

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการประเมินผลสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารด้านงานพัฒนาของคณะกรรมการส่งเสริมและเผยแพร่งานพัฒนา ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

#### 1. การสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศ

สภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้ความสำคัญการพัฒนาประเทศว่า เป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนเป็นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมนั้น เพื่อให้มีระดับคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น และในกระบวนการเปลี่ยนแปลงสังคม นั้นจะมีการสื่อสารหรือการเผยแพร่เป็นองค์ประกอบ นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงสังคมไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใดจะต้องมีการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

ดังนั้น การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจึง หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสารที่เป็นสิ่งใหม่ ความคิดใหม่ หรือนวัตกรรม จากผู้ส่งสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) หรือทัศนคติ (Attitude) และเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมที่สังเกตเห็นได้ (Overt Behavior or Practice) ของผู้รับสาร (E.M Rogers, 1971 : 12-13)

Wilbur Schramm (อ้างในเสถียร เชษประทีป, 2531 : 91)

กล่าวว่า การสื่อสารจะต้องมีบาทสำคัญอย่างยิ่งในการก่อให้เกิดการปฏิวัติทางสังคมที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในทุกยุคทุกสมัย นั่นคือ การปฏิวัติเพื่อขจัดระบบเศรษฐกิจและสังคมของประชาชนที่ด้อยพัฒนาจำนวน 2 ใน 3 ของประชากรโลก ที่กล่าวนี้มิได้หมายความว่า การสื่อสารแต่เพียงอย่างเดียวจะสามารถก่อให้เกิดการปฏิวัติทางสังคมที่ยิ่งใหญ่นี้ได้ ถ้าปราศจากการตัดสินใจที่จะพัฒนาของผู้นำประเทศ ประชากร ทวีปชากรที่มีจำนวนเพียงพอ และแหล่งเงินทุนแล้ว ระบบการสื่อสารที่ประสิทธิภาพที่สุดในโลกก็ไม่น่าที่จะทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมได้ แต่เราอาจกล่าวด้วยความมั่นใจได้ว่า ถ้าปราศจากระบบการสื่อสารที่ดี การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วตามที่ต้องการก็คงเกิดขึ้นไม่ได้ ส่วน Lerner (อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2530 : 56) ก็ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่าง การสื่อสารกับการพัฒนาไว้อย่างชัดเจนว่าการพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมไม่สามารถดำเนินไปได้ ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอจาก เครือข่ายของการสื่อสารด้วยเหตุนี้ ถ้ามีการนำการสื่อสารมาใช้ให้ถูกต้องและเพียงพอแล้ว ก็จะสามารถส่งเสริมการพัฒนาของประเทศได้มาก อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นทั้งดัชนีของการพัฒนาและเครื่องมือ หรือวิธีการของการพัฒนาสังคม

สำหรับหน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนานั้น การสื่อสารจะทำหน้าที่ 3 ประการ ดังนี้ (ประมะ สตะเวทิน, 2529 : 147-149)

1. ทำหน้าที่ของการให้ข่าวสาร โดยเป็นการเน้น ช้า หรือเป็นการแสดงบทบาทในการให้ข่าวสาร ในลักษณะของการสร้างบรรยากาศของการพัฒนา เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความรู้สึก เกิดความทะเยอทะยาน เกิดความต้องการการเปลี่ยนแปลง ข่าวสารที่เสนอจึงเป็นเรื่องของการพัฒนา เช่น ข่าวหรือภาพของสังคมอื่นที่เจริญกว่า เป็นต้น เมื่อประชาชนรับข่าวสารแล้วก็จะเกิดการเปรียบเทียบกับตนเอง

2. หน้าที่ในการชักจูงใจ บทบาทของการสื่อสารในหน้าที่นี้จะแตกต่างจากสภาวะปกติของสังคม นั่นคือ เป็นหน้าที่ในสภาวะของการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นบทบาทของการสื่อสารจึงเป็นการชักจูงใจที่มุ่งไปสู่ เรื่องของการพัฒนา โดยสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมากจะช่วยชี้แนะ แสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการ แผนงานที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา เป็นประโยชน์ต่อชุมชนในลักษณะของการชักจูงแนะนำ ให้ประชาชนเห็นชอบ เห็นตาม เห็นประโยชน์ของการยอมรับเอาแผนงานการพัฒนาไปใช้ การชักจูงใจนี้มีความหมายในขั้นสุดท้ายคือ ให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างจริงจัง ซึ่งถือเป็นขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีความสำคัญ

3. หน้าที่ในการให้ความรู้และการศึกษา เมื่อประชาชนมีความทะเยอทะยาน อหิวามีวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นหลังจากได้รับข่าวสารแล้ว การสื่อสารจะต้องสอนให้คนมีความรู้ ความสามารถ ในอันที่จะปรับตัวให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนไปได้และเมื่อประชาชนเกิดการเรียนรู้แล้วจะเกิดการปฏิบัติ

## 2. สื่อเพื่อการพัฒนา

สื่อ (Channel or Medium) เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ หากปราศจากสื่อหรือช่องทางแห่งการสื่อสารแล้ว ข่าวสาร (Message) ก็ไม่อาจถึงผู้รับได้ (สื่อนั้น บัณฑิต, 2520 : 3-4) สื่อแต่ละชนิดจะมีข้อดีและข้อเสียต่างกันไป และจะได้ผลมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อนั้น ๆ กับกลุ่มเป้าหมายและคุณสมบัติของสื่อเอง

สำหรับหน้าที่ของสื่อในการพัฒนานั้น Schramm (อ้างใน จุมพล รอดคำดี, 2532 : 20-23) ได้พูดถึงหน้าที่ของสื่อในกระบวนการพัฒนาประเทศไว้ดังนี้



1. ช่วยทำให้การพัฒนาแพร่กระจายไปอย่างกว้างขวาง โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้นำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาให้ประชาชนรู้จักและทราบว่าผู้อื่นหรือสังคมอื่นเป็นอย่างไร เป็นการช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดี ช่วยทำให้ประชาชนแต่ละสังคมเกิดความรู้สึกเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคนเพื่อให้เกิดความอยากที่จะร่วมมือกัน

2. ช่วยรวมความสนใจของประชาชนไปสู่การพัฒนา โดยสื่อมวลชนเป็นผู้นำสิ่งต่าง ๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจ

3. ยกระดับของความทะเยอทะยานของประชาชน ให้เกิดความที่จะอยู่ดีกินดีหรือแสวงหาชีวิตที่ดีกว่า เพราะการที่คนเรามีความพอใจในสิ่งที่เป็นอย่างอื่นเกินไปก็อาจจะเป็นสาเหตุในการพัฒนาไปได้ช้า

4. ช่วยเปลี่ยนทัศนคติหรือค่านิยมในการปฏิบัติของประชาชนในทางอ้อม เนื่องจากยังไม่มีข้อพิสูจน์ได้ว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ฝังแน่นของประชาชนได้ แต่สื่อมวลชนก็ยังวิพากษ์ในการเปลี่ยนแปลงทางอ้อม กระบวนการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้นต้องอาศัยสื่อบุคคลเป็นสำคัญ

5. เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึงการกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไป โดยมีวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งจะ เป็นผลให้มีการตัดสินใจที่ดีขึ้น

6. ช่วยสร้างสภาพภาพของบุคคล การที่สื่อมวลชนยกย่องหรือพูดถึงบุคคลใดบุคคลหนึ่งอยู่เสมอ เท่ากับเป็นการสร้างความสนใจให้เกิดแก่บุคคล ซึ่งบุคคลนั้นอาจจะกลายเป็นผู้นำในการพัฒนาประเทศต่อไปได้

7. ทำให้นโยบายการพัฒนาได้รับการพูดถึงอย่างแพร่หลาย โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้ช่วยถ่ายทอด หรือขยายข้อความที่เกี่ยวกับการพัฒนาไปอย่างกว้างขวาง แล้วประชาชนก็ย่อมจะแสดงความเข้าใจและพร้อมที่จะปฏิบัติตามได้ง่าย

8. ทำให้เกิดบรรทัดฐานของสังคม สิ่งใดก็ตามที่ถือว่าเป็นการกระทำที่ผิดแปลกไปจากบรรทัดฐานของสังคม ถ้ายังไม่มีหรือนำมาตีแผ่กันในหมู่

ประชาชนอย่างกว้างขวางแล้ว ทุกคนในสังคมก็ดูเหมือนว่าจะมีปฏิกิริยาคัดค้านหรือแสดงความไม่เห็นด้วยอยู่ในใจเท่านั้น แต่เมื่อสิ่งเหล่านี้ถูกนำมาตีแผ่สู่สาธารณชนแล้วก็จะทำให้เกิดการคัดค้านอย่างออกหน้าออกตา ซึ่งเท่ากับว่าสื่อมวลชนได้ช่วยสังคมให้อยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้

