

บทที่ 2



ทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ
1. ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย
 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ทฤษฎีและแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยการสื่อสาร

การสื่อสารนับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในสังคม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมของผู้รับสารได้ นอกจากนี้การสื่อสารยังมีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ด้วย เพราะการสื่อสารถือเป็นปัจจัยสำคัญนอกเหนือจากปัจจัยทั้ง 4 ที่คนเราต้องการ ทั้งนี้การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการดำเนินการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ (ปรเมษฐ์ สดะเวทิน, 2526) ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2520) ได้กล่าวไว้ว่า ในการพัฒนาสุขภาพนั้น การสื่อสารก็เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการให้สุขศึกษาแก่ประชาชน (Health Education) เพื่อให้ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัยที่ดี

Rogers (1973) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า "การสื่อสารคือ กระบวนการที่ความคิดและข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาจะ เปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยที่ผลของการสื่อสารทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ การเปลี่ยนแปลงความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมของผู้รับสาร (Practice)

Zimbardo, Eberson และ Maslach (1977) ได้กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ คือ ถ้ามีความรู้ความเข้าใจอันดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลงและเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงก็จะมี การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความรู้ ทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม มีความเกี่ยวข้องกัน ดังนั้นการที่จะให้เกิดการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใด ก็ต้องพยายาม เปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยการให้ความรู้

จากองค์ประกอบของการสื่อสารของ Berlo (1960) ศึกษาพบว่า มีองค์ประกอบดังนี้ คือ แหล่งสาร (Source) สาร ((Messages) ช่องสาร (Channel) ผู้รับสาร (Receiver) และผล (Effect) ที่เกิดจากการสื่อสาร เป็นการสะท้อนกลับหรือเป็นปฏิกิริยาตอบสนอง โดยพบว่าช่องทางการสื่อสาร (Channel or Medium) มีความสำคัญอย่างมากต่อหน่วยงานผู้ทำการพัฒนา ทั้งนี้จะต้องเลือกใช้เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติแก่ผู้รับสาร

Berker (1974) มีแนวความคิดเช่นเดียวกับ Berlo ที่ว่า ในการเกิดพฤติกรรมอนาถัยได้นั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลคือพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดก็คือ ปัจจัยด้านสื่อหรือสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมและปัจจัยทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของบุคคลเองก็มีความสำคัญ

การเผยแพร่ นวัตกรรม (Diffusion of Innovation)

"นวัตกรรม" หรือของใหม่นั้น Rogers และ Shoemaker (1971) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า หมายถึง แนวความคิดหรือแบบแผนพฤติกรรมที่เป็นวิธีการปฏิบัติหรือสิ่งของใหม่โดยบุคคล เห็นว่าเป็นของใหม่ที่ต่างจากของเดิมที่เคยคิดหรือเคยมีแม้ว่านวัตกรรมนี้ อาจเคยถูกนำไปใช้ในสังคมอื่นมาก่อนก็ตาม แต่ถ้าเพิ่งนำมาใช้ในอีกสังคม เป็นครั้งแรกก็ถือว่าเป็นนวัตกรรม

ของใหม่ในเรื่องของนวัตกรรม ไม่จำเป็นต้องเป็นความรู้ใหม่ของคน บุคคลอาจมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ มาชั่วนานระยะเวลาหนึ่งแล้ว แต่ยังไม่เห็นว่าเป็นของใหม่สำหรับคน และยังไม่ได้พัฒนาทัศนคติว่าชอบหรือไม่ชอบ จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

เมื่อมีนวัตกรรมแล้ว การเผยแพร่ นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องนำนวัตกรรมไปสู่สมาชิกของสังคม ทั้งนี้ Rogers และ Shoemaker (1971) ได้สรุปเอาไว้ว่าองค์ประกอบ

ที่สำคัญในการเผยแพร่ นวัตกรรมมี 4 ประการดังนี้ คือ

1. นวัตกรรม (Innovation) ได้แก่ สิ่งใหม่หรือเป็นแนวความคิดใหม่และวิธีปฏิบัติใหม่ที่ต้องการจะเผยแพร่
2. ช่องทางที่จะเผยแพร่ นวัตกรรม (Communication Channel) เพื่อส่ง นวัตกรรมนั้น ๆ ไปถึงผู้รับ
3. ระยะเวลา (Over time) คือ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ที่นวัตกรรมนั้นเผยแพร่ แล้ว จะต้องใช้เวลาในการตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับ นวัตกรรม
4. สมาชิกของสังคม (Members of Social System) คือผู้ที่ จะยอมรับ นวัตกรรมที่เผยแพร่

จะเห็นได้ว่า จากองค์ประกอบทั้งหมด ช่องทางการสื่อสารมีความสำคัญมากในการเผยแพร่ นวัตกรรม ซึ่งขาดเสียมิได้ถึงแม้ว่าจะมีนวัตกรรมและมีผู้รับนวัตกรรมที่พร้อมในการที่จะรับ นวัตกรรมนั้น ๆ ก็ตาม

โดย Rogers และ Shoemaker (1971) ได้แบ่งช่องทางการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) คือ การถ่ายทอด ข่าวสารโดยการผ่านสื่อมวลชนทั้งหมดได้แก่ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน และนิตยสาร เป็นต้น แหล่งข่าวอาจจะ เป็นบุคคลเดียวหรือสองสามคนหรือมากกว่านั้นก็ได้ โดยบุคคลเหล่านี้จะส่งข่าวสารไปยังผู้รับฟังจำนวนมาก ๆ นอกจากนั้นสื่อมวลชนยังสามารถนำ ข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้ง เปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลมีอยู่เดิมได้
2. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) คือ การถ่ายทอดข่าวสารระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยการสื่อสาร เช่นนี้จะเป็นลักษณะ เผชิญหน้า (Face-to-Face) ซึ่งจัดว่า เป็นรูปแบบที่มีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะ

เปลี่ยนแปลงทัศนคติ ที่จะยอมรับเพื่อร่วมมือปฏิบัติมากที่สุดซึ่งเป็นการกล่าวถึงของ Katz และ Lazarfelds (1955)

