน์

ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความตระหนักต่อชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนของเยาวชนในเขตเทศบาลเมืองลำปาง ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา รวมถึงเอกสารและงานวิจัยต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1.5.1 แนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น
- 1.5.2 แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ
- 1.5.3 แนวความคิดเกี่ยวกับความตระหนัก
- 1.5.4 แนวทางการอนุรักษ์พลังงาน
- 1.5.5 ทฤษฎี การสื่อสาร
 - 1.5.5.1 ความหมายของการสื่อสารมวลชน และองค์ประกอบของการสื่อสาร
 - 1.5.5.2 แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเสพสาร :ทฤษฎีการฟัง ทฤษฎีการอ่าน
 - 1.5.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับ การรับรู้ การเลือกรับรู้ และความเข้าใจจากการรับรู้
 - 1.5.5.4 แนวความคิดกระบวนการขัดเกลาทางสังคม
- 1.5.6 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์
- 1.5.7 วรรณกรรมปริทัศน์

1.5.1. แนวความคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

วัยรุ่น (Adolescence) มีรากศัพท์เดิมมาจากภาษาละติน คือ Adolescere แปลว่า การเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ (to grow to maturity)

อลิซาเบท เฮอร์ลอค (Elizabeth Hurlock อ้างใน สุณีย์ วีระดากร : 2523) ได้ให้ความหมายของคำว่า "วัยรุ่น" ดังนี้คือ วัยรุ่น เป็นลักษณะที่เด็กจะพัฒนาไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์และสังคม เด็กจะค่อย ๆ เปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่อ และทัศนคติ ไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่และมักถือค่านิยมตามสิ่งแวดล้อมของตนมากยิ่งขึ้นตามลำดับ โดยเด็กวัยรุ่นจะมีลักษณะ (ชัยนาถ นาคบุบผา: 2515) ดังต่อไปนี้คือ

- (1) เป็นวัยแห่งการเสริมสร้าง (Period of Reconstruction) คือความเจริญเติบโตทางร่างกายเป็นไปอย่างรวดเร็ว เช่น ความสูง น้ำหนัก เป็นต้น
- (2) เป็นวัยแห่งการเปลี่ยนแปลง (Period of Transformation) คือมีการเปลี่ยนแปลงในชีวิตทั้งทางร่างกาย ความสนใจ และความคิดเห็นต่าง ๆ
- (3) เป็นวัยที่มีความคิดอยากเป็นอิสระ (Period of Independence) มีความคิดที่จะพึ่งตนเองและคิดต่อต้านผู้ใหญ่ อยากลองดี ชอบความก้าวร้าว
- (4) เป็นวัยที่ต้องเผชิญปัญหา อาจเรียกว่าเป็นวัยวิกฤต ปัญหายุ่ยากส่วนใหญ่เกี่ยวกับการปรับตัว เกิดความขัดแย้งอยู่ในใจ และการตัดสินใจเป็นไปอย่างรวดเร็ว วุ่ความและแสดงออกด้านอารมณ์รุนแรง

ในช่วงระยะของการเป็นวัยรุ่น จะมีความเปลี่ยนแปลงจากระยะของวัยเด็กไปสู่ความเป็นผู้ใหญ่ หรือผู้ที่มีวุฒิภาวะ (Maturity) โดยจะมีพัฒนาการในด้านต่าง ๆ (อ้างแล้ว สุณีย์ วีระดากร: 2523) ดังนี้

1) พัฒนาการทางสังคม (Social Development)

เด็กวัยนี้จะปลีกตัวออกจากบุคคลในครอบครัว เขาจะชอบอยู่ในหมู่เพื่อนและมีความเห็นว่าหมู่คณะเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเขามาก จึงมีการแต่งตัว พูดจา และนิยมสิ่งต่าง ๆ เหมือนกัน เด็กวัยนี้จะเริ่มหัดเป็นตัวของตัวเอง ชอบตัดสินใจเอง ไม่ชอบให้ผู้ใหญ่เข้ามายุ่งเกี่ยวในเรื่องส่วนตัวของเขา ชอบความเป็นอิสระ มักเชื่อความคิดของตนเอง

2) พัฒนาการทางสติปัญญา (Mental Development)

สติปัญญาของเด็กวัยนี้เห็นได้จากความสามารถในการใช้เหตุผล เข้าใจความหมายของคำพูด ได้ถูกต้อง สามารถให้คำจำกัดความแก่คำที่เป็นนามธรรมได้ สามารถมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ได้มากขึ้น ลักษณะพัฒนาการทางสติปัญญาของเด็ก มีลักษณะดังนี้คือ

- (1) มีความสนใจสิ่งต่าง ๆ ได้นานขึ้น
- (2) เริ่มฟังเหตุผลของผู้ใหญ่ และต้องการให้ผู้ใหญ่รับฟังเหตุผลของตนเองบ้าง
- (3) มีการแก้ปัญหาและความคิด ความสามารถที่จะคิดโครงการ และสามารถดำเนินการด้วยตนเองโดยไม่ต้องอาศัยการนำทางของผู้ใหญ่ การตัดสินใจจะอาศัยประสบการณ์และคิดอย่างไตร่ตรอง
- (4) มีความอยากรู้อยากเห็น เด็กวัยนี้ชอบแสวงหาความจริง และมักจะสอบถามเกี่ยวกับตนเอง
- (5) มีความสนใจในทักษะ ต้องการการทำงานเพื่อหาความสามารถและประสบการณ์ใหม่ ๆ
- (6) มีความคิดคำนึง การเล่นสมมติจะน้อยลง เริ่มมีความสนใจปัญหาสังคม และโลกภายนอก ชอบอภิปราย แสดงความคิดเห็น และมีความคิดริเริ่ม
- (7) ความเข้าใจเกี่ยวกับเวลา มีความแม่นยำและกว้างขวางขึ้น สามารถเข้าใจลำดับวันเดือนปีได้ถูกต้อง

เด็กในวัยนี้ควรได้รับการปลูกฝังให้มีความร่วมมือ มีความรับผิดชอบและมีความคิดสร้างสรรค์

3) พัฒนาการทางอารมณ์ (Emotional Development)

เนื่องจากเด็กวัยแรกเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงทางกายอย่างรวดเร็ว จึงมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ของเด็กด้วย

จากการเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาการทางด้านต่างๆ มีผลกระทบต่อความสนใจของวัยรุ่น (สุพล บุญทรง:2523) ดังนี้

ความสนใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือเจตคติ (Attitude) ที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ และความรู้สึกนั้นทำให้บุคคลเอาใจใส่และกระทำการจนบรรลุถึงความมุ่งหมายที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้น สาเหตุที่ทำให้เกิดความสนใจมีดังนี้คือ

- (1) ความต้องการ เช่น อยากรับเป็นคนเรียนเก่ง ก็จะพยายามสนใจเรียน เพื่อที่จะให้ได้ที่ 1 เป็นต้น
- (2) การเอาอย่าง สิ่งใดที่คนในหมู่คณะนิยม หรือสนใจ จะทำให้คนที่เข้ามาร่วมเกิดความสนใจตามไปด้วย เช่น เด็กส่วนมากเมื่อเห็นพ่อ แม่ ครูหรือเพื่อนชอบ หรือคนสนใจสิ่งใดก็พลอยสนใจ หรือเอาใจใส่ตามไปด้วย
- (3) การศึกษาหรือการฝึกฝนอบรมความรู้ความสามารถในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมจะทำให้เกิดความสนใจตามไปด้วย แม้ว่าในตอนแรกนั้นยังไม่เป็นที่สนใจเลย เช่น นักเรียนที่เรียนภาษาอังกฤษ เมื่อฟัง พูด อ่าน และเขียนได้ จะสนใจภาษาอังกฤษขึ้นทันที

- (4) การอ่าน การอ่านหนังสือก็ช่วยทำให้เกิดความสนใจได้ เช่น การอ่านชีวประวัติของนักประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ เป็นต้น
- (5) ความแปลกประหลาด ของสิ่งที่ได้พบเห็น เช่น เด็กที่ไม่เคยไปสวนสัตว์ เมื่อไปครั้งแรกจะสนใจในสิ่งต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นอย่างมาก

สิ่งที่วัยรุ่นสนใจ มีอยู่ 5 ประการ คือ

1) การเล่นเกมและการกีฬา

การเล่นจัดเป็นความสนใจอันดับแรกของเด็ก เด็กมิได้เล่นเพราะความนึกสนุกต่อสิ่งที่ตนพบเห็นอยู่เฉพาะหน้า เด็กเล่นเพราะความต้องการของ ร่างกายเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น การเล่นคืองานและเป็นธุรกิจอันจำเป็นของเด็ก ตลอดเวลาในวัยนี้ ธรรมชาติได้กำหนดความ จำเป็นให้เด็กมีร่างกายสมบูรณ์ปกติต้องมีเวลาเล่นเพื่อความเจริญทางร่างกาย

2) ความสนใจในการอ่าน

เราจะสังเกตเห็นความสนใจในการอ่านของเด็กได้ เมื่อเด็กเริ่มหยิบหนังสือมาเปิดดูรูปภาพนาน ๆ ชอบให้ผู้ใหญ่เล่าเรื่องให้ฟัง อ่านให้ฟัง บางคนอ่านได้แล้วก็ยังขอให้ ผู้ใหญ่อ่านให้ฟัง เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้ใหญ่บางคนขณะที่กำลังเล่าเรื่องหรือนิทานบางเรื่องนั้น จะมีท่าทางประกอบเสียงสูงต่ำ ทำเสียงได้หลายเสียง จึงทำให้เด็กชอบให้ผู้ใหญ่อ่านให้ฟังมากกว่าที่จะอ่านเอง

3) การฟังวิทยุและดูโทรทัศน์

วิทยุและโทรทัศน์มีรายการดึงดูดใจเด็กอยู่มาก เช่น รายการโฆษณา เป็น รายการที่ดึงดูดเด็กเล็ก ๆ เป็นอันมาก ตรงกันข้ามกับคนที่โต ๆ ซึ่งคิดว่าเด็กเล็กจะไม่ฟังการโฆษณา บางรายการเด็กติดเหมือนกับถูกมนต์สะกด และทำให้เด็กหลงเชื่อการโฆษณานั้นอย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ยิ่งทางโทรทัศน์ด้วยแล้ว รายการโฆษณาต้องมีภาพประกอบ คำโฆษณาด้วยภาพเหล่านั้นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจเด็กเป็นอย่างดี บางรายการถึงกับรบเร้าให้ผู้ปกครองซื้อของตามที่เขาโฆษณา

4) ภาพยนตร์

ภาพยนตร์เป็นสิ่งที่ต้องใจของเด็ก สนองความต้องการของเด็กในด้านอารมณ์ภาพยนตร์ประเภทควบอย ผจญภัย ตื่นเต้น โดดโผน ตลก ลึกลับ ร้องรำทำเพลง ประกอบด้วยการถ่ายอย่างมีศิลปะ มีสีสันสวยงาม เหล่านี้ประดุจเป็นแม่เหล็กที่ดึงดูดให้เด็กสนใจใน ภาพยนตร์

