

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา เรื่องการสื่อสารกับพฤติกรรมการป้องกัน โรคจากการทำงานของผู้ใช้แรงงาน ในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ได้ทำการศึกษาทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

1. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
3. แนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับความรู้
4. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวความคิดเกี่ยวกับความตระหนัก
6. ทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพ
7. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ
8. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมอนามัย
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

ข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ ในกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งๆ ได้มีการเลือกรับสื่อที่นั้นเกิดจากคุณสมบัติ พื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน
2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

แม็คคอมบส์ และ เบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสาร ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น ได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบๆ ตัว

การเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการพัฒนา ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ชาร์ล เค อัทกิน (Atkin, 1973 : 208) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันท่วงทีต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

โรเจอร์ส และ เซเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969 : 3) ได้ขยายแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน ให้กว้างขวางออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่าสื่อมวลชนนั้น ครอบคลุมถึงสื่อ ห้าประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสารและโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนี ในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนให้ความหมายของเขาทั้งสองจึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปีและอื่นๆ

ในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ (Klapper 1960:5)

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure)

บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆ ตามความสนใจ และความ ต้องการของตนเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention)

นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับ ทักษคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็ พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการ ได้รับข่าวสาร ที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกรู้สึกของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation)

เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือก ตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับ มาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจ ของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากทีบุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และ ตีข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหา สารของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ ตรงกับความสนใจของตนเอง

ขั้นตอนในการรับสื่อนี้ ชรามม์ (Schramm) ได้อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงระดับความสนใจ ของผู้รับสาร จะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจ หรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อนั้นมีนักวิชา การหลายท่าน ที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูง ใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับ ของสมาชิกภายในสังคมและเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อต่างๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตนซึ่งปรากฏการณ์นี้มีเมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวอปลีส (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้ มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาท และ สถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่ง จะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างกันในการเลือกสรรข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งงานการศึกษาของ เดอเฟลอร์ (DeFleur, M.L., 1996) ได้เสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพล ในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันทีทันใดแต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยาและสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มที่บุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสาร

พฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ

นอกจากการเลือกใช้ช่องทางข่าวสารให้เหมาะสมแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามไปก็คือ ทำอย่างไรจึงทำให้ข่าวสารที่ส่งไปเข้าถึงความสนใจของรับสาร ได้มากดังที่ แชรรมม์ (1973 : 200) ให้ความเห็นว่าไว้ว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสาร ได้มาก จะมีแนวโน้มทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับข่าวสาร ได้ข้อมูลมากมายเป็นหลักฐานยืนยันและทำให้เชื่อได้ว่า ผู้รับข่าวสารนั้น มิใช่จะเปิดรับหรือมีทางที่จะเปิดรับ หรือสนใจข่าวสารทุกคนเสมอไปไม่ยิ่งกว่านั้น ในการรับข่าวสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนยังมีการรับ มีความจดจำ มีการตอบสนองต่อข่าวสารแตกต่างกันไป ทั้งในฐานะที่เป็นรายบุคคลและสมาชิกของสังคม (ชวรัตน์ เจริญชัย 2527 : 156) ดังนั้นสิ่งที่ควรให้ความสนใจในอันดับแรกคือ สิ่งที่น่าสนใจทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารเรียกว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสาร อันประกอบด้วยพฤติกรรมหลายประการ คือ การเลือกสนใจ (selective attention) การเลือกรับรู้และเข้าใจ (selective perception) และการเลือกจดจำ (selective retention) (ชวรัตน์ เจริญชัย 2527 : 159)

ในเรื่องของการเลือกสนใจนั้น แชรรมม์ (Schramm 1954 : 3-26) ได้ให้เหตุผลว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (promise of reward) ที่ว่าใช้ความพยายามน้อยที่สุดนั้น หมายความว่าผู้อ่านก็ดี ผู้ดูก็ดี หรือผู้ฟังก็ดี จะเลือกรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวกที่สุด การใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความพร้อม (availability) และ ความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่จะใช้สำหรับซื้อสื่อ (expense) เวลา (time) ที่รับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคม ก็มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

การที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ และข่าวสารตามแบบฉบับของตนเอง ซึ่งอาจจะเหมือนแตกต่างกันไปจากผู้อื่นนั้น เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (Merrill & Lowenstein 1971 : 134-135) อ้างถึงในชวรัตน์ เชิดชัย 2527 : 170-174) กล่าวว่ามียปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือ การอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงา ที่ไม่สร้างความกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุด และไม่ว่าสิ่งที่สนองความอยากรู้อยากเห็นนั้น จะเกิดจากวัตถุประสงค์ของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ทั้งนี้มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณในทางปฏิบัติทางจร โลงจิตใจหรือแม้ทางความคิด ก็สามารถที่จะหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

นอกจากประโยชน์ใช้สอยแล้ว เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้รับข่าวสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นดังนี้ ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน นอกจากนั้น ประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิตก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารอย่างไร

4. “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่นทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มี “ลักษณะเฉพาะตัว” ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหา และที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน “ลักษณะเฉพาะตัว” ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนยอมหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ เช่น หนังสือพิมพ์ มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญคือ ให้ข่าวสารละเอียดกว่า ราคาคง และสามารถนำติดตัวได้สะดวก เป็นสิ่งแสดงสถานภาพทางสังคมและเป็นการสัมผัสกับสังคมภายนอก ส่วนสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ก็เป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น เป็นสื่อที่สามารถปลดปล่อยอารมณ์ได้ดีที่สุด ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจที่ได้แข่งขันและสามารถเอาชนะผู้อื่นได้ (เช่น รายการทนายปัญหา) สามารถชดเชยความรู้สึกที่ตนเองไม่มี เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

ในกระบวนการสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Source)
2. สาร (Message)
3. สื่อ (Media)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

องค์ประกอบทั้ง 4 นี้ มีส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสาร เกิดความตระหนัก มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารตั้งใจ

สื่อ (Media) คือ พาหนะที่นำพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (เสถียร เขยประทับ 2528 : 32)

- สื่อมวลชน (Mass Media)
- สื่อบุคคล (Personal Media)

1. สื่อมวลชน หมายถึงสื่อที่สามารถจะเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารที่มีจำนวนมาก และอยู่กันกระจัดกระจายได้อย่างรวดเร็ว เป็นการแพร่กระจายข่าวสาร ซึ่งสื่อมวลชนของการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์

คุณลักษณะของสื่อมวลชน คือ

1. สามารถเข้าถึงผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว
2. สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

แคทซ์ และ ลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1995 : 27) เห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ มากที่สุด ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในการจูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญในขั้นของการให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติ ในการสร้างทัศนคติ ในเรื่องที่บุคคลยังไม่เคยรับรู้มาก่อน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, 1960) กล่าวถึงอิทธิพลของการสื่อสารมวลชนต่อบุคคลในสังคมว่าเป็นเพียงแรงเสริม ในกระบวนการโน้มน้าวใจต่อความคิดเห็น หรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว สื่อสารมวลชน มิได้มีอิทธิพลต่อบุคคลได้ซึ่งได้แก่อุปนิสัย บรรทัดฐานของกลุ่มกระบวนการเลือกรับสาร การเผยแพร่ข่าวสารโดยบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็น ระบบการปกครองและระบบการสื่อสารมวลชน

อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยมและมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิกเมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นคิดต่อมามีด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้อง หรือที่

ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนอยู่เดิมจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influences) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชน ในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อถ้อยวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น สื่อสารมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ค่านิยม ความมีน้ำใจ โน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชน ให้มีความเข้มแข็งขึ้นและ พร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลนั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm) ได้กล่าวว่า การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาได้ สามลักษณะ คือ

- ประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนา

- ประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมในกระบวนการตัดสินใจที่เปลี่ยนแปลง
- ทักษะที่จำเป็นต้องได้รับการอบรมสั่งสอน เช่น เด็ก ต้องได้รับการศึกษา ผู้ประกอบอาชีพต่างๆ ต้องได้รับการอบรม, เรียนรู้ในการปรับปรุงอาชีพของตนให้ก้าวหน้า

2. สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่าง บุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ญาติ พี่น้อง (บุคคลในครอบครัว) เพื่อนบ้าน เพื่อนฝูงหรือเพื่อนร่วมงาน เจ้าหน้าที่ในที่ทำงาน

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication)

ในการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถที่จะซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้ทันที การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีองค์ประกอบของการสื่อสารอยู่อย่างครบถ้วน คือ ผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) สื่อ (Media) ผู้รับสาร (Receiver) ผล (Effect) และปฏิริยาสนองกลับ (Feedback)

Roger และ Shoemaker กล่าวว่า ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไปหรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับสารนั้น ควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์มากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลง ในระดับทัศนคติและพฤติกรรมในการรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นอีกด้วย

ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

สเตียร์ เซยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถึ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจในสารก็สามารถที่จะไต่ถามหรือ ของข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสาร ได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนตัวผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสาร ได้ในเวลาอันรวดเร็ว เช่นกัน

การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีปฏิริยาตอบสนองหรือปฏิริยาสะท้อนกลับ สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือก จำสารได้

2. สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

ลาซาร์สเฟลด์ และ แมนเซล (Lazarsfeld and Manzel : 1968) ได้ให้เหตุผลในความมีประสิทธิภาพของสื่อบุคคลว่า

1. การพูดคุยเป็นกันเองเป็นส่วนตัวทำให้ผู้พูดและผู้ฟังเกิดความเป็นกันเอง และทำให้ผู้ฟังยอมรับ ความคิดเห็น ของผู้พูด ได้ง่ายขึ้น
2. การสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน ทำให้ผู้พูดสามารถดัดแปลงเรื่องราวต่างๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟัง ได้อย่างเหมาะสม
3. การสื่อสารแบบนี้ทำให้ผู้ฟังรู้สึกกว่าตนเองได้รับรางวัล หรือมีส่วนร่วมในเรื่องที่ว่า สามารถแสดงความคิดเห็นกับผู้พูดได้

การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภท (เสถียร เชนประทับ, 2525) คือ

1. การติดต่อ โดยตรง (Direct Contact) การติดต่อ โดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสาร เพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสาร โดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือการสื่อสารประเภทนี้ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลาค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2. การติดต่อ โดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อ โดยผ่านกลุ่ม กลุ่มมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

ดั่งที่ บลูมเมอร์ (Blumer, 1969) กล่าวได้ว่า "สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ชีวิตที่ร่วมกันอยู่ทั้งหมดจะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติและมีพฤติกรรมร่วมกันของกลุ่ม เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

ซึ่งการติดต่อ โดยกลุ่มอาจทำได้โดยการสนทนาภายในกลุ่ม ประชุมสัมมนาคือจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกัน ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