Rogers (1973) กล่าวในเรื่องสื่อมวลชนนี้ว่า สื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมสร้างความรู้เบื้องต้นขณะที่สื่อบุคคลเป็นตัวสำคัญมากกว่าในการโน้มน้าวใจและเปลี่ยนทัศนคติ สื่อมวลชนก็สามารถที่จะมีประสิทธิผลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมปัญหา เช่น เพิ่มความรู้ ขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่า ในเรื่องทัศนคตินี้ Schramm (1964) ได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมไว้ว่า แม้สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลมาก แต่สื่อมวลชนก็ไม่สามารถที่จะเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้ หรือถ้าได้ก็น้อยมากหากไม่มีสื่อระหว่างบุคคลเข้าร่วมกับสื่อมวลชนด้วย และหากสื่อทั้งสองอย่างทำหน้าที่ควบคู่กันไป ก็สามารถที่จะเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลได้

ประภา เพ็ญ สุวรรณ (2520) ก็ได้ให้ความคิดเกี่ยวกับเรื่องสื่อว่า จากการศึกษาพบว่ามีความคิดที่สนับสนุนเรื่องการใช้สื่อนั้น ไม่ควรใช้สื่อประเภทหนึ่งประเภทใดเพียงอย่างเดียว โดยความคิดทางจิตวิทยาได้แสดงไว้ว่า การที่ประสาทสัมผัสของบุคคลได้ถูกกระตุ้นมากเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้ข่าวสารที่ส่งออกไปนั้น มีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ฟังมากขึ้นเท่านั้น และการที่บุคคลนั้น ๆ ได้รับข่าวสารโดยตรงจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมากกว่าทางอ้อม ฉะนั้นในการจัดกิจกรรมทางการศึกษาทุกอย่างนั้น ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาทั่ว ๆ ไปหรือทางสุขภาพอนามัย การใช้วิธีการส่งข่าวสารหลาย ๆ วิธีการจะมีผลดีต่อผู้รับมากกว่าใช้วิธีการหรือสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว

อาจกล่าวได้ว่า สื่อแต่ละประเภทข้างต้นนั้นมีศักยภาพที่ต่างกัน การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลจะช่วยให้ทราบถึงการปฏิกิริยาตอบสนองของผู้รับสาร ซึ่งเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการชักจูงใจ ในขณะที่มีสื่อมวลชนทำให้การแพร่กระจายข่าวสารได้กว้างขวางและรวดเร็ว โดย Schramm (1973) ได้เสนอแนวความคิดเช่นเดียวกันในการรวมสื่อว่าการรวมสื่อบุคคลกับสื่อมวลชน เข้าด้วยกันจะให้ผลในการพัฒนาสูง

ในการเลือกใช้สื่อนั้น จะมีวิธีการที่แตกต่างกันออกไป โดยจะขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสารและขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสาร ทั้งนี้ในการส่ง

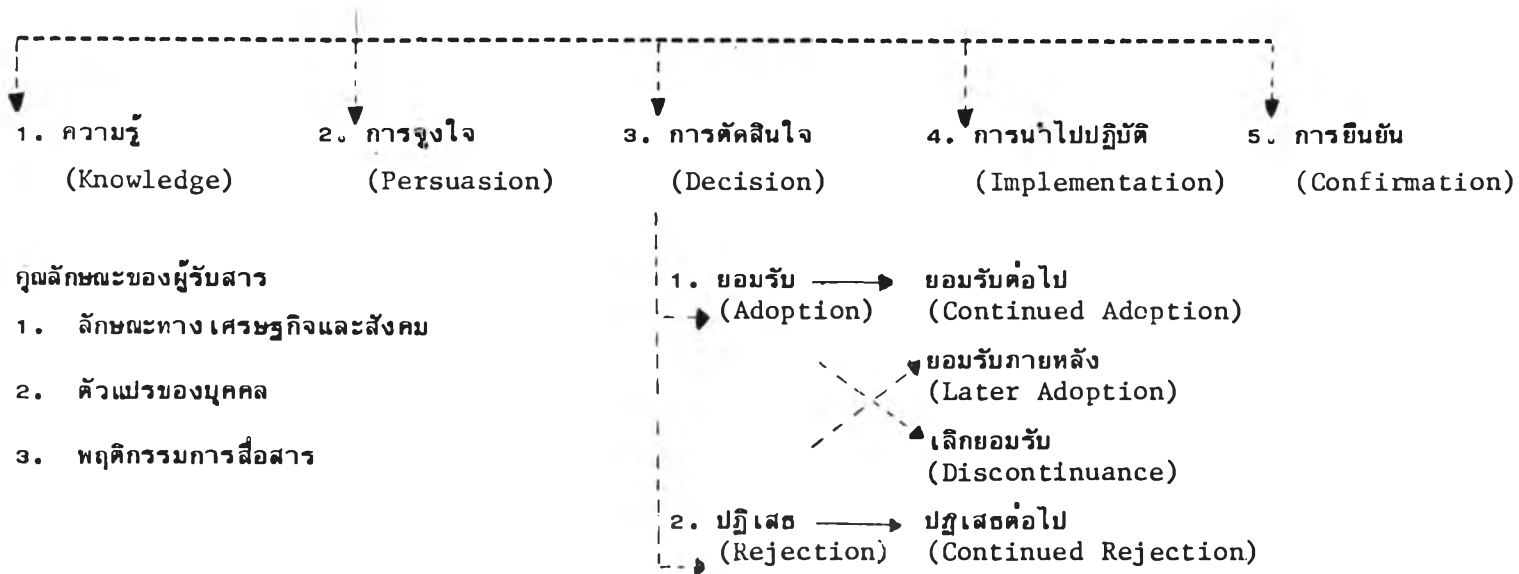
ข่าวสารก็ต้องอาศัยสื่อ เป็น เครื่องช่วยนำ เนื้อหาข่าวสารไปยังผู้รับให้เกิดความ เข้าใจที่ถูกต้อง และชัดเจน

สำหรับการศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการ เปิดรับข่าวสาร และการยอมรับข่าวสาร เรื่อง โรคเอดส์นั้นถือ เป็นการ เผยแพร่ข่าวสาร ในลักษณะเป็นแนวทางในการปฏิบัติคนแบบใหม่ เป็น เรื่องใหม่ในสังคมของวัยรุ่นไทยซึ่ง เป็นกลุ่ม เสี่ยงกลุ่มหนึ่งในการที่อาจจะมีโอกาสติด เชื้อโรคเอดส์ วิธีการป้องกัน เป็นหนทาง เดียวที่จะไม่ทำให้ติด เชื้อโรคเอดส์ การรณรงค์ให้ความรู้ผ่านทางสื่อทั้ง 2 ประเภทหรือ 2 ช่องทางคือ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล โดยยังมีการจัดทำสื่ออีก ประเภทหนึ่งเพิ่มขึ้นมาด้วย คือ มีการจัดทำสื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ซึ่งหมายถึง สื่อที่ให้ความรู้อย่างละเอียด เกี่ยวกับ เรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ สื่อเฉพาะกิจนี้มีลักษณะพิเศษ ที่ว่า เป็นสื่อที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการ เผยแพร่ข่าวสารนั้น ๆ จะทำการผลิต เป็นพิเศษ เช่น การผลิตสื่อเฉพาะกิจในการให้ความรู้ เรื่องโรคเอดส์แก่หญิงและชายบริการตามสถาน เริงรมย์ก็ จะทำการผลิตแผ่นพับ หรือวิดีโอ เพื่อกลุ่ม เป้าหมายเดียว และเน้นข่าวสารรายละเอียดเรื่อง โรคเอดส์อย่าง เดียวไม่ปะปนกับข่าวสาร เรื่องอื่น ๆ เช่นเดียวกันในการ เผยแพร่ข่าวสาร เรื่อง โรคเอดส์แก่นักเรียนและนิสิตนักศึกษา ก็จะมีการผลิตสื่อเฉพาะกิจ เพื่อเผยแพร่ในหมู่นักเรียน นิสิตนักศึกษาเท่านั้น โดยผลิตสื่อเฉพาะกิจในลักษณะต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นแผ่นพับ ไปสเคอร์ นิทรรศการ วิดีโอ ฯลฯ เป็นต้น สื่อเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นมากในการ เผยแพร่ข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์ไปสู่เยาวชนในระบบการศึกษา แต่สิ่งใดที่อยู่ในความสนใจของผู้รับสาร ซึ่ง เปิดรับมากเป็น เรื่องที่ควรให้ความสนใจ ควบคู่ไปกับการติดตามผลความสนใจและการยอมรับ ของกลุ่ม เป้าหมาย โดยการวิจัยครั้งนี้จะให้ผลการวิจัยที่เป็นคำตอบของปัญหา ซึ่งเป็นการตอบที่ อาศัยตัวแปรพื้นฐานอ้างอิง อย่างเช่น เพศ ระดับการศึกษา สถานะภาพทาง เศรษฐกิจของ ครอบครัว และความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว

กระบวนการในการยอมรับ (Adoption Process)

เมื่อข่าวสาร เรื่อง โรคเอดส์ซึ่งเป็นนวัตกรรม เผยแพร่ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ไปสู่ ผู้รับข่าวสารแล้วก่อนที่จะมีการยอมรับนวัตกรรมนี้ ก็จะมีขั้นตอนในการยอมรับ ซึ่งเรียกว่า กระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (The Innovation Decision Process) ซึ่ง Rogers และ Shoemaker (1983) กล่าวว่ามียู่ 5 ขั้นตอน ดังแผนภาพต่อไปนี้

ช่องทางการสื่อสาร



แบบจำลองขั้นต่าง ๆ ในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

โดยจะแจกแจงแผนภูมิข้างต้นได้ดังนี้

1. **ขั้นความรู้ (Knowledge)** คือ ขั้นที่บุคคลรู้จักกับนวัตกรรม เป็นครั้งแรก และได้แสวงหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนวัตกรรมนั้น ๆ ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1.1 ความรู้หรือการตระหนักว่ามีนวัตกรรมนั้นอยู่

1.2 ความรู้ว่าจะใช้นวัตกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม ซึ่งปริมาณความรู้จะต้องมากขึ้นตามลำดับความซับซ้อนของนวัตกรรมความรู้ด้านนี้ได้จากการติดต่อกับสื่อมวลชนหรือสื่อบุคคลหรือหน่วยงานที่ทำการเผยแพร่วัตกรรม

1.3 ความรู้ถึงเบื้องหลังกฎเกณฑ์ของนวัตกรรม เช่น ประโยชน์และคุณค่าของข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์

หากผู้รับข่าวสารหรือบุคคลที่มีความรู้ในลักษณะเช่นนี้ จะช่วยทำให้เข้าใจในวิธีใช้นวัตกรรมและทำให้การยอมรับนวัตกรรมมีเหตุมีผลมากขึ้น โดย Rogers มีความเชื่อว่า การติดต่อกับผู้ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสาร การรับสื่อมวลชนการติดต่อกับสื่อบุคคล การท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ มีบทบาทต่อบุคคลในการได้รับความรู้ ความเข้าใจในนวัตกรรมนั้น ๆ

2. **ขั้นการจูงใจ (Persuasion)** เป็นขั้นที่บุคคลเกิดความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรม บุคคลจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อด้านนวัตกรรมนั้น ๆ ทั้งนี้บุคคลจะแสวงหาข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรม พร้อมกับตีความหมายข้อมูลที่ได้มา โดยพิจารณาพร้อมกับสภาพการณ์ส่วนตัวของเขาในปัจจุบันและอนาคตว่า การรับนวัตกรรมมาใช้ซึ่งทำให้เกิดผลดีและผลเสียอย่างไรในปัจจุบันหรืออนาคต การรับรู้นวัตกรรมทุกอย่างจะมีลักษณะเสี่ยง บุคคลจึงไม่แน่ใจว่าผลของการใช้นวัตกรรมนั้น ๆ จะเป็นอย่างไร ฉะนั้นบุคคลจึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) ที่มีผลต่อทัศนคติของเขาที่มีต่อด้านนวัตกรรม โดยบุคคลนั้นจะแสวงหาแรงเสริมได้จากการติดต่อกับระหว่างบุคคล

ในการพัฒนาทัศนคติที่ชอบหรือไม่ชอบนวัตกรรมนั้น บุคคลอาจจะลองคิดว่าจะนำข่าวสาร เรื่อง โรค เอคส์ไปใช้ได้อย่างไร มีผลดีผลเสียอย่างไรในสภาพการณ์ของบุคคลนั้น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้นคุณลักษณะของนวัตกรรมได้แก่ ประโยชน์เชิง เทียบ ความ เข้ากันได้ หรือไปด้วยกันได้ ความยุ่งยากหรือซับซ้อน ความสามารถในการนำไปทดลองใช้และสามารถสังเกตผลของนวัตกรรมได้ ซึ่งคุณลักษณะทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นสิ่งสำคัญมากในขั้นการจูงใจ