9. มีผลต่อทัศนคติที่ไม่รุนแรงและค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคง แม้สื่อมวลชนจะไม่สามารถเปลี่ยนทัศนคติที่มีอย่างรุนแรงในเรื่องหนึ่งเรื่องใดได้ แต่สำหรับทัศนคติที่ไม่รุนแรงนั้น ถ้าสื่อมวลชนเสนอแนะแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุผล มีน้ำหนัก ก็อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นได้

10. ช่วยสนับสนุนการมีระบอบที่ดี ในการพัฒนาประเทศ สื่อมวลชนจะเป็นผู้ช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่ถือได้ว่า เป็นการปฏิบัติที่ถูกต้อง การกระทำบางอย่างอาจจะกลายเป็นสิ่งที่ล้าสมัย หรือค่อนข้างจะไม่มีวัฒนธรรม บางสิ่งบางอย่างสามารถบอกได้ว่าสิ่งเหล่านี้คือเอกลักษณ์ของชาติ เพราะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็น "คนไทย" เป็น "ของไทย" เป็นต้น

11. เป็นประโยชน์ในการศึกษาและฝึกอบรมทุกชนิด โดยสื่อมวลชนจะเป็นผู้ที่ให้การศึกษาให้ความรู้แก่ประชาชนในทางอ้อม

นอกจากนี้ Schramm ยังได้ให้ความเห็นในเรื่องนโยบายของการใช้สื่อไว้ว่า ประเทศที่กำลังพัฒนาไม่ควรวิวรอที่จะลงทุนในส่วนที่เป็นการพัฒนาและการใช้สื่อมวลชนที่ได้รับการพิจารณาอย่างดีแล้ว โดยจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมทางด้านวัฒนธรรมและความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม ในการใช้สื่อเพื่อการพัฒนา แม้ว่าจะมีสื่อชนิดต่าง ๆ จะมีความสามารถในการเข้าถึงประชาชนได้เป็นจำนวนมาก แต่ต้องคำนึงถึงด้วยว่าสื่อเหล่านี้ไม่ได้มีประสิทธิผลทั้งหมด โดยเฉพาะในด้านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของปัจเจกบุคคล จากการศึกษาอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อบุคคลของ Klapper (อ้างใน เสถียร เศษประทับ, 2531 : 12-22) ได้สรุปไว้เป็นหลักกว้าง ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถและข้อ



จำกัดของการสื่อสารมวลชน ดังนี้

1. โดยปกติ การสื่อสารมวลชนไม่ใช่สาเหตุที่สำคัญเพียงประการ เพียงที่จะทำให้เกิดผลในผู้รับสาร โดยจะมีปัจจัยที่เป็นตัวกลาง 5 ประการ ซึ่ง มีบทบาทในการลดความสามารถของสื่อมวลชน ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและ พฤติกรรมของผู้รับสาร คือ

1.1 ทัศนคติและความเชื่อที่เป็นอยู่ในขณะนั้นของปัจเจกบุคคล มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนของบุคคลนั้น และต่อการศึกษาว่าสื่อมวลชนจะมีผลหรืออิทธิพลต่อบุคคลนั้นอย่างไร เนื่องจากอิทธิพลของกระบวนการเลือกเปิดรับสาร ตีความสาร และเลือกจำสารของบุคคล ทั้งนี้บุคคล (จะ รู้ตัวหรือไม่ก็ตาม) มีแนวโน้มที่จะเข้าถึงสารที่เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน ถ้าบุคคลต้องเผชิญกับสารที่ตรงกันข้าม หรือเข้ากันไม่ได้ กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน บุคคลนั้นจะไม่สามารถตีความสารนั้น ได้อย่างถูกต้อง หรือจะบิดเบือนสารนั้นเพื่อให้เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน นอกจากนี้ บุคคลยังมีแนวโน้มที่จะลืมสารที่เข้ากันไม่ได้ กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน เร็วกว่าสารที่เข้ากันได้กับความคิด ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน เพราะฉะนั้น บุคคลใดที่มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลง จะเลือกเปิดรับสารที่เข้ากันได้กับแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงของตน

1.2 อิทธิพลของกลุ่มที่แต่ละบุคคลเป็นสมาชิกอยู่ จากการวิจัย กลุ่มเล็กพบว่า ความเห็นของแต่ละบุคคลมักจะเป็นความเห็นของกลุ่มที่ผู้นั้นเป็น สมาชิกอยู่

1.3 อิทธิพลของสมาชิกแต่ละคนในกลุ่ม เนื่องจากแต่ละคนมีความผูกพันกันด้วยสายใยของความเป็นมิตรภาพ ผลประโยชน์ร่วมกัน และความเห็นที่คล้ายกัน

1.4 อิทธิพลของผู้นำความคิดเห็น ผู้นำความคิดเห็นมักจะมีความคิดเห็นในทางที่จะสนับสนุนผู้ตามความคิดเห็น ดังนั้น สิ่งที่ผู้ตามความคิดไม่เห็นด้วย ผู้นำก็จะใช้อิทธิพลของตนทำให้ข่าวสารนั้นไม่น่าเชื่อถือไปด้วย

1.5 อิทธิพลที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ ทำให้สื่อมวลชนไม่สามารถทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่พอใจได้ เพราะอาจทำให้สมาชิกผู้รับสารของตนลดลง ทำให้เสียรายได้ทางการค้า การโฆษณา ฉะนั้น สื่อมวลชนที่มีลักษณะเป็นการค้า จึงมักสนับสนุนความเห็น ความเชื่อ ทศนคติ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วเท่านั้น เป็นการช่วยรักษาสถานภาพเดิมมากกว่าที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเพื่อการพัฒนา

2. อิทธิพลของปัจจัยต่าง ๆ ทำให้การสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ในการเสวิงหรือสนับสนุนความเห็นให้เหมือนเดิม มากกว่าที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือถ้าเกิดการเปลี่ยนแปลงก็จะเป็นการเปลี่ยนแปลงความเห็นเพียงเล็กน้อย และมักเกิดจากเงื่อนไข 3 ประการ คือ

2.1 เมื่อมีความพยายามในการจูงใจไม่มากนัก และไม่ไปกระตุ้นกระบวนการเลือกต่าง ๆ ของบุคคลให้ทำหน้าที่เลือกเปิดรับ เลือกตีความ และเลือกจำสารอย่างเต็มที่

2.2 เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนั้น อยู่ภายในกรอบที่บรรทัดฐานกลุ่มยอมให้เปลี่ยนแปลงได้

2.3 เมื่อแต่ละบุคคลอยู่ภายใต้แรงดันสองอย่าง ที่ตรงข้ามกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะปัจเจกบุคคลมีความเห็น ความเชื่อ หรือทัศนคติสองอย่างซึ่งขัดแย้งกัน หรือเพราะแต่ละบุคคลเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีบรรทัดฐานขัดแย้งกัน

3. ในกรณีที่มีการสื่อสารสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จะเกิดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดในสองอย่าง คือ

3.1 ภายใต้อสถานการณ์หรือเงื่อนไขบางอย่าง ปัจจัยที่เป็นตัวกลางจะไม่ทำหน้าที่อะไรและการสื่อสารมวลชนจะมีอิทธิพล หรือมีผลต่อผู้รับสาร เช่น ในกรณีที่ เป็นปัญหาใหม่จริง ๆ และไม่เกี่ยวข้องกับ ความเชื่อหรือทัศนคติที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

3.2 ปัจจัยที่เป็นตัวกลาง เช่น กระบวนการเลือก กลุ่มบรรทัดฐานของกลุ่ม ผู้นำความคิดและอิทธิพลส่วนบุคคล อาจทำหน้าที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงมากกว่าการเสริมเงื่อนไขที่เป็นอยู่ในขณะนั้น

4. มีสถานการณ์บางอย่างที่การสื่อสารมวลชนดูจะมีผลโดยตรงหรือสามารถทำหน้าที่บางประการในทางจิตวิทยา และทางกายภาพได้ด้วยตัวของมันเอง

5. ประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชน ขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ ของสื่อมวลชน สาร แหล่งสารและสถานการณ์ของการสื่อสาร ภาพพจน์ของแหล่งสารในทัศนะของผู้รับสาร เช่น ความน่าเชื่อถือ ความน่าไว้วางใจ และเกียรติยศชื่อเสียง มีอิทธิพลต่อการจูงใจผู้รับสาร สื่อมวลชนโดยตัวของมันเองสามารถให้สถานภาพแก่ผู้ทำการสื่อสารและแก่นวนคิดที่ถ่ายทอดโดยสื่อ นั้น ในขณะที่สื่อมวลชนแต่ละประเภทต่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน แต่การสื่อสารแบบตัวต่อตัวที่ไม่เป็นทางการได้พิสูจน์ให้เห็นตลอดมาว่า มีประสิทธิภาพในการจูงใจมากกว่าการสื่อสารมวลชนใด ๆ เป็นที่ทราบกันดีว่าเทคนิคในการสื่อสารบางอย่างมีประสิทธิภาพที่แตกต่างกันมาก และความรู้สึกของประชาชนในขณะนั้น ที่มีต่อเนื้อหาของสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสารเพื่อการจูงใจ



จากการที่สื่อแต่ละประเภทต่างมีข้อดีข้อจำกัดแตกต่างกันไป การใช้สื่อแต่ละประเภทจึงต้องพิจารณาถึงการเข้าถึงผู้รับสาร พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสาร ขนาดของผู้รับสาร ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่ประชาชนเปิดรับ สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการเผยแพร่และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ อีกทั้งยังต้องพิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบโต้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร โดยเฉพาะเมื่อเนื้อหาของสารมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสารหรือกระตุ้นความสนใจ ทั้งนี้เพื่อจะได้ใช้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกได้อย่างเหมาะสมที่สุด

อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของการใช้สื่อเพื่อการพัฒนาจะเกิดขึ้นได้เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ก็คือ ปัจจัยในการเสนอข่าวสาร ซึ่งมีการนำเสนอใน 2 ลักษณะ คือ การเสนอสาร 2 ด้าน (Two-Sided Message) และการเสนอสารด้านเดียว (One-Sided Message)

ดังที่ Hovland, Lumsdaine and Sheffield (C.I. Hovland, A.A. Lumsdaine and F.D. Sheffield, 1949 : 201-227) ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิภาพของการเสนอเนื้อหาทั้งสนับสนุนและคัดค้าน (Support and Opposition) สรุปผลได้ว่า ผู้รับสารส่วนใหญ่ชอบที่จะรับสารทั้ง 2 ด้านมากกว่าที่จะรับสารเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่สำหรับผู้รับสารที่มีวาทศิลป์ทางด้านใดด้านหนึ่งอยู่แล้ว การเสนอข่าวสารด้านนั้นด้านเดียวได้ผลดีที่สุด ส่วนผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงชอบที่จะรับข่าวสารทั้ง 2 ด้าน ส่วนการรับข่าวสารใหม่ ๆ ที่ผู้รับสารไม่เคยมีทัศนคติอย่างใดมาก่อน ผู้รับสารที่มีการศึกษาดำจะชอบด้านสนับสนุน (Prosubjects) ส่วนผู้รับสารที่มีการศึกษาสูง การเสนอข่าวสารทั้ง 2 ด้านได้ผลดีที่สุด

ดังนั้น การเสนอข่าวสารด้านเดียวจะ ได้ผลดีก็ต่อเมื่อผู้รับสารมีความคุ้นเคยกับผู้ส่งสาร, เมื่อผู้รับสารไม่มีข้อโต้แย้ง (Counter-Arguments),

เมื่อผู้ส่งสารมีความตั้งใจที่จะชักจูงใจ (Persuade) การเสนอข่าวสาร 2 ด้านจะได้ผลดีต่อเมื่อผู้รับสารไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกชักจูง, เมื่อความเห็นเดิมของผู้รับสารไม่เห็นพ้องด้วยกับผู้ส่งสาร, เมื่อผู้รับสารมีข้อโต้แย้งกับข่าวสารนั้นอยู่แล้ว, เมื่อผู้รับสารมีการศึกษารู้จักเหตุผล และเมื่อผู้ส่งสารต้องการแสดงให้ผู้รับสารเห็นถึงการเสนอข่าวสารที่ตรงไปตรงมาและยุติธรรม อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพของการเสนอข่าวสารด้านเดียว หรือสองด้านนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ของการสื่อสารนั้นด้วย

จากการรายงานผลการประชุมที่เมือง Kingston ประเทศ Jamaica ได้มีการร่วมกันสรุปและวางแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อไว้ว่า (Caribbean Food and Nutrition Institute 1976 : 6)

1. พิจารณาถึงข้อจำกัดและอุปสรรคในการสื่อสารกับผู้รับสาร เช่น การอยู่ในท้องถิ่นห่างไกลความเจริญ ความยากไร้ ความสามารถในการอ่านออกเขียนได้ ตลอดจนลักษณะของสังคมและวัฒนธรรม
2. พิจารณาการเข้าถึงผู้รับสาร พฤติกรรมต่าง ๆ ของผู้รับสาร
3. ขนาดของผู้ฟัง ความน่าเชื่อถือที่มีต่อสื่อที่เลือกเปิดรับ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญต่อการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation) และการยอมรับข่าวสารจากสื่อ
4. พิจารณาถึงปฏิกิริยาตอบโต้ในพฤติกรรมการรับสื่อของผู้รับสาร
5. หากเนื้อหาของสารมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งข่าวสาร (To Inform) หรือกระตุ้นแรงจูงใจ (Reinforce of Motive) พิจารณาว่าจะใช้สื่อใดให้เหมาะสมที่สุด

นอกจากนี้ ฌรงค์ สมพงษ์ (2530 : 72-76) ก็ได้กล่าวถึงการเลือกใช้สื่อในงานส่งเสริมเผยแพร่ไว้ว่า สื่อแต่ละชนิดมีข้อดีและข้อจำกัด และได้เสนอหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกสื่อไว้ ดังนี้



1. กำหนดจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการสื่อสารได้อย่างชัดเจน
2. พิจารณาลักษณะของกลุ่มเป้าหมายว่ามีลักษณะอย่างไร ทางด้านเพศ อายุ สถานะทางเศรษฐกิจ พื้นฐานความรู้ พฤติกรรมของการสื่อสาร
3. ทราบจำนวนหรือขนาดของผู้รับสาร
4. พิจารณาสถานการณ์การใช้สื่อด้านสถานที่ และเครื่องอำนวยความสะดวก
5. พิจารณาทักษะในการสื่อสารของผู้ส่งสาร
6. งบประมาณในการใช้สื่อ

ข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้สามารถนำมาพิจารณาวางแผนการใช้สื่อ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ในการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนานั้น นอกจากจะใช้สื่อมวลชน อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ฯลฯ ซึ่งสามารถนำข่าวสารไปยังผู้รับจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วและกว้างไกล อันเป็นการเผยแพร่ข่าวสารงานพัฒนาให้ประชาชนโดยรวม หน่วยงานหรือองค์กรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับงานพัฒนา ก็ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ที่เป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารให้กลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนวัสดุอุปกรณ์ (Audio Visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ (Printing Media) คุณสมบัติของสื่อเฉพาะกิจ มีดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2528 : 229)

1. สื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องราว สถานที่ ผู้อ่าน สามารถอ่านสื่อเฉพาะกิจได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ที่ติดสื่อไว้
2. สื่อเฉพาะกิจสามารถบรรยายละเอียดของข่าวสารได้ตามที่ผู้ฟังข่าวสารกำหนด นอกจากนี้ยังสามารถสอดใส่ความน่าสนใจ เช่น สี ภาพ

ประกอบได้

3. สื่อเฉพาะกิจมีความคงทนถาวร สามารถเก็บไว้ค้นคว้า อ้างอิง และเผยแพร่ไปยังผู้อื่นได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ในการใช้สื่อเพื่อเผยแพร่ข่าวสารด้านงานพัฒนา นั้น จะต้องคำนึงถึงข้อดีและข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิด ทั้งนี้เพื่อให้การเผยแพร่ข่าวสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด และจะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนไม่สามารถจะนำมาใช้เพื่อเผยแพร่ข่าวสารด้านงานพัฒนาได้โดยลำพัง เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงผู้รับที่ต้องการให้เจาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ ดังนั้น สื่อเฉพาะกิจที่มีคุณลักษณะพิเศษในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ จึงเป็นที่นิยมใช้ในการเผยแพร่ข่าวสารด้านงานพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับงานพัฒนาได้ผลิตสื่อเฉพาะกิจในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เอกสาร จุลสาร จดหมายข่าว แผ่นพับ หรือใบปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ นอกจากนี้ การใช้วีดิโอสเตอร์ตามที่ชุมชนต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิตก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจ เพื่อการเผยแพร่ข่าวสารด้านงานพัฒนาอีกวิธีหนึ่ง