เบตติงฮอส (Bettinhaus, 1968 : 180 อ้างในลดาวัลย์ พอใจ,2536) กล่าวว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่เดิม ให้ฝังแน่นมากกว่าจะเปลี่ยนแปลงทัศนคติอย่างสิ้นเชิง แต่อาจเปลี่ยนแปลงการรับรู้ได้บ้างในขอบเขตอันจำกัดของประสบการณ์ ฉะนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแหล่งความคิดและเป็นผู้วางแนวทางในการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของมนุษย์นั้นเป็นผลมาจากการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล แบบเห็นหน้ากันทั้งสิ้น

นอกจากนี้ทฤษฎีการสื่อสารแบบหลายขั้นตอน (Multi-Step Flow of Communication) ยังกล่าวไว้ว่า ข่าวสารส่วนใหญ่ที่เผยแพร่จากสื่อมวลชนไปยังประชาชนเป้าหมายนั้น มักจะผ่านผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) หรือผู้ที่เข้าถึงสื่อมากกว่าก่อน แล้วบุคคลเหล่านี้ จะนำเอาข่าวสารข้อมูลที่ได้รับ ไปเผยแพร่แก่ประชาชนเป้าหมายคนอื่นต่อไป ซึ่งในการถ่ายทอดข่าวสารแต่ละครั้งของผู้รับสารคนต่างๆ จะได้รับข่าวสารที่มีทัศนคติของกลุ่มชนที่ตรงกลางไปด้วย ซึ่งอาจมีผลไม่น้อยที่ทำให้ผู้รับสารคล้อยตาม (Katz, 1995)

การนำเอาสื่อมวลชนมาใช้ควบคู่กับสื่อระหว่างบุคคลสามารถลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร (Selective exposure) ได้สื่อระหว่างบุคคลจะทำหน้าที่สนับสนุนผลหรืออิทธิพลที่เกิดจากสารของสื่อมวลชน และ Media Forums จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของสารที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยช่วยลดอุปสรรคของการสื่อสารอันอาจเกิดจากการเลือกรับสาร (Selective exposure) และการตีความสาร (Selective perception) (เสถียร เศษประทับ, 2525)

เราอาจเปรียบเทียบคุณลักษณะสำคัญที่แตกต่างกัน ระหว่างช่องสารที่เป็นสื่อมวลชนและช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคล ได้ดังนี้ (เสถียร เศษประทับ 2528 :26)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คุณลักษณะ	ช่องสารระหว่างบุคคล	ช่องสารมวลชน
การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบ บุคคลวิถี	มีแนวโน้มที่จะเป็นแบบ เอกัตวิถี
ลักษณะของการสื่อสาร	มีลักษณะแบบตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะแบบตัวต่อ ตัว
ปริมาณของปฏิกริยาตอบสนองในขณะที่ ที่ทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
ความสามารถในการลดกระบวนการ เลือกในทางจิตวิทยาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
ความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับสาร จำนวนมาก ๆ	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
ผลที่อาจเกิดขึ้น	การก่อตัวของทัศนคติและ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลงความรู้

ดังนั้น เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ส่งสารจึงต้องเลือกช่องสาร โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ว่าเป็นไปเพื่อให้ความรู้หรือเพื่ออุ้งใจเนื้อหาของสาร และธรรมชาติของผู้รับสาร

อย่างไรก็ตาม แชรรมม์ (Schramm 1972 : 30-34) ได้เสนอแนวความคิดว่าการรวมสื่อมวลชนเข้าด้วยกัน จะให้ผลในการพัฒนาสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Roger 1971 : 145) ที่กล่าวว่า การสื่อสารจะมีอิทธิพลมากขึ้น เมื่อมีการรวมสื่อทั้งสองชนิดเข้าด้วยกัน เรียกว่า Media Forum

ในการเลือกและใช้สื่อนั้น เค.เอ็น.ซิง (K.N.Singh 1976 : 54) ได้สรุปว่าแม้จะมีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับสาร (Type of Audience) ลักษณะเนื้อหาสาร (Message) และขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของรับสาร (Recipient's Stages in Adoption Process) หากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของโครงการนั้นอาจเป็นไปได้ยาก

แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้

ความหมาย: ความรู้ (knowledge) เป็นความสามารถในการใช้วิธีเท็จจริง (Facts) หรือความคิด (Idea) ความหยั่งรู้หยั่งเห็น (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์ เบนจามิน บี บลูม (Benjamin B. Bloom : 1971) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการระลึกถึงเฉพาะเรื่องต่างๆ ไป ระลึกถึงวิธี และกระบวนการ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยเน้นความจำ โดยมีระดับของความรู้อยู่ 6 ประการ คือ

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการและแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำได้
2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายถึง บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่าง ได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความและเปรียบเทียบความคิดอื่นๆหรือคาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้
3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดเห็นที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติจริงอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกัน เพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำเอาข้อมูล แนวความคิด มาประกอบกัน แล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม
6. ระดับของการประเมินผล (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้มูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรมแต่ละอย่าง

อย่างไรก็ตามการเกิดความรู้ไม่ว่าระดับใดก็ตามย่อมมีสัมพันธ์กับความรู้สึคนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจในบุคคลต่างกัน อันมีปัจจัยมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาและสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลทำให้อิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิดและแสดงออกมาตามความรู้สึกรู้จักของตน ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายในที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลได้ และยังมีผลกระทบต่อผู้รับสารในเชิงทฤษฎีการสื่อสาร โดยมีสาเหตุ 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) การสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้สมาชิกในสังคม ผู้รับสารจึงมักแสวงหาสารสนเทศโดยการอาศัยสื่อทั้งหลาย เพื่อตอบข้อสงสัยและความสับสนของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่นิยมนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่ นวัตกรรมนั้นๆ (ในฐานะความรู้)