3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision) เมื่อบุคคลผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มาจนถึงขั้นการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม ทั้งนี้ เพื่อนที่ เคยมีประสบการณ์นวัตกรรมมาก่อนจะมีบทบาท โดยถือว่าเป็นการทดลองนวัตกรรมทางอ้อมหรือเป็นการทดลองผ่านคนอื่น ซึ่งรวมทั้งอาศัยการใช้ นวัตกรรมในสถานะการณ์ของเขาเอง เพื่อดูว่านวัตกรรมนั้นมีประโยชน์พอที่จะรับได้หรือไม่

4. ขั้นการนำไปปฏิบัติ (Implementation) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลนำนวัตกรรมนั้น ไปปฏิบัติ ซึ่งขั้นของการปฏิบัติเกี่ยวกับการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอกให้สอดคล้องกับ สภาพเดิมของคนหรือสภาพการปรับตัว

5. ขั้นการยืนยัน (Confirmation) ทั้งนี้มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมนั้นไม่ใช่ชั่วคราวการยอมรับนวัตกรรม บุคคล อาจจะแสวงหาแรง เสริม (Reinforcement) เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของเขา แต่ทว่าบุคคล อาจ เปลี่ยนการตัดสินใจ เป็นไปในทางตรงข้าม หากเขาได้รับข้อมูลที่ขัดแย้งกับข้อมูลที่ได้รับมา ขั้นการยืนยันนี้จะเกิดขึ้นหลังจากการตัดสินใจแล้วระยะหนึ่ง การให้ข้อมูลเพิ่ม เติม การพบปะกับ บุคคลใกล้ชิด ก็จะมีส่วนร่วม ในการสนับสนุนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมต่อไปของบุคคล หาก ไม่มีการติดตามผลก็ไม่อาจรู้ได้ว่าจะมีการ เลิก ขอมรับนวัตกรรม เมื่อใดเพราะในระบบสังคม ของกลุ่ม เป้าหมายย่อมมีข่าวสารที่เป็นผลลบต่อนวัตกรรมด้วย ซึ่งอาจมีผลต่อผู้รับสารในการรับ นวัตกรรมนั้นได้

ผู้รับสารบางคนอาจจะผ่านกระบวนการทั้ง 5 อย่างมาแล้ว แต่สำหรับการยอมรับข่าวสาร เรื่อง โรคเอดส์นั้นผู้รับสารต้องอาศัยชั้นการจูงใจจากสื่อต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการยอมรับข่าวสารนั้น ๆ ซึ่งแนวโน้มในการยอมรับข่าวสารจะมีมากหรือน้อยก็น่าที่จะขึ้นอยู่กับภูมิหลังและลักษณะการเปิดรับข่าวสาร ก่อนที่จะมีการตัดสินใจและมีการยืนยันในระยะเวลาที่ต่างกัน ในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม

พฤติกรรม การ เปิดรับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสารจะมีพฤติกรรม การ เปิดรับสื่อและข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป โดยมีแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการ เลือกรับสื่อ นั้น ๆ ซึ่งจะมีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ทั้งนี้ อาจเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการตามความเห็นของ Merrill และ Lowenstein (1971) ดังนี้คือ

1. ความเหงา อันเป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่เชื่อว่า คนเราปกติย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากการ เกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัวและการ เหมินเฉยจากสังคมหรือความชอบ และความพยายามที่จะร่วมกลุ่ม เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น เท่าที่มีโอกาส ทั้งนี้หากไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรงสิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสารและแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนเป็น เพื่อนแก้เหงา ที่ไม่สร้างแรงกดดัน ในการสนทนาหรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ โดยสื่อประเภทต่าง ๆ ถือเอาความอยากรู้อยากเห็น เป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการ เสนอข่าวสาร ความปกติแล้วมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว เองมากที่สุด ไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของ ความคิดหรือการกระทำ นอกจากนั้นพฤติกรรมความอยากรู้อยากเห็น อาจ เป็นความอยากรู้อยาก เห็นในแง่

ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรืออาจเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น ๆ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นผู้ที่มีความเห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะให้ประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของคนบรรลุผล เพื่อให้ได้ข่าวสารมาเสริมความเด่นให้ตน และเพื่อให้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย ความปลอดภัย รวมทั้งให้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติ ทางจรรยาบรรณ หรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่น ๆ

4. เป็นลักษณะของสื่อต่าง ๆ โดยทั่ว ๆ ไป คือนอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานะภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบที่ไม่สามารถเห็นได้ชัด เช่น ทักษะคิด ความหวัง ความกลัว ฯลฯ เป็นต้น จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อ และสื่อแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่าง จากสื่อที่สามารถสนองตอบความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ทั้งนี้จากข้อเท็จจริงที่ว่าในการเลือกรับสื่อและข่าวสารนั้น ๆ ของผู้รับข่าวสาร มักจะแสวงหาข่าวสารที่จะมาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Preconceptions) รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้นผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predispositions) โดยข่าวสารที่แสวงหาจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อถือของตน ทั้งนี้ประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิตก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารประเภทใด

โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว ผู้รับข่าวสารจะมีพฤติกรรมการเลือกหรือการรับสื่อที่แตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นของตนเอง เกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่าง ๆ ทั้งนี้ Wilbur Schramm (1954) ได้ให้หลักทั่วไปที่เป็นเหตุผลของการเลือกรับสื่อว่า คนเราย่อมจะเลือกใช้สื่อที่จะใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effect) และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (promise of reward) ซึ่งหมายความว่า ผู้อ่าน ผู้ดูหรือผู้ฟังจะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด ในการใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อ เนื่องด้วยมีเหตุจากปัจจัยหลายอย่าง อย่างเช่น ความคุ้มค่า

ความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลาที่จะรับสื่อที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาทนิสัยและ
ประเพณีนิยมซึ่งรวม เป็นกิจกรรมที่เป็นพฤติกรรมทางสังคมซึ่งมีอิทธิพลต่อการ เลือกใช้สื่อด้วย

ทฤษฎีอิทธิพลของสื่อ

Melvin L. De Fleur (1970) ได้แสดงกรอบแนวความคิดพื้นฐาน เกี่ยวกับอิทธิพล
ของสื่อต่อการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในทฤษฎีสื่อสารมวลชน (Theories of Mass
Communication) สามารถแยกออกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