5) หนังสือการ์ตูน

การใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสือ ส่วนมากเด็กจะอ่านหนังสือการ์ตูน เนื่องจากภาษาในหนังสือการ์ตูนเป็นหนังสือที่อ่านง่าย ไม่เป็นประโยคซับซ้อนเหมือนหนังสือเรียน

Dwight and Burton (อ้างในสุพล บุญทรง, 2523) ให้ความเห็นว่า การที่เด็กชอบอ่านหนังสือ การ์ตูนมีสาเหตุ 7 ประการ

- (1) อ่านเข้าใจง่าย เหมาะกับเด็ก ๆ
- (2) เด็กอ่านแล้วเข้าใจความได้ทันที ดีกว่าอ่านหนังสือที่มีตัวอักษรแต่ไม่มีภาพประกอบ เด็กไม่ต้องใช้ความพยายามในการอ่านเท่าใดเลย อ่านแล้วเห็นภาพไปด้วย
- (3) เนื้อเรื่องเหมาะกับธรรมชาติของเด็กก่อนวัยรุ่น หนังสือการ์ตูนมีความตื่นเต้น มีเรื่องลึกลับและการผจญภัยทั้งสิ้น ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าสนใจสำหรับเด็ก เช่น เรื่อง ซูเปอร์แมน
- (4) เรื่องราวในเรื่อง เด็กถือเอาเป็นจริงเป็นจัง เช่นเดียวกับในเรื่องภาพยนตร์และโทรทัศน์
- (5) เด็ก ๆ คิดว่า คนเรามี 2 จำพวก คือ เป็นคนดีกับคนไม่ดี
- (6) เด็ก ๆ คิดว่า ความรักและเงินเป็นปัญหาของชีวิต
- (7) หนังสือประเภทนี้ราคาถูกและหาได้ทั่วไป

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่นพอจะสรุปได้ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่มีการพัฒนาจากวัยเด็กไปสู่ วัยผู้ใหญ่เป็นวัยแห่งความเปลี่ยนแปลง มีความอยากรู้อยากเห็นและอยากมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา และเป็นวัยที่มีความคิด ที่เป็นเหตุเป็นผลมากขึ้น เด็กในวัยนี้ควรจะได้รับการปลูกฝังให้มีความร่วมมือ มีความคิดที่รับผิดชอบต่อสังคม

1.5.2 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

ความหมายของความรู้ความเข้าใจ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่าความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยินจำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

ลัดดา กิติวิภาต (2526) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่าหมายถึง การมีความรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง มีความเข้าใจ มีความสามารถในการตีความ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล

จิตรา วสุวานิช (2528) ได้ให้คำจำกัดความของความรู้ ความจำ (Knowledge) ว่าหมายถึง การจำข้อเท็จจริง เรื่องราว รายละเอียดที่ปรากฏในตำราหรือสิ่งที่ได้รับการบอกกล่าวได้

อุทุมพร ทองอุไทย (2523) ได้ให้ความหมายของความรู้ คือ พฤติกรรมตามสภาพการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นการจำไม่ว่าจะเป็นการระลึกได้ หรือการระลึกถึง ส่วนความเข้าใจ หมายถึงขั้นตอนสำคัญ

ของการตีความหมายโดยอาศัยความสามารถทางสมองและทักษะ ซึ่งอาจจะกระทำได้โดยการแปลความ การตีความหมาย และการสรุปอ้างอิง

สรุป ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง ความสามารถในการรับรู้จากข้อเท็จจริงจากประสบการณ์ที่ ได้เรียนรู้ และสามารถนำออกมาใช้ได้ตามต้องการ

1.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก

มีผู้กล่าวถึง ความหมายของความตระหนัก ไว้ดังนี้

ความตระหนักตามความหมายที่อ้างอิงจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานฉบับปี พุทธศักราช 2525 หน้า 322 ได้ให้ความหมายของคำตระหนัก (กิริยา) ว่ารู้ประจักษ์ชัด รู้ชัดเจน ดังนั้น ความตระหนักในสิ่งแวดล้อมจึงหมายถึงการรู้ประจักษ์ชัดหรือรู้ชัดเจนในเรื่องสิ่งแวดล้อม

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ (2521) ได้ให้ความหมายของ “ความตระหนัก” ว่า ความตระหนักหมายถึง ความรู้ตัวอยู่แล้วคือการที่รู้ว่ามีอยู่หรือเป็นอยู่ แต่ไม่รู้อย่างละเอียดต่อแท้

ต่าย เชียงฉวี (2526) ได้ให้ความหมายของความตระหนัก หมายถึง สภาพของความรู้สึกหรือ ความมั่นใจที่จะเลือกปฏิบัติหรือไม่ เลือกปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมและการเห็นคุณค่าหรือการเห็นความ สำคัญของสิ่งแวดล้อม

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) กล่าวว่า ความตระหนัก หมายถึง การที่บุคคลถูกคิดหรือการเกิดขึ้นในการรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่ง หรือสถานที่หนึ่งซึ่งการรู้สึกว่ามีหรือการได้ถูกคิดถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกที่เกิดในสภาวะของจิตใจ แต่ไม่ได้หมายความว่าบุคคลนั้นสามารถจำได้หรือระลึกได้ถึง ลักษณะบางอย่างของสิ่งนั้น

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2533) ได้กล่าวถึงความหมายของความตระหนักไว้ว่า เป็นพฤติกรรมขั้นต่ำสุด ทางด้านความรู้ (Cognitive domain) แต่ความตระหนักนั้นไม่ได้เกี่ยวกับความจำหรือความสามารถ ระลึกได้ ความตระหนักหมายถึงความสามารถนึกคิด ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะจิตใจ

เกษม จันทร์แก้ว (2536) อ้างใน กิตติภูมิ มีประดิษฐ์ (2540) ความตระหนักในสิ่งแวดล้อมมีความหมายโดยนัยเหมือนกับการมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม เพราะความตระหนักเป็นการรู้ที่อยู่ ภายใต้อุตสาหกรรมตลอดเวลาคั้งใดที่เกิดปัญหา หรือพบเห็นเรื่องราวที่เรามีความรู้ก็จะดึงจิตใจสำนึกทำให้ เห็นภาพได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าในภาวะใดก็ตามความสำนึกที่ฝังลึกและถูกต้องนั้นจะไม่เปลี่ยนแปลง

วินัย วีระวัฒนานนท์ (2534) ความตระหนักเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หมายถึง ความรู้สึกเห็นคุณค่าหรือเห็นความสำคัญ ได้แก่ การรับรู้, การตอบสนอง การเห็นคุณค่า หรือเห็นความสำคัญ การจัดระบบคุณค่า และการนำเอาคุณค่ามาสร้างเป็นลักษณะนิสัยประจำตัวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม 5 ด้าน ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ ป่าไม้ และเสียง

จากความหมายข้างต้นสามารถ สรุปได้ว่า ความตระหนักเป็นสภาวะทางจิตใจที่เกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดและความปรารถนาต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือเหตุการณ์ต่างๆด้วยคำพูด การเขียนและอื่นๆโดย

อาศัยระยะเวลาหรือประสบการณ์ที่ทำให้บุคคลเกิดความตระหนัก หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าความตระหนักนั้นมีความหมายเหมือนกับความสำเร็จนั่นเอง

ความตระหนักเป็นพฤติกรรมทางอารมณ์หรือความรู้สึกซึ่งเกือบจะคล้ายกับความรู้อยู่ เป็นพฤติกรรมขั้นต่ำสุดของ ความรู้และความคิด ความรู้เป็นข้อเท็จจริงที่เกิดจากประสบการณ์ ในการไตร่ตรอง หาเหตุผล แต่ความตระหนักเกิดจากการได้รับประสบการณ์ หรือได้สัมผัสกับสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมโดยไม่ตั้งใจ ความตระหนักจะไม่เกี่ยวข้องกับการจำหรือการรำลึกมากนัก แต่จะรู้สึกว่ามีสิ่งนั้นอยู่ และสามารถจำแนก และรับรู้ถึงสิ่งเร้าและสามารถบอกออกมาได้ว่ามีลักษณะเช่นไร อาจจะสามารถกล่าวได้ว่า ความรู้หรือการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความตระหนักนั่นเอง(ประสาน อิศรปริดา.2523)

ความตระหนักและความรู้ต่างเกี่ยวข้องกับการสัมผัสและการใช้จิตในการไตร่ตรอง โดยที่ความรู้เป็นข้อเท็จจริงซึ่งได้จากการสังเกตและการรับรู้ที่ต้องอาศัยเวลา ส่วนความตระหนักเป็นเรื่องของความรู้สึกที่เกิดขึ้นโดยที่ไม่เน้นความสามารถในการจำและการระลึกได้ แต่อย่างไรก็ตามการที่จะเกิดความตระหนักได้ก็ต้องผ่านการมีความรู้มาก่อนในเบื้องต้น

1.5.4. แนวทางการอนุรักษ์พลังงาน

แนวทางการพัฒนาพลังงานในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) (กองนโยบายและพลังงาน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ 2540) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาพลังงานเพื่อให้การบริการและพัฒนาพลังงานให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ไว้ดังนี้

- (1) จัดหาพลังงานให้เพียงพอกับความต้องการ มีคุณภาพ มีความมั่นคง และในระดับราคาที่เหมาะสม
- (2) ส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัดจะช่วยลดทั้งการลงทุนในการจัดหาพลังงาน และค่าใช้จ่ายทางด้านเชื้อเพลิงของกิจกรรมการผลิต ดังนั้น การใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก ทั้งนี้มาตรการทางด้านราคาซึ่งจะสร้างแรงจูงใจให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นมาตรการแรกที่จะต้องดำเนินการโดยมาตรการอื่นจะประกอบด้วยทั้งการให้สิ่งจูงใจการสร้างจิตสำนึก และมาตรการบังคับ ดังนี้
 - ◆ ปรับปรุงโครงสร้างราคาน้ำมันเชื้อเพลิงเพื่อให้ราคาสะท้อนถึงต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์มากยิ่งขึ้น และรักษาระบบการกำหนดราคาในปัจจุบัน ซึ่งทำให้ราคาเปลี่ยนแปลงไปตามกลไกตลาดและสภาวะการแข่งขัน โดยปราศจากการตัดสินระดับการเมือง เพื่อให้เกิดการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพและประหยัด

▶ ปรับปรุงระบบการกำหนดและโครงสร้างอัตราค่าไฟฟ้าทั้งราคาขายปลีก และราคาขายส่ง เพื่อให้สะท้อนถึงต้นทุนที่แท้จริง มีโครงสร้างที่โปร่งใส มีความคล่องตัว และแยกออกจากการตัดสินใจทางการเมืองอย่างแท้จริง ในขณะเดียวกันมีแรงจูงใจให้การไฟฟ้าปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและคุณภาพบริการ และส่งเสริมการจัดการด้านการใช้ไฟฟ้าและการเพิ่มบทบาทเอกชน