### 3. สื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้ผู้รับเกิดความรู้ ความเข้าใจด้วยภาษาเขียน โดยใช้วัสดุที่เป็นกระดาษพิมพ์ มีรูปลักษณะแตกต่างกัน ได้แก่ หนังสือ นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ฝ่ายนี้ จุลสาร แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ สื่อสิ่งพิมพ์แต่ละอย่างจะแตกต่างกันไปตามลักษณะการนำเสนอ และการนำไปใช้ในกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งในการจัดหมวดหมู่หรือการแบ่งประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2528 : 182)

#### 1. หนังสือพิมพ์ (Newspaper)



2. นิตยสารและวารสาร (Magazine and Journal)
3. หนังสือเล่ม (Books)
4. สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ เช่น โปสเตอร์ (Poster) ป้ายประกาศ (Billboards) เอกสารแผ่นพับ (Folders) ใบปลิว (Leaflets) หนังสือพิมพ์ฝาผนัง (Wallpaper) จุลสาร (Booklets or Pamphlets)

สิ่งพิมพ์เป็นสิ่งที่ใช้ในการสื่อสารที่เก่าแก่ที่สุด มีมาก่อนสื่ออื่น ๆ และยังเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน สิ่งพิมพ์มีข้อดีและข้อเสียในตัวของมันเองดังนี้

#### ข้อดีของสิ่งพิมพ์

1. เป็นสื่อที่มีความคงทน สามารถเก็บได้เป็นเวลานาน
2. ผู้รับสารเมื่อรับสิ่งพิมพ์ไปแล้ว สามารถอ่านและทบทวนได้บ่อยครั้งเท่าที่ต้องการ
3. เป็นสื่อที่สามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง
4. เป็นสื่อที่มีราคาถูก เมื่อผลิตครั้งละจำนวนมาก ๆ

#### ข้อเสียของสิ่งพิมพ์

1. ถ้าจะทำให้ดีต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง
2. ต้องอาศัยความสามารถในการอ่าน นั่นคือ ประชาชนกลุ่มเป้าหมายจะต้องเป็นผู้ที่อ่านออกเขียนได้

#### ลักษณะและประโยชน์ของสิ่งพิมพ์มีดังนี้

1. แผ่นพับ (Folders) เป็นสิ่งพิมพ์แผ่นเดียว พับเป็นตอน ๆ เสนอเนื้อหาทั้ง 2 หน้า บรรจุเนื้อหาได้พอสมควร เหมาะแก่การนำเสนอเนื้อหาเป็นเรื่อง ๆ ที่มีรายละเอียดพอประมาณ หรือใช้เป็นสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์งานหรือโครงการ เหมาะกับผู้มีทักษะในการอ่านไม่สูงมากและมีเวลาน้อย

(สุวิทย์ จุงตระกูลรัตน์, 2532 : 57)

ประโยชน์ของแผ่นพับ เป็นสื่อที่สามารถให้ความรู้ที่ได้ผลดี ซึ่งควรแจกหลังจากที่ได้ให้ความรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งไปแล้ว เพื่อเป็นเครื่องเตือนความจำต่อไป และสามารถใช้เป็นประโยชน์ในการให้ความรู้แก่ประชาชนเป็นกลุ่มใหญ่ เพื่อให้ได้ทราบข่าวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและต้องการให้รู้โดยเร็ว

ข้อดีของแผ่นพับ คือ เข้าถึงประชาชนเป็นรายบุคคล และอาจใช้ประกอบการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไปได้

2. โปสเตอร์ (Poster) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการออกแบบอย่างมีศิลปะ เพื่อให้สะดุดตาหรือประทับใจผู้ดูในช่วงเวลาอันสั้น เนื้อหาที่บรรจุลงไปจะเป็นใจความหลักที่สำคัญ โดยมีรายละเอียดไม่มากนัก และจะมีเรื่องที่สำคัญเพียงประเด็นเดียว เมื่อผู้ดูได้เห็นก็สามารถเข้าใจและจับประเด็นสำคัญได้ทันที เหมาะสำหรับใช้เป็นสื่อเพื่อการรณรงค์ต่อต้านหรือการขอความร่วมมือต่าง ๆ (เชียรศรี วิวิศิริ, 2528 : 169 ; สุวิทย์ จุงตระกูลรัตน์, 2532 : 58)

ประโยชน์ของโปสเตอร์ เป็นสื่อที่สามารถให้ความรู้ได้เป็นอย่างดีและใช้เป็นเครื่องเตือนใจผู้ดูให้ทราบถึงสิ่งที่ควรหรือไม่ควรปฏิบัติ

ข้อดีของโปสเตอร์ คือ เข้าถึงบุคคลเป็นจำนวนมาก ซึ่งควรติดในบริเวณที่มีคนผ่านไปมา หรือในที่ชุมนุมชน

3. หนังสือพิมพ์ฝาผนัง (Wallpaper) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่เสนอเนื้อหาข้อมูลสำหรับประชาชนอย่างง่าย ๆ โดยพิมพ์เพียงด้านเดียว มีภาพประกอบข้อความเพื่อช่วยในการสื่อความหมาย เหมาะกับการนำเสนอเรื่องที่เป็นปัจจุบันและทันสมัยเกี่ยวกับเหตุการณ์ สามารถนำเสนอเนื้อหาเฉพาะเรื่องที่มีรายละเอียดของเนื้อหาไม่มากนักได้อย่างดี (สุวิทย์ จุงตระกูลรัตน์, 2532 : 58)

ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์ฝาผนัง เป็นสื่อที่สามารถให้ความรู้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งนอกจากจะเป็นการให้คำแนะนำและแนวปฏิบัติแล้ว ยังใช้เป็น



เครื่องข้าย่าเตือนความจำแก่ผู้อ่านได้ต่อไป

ข้อดีของหนังสือพิมพ์ฝานึ่ง คือ เหมาะสำหรับให้ความรู้แก่  
ประชาชนทั่วไปเป็นรายบุคคลและกลุ่มเล็ก ๆ

### หลักการผลิตสารในสิ่งพิมพ์

สมควร กวียะ และมาลี บุญศิริพันธ์ (2529 : 43-49) ได้  
กล่าวว่า สารที่ผลิตขึ้นมานั้นต้องสามารถสื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย ต้องมีความน่า  
สนใจ และดึงดูดความสนใจ ซึ่งจะต้องใช้หลักจิตวิทยา ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของบุคคล จะต้องคำนึงว่ามนุษย์ทุกคนมี  
ความแตกต่างกัน และแน่นอนที่สุด คือ ในด้านการเขียนเรื่องราวในสิ่งพิมพ์นั้น  
ก็ไม่สามารถสนองความแตกต่างของทุกคนได้ จึงอาจต้องคำนึงถึงหลักกว้าง ๆ  
เช่น ประเภทของสังคม จะต้องทราบว่ากลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นผู้รับสื่อ นั้นเป็น  
อย่างไร มีชายมากกว่าหญิง หรือมีคนวัยชรามากกว่าเด็ก คือ ต้องคำนึงถึงวัย  
เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและอาจศึกษาถึงความสัมพันธ์ในทางสังคม กล่าวคือ  
อาจจะไม่ต้องเขียนให้ทุกคนอ่าน แต่ศึกษาว่าคนในกลุ่มใดที่จะมีอิทธิพลต่อการ  
กระจายข่าวสารได้ ซึ่งอาจเป็น พระภิกษุ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผสส. เป็นต้น

2. การใช้ประโยชน์ของผู้อ่าน หมายถึง เนื้อหาของสิ่งพิมพ์นั้น  
ผู้อ่านสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

3. ทฤษฎีสันองกลับ ควรให้มีการสนองตอบระหว่างผู้เขียนและ  
ผู้อ่านต่อเนื่องกันอยู่เสมอ

4. ทฤษฎีจิตบำบัด เนื้อหาของสื่ออาจต้องมีลักษณะจิตบำบัดตัวอย่าง  
เป็น เรื่องร้ายแรงที่เกิดขึ้นกับบุคคลอื่น จะทำให้ผู้อ่านเกิดความสบายใจ ชอบ

อ่านเพราะเป็นการชมเชย ทดแทน ปลอดภัย และเป็นการระบายทางจิตใจ ลักษณะเช่นนี้จึงทำให้คนชอบอ่านข่าวหนังสือพิมพ์ เพราะมีข่าวในลักษณะนี้อยู่ด้วย

5. เสรีภาพและความเสมอภาค หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้เขียนหรือส่งเรื่องราวของตนเข้ามาลงในสิ่งพิมพ์ด้วย จึงจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมและสร้างความสนใจในการใช้สื่อ

### การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

การออกแบบเป็นการกำหนดองค์ประกอบต่าง ๆ ลงบนพื้นที่ว่างเปล่า และจัดให้ทุกสิ่งมีความผสมกลมกลืน และสอดคล้องกับเนื้อหาและเป้าหมายของการใช้สื่อสิ่งพิมพ์นั้น ๆ อย่างมีระเบียบ หลักเกณฑ์ทั่วไปของการออกแบบมีดังต่อไปนี้ (วันชัย ศิริชนะ, 2531 : 566-582)

1. สัดส่วน (Proportion) การกำหนดสัดส่วนของรูปแบบของงานที่จะออกแบบ เป็นแนวทางในการจัดวางองค์ประกอบย่อยอื่น ๆ เช่น ข้อความ สัญลักษณ์ หรือภาพประกอบ เพื่อให้มีขนาด สัดส่วนที่พอเหมาะกับองค์ประกอบโดยรวม การกำหนดกรอบของเขตหรือขนาดของสิ่งพิมพ์โดยมีส่วนสูงและความกว้างที่สัมพันธ์กันดี ก็จะทำให้สื่อสิ่งพิมพ์นั้นดูน่าสนใจ

2. ความสมดุล (Balance) หมายถึง การจัดวางตำแหน่งขององค์ประกอบต่าง ๆ ในภาพให้มีน้ำหนักเท่ากัน ทำให้ไม่เกิดความรู้สึกว่าองค์ประกอบของภาพนั้นหนักไปทางใดทางหนึ่ง น้ำหนักของภาพนั้นขึ้นอยู่กับขนาด รูปร่าง ความเต็ม และสี

3. ความแตกต่าง (Contrast) การสื่อข้อความใด ๆ ก็ตาม



ก็จะต้องมีการเน้นให้เห็นความสำคัญของข้อความใดข้อความหนึ่ง มากกว่าข้อความอื่น เพื่อแสดงจุดสำคัญของเรื่อง ซึ่งความคิดที่จะให้มีการเน้นข้อความใดนั้น จะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อจะได้จัดทำได้อย่างถูกต้องตามลักษณะของสื่อที่จะใช้ต่อไป และในทำนองเดียวกันในสื่อสิ่งพิมพ์ก็ต้องมีการเน้นส่วนใดส่วนหนึ่ง เพื่อเร้าความรู้สึกซึ่งอาจทำได้โดยการใช้ขนาด รูปร่าง สี และทิศทางที่แตกต่างไปจากองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบเพื่อทำให้เกิดความเด่นชัด

4. ลีลา (Rhythm) สามารถออกแบบโดยการกำหนดให้มีองค์ประกอบที่มีรูปแบบเดียวกันเพื่อทำให้ผู้อ่านไม่สับสน เพราะมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน และทำให้การดูเป็นไปส่อข้างต่อเนื่องยิ่งขึ้น หรือโดยการใช้เส้นเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงลีลาของภาพว่ามีทิศทางหรือลีลาในการเคลื่อนไหวขององค์ประกอบไปทางทิศใด แต่ทั้งนี้การใช้เส้นจะต้องมีจุดมุ่งหมายของการเคลื่อนที่ของความสนใจให้ชัดเจน จากองค์ประกอบหนึ่งไปยังอีกองค์ประกอบหนึ่ง เพื่อเน้นความสำคัญของข้อความ

5. ความมีเอกภาพ (Unity) องค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบที่นำมาใช้ในการออกแบบอาจมีความแตกต่างกันออกไป แต่เมื่อนำมาประกอบกันเข้าเป็นภาพรวมแล้วจะต้องมีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน และต่อจุดประสงค์ร่วมของการออกแบบทั้งหมด เพื่อมุ่งให้เกิดผลอย่างเดียวกัน หรือมีเอกภาพขึ้นในการออกแบบ ถ้าขาดเอกภาพแล้ว ย่อมไม่สามารถแสดงให้เห็นจุดมุ่งหมายของการออกแบบให้เห็นได้อย่างเด่นชัดว่ามุ่งให้เกิดผลอย่างไร

6. ความผสมกลมกลืน (Harmony) การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์นั้นผู้ออกแบบจะต้องจัดองค์ประกอบของภาพให้มีความผสมกลมกลืนกัน และได้ผลตามความต้องการหลัก 2 ประการ คือ

#### 6.1 รูปแบบที่ออกมาจะต้องสะดุดตาผู้ชม และ

6.2 ในขณะที่เดียวกันภาพรวมทั้งหมดจะต้องสื่อความหมายหรือให้ผลในการมองเป็นสิ่งเดียวกัน

ความผสมกลมกลืนกันของการออกแบบ ทำให้ภาพมีลักษณะสวยงามและสบายตา ซึ่งจะพบได้จากการผสมกลมกลืนกันของสี รูปทรงขององค์ประกอบต่าง ๆ และแนวตัวอักษรของการออกแบบในแต่ละแบบ

7. การจัดวางรูปร่าง (Lay-Out Shape) การจัดวางองค์ประกอบของภาพ หากจัดให้เป็นบล็อกสี่เหลี่ยมหรือเป็นรูปทรงใดรูปทรงหนึ่งที่ชัดเจนเกินไป จะทำให้เป็นที่น่าสนใจน้อยกว่าการจัดให้อยู่ในรูปแบบที่ไม่แน่นอน แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบที่ไม่มีขอบเขตแน่นอนนั้น จะต้องมี 1 จุดที่สัมผัสกับกรอบของภาพแต่ละด้าน (4 ด้าน) เพื่อให้ให้อยู่ในขนาดและขอบเขตที่เป็นไปตามข้อกำหนดของแผ่นภาพนั้น

### ข้อควรพิจารณาในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์

ในการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ มีสิ่งที่ควรพิจารณา 3 ด้าน คือ ข้อความ รูปภาพและคำบรรยาย การจัดลำดับเนื้อหา โดยในแต่ละด้านมีหลักในการพิจารณาดังนี้ (สุวิทย์ จงตระกูลรัตน์, 2532 : 95-97)

1. ข้อความ มีสิ่งที่จะต้องพิจารณาดังนี้ คือ

1.1 คำ จะต้องใช้คำศัพท์ที่เหมาะสมกับระดับความรู้ และความสามารถในการอ่านของกลุ่มเป้าหมาย หากใช้คำศัพท์เทคนิค จะต้องอธิบายความหมายของคำศัพท์ไว้ด้วย

1.2 ประโยค ควรเป็นประโยคสั้น ๆ ใจความเดียว ควรหลีกเลี่ยงการใช้ประโยคที่ซับซ้อนกับกลุ่มเป้าหมายที่อ่านออกเขียนได้ไม่คล่องนัก

ถ้ากลุ่มเป้าหมายอ่านและเขียนได้คล่อง ก็อาจจะใช้ประโยคยาว ๆ และซับซ้อน ได้ตามความเหมาะสมของกลุ่มเป้าหมาย

1.3 การจัดเนื้อหา ควรแบ่งเนื้อหาเป็นตอน ๆ หรือเป็นย่อหน้า สั้น ๆ เพื่อช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาแต่ละช่วง แต่ละตอนได้ง่ายขึ้น

1.4 ช่องว่าง ควรเว้นช่องว่างระหว่างคำให้เหมาะสม รวมทั้งช่องว่างระหว่างบรรทัด และด้านริมของหน้ากระดาษ

1.5 ชนิดและขนาดของตัวอักษร ควรเลือกใช้ตัวอักษรชนิดที่อ่านง่าย และมีขนาดตัวอักษรโตเหมาะสมกับระดับความรู้หนังสือของกลุ่มเป้าหมาย

2. รูปภาพและคำบรรยาย มีสิ่งที่ต้องพิจารณาดังนี้ คือ

2.1 ภาพ ควรเป็นภาพที่กลุ่มเป้าหมายคุ้นเคย และสามารถสื่อความได้ด้วยตัวเอง โดยมีต้องแปลความจากภาพ

2.2 ภาพ ต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับเนื้อหาในสิ่งพิมพ์

2.3 ความสมจริงของภาพ หากเป็นภาพถ่ายจะให้ความสมจริงของภาพมากกว่าภาพวาดเหมือนจริงหรือภาพลายเส้น ยกเว้นหนังสือประเภทการ์ตูน ซึ่งใช้ภาพวาดตามลักษณะเฉพาะของการ์ตูน

2.4 รายละเอียดของภาพ ต้องไม่ใช่รายละเอียดมากเกินไปจนจำเป็น

2.5 การใช้สี ควรให้สีตามสภาพความจริงของภาพ การใช้สีมากจะทำให้เกิดความสับสนและสิ้นเปลือง