ทฤษฎีความแตกต่างของเอกบุคคล (The Individual Difference Theory) กล่าวถึง ความแตกต่างของมนุษย์ด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล การที่มนุษย์เรียนรู้
ต่างกันมีสภาวะแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกัน มีผลทำให้เกิดรูปแบบ ทักษะ ค่านิยม ความเชื่อ
ประกอบ เป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคลแต่ละคน จึงแตกต่างกันออกไป ซึ่งบุคลิกภาพมีส่วนสำคัญใน
การกำหนดการรับรู้และการ เรียนรู้ของมนุษย์ ตลอดจนการรับข่าวสารต่างกัน

ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นทางสังคม (The Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้
อ้างถึงสังคมซึ่งประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ รวม เป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน โดยนำเอาลักษณะ
พื้นฐานบางอย่างที่เหมือนกัน เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่ง
เป็นความคล้ายคลึงของบุคคล เป็นกลุ่ม เดียวกัน มีโครงสร้างทางสังคมที่ใกล้เคียงและคล้ายคลึงกัน
โดยถือว่าตัวแปร เหล่านี้มีผลต่อการ เปิดรับข่าวสารจากสื่อประเภทต่าง ๆ ตัวแปร เหล่านี้จะทำ
ใ้พฤติกรรมการรับข่าวสารและปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาของข่าวสารมีความคล้ายกันภายใน
กลุ่ม

ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationships Theory) ทฤษฎีนี้
กล่าวถึงความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ
ในกลุ่ม เพื่อนบ้าน เครือญาติหรือในครอบครัว พบว่ามีบทบาทสำคัญต่อการกระทำของบุคคล
นักสังคมวิทยาชาวชนบทเชื่อว่า เครือญาติมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับ ต่อการ
เปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ หรือข่าวสารใหม่ ๆ

ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม (The Cultural Norms Theory) เป็นทฤษฎีที่
Joseph T. Klapper (1960) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานและ
เหตุการณ์แวดล้อมในสังคม เช่น กรณีที่สื่อมี เนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง

ก็มีผลทำให้บุคคลคล้อยตาม เพราะปกติบุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม สื่อจะมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมบุคคลได้ 3 ทางคือ

- เนื้อหาสาระของสื่อจะย้ำแบบอย่าง ต่อความเป็นอยู่ที่ทำให้คนเชื่อว่าเป็นแบบอย่างต่าง ๆ ในสังคมจะถูกดำรงไว้ต่อไปจากบุคคลในสังคม โดยส่งเสริมหรือสนับสนุน
- สื่อมวลชนสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในสังคม
- สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่งได้ โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมแบบใหม่ ๆ แต่ต้องใช้ระยะเวลาเปลี่ยนแปลง

จะพบว่าทฤษฎีแนวความคิดที่กล่าวมาทั้งหมดของ De Fleur และ Klapper มีความสอดคล้องกับที่กล่าวถึงอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อบุคคลในสังคมว่า สื่อมวลชนเป็นเพียงแรงเสริม (Reinforcement) ในกระบวนการโน้มน้าวใจ ความคิดเห็นหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่แน่นแฟ้น เป็นไปได้ยาก สื่อมวลชนก็ไม่ได้มีอิทธิพลต่อบุคคลได้ และปัจจัยที่นอกเหนือจากการสื่อสารได้แก่ อุปนิสัยและกระบวนการเลือกรับสารของกลุ่มและบรรทัดฐานของกลุ่ม การแพร่กระจายข่าวสารโดยบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็น ตลอดจนระบบการปกครองและระบบการสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะสื่อบุคคลนั้น เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก ในการสร้างทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

นอกจากนี้ Rogers และ Shoemaker ได้กล่าวไว้ว่า สื่อบางชนิดมีประสิทธิภาพสำหรับข่าวสารบางอย่างคือผู้รับข่าวสารบางประเภทมากกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ สื่อหรือช่องสารประเภทต่าง ๆ จะมีบทบาทดังนี้

- สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทต่างกันในการให้ความรู้หรือในการจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่เกี่ยวกับนวัตกรรม
- สื่อแต่ละประเภทมีบทบาทไม่เหมือนกันระหว่างผู้รับนวัตกรรมเร็ว และผู้รับนวัตกรรมช้า
- บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศด้อยพัฒนา แตกต่างกับบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศที่พัฒนาแล้ว
- บทบาทของสื่อจากภายนอกสังคมและสื่อภายในสังคม ในการเผยแพร่ นวัตกรรมในประเทศที่ด้อยพัฒนา ต่างกับประเทศที่พัฒนาแล้ว

ดังนั้นกล่าวโดยสรุปได้ว่า ในการยอมรับนวัตกรรมแต่ละอย่าง สื่อแต่ละประเภทจึงมีบทบาทต่างกัน และยังมีบทบาทต่างกันในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการการยอมรับด้วย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าม้งงานวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อมวลชน (The Effectiveness of Mass Communication) สนับสนุนความคิดที่ว่าถ้าต้องการสื่อสารกับคนจำนวนมาก ๆ ควรใช้สื่อมวลชน คือ ถ้าต้องการแจ้งข่าวสาร (to inform) แก่ประชาชน ให้ถือว่าสื่อมวลชน เป็นสื่อที่ดีที่สุด แต่ถ้าต้องการมีอิทธิพลต่อประชาชนประสิทธิผลของสื่อมวลชนก็น้อยมาก และหากใช้สื่ออื่นนอกจากสื่อมวลชน เพียงประเภทเดียว การสื่อสารย่อมไม่มีประสิทธิผลในการที่จะดำเนินการในโครงการต่าง ๆ ให้เกิดผลสำเร็จ โดยข้อเท็จจริงแล้วการสื่อสารเพื่อการเผยแพร่ข่าวสารควรใช้สื่อหลายชนิดแบบผสมผสาน เพื่อให้การปฏิบัติงานตามโครงการ เกิดประสิทธิผลตาม เป้าหมายที่ตั้งไว้

ในปัจจุบันนี้ เราจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีลักษณะเป็นสังคมข่าวสารมากขึ้น ซึ่งมีขึ้นเพื่อการสนองตอบต่อความต้องการของผู้ส่งสารฝ่ายเดียว แต่ต้องเป็นการสื่อสารที่สนองตอบต่อความต้องการของผู้รับสารด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นความคิดที่น่าสนใจของ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533) โดยจะเน้นที่ว่าตัวผู้รับสารว่ามีการตอบสนองโดยการยอมรับอย่างไร ทั้งนี้ในการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างในสังคม เมื่อเกิดเหตุการณ์บางอย่างที่สำคัญก็ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมด้วย เพราะการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารนวัตกรรมจะทำให้เกิดการยอมรับของผู้รับสารอย่างถาวรและแท้จริง ในกรณีการเผยแพร่ข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์เช่นกัน เป็นการศึกษาของผู้วิจัยในเรื่องการส่งข่าวสารผ่านทางช่องสารหรือสื่อใด ๆ ที่ผู้รับสาร เปิดรับและเกิดการยอมรับในตัวผู้ส่งสารต่างกันมากหรือน้อยอย่างไร อันจะเป็นประโยชน์อย่างมากในการนำผลวิจัยมาวิเคราะห์หามองปัญหาการ เข้าถึงข้อมูลข่าวสารทั้ง 2 ฝ่ายทั้งผู้รับสารและผู้ส่งสาร