▶ กำหนดหลักเกณฑ์ในการกำหนดราคาก๊าซธรรมชาติและค่าผ่านท่อ และพัฒนาระบบการกำกับดูแลให้มีความชัดเจนและโปร่งใส โดยให้กิจการท่อก๊าซเป็นกิจการสาธารณูปโภค และให้การซื้อขายสะท้อนถึงข้อผูกพันทางด้านปริมาณ ต้นทุนที่แท้จริงและพลังงานที่ใช้ทดแทน และคุณภาพของเชื้อเพลิง รวมทั้งให้เกิดความมั่นใจแก่ผู้ผลิต และผู้ใช้ก๊าซธรรมชาติ และมีแรงจูงใจให้ผู้จำหน่ายก๊าซธรรมชาติปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน

▶ เร่งรัดให้มีการดำเนินการโครงการจัดการด้านการใช้ไฟฟ้า และการอนุรักษ์พลังงานตามพระราชบัญญัติการส่งเสริมการอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ.2535 เพื่อให้มีการนำแผนงานอนุรักษ์พลังงานสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

▶ เร่งรัดให้มีการกำหนดมาตรฐานการทดสอบและมาตรฐานระดับประสิทธิภาพการใช้พลังงานขั้นต่ำของเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ รวมทั้งการติดฉลากแสดงประสิทธิภาพการใช้พลังงานและส่งเสริมให้มีการผลิตเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพการใช้พลังงานสูง และการผลิตอุปกรณ์หรือวัสดุที่ช่วยให้เกิดการอนุรักษ์พลังงาน

▶ ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเทคโนโลยีอนุรักษ์พลังงาน (Energy Efficiency Technology Information Center) ตามเมืองใหญ่ ๆ ทั่วประเทศ เพื่อเป็นแหล่งสถิติอุปกรณ์อนุรักษ์พลังงาน และให้บริการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่ประชาชนและผู้สนใจในท้องถิ่น

▶ ดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจิตสำนึกในด้านอนุรักษ์ และให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์พลังงานให้กับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง

- (3) ส่งเสริมการแข่งขันในกิจการพลังงาน และเพิ่มบทบาทของภาคเอกชน
- (4) ป้องกันและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาและการใช้พลังงาน รวมทั้งปรับปรุงให้กิจการด้านพลังงานดำเนินการอย่างมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น
- (5) พัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับพลังงานและกลไกการบริหารงานด้านพลังงาน

1.5.5. ทฤษฎีทางการสื่อสาร

1.5.5.1. ความหมายของการสื่อสารมวลชนและองค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสาร (Communication) มีผู้ให้ความหมายของคำ ๆ นี้ แตกต่างกันดังนี้คือ เจอร์เก้น รอยช์ และเกรกอรี่ เบทสัน (Jurgen Ruesch and Gregory Bateson (อ้างในมณฑล ไบบัว: 2536) การสื่อสารไม่ได้หมายความว่าความถึงการถ่ายทอดสารด้วยภาษาพูดและเขียนที่ชัดเจน และแสดงเจตนาชัดเจนเท่านั้น แต่การสื่อสารยังรวมไปถึงกระบวนการทั้งหลายที่คนมีอิทธิพลต่อกัน รวมถึงการกระทำและเหตุการณ์ทั้งหลายที่มีลักษณะเป็นการสื่อสาร หากมีผู้เข้าใจและกระทำเหตุการณ์เหล่านั้น หมายความว่าความเข้าใจที่เกิดขึ้น นั้นได้เปลี่ยนแปลงข่าวสารที่คน ๆ นั้นมีอยู่ และมีอิทธิพลต่อบุคคลนั้นๆ

Schramm, quoted in Belch and Belch. 1993: 188 (อ้างใน ดารา ที่ปะปาล: 2541) การสื่อสารคือกระบวนการสร้างความคิดร่วมกัน หรือความคิดที่เป็นหนึ่งเดียว (Commonness or oneness of thought) ระหว่างผู้ส่งข่าวสารและผู้รับสาร

การสื่อสาร (Communication) หมายถึงกระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง กระบวนการในการถ่ายทอดสารจากองค์การสื่อมวลชนในฐานะผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อมวลชนเป็นช่องทางหรือพาหนะในการสื่อสาร

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง องค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารมวลชน ได้แก่ สื่อซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์

Charles R. Wright (อ้างใน ประมะ สตะเวทิน: 2539) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) หมายถึง การสื่อสารที่มุ่งไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันและไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สารถูกส่งไปยังประชาชนทั่วไป เพื่อให้ถึงประชาชนผู้รับสารได้รวดเร็วในเวลาเดียวกัน และสารนั้นมีลักษณะที่ไม่ยั่งยืน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อผู้ส่งสารมักจะเป็น หรือดำเนินกิจการภายใต้องค์การที่สลับซับซ้อน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายมหาศาล

การสื่อสารของมนุษย์เป็นกระบวนการที่มีพลวัต หรือการเคลื่อนไหว (Dynamic) คือ มีความสัมพันธ์ที่มีผลกระทบ (Effect) ต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ของการสื่อสาร การสื่อสารของมนุษย์จึงมีความต่อเนื่อง (Continuos) มีการเปลี่ยนแปลง (Changing) แต่ต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา (Adaptive)

ในการสื่อสารของมนุษย์นั้น เป็นกระบวนการแบบ 2 ทาง (Two-way process) ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 5 ประการ (พัชนี เชนจรรยา: 2541) คือ

1. ผู้ส่งสารหรือผู้เข้ารหัส (Sender / Encoder)
2. ผู้รับสาร หรือผู้ถอดรหัส (Receiver / Decoder)
3. สาร (Message)
4. ช่องทางการสื่อสาร (Channel)
5. สภาพแวดล้อมของการสื่อสาร (Context / Environment)

1) ผู้ส่งสารหรือผู้เข้ารหัส

ผู้ส่งสาร คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มหรือเริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลโดยตั้งใจหรือไม่ก็ตาม ผู้ส่งสารจึงมีหน้าที่ชี้แนะว่าพฤติกรรมสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่ง ๆ นั้นจะเป็นในรูปแบบใด และมีผลอย่างไร ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน ก็คือตัวแทนขององค์กรเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนซึ่งนอกจากจะส่งสารในฐานะเป็นตัวของตัวเองแล้ว ก็ยังมีความรับผิดชอบในฐานะที่เป็นตัวแทนของสถาบันการสื่อสารมวลชนนั้นๆ(มณฑล ไบบัว:2536) ผู้ส่งสารยังเป็นตัวกระตุ้น(Stimulus)ที่ทำให้เกิดการตอบสนอง(Response)จากผู้รับสาร

2) ผู้รับสาร หรือผู้ถอดรหัส

ผู้รับสาร คือ ผู้ที่รับสารจากบุคคลหนึ่งหรือกลุ่มบุคคลหนึ่ง เมื่อได้รับสารผู้รับสารจะเกิดการตีความและตอบสนองจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม และส่งปฏิกิริยาตอบสนอง(Feedback)กลับไปให้ผู้ส่งสาร

3) สาร

สาร คือ สิ่งที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารในรูปของรหัส คำว่า"รหัส"หมายถึง สัญญาณ(Signal) หรือสัญลักษณ์(Symbol) หรือกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในลักษณะที่มีความหมายต่อคน สัญญาณหรือสัญลักษณ์ อาจเป็นคำพูด ตัวหนังสือ รูปภาพ เครื่องหมาย หรือการทำทางต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงหรือถ่ายทอดความคิด ความรู้สึก ความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้รับสาร ซึ่งส่วนใหญ่แล้วสาร ก็คือ ภาษา (Language)

4) ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเสมือนทางหรือพาหนะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร

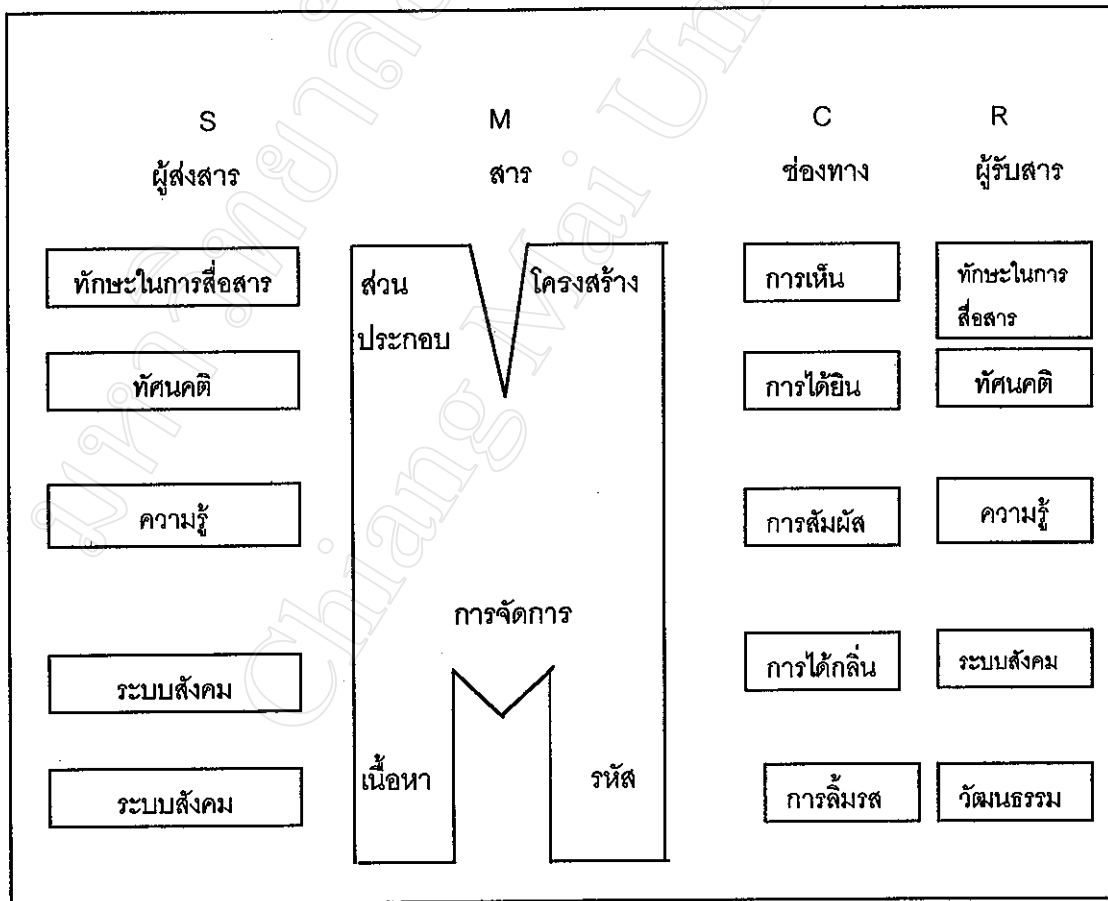
5) สภาพแวดล้อมของการสื่อสาร

สภาพแวดล้อมของการสื่อสาร หมายถึง สถานที่ซึ่งได้แก่ การจัดสถานที่ บรรยากาศ โอกาส เวลา รวมถึงเหตุการณ์ต่างๆ