2.6 คำบรรยายของภาพต้องตรงกับภาพและหัวข้อเรื่อง

2.7 คำบรรยายภาพต้องง่าย กระชับ และช่วยเสริมความเข้าใจภาพยิ่งขึ้น

3. การเสนอเนื้อหา สิ่งที่ต้องพิจารณาดังนี้ คือ



- 3.1 ใช้วิธีการเขียนเสนอเนื้อหาอย่างง่าย ๆ ที่เหมาะกับระดับความรู้ของผู้อ่าน
- 3.2 เขียนแบบเป็นกันเอง เปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมและไม่ควรเขียนแบบสั่งสอน
- 3.3 หลีกเลี่ยงการใส่เนื้อหา มาก ๆ ลงในสื่อชิ้นเดียว
- 3.4 เนื้อหาต้องถูกต้อง ทันสมัย และมีความชัดเจน
- 3.5 เรื่องที่เขียนต้องเป็นเรื่องที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 3.6 เรื่องที่เสนอต้องเป็นเรื่องที่ไม่ยากเกินระดับการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย

#### 4. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาในทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการศึกษาในแง่ของจิตวิทยาสังคมโดยเน้นค่านิยม ความเชื่อถือ ทศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษานวทฤษฎีนี้เน้นที่ความต้องการและสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อ ซึ่งแนวทางการศึกษานี้มิได้เล็งผลว่าการสื่อสารมวลชนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารของผู้รับข่าวสารโดยตรง แต่เป็นแนวความคิดที่ให้ความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้กระทำการสื่อสารโดยการเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

การศึกษาทฤษฎีนี้ เริ่มต้นเป็นครั้งแรกเมื่อกลางศตวรรษที่ 19 Herzog ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุ Suchman ได้ศึกษาถึงข้อมูลเหตุผลจูงใจในการรับฟังดนตรีคลาสสิกทางวิทยุกระจายเสียง งานวิจัยของ Berelson ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อผู้อ่านหนังสือพิมพ์ เนื่องจากการนัดหยุดงานของพนักงานโรงพิมพ์ ทำให้ไม่มีหนังสือออก

จำหน่ายในช่วงระยะหนึ่ง และในการศึกษาของ Lazarsfeld ได้ศึกษาพบว่า คนเริ่มเปลี่ยนความคิดจากที่เคยเชื่อในอิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้รับสารอย่างยิ่งมา นั้นตัวผู้รับสารเป็นหลักสำคัญ โดยที่คิดว่าอิทธิพลของสื่อที่เคยมีต่อผู้รับสารเริ่ม ลดน้อยลง (อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528)

การค้นพบครั้งนี้เป็นแนวทางให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสาร นั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอา อิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้น ไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และ เลือกรับเนื้อหาขงสารเพื่อสนองความต้องการของคน ทำให้เกิดการวางแนว ความคิดใหม่ ซึ่งถือว่าการสื่อสารนั้น ผู้รับสารคือตัวจักรที่สำคัญในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก ได้รับการสนับสนุนเป็นจริง เป็นจรงจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

โดยต่อมา Katz and Others (1973) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้ สื่อในประเทศอิสราเอล งานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษา เพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยขั้นแรก ที่มีลักษณะของการวิจัย การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ถือว่าเป็นต้นแบบของการวิจัยในแนวนี

แดทซ์และคณะ ได้สร้างมาตราวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และ สิ่งคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความ พึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวม กันเข้าเป็นความต้องการในด้านต่าง ๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น

1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น

1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง

1.3 ต้องการให้ได้มา

2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคล  
ต่อสิ่งภายนอก คือ

2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้

2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์

2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและ

สถานภาพ

2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่  
ได้แก่

3.1 ตนเอง

3.2 ครอบครัว

3.3 เพื่อนฝูง

3.4 สังคม รัฐบาล

3.5 ชนบทรวมเนียมประเพณี วัฒนธรรม

3.6 โลก

3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้ Katz and Others ได้สร้าง  
ข้อความแสดงต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ<sup>๕</sup> ที่ให้  
เห็นถึงความต้องการของบุคคล ซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความ  
พึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำ  
ได้ตั้งแต่ 1.1, 2.4, 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อ



เพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัวซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน และถ้า 1.2, 2.4, 3.1 คือความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเอง นั่นคือความต้องการที่จะหนีพ้น (Escape) จากสภาวะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิง จะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

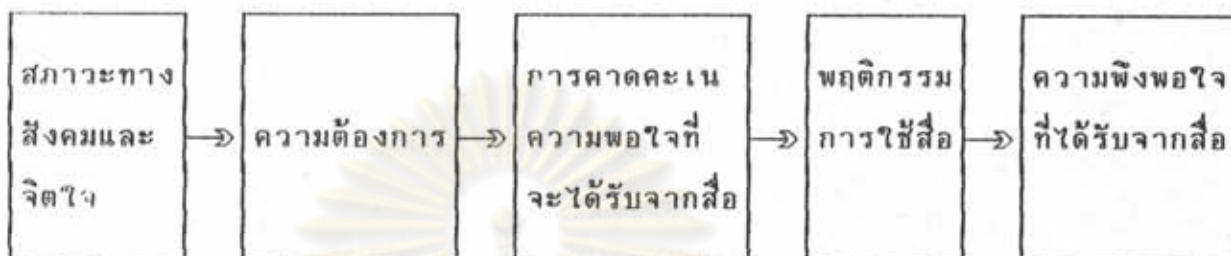
นอกจากนี้ Katz and Others ยังได้วัดระดับความพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือ สร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่าง มาตราวัดความพอใจ เช่น "โทรทัศน์" สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอสมควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย และยังถามด้วย ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

การวิจัยของ Katz and Others ในประเทศอิสราเอลนั้น นับว่าเป็นการสำรวจขั้นพื้นฐานและความพยายาม ที่จะสร้างเครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ อย่างไรก็ดี วิธีการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในงานวิจัยนี้ก็ เป็นแม่แบบให้กับงานวิจัยในระยะต่อมาซึ่งแนวทางการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าว Katz and Others ได้สรุปไว้ดังนี้

การศึกษาคือการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคลซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสารการคาดคะเนนั้นนำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่น ๆ ของบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ

(7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

สรุปแบบจำลองการใช้สื่อสนองความพึงพอใจได้ ดังนี้



แบบจำลองที่สร้างขึ้นอธิบายได้ดังนี้ คือ สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขึ้นสุดท้ายคือความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อที่ใช้จะต่างกันออกไปด้วยทฤษฎีและแบบจำลองนี้ จึงเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528 : 29-32)

##### 5. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อนั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังที่ Merrill (John C. Merrill, 1971 : 134-135) กล่าวไว้คือ

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ที่ว่า ปกติคนเราชอบ

จะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดจากความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัวและการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อกับสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแท้ที่ไม่ว่าสร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้หรืออยากเห็น ความอยากรู้หรืออยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้หรืออยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้หรืออยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับและไม่ว่าสิ่งที่สนองความอยากรู้หรืออยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุประสงค์ของความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้านหรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้หรืออยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้หรืออยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยทองตนเอง (Self-aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่าง ที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติ ทางจรรยาบรรณ จิตใจหรือแม้ทางความคิด ก็สามารถจะหาได้จากสื่อมวลชนเสียเป็นส่วนใหญ่

โดยทั่วไปผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมทางเลือก หรือการรับสื่อข่าวสาร



แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่างๆ Schramm (Wilbur Schramm, 1954 : 3-26) ได้พูดถึงการเลือกใช้สื่อว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ให้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) ที่ว่าใช้ความพยายามน้อยที่สุด หมายความว่า ผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด ให้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความพร้อม ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลาที่รับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลรวมทั้ง บทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

อนึ่ง มีข้อสังเกตอย่างอื่นที่สำคัญเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อและข่าวสาร คือส่วนหนึ่งนั้นผู้รับข่าวสาร มักจะแสวงหาข่าวสาร ที่มาสนับสนุนทัศนคติความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นดังนี้ ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงมักเป็นข่าวสารที่ไม่ขัดแย้งกับความเชื่อถือของตน นอกจากนั้นประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิต ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารอย่างไร

4. "ลักษณะเฉพาะ" ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มี "ลักษณะเฉพาะ" ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน "ลักษณะเฉพาะ" ของสื่อแต่ละอย่าง จึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะเห็น ้้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อ ที่จะสนองความต้องการ

และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

### ทฤษฎีกระบวนการเลือกรับสาร (Selectivity Process)

Schramm (Wilbur Schramm, 1954 : 3-26) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการเลือกรับสารดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากจะเลือกเปิดรับสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม และหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตนด้วย
3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) บุคคลจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อนในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่ มีความขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตน
4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำ เข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ Schramm กล่าวว่าข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารได้มาก จะมีแนวโน้มทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