3. การกำหนดวาระ (Agenda setting) เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไป เพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของปัจเจกชนและค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกสารสนเทศนั้น

4. การพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักจะกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของคนมากขึ้นไปเรื่อยๆ

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดเจนยิ่งขึ้น

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good.) ได้ให้ความรู้ว่าเป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์และข้อมูลต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับความและรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่างๆ

แพทริก เมียร์ดิส (Patrick Meredith) กล่าวว่า ความรู้ (knowledge) จำเป็นต้องมียังค์ประกอบ 2 อย่าง คือ ความเข้าใจ (understanding) และการคงอยู่ (retaining) เนื่องจากความรู้เป็นการที่เราสามารถจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจแล้ว

การได้รับทราบหลักการเรียนรู้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวางแผน การสื่อสารอย่างสัมฤทธิ์ผล กล่าวคือ

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนแตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใดๆ ก็ตาม จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายด้วย

2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์

3. การแสดงให้เห็นว่าควรทำอะไรดีกว่าการบอกเฉยๆ เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน

4. ทัศนคติที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสารจะมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อสารนั้นด้วย

5. ความจำเป็นมีความสัมพันธ์กับความใหม่ของข้อมูล ผู้รับสารมักจะจำได้และมีการตอบสนองต่อข้อมูลที่เพิ่มได้รับและการให้ข้อมูลซ้ำๆ จะก่อให้เกิดการจดจำและเก็บสารนั้นไว้

6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้

7. การนำเสนอด้วยวิธีที่แปลกใหม่จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการเรียนรู้ได้มากกว่า การนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

โดยปกติการแสดงออกของแต่ละบุคคลจะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพื้นฐานความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้ เรียกว่า “พฤติกรรม(behavior)” เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยใช้วิธีการทางการสื่อสาร โน้มนำพฤติกรรมของบุคคลให้เป็นไปตามมุ่งหวังในทางหนึ่ง เนื่องจากทั้งความรู้ ความเข้าใจ ทักษะและพฤติกรรมเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงต่อกัน จึงสามารถเปลี่ยนแปลงพื้นฐานของสิ่งหนึ่งได้ โดยผลของการ โน้มนำจะก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐาน 2 แบบ คือ

1. กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือให้มีพฤติกรรมที่ต่อเนื่อง (activation)
2. หยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (deactivation)

ในการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะและพฤติกรรม เป็นสิ่งที่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้ในทุกระดับของสังคม หากเราให้กระบวนการ โน้มนำหรือผลักดันอย่างถูกวิธี โดยให้เกิดความสอดคล้อง ต่อเนื่อง และเกิดความขัดแย้งน้อยที่สุด โดยรูปแบบของการสื่อสารมวลชนหรือสื่อบุคคล ที่สามารถเข้าถึง ได้มากที่สุดในกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

ทักษะของบุคคล สามารถทำให้เปลี่ยนแปลง อาจมาจากบุคคลรอบข้างหรือจากสื่อมวลชนต่างๆ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลง ในองค์ประกอบใดแล้ว ก็จะมีผลองค์ประกอบส่วนอื่นเปลี่ยนแปลง ด้วยเช่นกัน ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการสื่อสารนั้น โรเจอร์ส (Rogers) ได้กล่าวถึงผลสำคัญของสื่อสารไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ของผู้รับสาร (change in reciever's knowledge)
2. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านทัศนคติของผู้รับสาร (change in reciever's attitude)
3. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร (change in reciever's behavior)

โดยการเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 ประเภทนี้จะเกิดขึ้นในลักษณะที่ต่อเนื่องกัน คือ เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งแล้ว จะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้น และจะเป็นผลที่ทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้นด้วย และในขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดเป็นพฤติกรรมขึ้นในตัวบุคคลที่จะกระทำต่อเรื่องนั้นตามมาภายหลัง

โรเจอร์ส(Rogers) ได้อธิบายอีกว่า ทักษะคิดกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่เป็นสิ่งที่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป นั่นคือ เมื่อการสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติให้ทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่ไปแล้ว แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติ อาจมีผลในทางตรงข้ามกันได้ จึงทำให้เกิดช่องว่างของความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติ (KAP-GAP) ขึ้นได้ แต่ทั้งนี้ โรเจอร์ส (Rogers) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 วิธี ดังนี้

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการต่อกลุ่มเป้าหมายให้มากขึ้น และเกิดความเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีปฏิบัติต่อนวัตกรรมนั้น
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรมนั้นอย่างใกล้ชิด
3. ให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรมหรือยอมรับปฏิบัติ ทำให้เกิดการจูงใจแก่บุคคลอื่นที่ยังไม่ยอมรับต่อนวัตกรรมนั้น
4. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวใจ โดยใช้สื่อบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดไปติดต่อยังสมาชิกเพื่อ โน้มน้าวให้เกิดการยอมรับปฏิบัติ

สรุปได้ว่า การที่เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมให้เป็นไปตามความคาดหวังของแผนการหรือนโยบายที่ตั้งไว้ นั้น จะต้องมีการวางแผนแนวทางในการเปลี่ยนแปลงความรู้ความเข้าใจ โดยการให้ข้อมูล ข่าวสารที่ถูกต้องในเรื่องที่จะเผยแพร่ต่อบุคคลในสังคมเสียก่อน จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติตามมา และกลายเป็นพฤติกรรมที่คาดหวังตามแผนการและนโยบายตามภายหลังในที่สุด

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Concept of Attitude)

ความหมายของ “ทัศนคติ”