เดวิท . เค. เบอร์โล (David K. Berlo:1960) ได้เสนอแบบจำลองการสื่อสารเชิงเส้นตรง ซึ่งมีผู้ใช้มากในชื่อของ S-M-C-R Model ที่มีส่วนประกอบหลัก 4 ประการ(อ้างในพูนทรัพย์ สิทธิพรหม: 2534) คือ

1. ผู้ส่งสาร (Source)
2. สาร (Message)
3. ช่องทาง (Channel)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

จากองค์ประกอบหลักสำคัญข้างต้น เบอร์โล มีแนวคิดที่ว่า ผู้ส่งสาร สาร ช่องทาง และ ผู้รับสาร นั้นต่างมีปัจจัยประกอบเป็นคุณสมบัติของหลักสำคัญทั้งสี่ประการ ดังแบบจำลองในภาพที่ 1.1

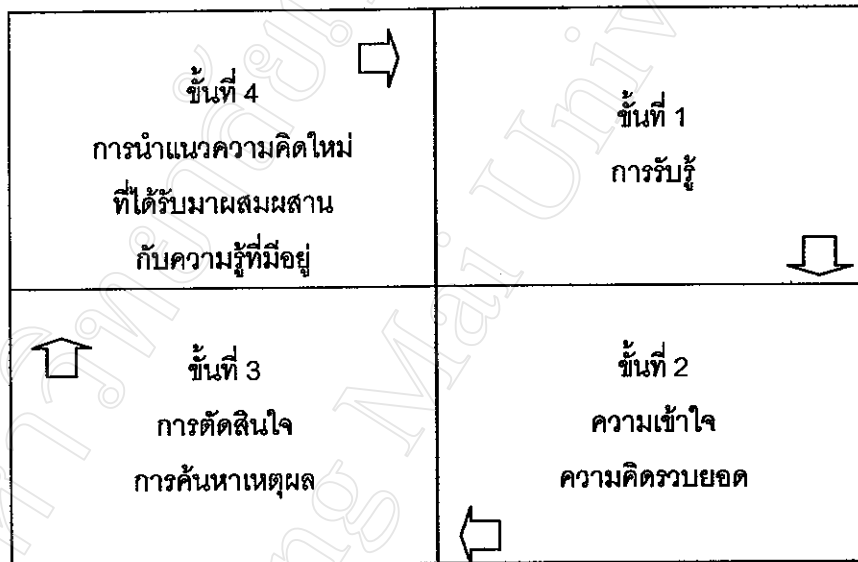


แผนภูมิที่ 1.1 แสดงแบบจำลองการสื่อสารตามแนวคิดของ เบอร์โล (1960)

ที่มา : (Berlo:1960,อ้างแล้วในพูนทรัพย์ สิทธิพรหม: 2534)

1.5.5.2. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเสพสาร :ทฤษฎีการฟัง ทฤษฎีการอ่าน

กระบวนการเสพสาร คือ การอ่าน การฟัง และการดูในการสื่อสาร ในการสื่อสารนั้น การอ่าน การฟัง และการดูทำหน้าที่อย่างเดียวกัน คือ เป็นฝ่ายรับสาร หรือผู้รับสารในกระบวนการสื่อสาร โดยผ่านขั้นตอนคือ ประสาทสัมผัสได้แก่ หูและตาเกิดการรับรู้ เข้าใจ ติดตาม หาเหตุผล ตีความหมาย นำความรู้ที่ได้มาผสมผสานกับความรู้ที่มีอยู่ และเกิดการตอบสนอง ซึ่งเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 1.2 แบบจำลองขั้นตอนกระบวนการเสพสาร

ที่มา : (อวยพร พาณิช:2539,อ้างแล้ว)

การอ่าน การฟัง และการดู ไม่ได้เป็นเพียงแต่การรับรู้สัญญาณ และสัญลักษณ์ ต่าง ๆ เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังมีขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงสัญลักษณ์เหล่านั้นให้เป็นของผู้รับสารเอง แล้วสร้างเป็นสัญญาณและสัญลักษณ์อย่างใหม่ เพื่อการสื่อสารครั้งต่อไป

ดังนั้น มนุษย์ทุกคนในโลกที่สื่อสารกันนี้ จำเป็นต้องอาศัยการฟัง การอ่าน และการดูในการสื่อสารด้วยกันทั้งนั้น การฟัง การอ่าน และการดูก็มีไขว่ตัวสิ้นสุดกระบวนการสื่อสาร หากสร้างกระบวนการสื่อสารใหม่เป็นปฏิกิริยาย้อนกลับ ผู้ที่สื่อสารทุกคนจึงต้องเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารที่ดีด้วย และการรับสารที่ดีนั้นสะสมภูมิปัญญา ความคิด ให้เกิดการส่งสารที่ดีต่อไป

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้อ่าน ผู้ฟัง และผู้ดู อยู่ในฐานะผู้รับสารโดยใช้ช่องทางการเห็น ถ้าสารที่เห็นหรือได้ยินนั้นใช้รหัสที่เข้าใจง่าย มีเนื้อหาที่เหมาะสม และมีการจัดลำดับอย่างดี ก็จะทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจสารนั้นตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ส่งสารต้องการ สามารถแบ่งความต้องการในการอ่าน ฟัง ชม ของผู้รับสาร(อวยพร พานิช ,2539) ได้ดังนี้

- 1) เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญควรรู้
- 2) เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มานั้นเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจแต่ละวัน
- 3) เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะใช้เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาประจำวันกับบุคคลอื่น
- 4) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
- 5) เพื่อให้ข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนช่วยเสริมความคิดเห็นที่มีอยู่เดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
- 6) เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อความบันเทิง

ทฤษฎีการฟัง

การฟังเป็นสิ่งที่เราต้องใช้ในชีวิตประจำวันมากกว่าทักษะด้านอื่น ๆ อันได้แก่ การอ่าน การเขียน การพูด เพราะการฟังนั้นเกิดขึ้นได้ทั้งในสภาพที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ วันหนึ่ง ๆ เราอาจได้ฟังเรื่องราว การสนทนา การบรรยาย การโฆษณาสินค้า การโฆษณาชวนเชื่อ ละคร นวนิยาย และอื่น ๆ มากมาย นอกจากเวลาที่เราหลับ

การฟังเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวก็ได้ มีผู้วิจัยค้นพบว่าความล้มเหลวในการสื่อสารเกิดจากการฟังมากที่สุด คือ 42%วัตถุประสงค์ในการฟังมีดังนี้คือ

- 1) การฟังเพื่อความเพลิดเพลินบันเทิงใจ
- 2) การฟังเพื่อให้ได้ความรู้ เพื่อเข้าใจทัศนคติของผู้พูด
- 3) การฟังเพื่อประเมินผลและวิจารณ์การพูด

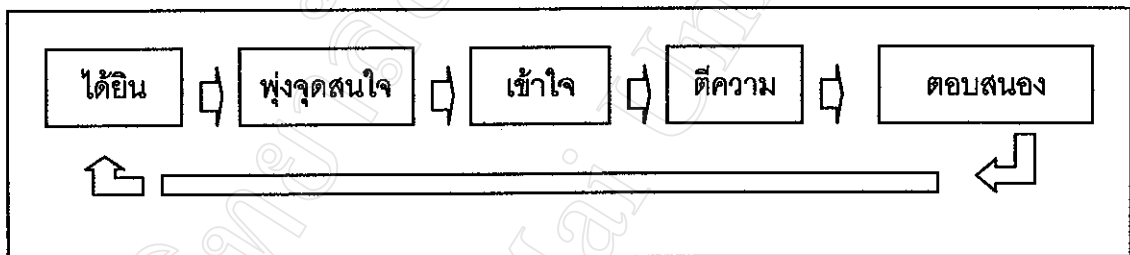
กระบวนการในการฟัง

การฟังเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นต่อเนื่องกัน 5 ระดับ (อ้างแล้ว อวยพร พานิช,2539)

ได้แก่

- 1) การได้ยินเสียงที่มากกระทบโสตประสาท (Hearing) เสียงพูดหรือเสียงใด ๆ จะผ่านหูไปกระทบโสตประสาท ในขั้นนี้เรายังไม่เรียกว่า การฟัง (Listening) เพราะการฟังนั้นกินความไปถึงการรับรู้และเกิดความเข้าใจต่อไปด้วย

- 2) การมีสมาธิต่อสิ่งที่เราได้ยินนั้น (Concentration) เมื่อเสียงกระทบโสตประสาท และเราฟังความสนใจที่จะฟัง เราก็สามารถรับรู้เรื่องราวหรือสาระที่เกิดจากเสียงนั้นได้
- 3) การเข้าใจสิ่งที่ได้ยิน (Comprehension)
- 4) การตีความสิ่งที่ได้ยินตามความคิด ความรู้ และประสบการณ์ของผู้ฟัง (Interpretation)
- 5) การตอบสนองต่อสารที่ได้อินนั้น (Reaction) อาจเขียนเป็นแผนภูมิเพื่อให้เข้าใจง่ายได้ดังนี้



แผนภูมิที่ 1.3 แสดงแบบจำลองกระบวนการในการฟัง

ที่มา : (อวยพร พานิช, 2539, อ้างแล้ว)

ทฤษฎีของการอ่าน

การอ่านเป็นสิ่งจำเป็นมากที่จะต้องทำให้เป็นนิสัย เพื่อจะได้รับข่าวสารและเรื่องราวจากสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์ การอ่านเป็นสิ่งที่จะช่วยเสริมความรู้และความคิดของคนเราให้เพิ่มพูนขึ้น มีประโยชน์ต่อมนุษย์ในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาหาความรู้ หรือเพื่อการประกอบอาชีพ สามารถแบ่งขั้นตอนของการอ่านได้ 4 ขั้นตอน(อ้างแล้ว อวยพร พานิช :2539)คือ

- 1) การอ่านจับความให้เป็น ยังแบ่งออกได้เป็นอีก 2 ระดับ คือ
 - ▶ การอ่านจับใจความส่วนรวม ได้แก่ การสังเกตส่วนประกอบของหนังสือ โดยพลิกดู และกวาดสายตาผ่านหัวข้อต่าง ๆ การอ่านวิธีนี้ช่วยให้ตัดสินใจได้ว่าหนังสือเล่มนั้นดี มีคุณค่าเพียงพอที่จะเสียเวลาอ่านอย่างละเอียดหรือไม่
 - ▶ การอ่านเพื่อจับใจความสำคัญ เป็นการอ่านต่อเนื่องจากเมื่อจับใจความส่วนรวมได้แล้ว ผู้อ่านจะต้องอ่านค่อนข้างละเอียด อ่านอย่างเข้าใจและเข้าถึงระดับลึก ๆ ได้ ทั้งในแง่แนวคิด จุดมุ่งหมายและอารมณ์ เพื่อเป็นพื้นฐานของการแสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ต่อไป