## 6. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการศึกษาวิจัย เรื่องการประเมินผลสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการเผยแพร่งานพัฒนาของคณะกรรมการเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนา ซึ่งศึกษาเฉพาะจดหมายข่าวประชาทรศน์นั้น เป็นการศึกษาโดยเห็นว่าสื่อเฉพาะกิจในรูปแบบจดหมายข่าวที่ทางคณะกรรมการเผยแพร่และส่งเสริมงานพัฒนานั้น เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่สามารถเผยแพร่ข่าวสารด้านงานพัฒนาได้อย่างสม่ำเสมอ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอนได้ดังที่ Adams (1977) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจว่า เป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งโดยเฉพาะ และการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะ โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน

Usom และกรมการพัฒนารัฐมณฑล (1964 : 3-5) ได้ทำการวิจัย เรื่องการประเมินคุณค่าของเอกสารเผยแพร่ (Pamphlet) เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชน โดยศึกษาจากประชาชน 4 หมู่บ้าน ในจังหวัดนครพนม ซึ่งสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผู้ที่ได้อ่านเอกสารเผยแพร่จะมีความคิดใหม่ ๆ เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนและสามารถตอบคำถามได้กว้างกว่าผู้ที่ไม่ได้อ่านเอกสารเผยแพร่
2. ในหมู่บ้านที่มีคนอ่านออกเขียนได้มากจะตอบคำถามถูกเป็นส่วนมาก
3. ในจำนวนประชาชนทั้ง 4 หมู่บ้าน พบว่ามีเพศหญิง ร้อยละ 74.7 และเพศชายร้อยละ 73 ที่สามารถอ่านออกเขียนได้ แต่จากการพิจารณาในแบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่าในการอ่านเอกสารเผยแพร่แต่ละครั้งต้องใช้



เวลานานพอสมควร และมีปัญหาในการทำความเข้าใจในเนื้อหาด้วย

4. จำนวน ร้อยละ 87 ของประชาชนที่อ่านเอกสารแล้วบอกได้ว่า เอกสารนี้กล่าวถึงเรื่องอะไร แต่มีเพียงร้อยละ 16 ของจำนวนนี้ที่สามารถตอบคำถามค่อนข้างยากเกี่ยวกับการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาชุมชนได้

งานวิจัยนี้ได้เสนอแนะว่า การมีประชากรจำนวนมากที่อ่านหนังสือออก มิได้หมายความว่าบุคคลเหล่านั้นจะมีความเข้าใจในเนื้อหาเท่ากันหมดเสมอไป เพราะมีเพียงจำนวนน้อยที่สามารถตอบคำถามยาก ๆ เกี่ยวกับเนื้อหาที่อ่านจากเอกสารเผยแพร่

ผดุง อัมพรมณี (2524) ได้ทำการวิจัยเรื่องสื่อและกิจกรรมการจัดการศึกษาต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมทักษะทางการอ่านของผู้ที่จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อหารูปแบบการรจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทักษะทางการอ่าน และเพื่อทดลองสร้างหนังสืออ่านที่เหมาะสม และนำไปใช้ร่วมกับรูปแบบการจัดการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทักษะทางการอ่านที่ค้นพบ โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างในเขตอำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 60 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์หลังที่เกี่ยวข้อกับการอ่าน และแบบทดสอบความสามารถในการอ่าน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้หนังสือที่อ่านมีภาพประกอบเรื่องเป็นภาพถ่าย ตัวอักษรที่ใช้พิมพ์ควรมีขนาด 24 ปอนด์ เบอร์ 1 และเนื้อเรื่องไม่ยาวมากนัก

จากการวิจัยของวิไล แยมสาขา (2524) เรื่องความคิดเห็นของผู้อ่านหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ในจังหวัดราชบุรี เกี่ยวกับบทบาทของหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ที่มีต่อการรณรงค์ ในด้านการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรรม การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสัดส่วนของประมาณการเสนอเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ในด้านต่าง ๆ เพื่อทราบความคิดเห็นและความต้องการของผู้อ่านหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่เกี่ยวกับการเสนอเนื้อหาสาระในด้านปริมาณ คุณภาพ และ

ประสิทธิภาพ และเพื่อทราบอิทธิพลของหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ในด้านการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรกรรม โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสุ่มจากผู้อ่านหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ในจังหวัดราชบุรีจำนวน 307 คน

ผลการวิจัยพบว่า การเสนอเนื้อหาสารด้านเกษตรของหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ ในรอบปี 2522 อยู่ในอันดับที่ 2 ในขณะที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ในจังหวัดราชบุรีส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร และต้องการเนื้อหาสาระทางด้านเกษตรเป็นอันดับแรก ในด้านสภาพทั่วไปของหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์สาร ผู้ใหญ่ในจังหวัดราชบุรีเห็นว่า ขนาดรูปเล่ม การจัดหน้า ขนาดตัวพิมพ์ ภาพประกอบ เนื้อหาสาระ ตลอดจนการให้สีสันทัน โดยส่วนรวมเหมาะสมดีแล้ว แต่ด้านการใช้ภาษาและสำนวนการเขียนยังไม่ชัดเจน เพราะส่วนใหญ่อ่านแล้วยังไม่เข้าใจบางตอน เคยมีผู้เขียนจดหมายสอบถามข้อข้องใจไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบแต่ได้รับคำตอบน้อยมาก นอกจากนี้ การจัดพิมพ์หนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ยังล่าช้ากว่ากำหนด อย่างไรก็ตาม หลังจากอ่านหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่แล้ว ผู้อ่านหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่ในจังหวัดราชบุรี สามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี

การจัดทำหนังสือพิมพ์สารผู้ใหญ่จึงควรคำนึงถึงระดับความรู้ อาชีพ และความต้องการของผู้อ่านในชนบทเป็นหลัก เนื้อหาสาระควรจะเน้นหนักในด้านการเกษตร การเผยแพร่ควรให้เป็นไปตามกำหนดการและควรให้ความสนใจในการตอบปัญหา ข้อข้องใจของผู้อ่าน รวมทั้งควรมีการติดตามผล และประเมินผลการเผยแพร่เพื่อประโยชน์ในด้านการปรับปรุงการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น

ลักขณา มนธาตุผลิน (2524) ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของสื่อเฉพาะกิจ โดยแจกเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวยุคสตรีวัยเจริญพันธุ์ 15-45 ปี หลังจากแจกเอกสารไปแล้วทราบว่า ผู้ที่ได้รับแจกเอกสารเผยแพร่ได้รับ



ความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ไม่ได้รับแจก ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง ได้รับความรู้เพิ่มเติม  
 ขึ้น ผู้มีฐานะเศรษฐิกิจได้ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้มีฐานะต่ำกว่า และผู้อ่าน  
 เอกสารเผยแพร่บ่อยครั้ง ได้รับผลสัมฤทธิ์เพิ่มขึ้นมากกว่าผู้อ่านเอกสารเผยแพร่  
 น้อยครั้ง และยังพบว่า

ร้อยละ 89 ยอมรับว่า ได้รับความรู้ความเข้าใจด้านสุขภาพอนามัยดี  
 ขึ้น

ร้อยละ 24 ได้รับทัศนคติใหม่ ๆ ในการปฏิบัติด้านพลาอนามัย

ร้อยละ 64 จะนำผลไปปฏิบัติต่อไป

จากการวิจัยของ ศูนย์ประมวลข่าวสารอนามัยครอบครัว (กอง-  
 อนามัยครอบครัว กรมอนามัย) ได้ทำการสำรวจความต้องการเอกสารสิ่งพิมพ์  
 ทางด้านประชากรศาสตร์ และการวางแผนครอบครัว ได้ผลการศึกษาที่เกี่ยว  
 ช้องกับรูปแบบที่เหมาะสมของเอกสารสิ่งพิมพ์ ก็คือรายงานการวิจัยที่อ่านแล้ว  
 เข้าใจง่าย จุลสาร โปสเตอร์ตามลำดับ แต่ทั้งนี้ระดับการศึกษาและลักษณะงาน  
 จะเป็นปัจจัยกำหนดความต้องการเอกสารสิ่งพิมพ์แบบต่าง ๆ กัน ผู้มีระดับการ  
 ศึกษาสูงจะต้องการสิ่งพิมพ์ในเชิงวิชาการ ในขณะที่ผู้มีการศึกษต่ำต้องการ  
 เอกสารสิ่งพิมพ์ในรูปแบบที่ง่ายและไม่เป็นวิชาการนัก เอกสารสิ่งพิมพ์เหล่านี้  
 ควรเป็นภาษาไทยและจัดทำขึ้นในรูปแบบที่ให้เปล่า