คำว่า “ทัศนคติ” ได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายประการ เช่น พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (2525:389) ได้ให้ความหมายของคำว่าทัศนคติว่า หมายถึง แนวความคิด ทัศนคติมาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า “aptus” แปลว่า โน้มเอียง เหมาะสมนำมาใช้ในความหมายของ ทัศนคติ หมายถึง ท่าทีที่แสดงออกมาของบุคคล ซึ่งบ่งถึงสภาพของจิตใจได้แก่ ความรู้สึกหรืออารมณ์ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Gordon W.Allport, 1967 : 3)

ประจวบ อินอ็อค กล่าวว่า "ทัศนคติ" หมายถึง ท่าทีที่คนเรามีต่อกรณีใดกรณีหนึ่งหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคล การที่จะทราบทัศนคติของผู้ใดผู้หนึ่งต้องสังเกตหรือดูพฤติกรรมที่ผู้นั้นแสดงออกมาในรูปของ การเขียน การพูด การแสดงท่าทีกิริยา สีหน้า น้ำเสียง การประพฤติปฏิบัติ ซึ่งเป็นความหมายของคำว่าทัศนคติซึ่งถูกบัญญัติไว้ในศัพท์ทางประชาสัมพันธ์

ดร.เสรี วงษ์มณฑา กล่าวว่า "ทัศนคติ" คือ ความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติประกอบไปด้วยความรู้สึก ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม

ไซรัส เมชาค และ ริชาร์ดสัน (Cyrus Mayshark and E.Richardson) ระดับความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อวัตถุ เป็นศักยภาพของพฤติกรรมหรือส่วนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานการณ์ บุคคลหรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่มีอยู่ภายในใจได้จากปฏิกิริยาต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และจะแสดงออกทางกาย

กอร์ดอน คับบลิว ออลพอร์ท (Gordon W. Allport, 1967) "ทัศนคติ" คือ ภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะได้ตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง

นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Man, 1971 : 77) "ทัศนคติ" หมายถึง ความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

ชอร์ และ ไรท์ (M.I. Shaw. And I.M. Wright) ได้ให้ความหมาย "ทัศนคติ" ไว้ว่า หมายถึง ความรู้สึกทางจิตใจของบุคคล เนื่องจากการเรียนรู้ตลอดจนประสบการณ์ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรมไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ในการตอบสนองสิ่งเร้าหรือจินตนาการต่างๆ ที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับด้วย

ซีคอร์ด และแบคแมน (Second. And Backman, 1964 : 97) ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็น "ความรู้สึก (Affective) ความนึกคิด (Gognitive) และพฤติกรรม (Behavior) ของแต่ละบุคคลต่อสภาพแวดล้อม"

โรคิช (Rokeach, 1970) ให้ความหมายทัศนคติว่า เป็นการผสมผสานหรือจัดระเบียบของ ความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัว กำหนดแนวโน้มของบุคคลในการที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

ฟิชบายน์ (Fishbein, 1967) ได้ให้คำจำกัดความของทัศนคติว่า ทัศนคติคือ ความโน้มเอียง ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ที่แสดงตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทางสนับสนุนหรือไม่สนับสนุน ทัศนคติเกิดขึ้นก่อนพฤติกรรม และทัศนคติเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมของบุคคล

ซัตติยา กรรณสูตร (2516) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่คนเรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งก็ตาม ในลักษณะที่เป็นอัตวิสัย (Objective) อันเป็นพื้นฐานเบื้องต้นหรือมีผลให้เกิด การกระทบหรือแสดงออกที่เรียกว่า “พฤติกรรม”

สุชาติ ประสิทธิรัฐสินธุ์ (2523) อธิบายว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมหรือ แนวโน้มที่จะกระทำหรือมีปฏิกิริยาต่อสิ่งเร้า สิ่งหนึ่งสิ่งใดในลักษณะบางอย่างทัศนคตินี้จะแสดง ออกให้เห็นจากคำพูดหรือพฤติกรรม เมื่อได้ผลสิ่งที่เกี่ยวข้องกับทัศนคตินั้นแต่ละคนจะมีทัศนคติ ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดมากน้อยต่างกัน แต่ลักษณะที่สำคัญของทัศนคติก็คือ “ความเป็นนามธรรม” (Abstraction) การศึกษาทัศนคติจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่จะทำการเปลี่ยนแปลง โดยกระบวนการต่างๆ เช่น การสื่อสาร การศึกษา เป็นต้น

สุชา จันทร์เอม (2524) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกหรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคลวัตถุสิ่ง ของ หรือสถานการณ์ต่างๆ ความรู้สึกหรือท่าทีนี้ จะเป็นไปในทำนองพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็น ด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

ทัศนคติ เป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมใน อนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อ แสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะส่งผลถึงพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

โดยสรุป "ทัศนคติ" ในงานวิจัยนี้เป็นเรื่องของจิตใจ ความเชื่อ ท่าที ความรู้สึกนึกคิดและความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารเรื่องสิ่งแวดล้อมที่ได้รับมาซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทัศนคติมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์และความรู้สึกนั้น ออกมาโดยพฤติกรรม ดังที่ การ์ดเนอร์ ลินเซ และ เอลเลียท อาร์สัน (Gardner Lindzey และ Elliot Arson, 1969) เชื่อว่าทัศนคติเป็นพลังสำคัญที่ทำให้คนเราแสดงพฤติกรรมออกมา

องค์ประกอบของทัศนคติ

ซิมบาโด และ เอบบีเซน (Zimbardo and Ebbesen, 1970) กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติไว้ 3 ประการ

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component)

เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทัวไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบหากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective component)

เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component)

คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

การเกิดทัศนคติ (Attitude Formation)

ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้ (Learning) รับรู้ (Perception) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย และที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญ คือ

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience)

เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางที่ดีหรือไม่ดีจะทำให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication with others)

จะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้ เช่น พนักงานที่ได้ติดต่อหรือ สัมภาษณ์กับเจ้าหน้าที่ของโรงงานจะเกิดทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่เคยรับรู้มา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models)

การเลียนแบบผู้อื่น ทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กที่เคารพ เชื่อฟังพ่อแม่จะเลียนแบบการ แสดงท่าทางในการชอบหรือไม่ชอบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามมาด้วย อาจจะเป็นการเลียนแบบผู้นำ ความคิด นักแสดง ผ่านสื่อต่างๆ ก็ได้

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors)

ทัศนคติบางอย่าง เกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานที่ สังกัด

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนติดังกล่าวแล้ว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่เป็น ตัวเชื่อมโยงให้เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือ การติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจาก ประสบการณ์เฉพาะอย่าง สิ่งที่เป็นแบบอย่างหรือเกี่ยวข้องกับสถาบันก็จะต้องมีการสื่อสารแทรก อยู่ จึงอาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผล ทำให้การเกิดทัศนคติต่อสิ่ง ต่างๆ

ประเภทของทัศนคติ บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกันคือ

1. ทัศนคติเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จาก สภาพจิตใจในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่นๆ

2. ทัศนคติเชิงลบ คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสียไม่ได้รับความเชื่อ ถือ หรือไว้วางใจ อาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่อง ราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์กรและ อื่นๆ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งหรือต่อ บุคคลหน่วยงาน องค์กร และอื่นๆ โดยสิ้นเชิง

ทัศนคติที่บุคคลทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจจะมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวม กันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล

สิ่งของ การกระทำ หรือสถานการณ์ เป็นต้น ยิ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ไป

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ (จุมพล รอดคำดี, 2532)

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม ถูกกระทบ ไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้นนอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร ส่วนแต่มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

การวัดทัศนคติ เรอส โทน (Thurstone : 1976) ได้สรุปลักษณะบางประการที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติที่จะต้องทำความเข้าใจ ก่อนที่จะวัดทัศนคติไว้ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยตัวเลขเพียงตัวเดียว อย่างไรก็ตาม เราสามารถหยั่งรู้ทัศนคติของมนุษย์ได้ ถึงแม้ว่า จะมีความซับซ้อนและมีลักษณะเชิงคุณภาพอยู่มากก็ตาม
2. ทัศนคติต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หมายถึง ผลรวมของความรู้สึก ความโน้มเอียง อคติ ความกลัว ความคิดอื่นๆ ต่อเรื่องนั้นๆ
3. เราสามารถวัดทัศนคติได้โดยใช้ ความคิดเห็น (opinion) เป็นเครื่องมือแต่การใช้ความคิดเป็นเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงทัศนคตินั้น ทำให้มีความคลาดเคลื่อนในการวัด จึงขอเสนอแนะว่าการกระทำของคนอาจจะเป็นเครื่องบ่งชี้ ถึงทัศนคติที่ลึกกว่าสิ่งที่เขาพูด แต่ก็เป็นไปได้ที่คนคนนั้นอาจบิดเบือนการกระทำของตนเอง ดังนั้น จึงยังใช้ความคิดเห็นหรือการกระทำบางรูปแบบเพื่อชี้บ่งชี้ถึงทัศนคติ

4. มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นอย่างแน่นอน ในการวัดความคิดเห็นหรือการกระทำที่เราใช้เป็นเครื่องบ่งชี้ทัศนคติแต่ความคลาดเคลื่อนระหว่าง “เครื่องบ่งชี้” และความจริงถือว่าเป็น “สากล” (universal)
5. ทัศนคติของคนคนหนึ่ง ไม่จำเป็นต้องทำนายการกระทำของคนคนนั้น ได้ถูกต้องเสมอไป
6. ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่วัดได้อาจเกิดจากความผิดพลาดในการวัด ดังนั้น จึงมีแนวความคิดที่จะใช้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error Measurement) เพื่อแยกความผิดพลาดของเครื่องมือที่ใช้วัดจากความเปลี่ยนแปลงของตัวทัศนคติเอง
7. ไม่สามารถใช้ค่า “มาก” หรือ “น้อย” อธิบายทัศนคติได้อย่างสมบูรณ์ เพราะทัศนคติมีหลายมิติ อย่างไรก็ตาม ความคิดที่จะวัดทัศนคตินี้เป็นความพยายามที่จะวัดค่าของทัศนคติในเชิงเส้นตรง (Linear Measurement)

โรเซนเบิร์ก และ โฮฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland : 1960, อ้างถึงใน อารยา ศุพฺพทรงมงคล 2535 : 30) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม (behavior) เป็นการเปลี่ยนแปลงการกระทำที่สามารถสังเกตเห็นได้ การเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมนี้เป็นไปได้ค่อนข้างยาก แต่หากผู้ส่งสารสามารถทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนแปลงความรู้หรือการรับรู้ได้ การเปลี่ยนแปลงนี้จะเป็นพื้นฐานให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในภายหน้าได้ เมื่อรับสารที่ โน้มน้าวใจค่อยๆ ไป เมื่อรับสารที่ โน้มน้าวใจค่อยๆ ไป

ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมที่น่าสนใจอีกอันหนึ่งคือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ซึ่งกล่าวว่าการเปลี่ยนและเมื่อทัศนคติ ก็จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งสามอย่างนี้ให้เชื่อมโยงต่อกัน ฉะนั้นในการที่จะให้มีการยอมรับปฏิบัติในสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนแปลงทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้