- 2) อ่านแล้วสามารถแสดงความรู้สึกนึกคิด ถ่ายทอดออกมาให้ผู้อื่นรับรู้ได้ วิธีถ่ายทอดมีทั้งวิธีพูดและวิธีเขียน
- 3) ความสามารถในการอ่านหนังสือที่ผู้อ่านจะสังเกตแนวการเขียนของผู้แต่งได้อย่างอัตโนมัติ พร้อม ๆ กับที่อ่านจับใจความและรับรสต่าง ๆ
- 4) การอ่านที่สามารถประเมินค่าของงานเขียนได้อย่างมีเหตุผลมีหลักเกณฑ์เข้าใจ ความหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ในงานเขียนได้อย่างถูกต้อง และสามารถอธิบายได้อย่างแจ่มชัด

ความสำคัญของการอ่านมีดังต่อไปนี้

- 1) ทำให้เป็นคนทันสมัย ทำให้รู้ข่าวสารบ้านเมืองและเหตุการณ์ต่าง ๆ
- 2) เพื่อยกระดับสติปัญญาให้สูงขึ้น และเพื่อช่วยแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ทั้งของตนเองและผู้อื่น
- 3) เพื่อความเพลิดเพลินและเกิดความจรรโลงใจ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอ่าน (อ้างแล้ว อวยพร พานิช ,2541)มีดังต่อไปนี้

1) อิทธิพลจากครอบครัว

ครอบครัวเป็นโลกแห่งแรกของเด็ก บ้านจึงเป็นแหล่งสำคัญทางการศึกษาและตัวกำหนดพฤติกรรม ตามปกติคนเราถูกอบรมกล่อมเกลามาจากครอบครัว ก็มักจะมีลักษณะที่ไม่แตกต่างจากครอบครัวมากนัก การที่สามารถหาหนังสืออ่านได้ง่ายๆ ภายในครอบครัวและมีทัศนคติต่อการเรียนรู้สิ่งที่อยู่รอบตัวเรา ครอบครัวมีส่วนในการวางรากฐานการสร้างนิสัยในการอ่านอยู่มาก

2) อิทธิพลจากโรงเรียน

สังคมในการเข้ารับการศึกษาในโรงเรียนเป็นสังคมอีกอย่างหนึ่งของเด็ก ๆ ต่อจากบ้าน อิทธิพลจากระบบการศึกษาหรือครูนั้นย่อมปลูกฝังนิสัยในการรักการอ่านให้แก่เด็กได้ส่วนหนึ่ง จากการวิจัยพบว่า ผู้มีระดับการศึกษาสูงจะใช้สื่อที่เป็นสิ่งพิมพ์จำพวกหนังสือพิมพ์ วารสารและหนังสือเป็นสัดส่วนมากกว่าผู้มีระดับการศึกษาต่ำ ดังนั้น การศึกษาจึงมีความสัมพันธ์กับการอ่านหนังสือพิมพ์มาก

3) อิทธิพลของสื่อมวลชน

มนุษย์ทุกคนต้องอยู่ในสังคมและติดต่อสื่อสารกับคน อื่น ๆ การติดต่อสื่อสารเป็นสิ่งที่ทำให้คนเกิดแนวความคิด สื่อมวลชนทุกชนิดมีส่วนสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่ใช้วิธีต่างกัน และไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน แต่ละประเภทที่มีทั้งข้อดี ข้อเสีย เช่น การเห็นภาพในจอโทรทัศน์ การถือไปไหน ๆ ได้ของวิทยุ และอิทธิพลต่าง ๆ ในด้านสังคมของภาพยนตร์ สามารถมีอิทธิพลต่อการอ่าน

4) อิทธิพลของห้องสมุด

การอ่านนอกจากจะได้รับอิทธิพลจากโรงเรียนแล้ว ห้องสมุดยังเป็นแหล่งที่ประชาชนสามารถเข้าไปอ่านและหาหนังสือต่าง ๆ ดังนั้น บทบาทสำคัญของห้องสมุดก็คือ การจัดห้องสมุดให้ดีมีบริการส่งเสริมการอ่าน และนำหนังสือที่น่าสนใจอาจจะโดยการจัดนิทรรศการต่าง ๆ หรือจัดทำรายชื่อหนังสือที่เรียกว่า บรรณานุกรม ในหัวข้อเรื่องต่าง ๆ ที่สนใจในช่วงเวลานั้น ห้องสมุดจึงเป็นแหล่งสำคัญในการส่งเสริมการอ่านของคนในสังคมนั้นอีกแห่งหนึ่ง

5) อิทธิพลของธุรกิจหนังสือ

ผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายหนังสือมีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมการอ่าน เพราะการที่ตลาดหนังสือจะมีหนังสือดี ๆ ออกมาให้ผู้อ่านสนใจมากหรือน้อย ย่อมขึ้นอยู่กับบุคคลกลุ่มนี้ ดังนั้น สำนักพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายจึงเป็นจักรกลสำคัญมาก ส่วนหนึ่งในการที่จะทำให้สังคมมีหนังสือหลาย ๆ ประเภทมาสนองความต้องการและส่งเสริมการอ่านในสังคมนั้น

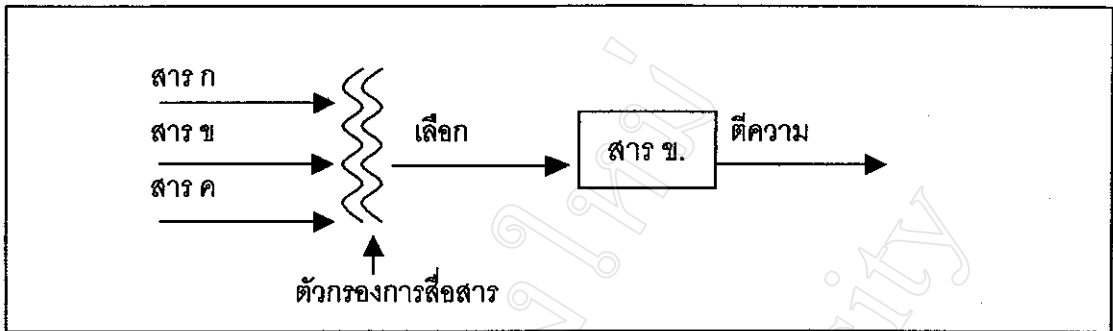
6) อิทธิพลของรัฐ

อิทธิพลของรัฐครอบคลุมอยู่เหนืออิทธิพลอื่นที่กล่าวมาแล้วทั้งหมด เพราะรัฐบาลเป็นผู้ปกครองสังคมนั้น ๆ รัฐมีหน้าที่ต้องสนับสนุนระบบการศึกษาและครู รวมทั้งห้องสมุดต่าง ๆ และสนับสนุนสื่อมวลชน ส่งเสริมการจัดทำรายการต่าง ๆ ให้มีคุณภาพ ควบคุมการพิมพ์และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นอกจากนั้นอิทธิพลของรัฐในแง่การเข้าไปเกี่ยวข้องจะเห็นได้ชัดในประเทศที่มีการขาดแคลนด้านกระดาษและยังมีระบบการพิมพ์ที่ไม่ทันสมัย เป็นหน้าที่ของรัฐที่จะต้องช่วยแก้ไขปรับปรุงให้ดี รวมทั้งบางหน่วยงานของรัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลก็มีหน้าที่ต้องส่งเสริมหนังสือและนิสัยการอ่านของคนในประเทศด้วย

1.5.5.3 แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ การเลือกรับรู้ และความเข้าใจจากการรับรู้

แนวคิดการรับรู้

เนื่องจากคนเรามีการรับรู้ต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ของแต่ละบุคคล การรับรู้จึงเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสารทัศนคติ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง (พัชรี เที่ยจรรยา :2534)ดังแผนภูมิที่ 1.4



แผนภูมิที่ 1.4 แบบจำลองกระบวนการการรับรู้

ที่มา: (พัชรี เษยจรรยา :2534,อ้างแล้ว)

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้น เมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่างอิทธิพลหรือตัวกรองที่มีผลต่อการรับรู้มีดังนี้คือ

- 1) แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
- 2) ประสบการณ์เดิม (Past experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน
- 3) กรอบอ้างอิง (Frame of reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนต่างศาสนากันจึงมีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่าง ๆ กันได้
- 4) สภาพแวดล้อม คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่ได้รับต่างกัน
- 5) สภาพจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ

การเลือกรับรู้

การเลือกเปิดรับ และการเลือกรับรู้ เป็นแนวความคิดที่เกี่ยวข้องในการสื่อสารระหว่างกันของมนุษย์ สามารถแยกออกเป็นพฤติกรรม 3 แบบ คือ

- 1) การเลือกเปิดรับ (Selective exposure)

คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน (Klapper: 1960อ้างใน พัทธนี เษยจรรยา: 2542)

2) การเลือกรับรู้ (Selective perception)

การเลือกรับรู้นี้ หมายถึงแนวโน้มของคนเราที่จะเปิดรับ และตีความ เพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตน โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางเป็นที่พึงพอใจของตน

3) การเลือกจดจำ (Selective retention)

การเลือกรับรู้มีความเกี่ยวข้องกับการการเลือกจดจำอย่างเห็นได้ชัด ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นแก่คนที่สนใจและพร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสาร เมื่อไม่สนใจที่จะรับรู้และไม่พร้อมที่จะเข้าใจ

ความเข้าใจจากการรับรู้

ความเข้าใจจากการรับรู้ จุดเริ่มต้นของกระบวนการอยู่ที่การรับเอาตัวกระตุ้นต่าง ๆ เข้ามาด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 แต่ปัญหาที่ตามมาก็คือ ตัวบุคคลแต่ละคนรับรู้เอาสิ่งต่าง ๆ เข้ามาอย่างไร และได้จัดระเบียบตีความเข้าใจอย่างไรบ้าง ก่อนที่เข้าจะปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งออกไป

ในเรื่องของความเข้าใจจากการรับรู้ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของตัวกระตุ้น (Stimulus Factors) ที่เข้ามาว่าสามารถเข้าไปได้อย่างสมบูรณ์ และเป็นที่ยอมรับได้ง่ายเพียงใด และนอกเหนือจากคุณลักษณะของตัวกระตุ้นแล้ว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ในตัวผู้รับด้วย คือสิ่งที่คนรับรู้เอามาจากภายนอกนั้น โดยทั่วไปมักจะถูกดัดแปลงจนเพี้ยนไปเพราะสืบเนื่องมาจากอิทธิพลของความจำ ความคาดหวัง ความเชื่อ ทศคติ ค่านิยมและลักษณะนิสัย และความชอบพอของคน ๆ นั้น ที่โน้มเอียงไปทางใดทางหนึ่งอีกด้วย การเข้าใจถึงความเข้าใจจากการรับรู้โดย ทั้งหมด จึงต้องพิจารณาต่อเนื่องไปถึงปัจจัยส่วนบุคคลที่เป็นโครงสร้างของความเข้าใจของแต่ละบุคคล (Individual's cognitive structure) ควบคู่กันด้วย

1.5.5.4 แนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม

กระบวนการขัดเกลาทางสังคม หมายถึง กระบวนการที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมไปสู่สมาชิก เพื่อให้มีบุคลิกภาพไปตามแนวทางที่สังคมต้องการ(วัชรวิภา คลายนานทร :2530)