เนิน นวนคงรอด (2527) ได้ทำการวิจัยเรื่องบทบาทของสื่อใน  
 โครงการเร่งรัดป้องกันและกำจัดหนูเน้นหนักในนาข้าว ปี 2526 ในจังหวัด  
 ปทุมธานี วัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อทราบพฤติกรรมการเปิดรับสื่อบุคคลและ  
 สื่อเฉพาะกิจของเกษตรกร เพื่อเปรียบเทียบบทบาทของสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะ  
 กิจ ในด้านความรู้ในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าว รูปแบบการวิจัยเป็น  
 การวิจัยเชิงสำรวจ โดยศึกษาจากเกษตรกรในเขตจังหวัดปทุมธานี ซึ่งได้  
 มาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนผลการวิจัยพบว่า สื่อเฉพาะกิจให้  
 ความรู้ในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าวสูงกว่าสื่อบุคคล และเกษตรกรที่เปิด



รับสื่อมีความรู้ในการป้องกันและกำจัดหนูในนาข้าวมากกว่าเกษตรกรที่ไม่ได้เปิดรับสื่อ และยังพบว่าเกษตรกรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 60) ไม่ได้เปิดรับสื่อเฉพาะกิจ ส่วนเกษตรกรที่เปิดรับสื่อเฉพาะกิจเห็นว่าสื่อชนิดนี้มีประโยชน์ และลักษณะของสื่อเฉพาะกิจที่เกษตรกรชอบเป็นประเภทหนังสือที่มีภาพประกอบเห็นชัดเจน

เอี่ยมพร ทองกระจาย (2530) ทำการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง พฤติกรรม อนามัยกับโรคอุจจาระร่วง ได้กล่าวสรุปว่า วิธีการสื่อสารที่เคยใช้ในการเผยแพร่ความรู้เรื่องอุจจาระร่วง ยังมีได้เข้าถึงประชาชนในลักษณะที่สามารถเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ และการปฏิบัติตนหรือพฤติกรรมอนามัยที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันรักษาโรคอุจจาระร่วง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิธีการรูปแบบหรือสารที่นำมาใช้ไม่สามารถสื่อความหมายกับประชาชนได้ดีพอ ชาวสารที่แพร่ออกไปจากหน่วยงานกรมักจะเป็นในลักษณะวิชาการเป็นหลัก (Theoretical Orientation Approach) ไม่ได้คำนึงถึงสภาพแวดล้อมหรือความสอดคล้อง (Consonance) ต่อความเชื่อ ประเพณี หรือการดำเนินชีวิตของผู้รับชาวสาร (Audience Orientation Approach) ทำให้เกิดความไม่สอดคล้องตึงกัน (Dissonance) และไม่บรรลุวัตถุประสงค์

แสวก นักร้อง (2529) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของ หนังสือพิมพ์ฝาผนัง และจุลสารสำหรับชาวชนบทตามแนวคิดของผู้รับบริการจากที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้านในจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ใช้บริการที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้านมีเพศชายมากกว่าเพศหญิงส่วนใหญ่อายุ 40 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษาจบการศึกษามาต่ระดับ อาชีพทำไร่และทำนา
2. ผู้ใช้บริการมีความสนใจ และต้องการหนังสือพิมพ์ฝาผนังที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ สุขภาพอนามัย และการวางแผนครอบครัว มีภาพประกอบเรื่อง และภาพจะต้องเป็นภาพถ่าย หรือภาพวาดเหมือนของจริงก็ได้ขนาดของหนังสือพิมพ์ฝาผนังควรใช้ขนาด 2 หน้ายก ตัวอักษรควรใช้สีดำ

หรือสีน้ำเงินเข้ม มีขนาดตัวอักษร 24 ปอนด์ เบอร์ 2 และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจได้แก่การใช้ภาพประกอบเรื่องที่เป็นภาพถ่าย

3. คุณลักษณะของหนังสือจุลสารสำหรับชาวชนบท ผู้ใช้บริการมีความต้องการและสนใจ มีการเลือกอ่านเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เกษตร สุขภาพอนามัย โภชนาการและการวางแผนครอบครัว มีภาพประกอบเรื่องเป็นภาพถ่ายหรือภาพเหมือนของจริง ขนาดตัวหนังสือควรใช้ขนาด 7" X 10" และ 6" x 9" สีและขนาดตัวอักษร ควรใช้สีดำและสีน้ำเงินเข้ม สิ่งที่จูงใจให้ผู้อ่านได้แก่ การใช้รูปภาพที่หน้าปก

นันทวัน ยันตะดิลก (2532) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบจดหมายข่าวที่เหมาะสมในการเผยแพร่ความรู้เรื่องการพัฒนาท้องถิ่นแก่กำนัน/ผู้ใหญ่บ้านสตรี โดยใช้วิธีสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จำนวน คน จาก กำนัน/ผู้ใหญ่บ้านสตรี ที่เข้ารับการฝึกอบรมด้านการพัฒนาท้องถิ่น รุ่นที่ 3 ณ วิทยาลัยการปกครอง กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ผลการวิจัยพบว่า

1. รูปแบบจดหมายข่าวที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ คือขนาดรูปเล่ม 21 x 30 เซนติเมตร ปกสีฟ้า มีจำนวน 3-8 หน้า ขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ เบอร์ 7 ควรมีภาพประกอบ และกำหนดออกอย่างน้อยเดือนละ 1 เล่ม และควรให้กำนัน/ผู้ใหญ่บ้านสตรีเป็นผู้จัดทำ และใช้ชื่อจดหมายข่าวว่า "สารสตรี นักพัฒนา"

2. ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารทั่วไป ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ตามลำดับ รายการที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนี้มากที่สุดคือ รายการข่าว

3. ช่องทางการสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารด้านการพัฒนา ได้แก่ การประชุม/อบรม สื่อโทรทัศน์ สื่อบุคคล หนังสือพิมพ์ วิทยุ ตามลำดับ

4. ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม ไม่มีความสัมพันธ์กับการกำหนดรูปแบบจดหมายข่าว

5. ปัจจัยทางประชากร เศรษฐกิจและสังคม มีความสัมพันธ์กับการ



เปิดรับข่าวสารด้านการพัฒนาชนบท ทางสื่อมวลชน ผู้มีการศึกษาสูง มี  
พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์สูง และผู้ที่ปฏิบัติงานในตำแหน่ง  
กำนัน/ผู้ใหญ่บ้านยิ่งนานขึ้น จะเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากขึ้นด้วย

6. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปทางสื่อมวลชน (วิทยุโทร-  
ทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร) ไม่มีความสัมพันธ์กับการกำหนดรูปแบบ  
จดหมายข่าว

วนิต มาลาศรี (2533) ศึกษาประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อ  
สิ่งพิมพ์ที่ใช้เผยแพร่ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการ  
สัมภาษณ์เกษตรกรที่อยู่ในพื้นที่ดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้านความสนใจ  
ทัศนคติและความรู้ ความเข้าใจที่ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้ ผลการวิจัยพบว่า  
สื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในโครงการพัฒนาดินเค็มภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถดึง  
ดูดความสนใจและสร้างทัศนคติแก่เกษตรกรได้ดี แต่ยังไม่สามารถถ่ายทอด  
ความรู้ได้ในระดับที่น่าพอใจ รวมทั้งหลังจากได้รับสื่อสิ่งพิมพ์ที่ใช้ในโครงการ  
แล้ว เกษตรกรมีความเชื่อในเรื่องการพัฒนาและอนุรักษ์ดินเพิ่มขึ้นอย่างมีนัย  
สำคัญ แต่ไม่ได้ทำให้เกษตรกรมีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มขึ้น

จากการวิจัยของ วรทัย เมฆสุต (2534) เรื่องการประเมินผลสื่อที่  
ใช้เผยแพร่ในโครงการแรงงานเด็ก โดยการวิจัยภาคสนามกับกลุ่มเด็กนักเรียน  
ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 261 คน ในอำเภอเสนาณรงค์ จังหวัดอุบล-  
ราชธานี ผลการวิจัยในส่วนของความคิดเห็นในเชิงบวกต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ทั้งหนังสือ  
ทีวีดี แรงงานเด็ก และแผ่นพับ ข้อควรระวังอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ทั้งนี้เพราะ  
ชอบในเนื้อหาสารที่ให้ประโยชน์ต่อการไปทำงานในกรุงเทพฯ และวิธีการนำ  
เสนอในรูปแบบของการเล่าเรื่องจริง และการ์ตูน แต่เด็กยังคงไม่แน่ใจนักที่จะ  
ทำตามคำแนะนำจากสื่อสิ่งพิมพ์ทั้ง 2 ประเภทนี้