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยมุ่งศึกษาถึง การเปิดรับและการยอมรับข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์ของนักเรียนและนิสิตนักศึกษา เพื่อศึกษาสภาพความพร้อมของกลุ่ม เป้าหมายว่าจะมีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมด้วยการยอมรับในระดับต่าง ๆ กัน ซึ่งจะมีแนวโน้มส่งผลไปสู่การยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมในอนาคต ทั้งนี้เราอาจถือได้ว่าในประเทศที่กำลังพัฒนานั้น ระบบการสื่อสาร (Communication System) เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นในการดำเนินงานเพื่อการพัฒนาประเทศทางด้านต่าง ๆ รวมทั้งทางด้านสาธารณสุข โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแพร่ระบาด

ของโรคเอดส์อย่างหนักในปัจจุบัน จากข่าวสารในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับประจำวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2533 ได้ระบุว่าเมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2531 พบผู้ติดเชื้อโรคเอดส์จาก 1% ในปี พ.ศ. 2530 พุ่งขึ้นเป็น 15.6% และจากการสำรวจครั้งที่ 2 ในเดือนกันยายน พ.ศ. 2531 พบผู้ติดเชื้อโรคเอดส์มากขึ้นอย่างมากเป็น 42.7% และในการสำรวจครั้งสุดท้ายในเดือนเมษายน พ.ศ. 2532 พบว่าอัตราการติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างน่ากลัว เป็น 44.6% โดยมีแนวโน้มจะเพิ่มอัตราขึ้นเรื่อย ๆ คือ อีก 6 ปีข้างหน้าในปี พ.ศ. 2539 องค์การอนามัยโลก ได้คาดไว้ว่า เมืองไทยจะมีผู้เป็นโรคเอดส์เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันประมาณ 100,000 คน จากสภาพการณ์เช่นนี้เองจึง เป็นเหตุให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรัฐบาลกำลังผลักดันให้การณรงค์ป้องกันโรคเอดส์เป็นแผนงานระดับชาติในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 โดยพยายามสนับสนุนให้มีการวิจัยเพื่อการรณรงค์เผยแพร่ข่าวสารให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นงานวิจัยต่าง ๆ ทางด้านการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องโรคเอดส์จึงอยู่ในระหว่างการดำเนินงานเพื่อการวิจัยกันอยู่ ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงยังมีอยู่น้อยมาก ดังนั้นการกล่าวถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงต้องอาศัยการอ้างอิงงานวิจัยที่มีความใกล้เคียงที่ผ่าน ๆ มาด้วยเช่นกัน ดังนี้

จากข่าวสารในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ฉบับวันที่ 27 กรกฎาคม 2533 ในหัวข้อ "คนกลัวเอดส์เลิกเที่ยวกว่าครึ่ง" ระบุว่า ปัจจุบันนี้ได้ให้สุขศึกษาแก่ประชาชนตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เป็นจำนวนประมาณ 6 ล้านคน โดยจากการติดตามกลุ่มประเมินผลในประชากรกลุ่มเสี่ยงทั่วประเทศจำนวน 7,200 คน ของกรมควบคุมโรคติดต่อ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้พบว่าประชาชนได้รับความรู้เรื่องโรคเอดส์เพิ่มขึ้นจากการชมโทรทัศน์ 42% จากวิทยุ 28% จากเอกสารนิตยสาร 29% จากการบรรยายของเจ้าหน้าที่ 35% และจากหนังสือพิมพ์ 10%

พิชิต พิทักษ์เทสมบัติ และคณะ (2532) ศึกษาถึงเรื่องความรู้ ทศนคติและการปฏิบัติเกี่ยวกับโรคเอดส์และการวางแผนครอบครัวของเยาวชนไทย อายุ 15 - 24 ปี ในเขต เมืองปทุมธานีพบว่า เยาวชนเกือบทั้งหมดเคยทราบหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับโรคเอดส์ โดยมีแหล่งข่าวสารที่สำคัญ คือ สื่อมวลชนและตัวบุคคลในขณะที่เอกสารของทางราชการมีอิทธิพลน้อยมาก

ภาควิชาเวชศาสตร์ชุมชน คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2532) ได้ศึกษาเปรียบเทียบความรู้และทัศนคติต่อโรคเอดส์ ระหว่างนักศึกษาสูญวิทยาศาสตร์สุภาพกับนักศึกษา

กลุ่มคณะนอกศูนย์วิทยาศาสตร์สุขภาพในมหาวิทยาลัยขอนแก่นพบว่า นักศึกษาในศูนย์วิทยาศาสตร์สุขภาพ มีความรู้และความตื่นตัวต่อโรค เอคส์มากกว่านักศึกษานอกศูนย์วิทยาศาสตร์สุขภาพ

กาญจน์ หวังถิรอ่านวย (2531) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้และการป้องกันโรค เอคส์ในหญิงอาชีพพิเศษและชายรักร่วมเพศใน เขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาสูงทำให้การเปิดรับข่าวสารโรคเอคส์จากวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ไปสเคอร์และคนขายยาตามร้านขายยาเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ และการเปิดรับข่าวสารโรคเอคส์จากหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่ให้ความรู้กับกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด รองลงมาคือวิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ตามลำดับ สำหรับการปฏิบัติตนในการป้องกันโรคเอคส์พบว่า (เพื่อน บุคคลากรทางการแพทย์ แฟน คู่นอน และญาติพี่น้อง) เป็นสื่อที่ดีที่สุด รองลงมาคือ วิดีโอ

เทพม เมืองแมน และ สมศักดิ์ บันดา (2525) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติตนด้านสุขภาพของหญิงอาชีพพิเศษในกรุงเทพมหานคร พบว่าการรับข่าวสารจากโลกภายนอกของหญิงกลุ่มนี้ 53% อ่านจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารรายสัปดาห์ 36% ฟังจากวิทยุทุกวันส่วนมากเป็นรายการเพลง 44% ส่วนวิทยุโทรทัศน์นั้นชมจากช่อง 7 สี่มากที่สุด