Silson (อ้างใน พัชนี เที่ยจรรยา : 2534) กล่าวว่า สังคมประกิตเป็นกระบวนการของการเข้าสู่กลุ่มหรือกระบวนการของการถูกล่อหลอมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม จากกระบวนการนี้เอง สัตว์กลายเป็นมนุษย์ พฤติกรรม (behavior) กลายเป็นความประพฤติ (Conduct) บุคคลในฐานะสิ่งมีชีวิตหน่วยหนึ่งกลายเป็นคนที่มีจิตสำนึกตนเอง และสามารถชักนำพฤติกรรมของตนเองในทางที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้อื่น ซึ่งแสดงออกทางสัญญาณและสัญลักษณ์ต่าง ๆ มากขึ้น

กระบวนการสังคมประกิตแบ่งได้เป็น 2 ประเภท(พัชนี เที่ยจรรยา:2534อ้างแล้ว) คือ กระบวนการแบบเป็นทางการ (Formal) และแบบไม่เป็นทางการ (Informal)

- 1) กระบวนการสังคมประเภทไม่เป็นทางการ คือ กระบวนการเรียนรู้ซึ่งบุคคลเรียนรู้จากเพื่อน ครอบครัว สื่อมวลชน และอื่น ๆ ในลักษณะที่เป็นไปตามธรรมชาติ คือบุคคลได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ โดยไม่ได้ตั้งใจ หรือโดยไม่รู้ตัว
- 2) กระบวนการสังคมประเภทเป็นทางการ คือ กระบวนการเรียนรู้จากแหล่งการศึกษาโดยตรง จากรายการเพื่อการศึกษาทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือจากสถานการณ์ที่เป็นพิธีการต่าง ๆ ซึ่งบุคคลตั้งใจหรือรู้ตัวว่ากำลังเรียนรู้บางสิ่งบางอย่าง

ในปัจจุบันสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในกระบวนการสังคมประเภทของมนุษย์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งในกระบวนการที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยเฉพาะทางสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์ นิตยสาร และวิดีโอ กลายเป็นสังคมประเภทของเด็กและวัยรุ่น แทนอิทธิพลของพ่อแม่ หรือผู้ปกครอง เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร สื่อมวลชนจึงเป็นเสมือนเสียงที่มีอิทธิพล ในขณะที่ท้องถื่นอื่น ๆ มีอิทธิพลลดลง สื่อมวลชนจึงเป็นหนึ่งในตัวแทนทางสังคมที่มีอิทธิพลมากในกระบวนการสังคมประเภท

1.5.6. การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์

การโฆษณา หมายถึง การแจ้งและแนะนำสินค้า บริการหรือความคิดไปยังประชาชน โดยที่การแนะนำนั้นจะต้องเสียค่าใช้จ่ายให้แก่สื่อกลาง

Coddington ได้ให้ความหมายของการโฆษณาไว้ว่า (Coddington.1993:อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538) การโฆษณา (Advertising) หมายถึง รูปแบบค่าใช้จ่ายในการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้บุคคลเกี่ยวกับองค์การ ผลิตภัณฑ์ บริการหรือความคิดโดยผู้อุปถัมภ์ที่ระบุชื่อ

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาได้กล่าวถึงลักษณะของโฆษณา จากความหมายดังกล่าวไว้ดังนี้คือ

- (1) มีการจ่ายเงินเกี่ยวกับสื่อไม่ว่าจะเป็นเวลาหรือเนื้อที่สำหรับข่าวสารการโฆษณา
- (2) เป็นการขายโดยไม่ใช้บุคคล (Nonpersonal selling) หมายถึง การใช้สื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งช่วยให้ข่าวสารกระจายไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก
- (3) เป็นการเสนอขายต่อชุมชน (Public presentation) ในที่นี้หมายถึงการโฆษณาโดยมีกลุ่มผู้ฟังจำนวนมาก
- (4) เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร (Pervasiveness) กล่าวคือ ผู้ให้ข่าวสารได้กระจายข่าวสารไปยังกลุ่มผู้ฟังอย่างกว้างขวางและซ้ำแล้วซ้ำอีก เครื่องมือการโฆษณาเป็นเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ถือว่ามีความสำคัญ และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ประเภทอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ดีที่สุด

การโฆษณาเพื่อสิ่งแวดล้อม(Environmental Advertisement) หมายถึง วิธีการในการกำหนดกลุ่มผู้รับข่าวสารที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม กำหนดโครงสร้างข่าวสารและกำหนดสื่อที่ใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ด้านสื่อในการติดต่อสื่อสาร

การเผยแพร่ข่าว (Publicity)หมายถึง การให้ข้อมูล หรือข่าวสารเกี่ยวกับบุคคล ผลิตภัณฑ์ หรือบริการซึ่งจะปรากฏเป็นข่าวอยู่ในสื่อต่างๆ

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) Fill (Fill:1995:อ้างในดารา ธีปะปาล:2541)ได้ให้ความหมายไว้ว่า การประชาสัมพันธ์ เป็นการปฏิบัติการอย่างมีแบบแผน และเป็นความพยายามที่เสริมสร้าง และธำรงรักษาไว้ซึ่งค่าความนิยม และความเข้าใจที่ดีซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรกับชุมชน

การโฆษณาบริษัท (Corporate advertising)หรือเรียกอีกอย่างคือ “การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์” (public relations advertising) หรือ “การโฆษณาสถาบัน” (institutional advertising)

การโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ เป็นการนำข้อได้เปรียบหรือข้อดีของการโฆษณา กับการประชาสัมพันธ์มาใช้ร่วมกัน เพื่อเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ให้เกิดผลดีมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การสื่อสารข่าวสารผ่านการประชาสัมพันธ์ มีข้อดีคือได้รับความน่าเชื่อถือสูง แต่มีข้อเสียหรือข้อจำกัดที่ไม่สามารถควบคุมข่าวสารได้มากนัก ในขณะที่การโฆษณาสามารถควบคุมข่าวสาร และการเผยแพร่ได้เต็มที่ แต่มีข้อเสียที่ได้รับความเชื่อถือในข่าวสารโดยปกติค่อนข้างต่ำ การโฆษณาบริษัทหรือการโฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์ จึงเป็นการนำเอาส่วนดีที่สุดของการโฆษณา มารวมกับส่วนดีที่สุดของการประชาสัมพันธ์นั่นเอง(ดารา ธีปะปาล :2541อ้างแล้ว)

การโฆษณาบริษัท แท้จริงแล้วมีหน้าที่เป็นส่วนขยายเพิ่มเติมของการประชาสัมพันธ์ ซึ่งอาจเป็นการปรับปรุงส่งเสริม หรือรักษาภาพลักษณ์ให้เกิดความรู้สึกที่ดีในสายตาของชุมชน จึงเห็นได้ว่าไม่ได้มีจุดมุ่งเน้นที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ

จากการศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนสามารถสรุปได้ดังนี้คือ ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงเรื่องใดเรื่องหนึ่งนั้น ต้องมีการใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้รับสาร นอกจากสื่อมวลชนจะเป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารแล้ว สื่อมวลชนยังทำหน้าที่ในการให้การศึกษา และปลูกฝังขัดเกลาทางสังคมอีกด้วย และในการใช้สื่อมวลชนในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงานก็เป็นการให้ความรู้ในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน และเมื่อผู้รับสารได้ความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน โอกาสที่ผู้รับสารจะเกิดความตระหนักและมีการนำไปปฏิบัติก็สามารถที่จะเกิดขึ้นได้ ทำให้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ผ่านทางสื่อมวลชนเกิดความสัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.5.7. วรรณกรรมปริทัศน์

จากการศึกษาค้นคว้า พบว่า ได้มีผู้ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่อง การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนี้

ความรู้ความเข้าใจในและความตระหนักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

จันทร์สม แสงทอง(2539)ได้ทำการศึกษาถึงความคิดเห็นในการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า ที่ใช้ใน ชีวิตประจำวันของพนักงานในองค์กรเอกชน พบว่า พนักงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมด เห็นด้วยกับ การอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันและควรส่งเสริมให้มีสิ่งแวดล้อมศึกษาในเรื่องการอนุรักษ์ พลังงานตั้งแต่เด็ก ข้าราชการควรเป็นตัวอย่างที่ดีให้ประชาชนในเรื่องนี้ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้าผ่านสื่อต่างๆ ควรมีหลายรูปแบบและอย่างสม่ำเสมอ

เอี่ยมพร สายเสนา (2538)ได้ทำการวิจัยเรื่อง"ความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของนักเรียน ชั้น มัธยมศึกษาปีที่6 ที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดอำนาจเจริญ พบว่า ระดับความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางกับระดับทัศนคติต่อ ปัญหาสิ่งแวดล้อม และตัวแปรด้านแผนการเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ ปัญหา สิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติของนักเรียนที่มีต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม อย่างมีนัยสำคัญ ทาง สถิติ 0.05

ลัดดาวัลย์ พอใจ (2536) ได้ทำการวิจัยเรื่อง " การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช"เพื่อ ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ ประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ โดยใช้แบบสอบถามจากประชาชนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300คน ผลการวิจัย พบว่า

- พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูลย์
- พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความ ตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ ในระดับต่ำ
- ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ ในระดับต่ำ
- ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ ในระดับปานกลาง
- ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วน ร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูลย์ ในระดับต่ำ

สุวารีย์ วงศ์วัฒนา(2535)ได้ทำการวิจัยเรื่อง"พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความรู้ ความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้คือ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนชาวแพ จังหวัดพิษณุโลก จากกาวิจัยพบว่า

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีความตระหนักและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับน้อย
- พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักและการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

จากงานวิจัยเกี่ยวข้องกับ ความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์พลังงาน สรุปได้ดังนี้ ระดับความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงานความรู้ในเรื่องสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับความตระหนัก และความรู้ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงานในระดับต่ำ ส่วนในด้านการอนุรักษ์พลังงานนั้น มีความเห็นว่าการส่งเสริมในการอนุรักษ์พลังงานตั้งแต่เด็กและควรมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

การเปิดรับข่าวสารการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว (2536) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร และความสัมพันธ์ระหว่างระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมของประชาชน มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษามีจำนวน 319 คน พบว่า

- ประชาชนส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อม จากสื่อมวลชนและสื่อโทรทัศน์ ในระดับปานกลาง มีความรู้ ความตระหนัก และมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

- ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ ในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
- ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม รักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

นฤมล โรหิตจันทร์ (2533) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของสื่อประชาสัมพันธ์ต่อความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับโครงการรักเจ้าพระยากับตาวีเศษของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร"พบว่า การเปิดรับสื่อจากสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ และเสื่อยืดซึ่งมีสัญลักษณ์ของโครงการนั้นมีความสัมพันธ์กับ ความรู้ของประชาชน และยังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์ใน โครงการ

สุชาติ เมธีคุณากรณ์ (2536) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การศึกษาการรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อ การไม่สูบบุหรี่ของเยาวชน :ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกชมรมเยาวชนปลอดสารนิโคตินมอชาวบ้าน" มีวัตถุประสงค์ดังนี้คือ