แหล่งสาร (Source) และสื่อ (Media) กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม

ในด้านแหล่งสาร (Source) อาจจะเป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสื่อมวลชนก็ได้แหล่งดังกล่าวนี้จะผลิตข่าวสารผ่านทางคำพูด ทางกรกระทำของบุคคลทางการตัดสินใจของกลุ่มหรือเป็นข้อความที่ตีพิมพ์ลงในหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือการกระทำที่จัดผ่านทางวิทยุ หรือวิทยุโทรทัศน์ โดย

แหล่งสารนี้จะต้องมีลักษณะน่าเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของสังคมนั้น ๆ จึงจะมีอิทธิพลทำให้เกิดความเห็นคล้อยตามหรือ มีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ (ประภาเพ็ญ สุวรรณ 2526 : 126)

ฮอฟแลนด์และไวส์ (Hovland and Weiss 1951 : 635 – 650) ได้ศึกษาอิทธิพลของแหล่งสาร ในการทำหน้าที่ติดต่อชักจูง จุดประสงค์เพื่อศึกษาว่า แหล่งสารที่มีลักษณะน่าเชื่อถือกับไม่น่าเชื่อถือ ถ้าใช้คำพูดชักจูงหรือให้ข่าวสารชักจูงอย่างเดียวกันแล้ว แหล่งที่มีลักษณะน่าเชื่อถือ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นในบุคคลได้มากกว่า แหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือหรือไม่ และจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงไร ผลปรากฏว่าการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นในผู้ที่ทราบข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ร้อยละ 22.5 ในขณะที่รับทราบข้อมูลจากแหล่งที่ไม่น่าเชื่อถือ มีการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นร้อยละ 8.4 จะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างถึงร้อยละ 14.1

ในด้านสื่อ (Media) เดอเฟลอร์ (De Fleur 1970 : 114-154) ได้รวบรวมแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในทฤษฎีสื่อสารมวลชน โดยการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ระหว่างสื่อซึ่งเป็นตัวกระตุ้น (Stimulus) กับการตอบสนอง (Response) โดยแยกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของเอกบุคคล (The Individual Differences Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความแตกต่างของมนุษย์ในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล การที่มนุษย์เรียนรู้ต่าง ๆ กัน มีสภาวะแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกันเป็นผลให้เกิดรูปแบบของทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ประกอบกันเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคลอันเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ลักษณะโครงสร้างทางบุคลิกภาพเหล่านี้จะมีส่วนสำคัญต่อการ กำหนดพฤติกรรมแบบของการรับรู้ หรือ การเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารต่าง ๆ แตกต่างกัน

2. ทฤษฎีการจัดลำดับชั้นทางสังคม (The Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงในสังคมซึ่งประกอบด้วยบุคคลต่าง ๆ ซึ่งรวมตัวกันเป็นกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน โดยนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการที่เหมือนกัน เช่น เพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มารวมบุคคลเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีโครงสร้างทางสังคมใกล้เคียงกัน โดยถือว่าตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และทำนองเดียวกัน ตัวแปรเหล่านี้ก็จะเป็นตัวแปรแทรก (Intervening Variable) ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคล้าย ๆ กัน และขณะเดียวกันก็จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาข่าวสารคล้าย ๆ กันด้วย

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationships Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวถึงความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการ ในกลุ่มเพื่อนบ้าน เครือญาติ มีบทบาทสำคัญต่อการกระทำของบุคคล นักสังคมวิทยาชนบท เชื่อว่าเครือญาติของชาวนามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลง

ใหม่ ๆ กรอบคร่าวในสังคมชนบทมีความผูกพันกับเพื่อนบ้านอย่างแน่นแฟ้น ผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสารความคิดและการตัดสินใจยอมรับของบุคคลในสังคมนั้น

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม (The Cultural Norms Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวว่าพฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐานและเหตุการณ์แวดล้อมในสังคม เช่น กรณีที่สื่อมีเนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง ก็มีผลให้บุคคลคล้อยตามเพราะโดยปกติแล้วบุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคม เขากล่าวว่าสื่อมวลชนมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมของบุคคล 3 ทาง คือ

- เนื้อหาของสื่อมวลชนสามารถย้ำแบบอย่าง ต่อความเป็นอยู่ที่จะทำให้คนเชื่อว่าแบบอย่างต่าง ๆ ในสังคมจะถูกดำรงไว้ต่อไปหากบุคคลในสังคมส่งเสริมสนับสนุน
- สื่อมวลชนสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันในสังคม
- สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแบบอย่างการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่งได้โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่แต่ต้องใช้ระยะเวลาเปลี่ยน

แนวความคิดเกี่ยวกับความตระหนัก (Concept of Awareness)

คาร์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good, 1973 : 54) ได้ให้ความหมายของ “ความตระหนัก” ไว้ว่า หมายถึงการกระทำที่แสดงว่า สามารถจำได้ การรับรู้หรือมีความรู้และความตระหนัก มีความหมายเหมือนกับความสำนึก (Consciousness)

เบนจามิน เอส บลูม (Benjamin S. Bloom, 1971 : 273) กล่าวว่า “ความตระหนัก” คล้ายกับความรู้อย่างที่ทั้งความรู้ และความตระหนักนั้นต่างไม่เน้นที่ลักษณะของสิ่งเร้าแต่ความตระหนักไว้ว่าเป็นภาวะการณ์ที่บุคคลเข้าใจ หรือสำนึกบางสิ่งบางอย่างของเหตุการณ์ประสบการณ์หรือวัตถุสิ่งของ