ศิริชัย ศิริกายะ (2525) ศึกษาพบว่าประชาชนใช้สื่อมวลชนมากเรียงตามลำดับคือ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน ทั้งนี้โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น

เวทย์ ชโนปจัย (2516) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับสื่อมวลชนและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประชากรในเขตเมืองปทุมธานี พบว่าปัจจัยทางด้านจิตวิทยามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์มากกว่า จะเป็นผู้ที่เห็นด้วยกับการวางแผนครอบครัวมากกว่าผู้ที่เปิดรับสื่อมวลชนน้อยกว่า

ดวงทิพย์ วรพันธ์ (2525) ศึกษาถึงกลยุทธ์การใช้สื่อเพื่อปลูกฝังโภชนาการแก่สตรีชนบท จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าสตรีที่เปิดรับสื่อจากการปลูกฝังโภชนาการ (ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจ) มีความรู้ ทัศนคติและการปฏิบัติตนด้านโภชนาการดีกว่าสตรีที่ไม่เปิดรับสื่อดังกล่าว

บัญชา คาวจรัสแสงชัย (2527) ศึกษาถึงการเปิดรับสื่อมวลชน กับความรู้และทัศนคติ การทำแท้งของสตรีในชนบทประเทศไทยพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนแทบจะไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติการทำแท้ง

จารุวรรณ กัทชนิดย์ (2531) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วม เพศของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่าการเปิดรับสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสารไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อเรื่องรักร่วม เพศของนักศึกษา

อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2528) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับการพัฒนาลักษณะสมัยใหม่ของเยาวชนใน เขต เมืองและชนบทพบว่า เยาวชนที่มีระดับฐานะทางเศรษฐกิจ ในระดับค้ำมีแนวโน้มการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับต่ำ และเยาวชนไม่ว่าจะอยู่ใน เขต เมืองหรือชนบทก็ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการเปิดรับสื่อมวลชน และเยาวชนไม่ว่าจะเพศชายหรือหญิงก็ไม่มีความแตกต่างในเรื่องของการเปิดรับสื่อมวลชน เช่นกัน นอกจากนี้พบว่า เยาวชนเพศชายมีแนวโน้มจะมีลักษณะสมัยใหม่มากกว่าเยาวชนเพศหญิง และเยาวชนที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะมีลักษณะสมัยใหม่สูง ในทางตรงกันข้าม เยาวชนที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับค้ำมีแนวโน้มที่จะมีลักษณะสมัยใหม่ต่ำ

เสมอสุข จุไรสวัสดิ์ (2528) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการรับสมัครงานของผู้สมัคร เป็นอาสาพัฒนากรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย พบว่าการเปิดรับข่าวสารทั่ว ๆ ไปและข่าวสารการรับสมัครงานของผู้สมัครงาน เป็นอาสาพัฒนา จากวิทยุและหนังสือพิมพ์ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ในเรื่องการศึกษาพบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่ว ๆ ไปและข่าวสารการรับสมัครงานจากวิทยุไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษา ในเรื่อง เศรษฐกิจพบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและการเปิดรับข่าวสารการสมัครงานจากวิทยุ แต่ทว่าจะไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่ว ๆ ไป และข่าวสารการรับสมัครงานจากหนังสือพิมพ์

ลักขณา มนธาคูหมลิน (2524) ศึกษาด้านการสื่อเฉพาะกิจด้วยการแจกเอกสารเผยแพร่ เรื่องอนามัยครอบครัวแก่สตรีวัยเจริญพันธุ์พบว่า ผู้ที่ได้รับแจกเอกสารมีความรู้ดีกว่าผู้ที่ไม่ได้รับแจก ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่ำ และผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีฐานะทาง เศรษฐกิจต่ำ

บำรุง สุขพรรณ์ (2522) ศึกษาบทบาทของสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การวางแผนครอบครัว โดยศึกษาผู้มารับบริการวางแผนครอบครัวที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ (สภากาชาดไทย) และที่สำนักงานบริการการวางแผนครอบครัวจำนวน 120 คน พบว่าผู้มารับบริการการวางแผนครอบครัวได้ยินหรือเห็น เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัวน้อยที่สุด จากป้ายโฆษณาตามป้ายรถเมล์มากที่สุด 62.5% จากวิทยุ 16.67% จากญาติ เพื่อนที่ทำงานและเอกสารสิ่งพิมพ์ 5% และพบว่าการวางแผนครอบครัวจะบรรลุเป้าหมายจะต้องใช้เจ้าหน้าที่ไปจุดใจและชักชวนชาวบ้าน

วัชรภรณ์ กระจุกประติษฐ์ (2525) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับการยอมรับการทำนาคหน้าคมแบบใหม่ของ เกษตรกร อำเภอร่มโพธิ์ จังหวัดสิงห์บุรีพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการยอมรับการทำนาคหน้าคมแบบใหม่

ประคอง เอี่ยมสำอางค์ (2526) ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรกับผลผลิตข้าวต่อไร่ของชาวนาในเขตชลประทาน อำเภอบ้านม่วง จังหวัดกาญจนบุรีพบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านการเกษตรจากสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับวิทยาการใหม่ ๆ ในการผลิตข้าวและวิธีการผลิตข้าว

งานวิจัยในต่างประเทศ

สำหรับงานวิจัยในต่างประเทศยังมีการวิจัยเกี่ยวกับโรคเอดส์ไม่มากนัก ดังนั้นผู้วิจัยจึงพยายามค้นคว้าการวิจัยที่มีความใกล้เคียงกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อนำเสนอเป็นแนวความคิดประกอบการวิจัยดังนี้

Stroman และ Seltzer (1990) ศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์และโทรทัศน์และความรู้โรคเอดส์ของกลุ่มตัวอย่าง 489 คน อายุมากกว่า 18 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงวอชิงตันดีซี โดยการสุ่มถามทางโทรศัพท์ พบว่าผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ได้รับข่าวสารและความรู้ที่มีดีกว่าและมากกว่าผู้รับชมทางโทรทัศน์

หลักฐานจำนวนมากจากการวิจัยในประเทศคือพัฒนาของสหรัฐอเมริกาให้ข้อสังเกตเสริมและสนับสนุนที่ว่า การเปิดรับสารทางสื่อมวลชนแค่เพียงอย่างเดียวไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง

พฤติกรรมของบุคคล การสื่อสารมวลชนมีความสำคัญมากในการ เปลี่ยนแปลงความรู้ความ เข้าใจ เป็นสิ่งช่วย เพิ่มพูนความรู้ ในขณะที่การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญมากคือการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ ในขั้นของการจูงใจสื่อแบบการบอกเล่าจึงดูเหมือนจะใช้ได้ดีกว่าสื่อมวลชน ทั้งหมดเป็นความคิดที่ได้จากคำกล่าวของ Rogers (1960)

สำหรับงานวิจัยที่จะนำมากล่าวต่อไป จะเน้นถึงความสำคัญของสื่อและการยอมรับนวัตกรรมในงานวิจัยต่าง ๆ Rhoads และ Piper (1960) ได้ศึกษาถึงบทบาทของวิทยุศึกษาในเอลซัลวาดอร์และฮอนดูรัสพบว่า ร้อยละ 15 ของนักเรียนวิทยุศึกษา ได้รับการเรียนรู้จากการอ่านตามรายการวิทยุศึกษา ร้อยละ 80 ของนักเรียนวิทยุศึกษาระบุว่าได้รับความรู้จากวิทยุศึกษามากกว่าที่คาดหวัง ซึ่งรวมทั้งความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมทางการเกษตร จำนวน 2 ใน 3 ของนักเรียนนำ เอาข่าวสารไปปฏิบัติและนักเรียนส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการที่ตนได้ฟังวิทยุร่วมกัน เป็นการ ใช้วิทยุ เพื่อแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับ เรื่องการ เกษตรมากกว่าที่จะได้มาเรียนความรู้ทั่วไปหรือมา เรียน เพื่อให้อ่านออกเขียนได้

Rosar (1971) ได้กล่าวถึง การทำการทดลองภาคสนามพบว่า สื่อมวลชนมีผลโดยตรงต่อการยอมรับการฝึกปฏิบัติ เพื่อสุขภาพ โดยทำการทดลองกับหมู่บ้าน 2 แห่งในประเทศเอกวาดอร์ (Ecuador) ชาวบ้านได้รับรู้ข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียง วิทยุกระจายเสียงจึงเป็นสื่อมวลชนที่จัดว่า เป็นแหล่งสารที่สำคัญที่สุดในด้านข่าวสารและมีอิทธิพลต่อการยอมรับการฝึกปฏิบัติ เพื่อสุขภาพ

Chen (1973) ศึกษา เปรียบเทียบพฤติกรรม การสื่อสาร เกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว พบว่าผู้รับสาร เชื่อข่าวสารด้วยการ เขียนมากกว่าข่าวสารด้วยวาจา แม้ผู้สมรสจะแสวงหาข่าวสารจากเพื่อแพทย์ ร้านขายยา และเห็นว่าร้านขายยา เป็นแหล่งข่าวที่ดีมากกว่าแพทย์ และศูนย์อนามัยสาธารณสุข

Akira (1963) ศึกษาถึงความต้องการ ความชอบและความ เชื่อสื่อมวลชนนั้น ได้สอบถามโดยถามว่าอะไร เป็นสื่อที่จำเป็นขาดไม่ได้สำหรับท่าน หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือหรือภาพยนตร์ คำตอบที่ได้ระบุว่า หนังสือพิมพ์ร้อยละ 61 วิทยุโทรทัศน์ร้อยละ 23 วิทยุกระจายเสียงร้อยละ 8 หนังสือร้อยละ 3 ภาพยนตร์และนิตยสาร

ร้อยละ 1 และในข่าวสารหลาย ๆ สื่อ ข่าวสารที่คิดว่าเชื่อถือได้มากที่สุด ร้อยละ 43 คอบว่า วิทยุโทรทัศน์ ร้อยละ 32 คอบว่าหนังสือพิมพ์ และร้อยละ 16 คอบว่าวิทยุกระจายเสียง

Rogers (1973) ได้กล่าวถึงผลงานวิจัยที่ค้นพบ โดยพบว่าในการยอมรับความคิดใหม่ นั้นมักเกิดจากการที่บุคคลชอบคุยกับ เพื่อนมากกว่าการฟังรายการวิทยุกระจายเสียง ซึ่งได้รับฟัง ในเวลาหลายเดือนก่อนหน้านี้

Diokno (1971) ศึกษาถึงวิธีการสื่อสารเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว โดยเลือก สตรีที่แต่งงานแล้ว 142 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่าในคานข่าวสารนั้นชอบสื่อบุคคลมากที่สุด รองลงมาได้แก่วิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงตามลำดับ ส่วนแหล่งข่าวสารคือแพทย์ กลุ่ม ตัวอย่างมักรับฟังวิทยุโดยใช้เวลา 1 ชั่วโมงในสุดสัปดาห์และชอบรายการประเภทละครและ การแสดง

จะเห็นได้ว่าจากผลการวิจัยที่ผ่านมาทั้งต้นแสดงให้เห็นว่า การเปิดรับข่าวสารผ่าน สื่อต่าง ๆ นั้นมีความสัมพันธ์กับการยอมรับหรือปฏิบัติคนในเรื่องต่าง ๆ แตกต่างกันออกไปใน แต่ละกลุ่ม เป้าหมาย นอกจากนี้สื่อแต่ละชนิดเองก็มีผลต่อความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติในเรื่อง ต่าง ๆ แตกต่างกันออกไป โดยไม่จำเป็นว่าการเปิดรับสื่อเพื่อเปิดรับข่าวสารนั้นจะต้อง สอดคล้องกับการยอมรับและการปฏิบัติ โดยข้อคิดที่ได้จากรายงานการประชุมปฏิบัติการ การ วิจัยบริการสาธารณสุข (2524) ได้ให้ความคิดเห็นว่าในทางพฤติกรรมศาสตร์ได้ให้ข้อเท็จจริงที่ น่าสนใจไว้ว่า ความรู้ (Knowledge) ทักษะคิด (Attitude) และการปฏิบัติ (Practice) อาจไม่สอดคล้องกันหรือไม่ไปในทิศทางเดียวกันก็ได้

ฉะนั้นผู้ทำการวิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงทิศทางของการเปิดรับข่าวสาร และ การยอมรับข่าวสาร เรื่องโรคเอดส์ในหมู่นักเรียนนิสิตนักศึกษา ว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกัน อย่างไร