- 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของสมาชิก
- 2) ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่
- 3) ความคิดเห็นต่อการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่
- 4) พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่
- 5) ความคิดเห็นต่อสื่อของชมรมเยาวชนปลอดสาร และ การนำข่าวสารที่ได้ไปใช้ให้ เกิดประโยชน์

โดยได้ทำการศึกษาเฉพาะสมาชิกชมรมเยาวชนปลอดสาร ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้น 1-3 ทั่วประเทศจำนวน 240 คน พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุดโดยชมโทรทัศน์วันละ 2-4 ชั่วโมง
- กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง
- ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์กับ ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ พบว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องบุหรี่ แต่ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารการรณรงค์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

บำรุง สุขพรรณ (2526) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "บทบาทของสื่อมวลชนในการเผยแพร่แนวคิดกรรมปลูกฝังความรักชาติ ความสามัคคี ส่งเสริมความสำนึก ความมีระเบียบวินัยและปลูกฝังค่านิยมพึงประสงค์ต่อเยาวชนไทย" พบว่า เด็กมีความสนใจข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด

พิมลพรรณ สุทธิวงศ์ (2536) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "การรับทราบข่าวสารจากสื่อมวลชน กับการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน จิตสำนึก และการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า พฤติกรรมการรับทราบข่าวสารการรณรงค์จากสื่อมวลชน ไม่มีความสัมพันธ์กับจิตสำนึกในการใช้น้ำอย่างประหยัดและยังไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการใช้น้ำอย่างประหยัด

อารยา ศุภุทธมงคล (2534) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร" โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้คือเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและประสิทธิผลของโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ในการทำให้ประชาชนในกรุงเทพมหานครเกิดความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมและเกิดความร่วมมือในการแก้ไขป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 320 คน พบว่าประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจากโทรทัศน์ โดยการเปิดรับด้วยความถี่บ่อยครั้ง

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ของประชาชนพบว่าแตกต่างกันตามระดับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 รูปแบบของข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่ประชาชนเปิดรับมากที่สุด (ร้อยละ 27.2) คือโฆษณาทางโทรทัศน์

ประชาชนที่เปิดรับและสนใจโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจะมีความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อมและมีแนวโน้มที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อการแก้ไข ป้องกัน และรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารในการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง รวมถึงมีระดับความรู้และความตระหนักในระดับปานกลางเช่นกัน รูปแบบของข่าวสารสิ่งแวดล้อมที่ประชาชนเปิดรับมากที่สุดคือ ภาพยนตร์โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ และประชาชนที่เปิดรับและมีความสนใจในโฆษณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมจะมีความตระหนักในปัญหาสิ่งแวดล้อม

1.6 นิยามศัพท์

เยาวชน หมายถึง เด็กวัยรุ่นตอนต้นอายุระหว่าง 12-15 ปี ในการศึกษาครั้งนี้เป็นเด็กนักเรียนที่กำลังศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 จากโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยและโรงเรียนลำปางกัลยาณี

ความตระหนักในโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน หมายถึง เมื่อเยาวชนได้รับชมชิ้นงานภาพยนตร์โฆษณาประชาสัมพันธ์การอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชนแล้วเกิดความรู้สึกที่จะปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน เช่น การประหยัดไฟฟ้า การประหยัดน้ำ การประหยัดน้ำมัน ของนักเรียนในโรงเรียนสังกัดกองการมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ คือโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย และโรงเรียนลำปางกัลยาณี ซึ่งวัดได้จากคะแนนทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ระดับความสนใจในภาพยนตร์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน หมายถึง ลักษณะความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากภาพยนตร์โฆษณาของเยาวชนในการอนุรักษ์พลังงาน เช่น การได้ฟัง การได้ดู การเข้าใจและการจำได้ถึงเนื้อหาในโฆษณาที่รณรงค์ให้ประหยัดไฟฟ้า ประหยัดน้ำ และประหยัดน้ำมันจากโฆษณาการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงานของโครงการรวมพลังหารสองซึ่งวัดได้จากคะแนนทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ระดับการจำได้ในภาพยนตร์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน หมายถึง เมื่อเยาวชนดูภาพยนตร์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงานแล้วมีความจำได้ในเนื้อหา ข้อความ และภาพที่ได้นำเสนอทางภาพยนตร์โฆษณาซึ่งวัดได้จากคะแนนทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ระดับความเข้าใจในภาพยนตร์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน หมายถึง เมื่อเยาวชนดูภาพยนตร์โฆษณาการอนุรักษ์พลังงานแล้วมีความเข้าใจในเนื้อหา ข้อความ และภาพที่ได้นำเสนอทางภาพยนตร์โฆษณาซึ่งวัดได้จากคะแนนทดสอบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

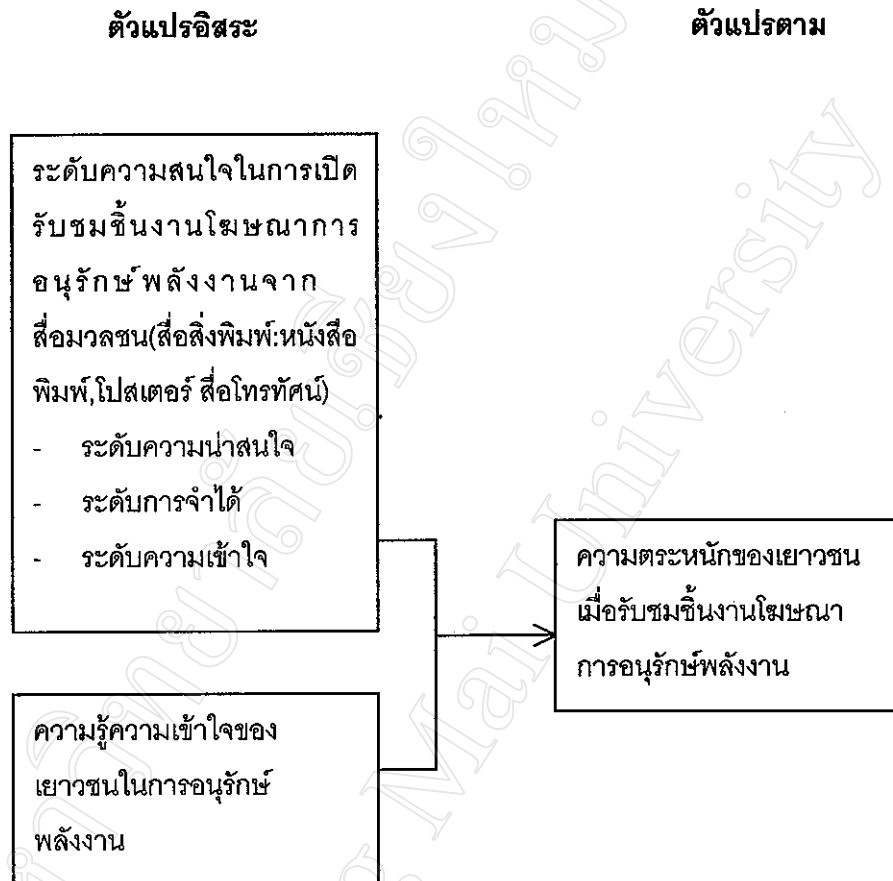
สื่อมวลชน หมายถึง ตัวกลางที่เป็นเครื่องมือในการส่งสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติในการเผยแพร่กระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและไปยังกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมากในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภท โปสเตอร์ หนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์

การอนุรักษ์พลังงาน หมายถึง การประหยัดน้ำมัน การประหยัดไฟฟ้า และการประหยัดน้ำ

ความรู้เรื่องการอนุรักษ์พลังงาน หมายถึง ข้อเท็จจริง ความจำ รายละเอียดและข้อมูลที่ไดจากการเรียนรู้รวมถึงประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน ได้แก่ ความรู้ในการประหยัดน้ำมัน ประหยัดไฟฟ้า ประหยัดน้ำซึ่งวัดได้จากคะแนนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

โฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน หมายถึง ชิ้นงานโฆษณารวมพลังหารสอง ที่นำเสนอในเรื่องการรณรงค์ให้อนุรักษ์พลังงาน เช่น การประหยัดน้ำมัน ประหยัดไฟฟ้าและประหยัดน้ำ ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ และได้เผยแพร่ทางสื่อมวลชนในรูปของโฆษณาทางโทรทัศน์ และโฆษณาต่างสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

1.7 กรอบแนวความคิดในการศึกษา



แผนภูมิที่ 1.5 แสดงกรอบแนวความคิดในการศึกษา

1.8 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาถึงความตระหนักของเยาวชนในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน เมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน รวมถึงความรู้ความเข้าใจของเยาวชนในเรื่องการอนุรักษ์พลังงาน โดยศึกษาเยาวชนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยและโรงเรียนลำปางกัลยาณี ในเขตเทศบาล อ.เมือง จ. ลำปาง มีวิธีในการวิจัยดังต่อไปนี้

- 1.8.1 รูปแบบการวิจัย
- 1.8.2 ประชากร
- 1.8.3 การสุ่มตัวอย่าง
- 1.8.4 แหล่งข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.8.5 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.8.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.8.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อศึกษาความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน ในที่นี้คือ สื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ ไปสเตอร์ หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์

1.8.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น(มัธยมศึกษาปีที่ 1) ในเขตพื้นที่จังหวัดลำปาง ประกอบด้วยโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยจำนวน 818คนและโรงเรียนลำปางกัลยาณี จำนวน 636คน รวมจำนวนทั้งหมด 1,454 คน

1.8.3 การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - stage random sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

- ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 2 โรงเรียน
- ขั้นที่ 2 คำนวณหากกลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด โดยใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) กำหนดความคลาดเคลื่อนในกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 0.05

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{1,454}{1 + 1,454(0.05)^2}$$

$$n = 314$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน ขนาดของประชากร
 e แทน ค่าความคลาดเคลื่อน

- ชั้นที่ 3 สุ่มตัวอย่างแบบ Simple random sampling เพื่อให้ได้ห้องเรียน 3 ห้องเรียน จากทั้งสองโรงเรียนรวมทั้งหมด 6 ห้องเรียน และเพื่อให้มีกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 314 คน ตามที่ต้องการจึงจำเป็นต้องจับสลากคัดกลุ่มตัวอย่างออกจำนวน 8 คน จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 322 คน

เริ่มจากโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย มีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 แบ่งเป็นจำนวนห้องเรียน 16 ห้อง จากนั้นเขียนสลากตัวเลขตามจำนวนห้องเรียน แล้วทำการสุ่มจับสลากออกมาจำนวน 3 ห้องเรียน คือห้อง ม.1/10 ม.1/11 และ ม.1/16 ซึ่งในแต่ละห้องมีจำนวนนักเรียน 52-55คน

ตารางที่ 1.1 แสดงการสุ่มตัวอย่างการวิจัย ชั้นที่ 1

ชั้น	ม.1/10		ม.1/11		ม.1/16		รวม	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
บุญวาทย์วิทยาลัย	30	25	28	27	32	23	90	75
รวมทั้งหมด	165							

ในส่วนของโรงเรียนลำปางกัลยาณีมีจำนวนห้องเรียน 12 ห้อง แต่ละห้องมีจำนวนนักเรียน 52-55 คน จากนั้นดำเนินการวิธีเดียวกันกับโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยโดยการเขียนสลากตัวเลขตามจำนวนห้องเรียนและทำการสุ่มจับสลากเลือกห้องเรียนออกมาจำนวน 3 ห้องเรียน คือห้อง ม.1/8 ม.1/9 และ ม.1/11

ตารางที่ 1.2 แสดงการสุ่มตัวอย่างการวิจัย ชั้นที่ 2

ชั้น	ม.1/8		ม.1/9		ม.1/11		รวม	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
ลำปางกัลยาณี	19	34	20	32	20	32	59	98
รวมทั้งหมด	157							

เนื่องจากจำนวนนักเรียนที่ได้รวมกันทั้ง 3 ห้องเรียนของโรงเรียนบุญวาทย์มีจำนวนทั้งหมด 165 คนและโรงเรียนลำปางกัลยาณีมีจำนวนทั้งหมด 157 คนรวมทั้งสองโรงเรียนจึงมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 322 คน แต่เนื่องด้วยกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการนั้นมีจำนวน 314 คนจึงจำเป็นที่จะต้องทำการคัดออกจำนวน 8 คน และเนื่องจากโรงเรียนบุญวาทย์มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างมากกว่าโรงเรียนลำปางกัลยาณีจึงจำเป็นจะต้องคัดกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนบุญวาทย์ออกเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 157 คนเท่ากับโรงเรียนลำปางกัลยาณี วิธีการคือทำสลากจำนวน 165 คนตามหมายเลขที่เขียนไว้บนแบบสอบถาม จากนั้นก็จับสลากออกมาจำนวน 8 ใบที่เหลือ 157 คนก็จะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ เมื่อรวมกับกลุ่มตัวอย่างจากโรงเรียนลำปางกัลยาณี ก็จะได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 314 คน

ตารางที่ 1.3 แสดงการสุ่มตัวอย่างการวิจัย ชั้นที่ 3

โรงเรียน	บุญวาทย์วิทยาลัย		ลำปางกัลยาณี		เพศ	
	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง
จำนวน	157		157		147	167
เพศ	ชาย	หญิง	ชาย	หญิง		
	88	69	59	98		
รวม	314				314	

1.8.4 แหล่งข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

ข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ จากการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง 314 คน จากนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยและ โรงเรียนลำปางกัลยาณีในเขตพื้นที่เทศบาล อ.เมือง จ. ลำปาง

ขอบเขตการศึกษา ประกอบด้วย

- ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัว
- ข้อมูลด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน
- ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสนใจในการเปิดรับสื่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน
- ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน
- ข้อมูลด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน

- หนังสือและเอกสารเกี่ยวกับโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานต่างๆ
- งานวิจัยที่มีแนวคิดเกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้

ขอบเขตของสื่อโฆษณาที่ได้นำมาศึกษาได้กำหนดขึ้นโฆษณาที่นำมาเป็นตัวอย่างดังนี้คือ โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์มี 2 ชุด มีเนื้อหาเกี่ยวกับการประหยัดน้ำมันโดยวิธีการ คาร์พูล (Car Pool) ทั้งสองชุด

จากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ มี 3 ชุด ชุดที่ 1 เกี่ยวกับการประหยัดน้ำมันโดยวิธีการ คาร์พูล (Car Pool) ชุดที่ 2 การประหยัดของแม่บ้าน ชุดที่ 3 เป็นการรวมวิธีการประหยัดพลังงาน

โฆษณาจากสื่อโทรทัศน์แบ่งออกเป็น 4 ชุด ชุดที่ 1 ชื่อชุดกุมารทอง ชุดที่ 2 ชื่อชุด แห่เทพ โพธิ์งาม ชุดที่ 3 ชื่อชุด อามิ่ง ป.ป.ลว และชุดที่ 4 ชื่อชุด คาร์พูล สะพานควาย

ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าในเรื่องการอนุรักษ์พลังงานประเภท น้ำ น้ำมันและไฟฟ้า และศึกษาเกี่ยวกับสื่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน รวมถึงความสำคัญของการอนุรักษ์พลังงานจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ในลักษณะเอกสาร บทความ จากหน่วยงานของรัฐบาลและเอกชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามที่มีโครงสร้างรายละเอียดของคำถามที่ระบุคำตอบชัดเจนและเป็นแบบสอบถามแบบเปิด โดยการสอบถามกลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคลแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง

- ข้อมูลพื้นฐานของประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และโรงเรียน
- ข้อมูลเกี่ยวกับครอบครัว ได้แก่ การพักอาศัย รายได้ของบิดา - มารดา ระดับการศึกษาและอาชีพของบิดา-มารดา

ลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check list) และเป็นคำถามแบบเปิด (Open-ended question)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน

เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับแนวคิดด้านความรู้ความเข้าใจในเรื่องพลังงานและการอนุรักษ์พลังงานเป็นความรู้พื้นฐานทั่วไปของกลุ่มเยาวชนที่มีต่อพลังงานและการอนุรักษ์พลังงาน โดยสร้างในรูปแบบของตาราง มีข้อความคำถามทั้งหมด 20 ข้อความ ซึ่งมีคำตอบให้เลือกอยู่ 3 ลักษณะคือ ใช่ ไม่ใช่ และไม่แน่ใจ โดยให้เช็คเครื่องหมายถูกในข้อความที่ถูก

โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

คำตอบที่ถูกต้อง	ให้คะแนน	1	คะแนน
คำตอบผิด	ให้คะแนน	0	คะแนน

เกณฑ์ในการแบ่งระดับความรู้ความเข้าใจมีดังนี้

ต่ำกว่า 9 คะแนน	หมายถึง	กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจน้อย
9 - 14 คะแนน	หมายถึง	กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจปานกลาง
15 - 20 คะแนน	หมายถึง	กลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจมาก

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน รวมถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเปิดรับสื่อโฆษณาได้แก่ ระดับความน่าสนใจ การเคยรับชมสื่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน การจำได้ และความเข้าใจในโฆษณาแต่ละชิ้น โดยแยกตามประเภทของสื่อมวลชนดังนี้

- สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภท โปสเตอร์
- สื่อสิ่งพิมพ์ ประเภท หนังสือพิมพ์
- สื่อโทรทัศน์

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ช่วงในช่วงแรกเป็นแบบคำถามให้เลือกตอบ (Check list) เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน

ช่วงที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการเปิดรับชมสื่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน "รวมพลังหารสอง" โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าของ Likert โดยกำหนดเกณฑ์น้ำหนักคะแนนการตอบตามวิธี Arbitrary Weighting Method (คะแนน 5 = มากที่สุด, คะแนน 4 = มาก, คะแนน 3 = ปานกลาง, คะแนน 2 = น้อย, คะแนน 1 = น้อยที่สุด)

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความตระหนักของเยาวชนเกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงานเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน

เป็นแบบสอบถามที่มีข้อความในการวัดความตระหนักของเยาวชนเมื่อรับชมชิ้นงานโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน "รวมพลังหารสอง" โดยสร้างในรูปของตาราง แบบเลือกตอบ ข้อความในตารางมีทั้งข้อความในเชิงบวกและข้อความในเชิงลบ เรียงกันตามลำดับ ซึ่งจะวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์ในการให้คะแนนแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ข้อความเชิงบวก

เคยเป็นประจำ	ให้คะแนน	2
เคยนานๆครั้ง	ให้คะแนน	1
ไม่เคย	ให้คะแนน	0

ข้อความเชิงลบ

เคยเป็นประจำ	ให้คะแนน	0
เคยนานๆครั้ง	ให้คะแนน	1
ไม่เคย	ให้คะแนน	2

เกณฑ์การแบ่งคะแนนวัดระดับความตระหนักมีดังนี้

ต่ำกว่า 15	คะแนน	หมายถึง กลุ่มที่มีความตระหนักน้อย
16 - 30	คะแนน	หมายถึง กลุ่มที่มีความตระหนักปานกลาง
31 - 40	คะแนน	หมายถึง กลุ่มที่มีความตระหนักมาก

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของเยาวชนที่มีต่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานจากสื่อมวลชน

- คำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานในสื่อแต่ละประเภท
- คำถามความคิดเห็นของเยาวชนต่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานและการอนุรักษ์พลังงานด้วยคำถามแบบเปิด(Open-ended question)

ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับโฆษณาการอนุรักษ์พลังงานในสื่อแต่ละประเภท มีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนของ โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่าของ Likert โดยกำหนดเกณฑ์น้ำหนักคะแนนการตอบตามวิธี Arbitrary Weighting Method (คะแนน 5 = มากที่สุด, คะแนน 4 = มาก, คะแนน 3 = ปานกลาง, คะแนน 2 = น้อย, คะแนน 1 = น้อยที่สุด)

1.8.5 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 1) ขอข้อมูลกลุ่มประชากรตัวอย่างซึ่งเป็นเด็กนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ปีการศึกษา 2542 จากโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัย และโรงเรียนลำปางกัลยาณี เพื่อจะได้ทราบจำนวนที่ชัดเจน
- 2) ทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลทำวิจัยจากบัณฑิตศึกษาศถานมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ถึงผู้อำนวยการโรงเรียนบุญวาทย์วิทยาลัยและผู้อำนวยการโรงเรียนลำปางกัลยาณี
- 3) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองพร้อมกับผู้ช่วยอีกหนึ่งคน โดยทำการแจกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างตามวิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ให้กับนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง ในขณะที่นักเรียนได้ลงมือทำแบบสอบถามผู้วิจัยและผู้ช่วยได้เป็นผู้ควบคุมการกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง

เพื่อจะได้ข้อมูลที่แท้จริง เมื่อรับแบบสอบถามคืนจากนักเรียน ก็จะมีการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อน เพื่อตรวจสอบดูว่าได้ทำแบบสอบถามครบหมดทุกข้อหรือไม่ จากนั้นก็รวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด นับจำนวนชุดและตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้ง

1.8.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำมาจัดระเบียบ ลงรหัส และทำการบันทึกข้อมูลลงใน Diskette เพื่อทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS for Windows) ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการและมีการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีการทางสถิติ ดังนี้

- 1) วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานด้วยสถิติบรรยาย และนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation, S.D.) การกระจายแบบร้อยละ (Percentage) เพื่อบรรยายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเยาวชนที่ศึกษา ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์พลังงาน การเปิดรับสื่อโฆษณาการอนุรักษ์พลังงาน ความตระหนักในการอนุรักษ์พลังงาน และความคิดเห็นของเยาวชน
- 2) การทดสอบสมมุติฐาน โดยการคำนวณหาค่าสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way Analysis Of Variance : ANOVA) และ ไค-สแควร์ (Chi-square)