แนวความคิดของเบรคเลอร์ นำมาอธิบายถึงความตระหนัก ในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้ว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้าคือ ข่าวสารความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยผ่านสื่อต่างๆ แล้ว จะเกิดอารมณ์ ความรู้สึก ความตระหนัก ในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ ความรู้สึกจะทำหน้าที่ในการประเมินคุณค่ายอมรับหรือไม่ และให้ความสำคัญต่อสิ่งเร้ามาก หรือน้อยแค่ไหน

ความหมายของตระหนัก หมายถึง เป็นสภาวะของจิตใจที่เกี่ยวกับความรู้สึก (feeling) ความคิด (idea) และความปรารถนาที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่ง ด้วยการพูด เขียน หรือวิธีการอื่นๆ โดยอาศัยระยะเวลาหรือประสบการณ์หรือสภาพแวดล้อมในชุมชน หรือสิ่งเร้าภายนอกเป็นปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีความตระหนักขึ้น หรือความตระหนักก็คือความสำนึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั่นเอง (ลดาวัลย์ พอใจ, 2536)

การปรับปรุงหรือเปลี่ยนจิตสำนึกของคน ตลอดจนสร้างโอกาสหรือความรู้สึกต้องการการรับรู้ข่าวสารนั้น ไม่ใช่พฤติกรรมโดยตรง เป็นเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึก ความรู้คิดที่เหมาะสม ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เท่าที่จะทำได้ถึงแม้ว่าไม่เห็นผลในเชิงพฤติกรรมในทันที แต่ในอนาคต ผู้ที่ได้รับรู้และมีจิตสำนึก ที่ถูกต้องน่าจะมีพฤติกรรมไปในทางที่เหมาะสมได้

ความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักกับความรู้

ความตระหนักเป็นพฤติกรรมด้านอารมณ์ หรือความรู้สึก (Affective Domain) ซึ่งเกือบคล้ายความรู้ ซึ่งเป็นพฤติกรรมด้านความรู้ ความคิด (Cognitive Domain) ปัจจัยด้านความรู้สึกหรืออารมณ์นั้นจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านความรู้และความคิดเสมอ (ประสาธ อิศรปริดา, 2533 : 177) ส่วนความรู้เป็นเรื่องที่เกิดจากข้อเท็จจริง ประสบการณ์การสัมผัส และการใช้จิตไตร่ตรองคิดหาเหตุผล แต่ความรู้เป็นเรื่องที่เกิดจากข้อเท็จจริง ประสบการณ์การสัมผัสจากสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อม โดยไม่ตั้งใจ

กล่าวโดยสรุปคือ ความตระหนักและความรู้นั้น มีความสัมพันธ์กันคือ ทั้งความตระหนักและความรู้ต่างก็เกี่ยวข้องกับการสัมผัส และการใช้จิตไตร่ตรอง โดยมีความรู้เป็นข้อเท็จจริงกฎเกณฑ์ซึ่งได้จากการสังเกต และการรับรู้ที่ต้องอาศัยเวลา ส่วนความตระหนักเป็นความรู้สึกในสภาวะจิตไม่เน้นความสามารถในการจำหรือระลึกได้ อย่างไรก็ตาม การที่จะเกิดความตระหนักขึ้นมาได้นั้นก็ต้องผ่านการมีความรู้มาก่อน

การวัดความตระหนักเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เพราะเป็นเรื่องของอารมณ์ ความรู้สึกจึงต้องอาศัยวิธีการวัดที่มีเทคนิคเฉพาะ ซึ่งอาจวัดได้โดยวิธีการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม แบบตรวจรายการ (Checklist) มาตรวัดอันดับคุณภาพ (Rating Scale) หรือการใช้ความหมายภาษา (Semantic Differential Technique หรือ S.D.)

ทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพ (HEALTH BELIEF MODEL)

เนื่องจากการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลเป็นเรื่องที่ซับซ้อนเพราะมีตัวแปรทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องด้วยตามสภาวะแวดล้อมและสิ่งต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลแตกต่างกันไป ดังนั้นในเรื่องขอความรู้จึงเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่งทั้งงานด้านสุขศึกษา มุ่งหวังว่าจะสามารถทำให้บุคคลเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพอนามัยให้ดีขึ้นได้ แต่จากสถิติที่ผ่านมาในเรื่องของการระบาดของโรคเอดส์ พบว่าการให้สุขศึกษา โดยให้ความรู้แก่กลุ่มชนต่าง ๆ ซึ่งปฏิบัติกันทั่วไปในหน่วยงานต่อต้านการโรคยังไม่สามารถทำให้สุขศึกษา โดยให้ความรู้แก่กลุ่มชนต่าง ๆ ซึ่งปฏิบัติกันทั่วไปในหน่วยงานต่อต้านการโรคยังไม่สามารถทำให้การระบาดของโรคเอดส์ลดลงได้ ดังนั้นความเชื่อซึ่งเป็นตัวแปรทางจิตสังคมที่สำคัญจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมสุขภาพอนามัย เนื่องจากความเชื่อเป็นส่วนประกอบในตัวบุคคลซึ่งฝังแน่นอยู่ในความคิด ความเข้าใจ อ้อมีเหตุผลหรือไม่มีเหตุผลก็ได้ เมื่อบุคคลมีความเชื่ออย่างใด ความเชื่อนั้นจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมให้บุคคลประพฤติปฏิบัติตามความคิดเห็นและความเข้าใจนั้น ๆ โดยบุคคลอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ได้ และความเชื่อในสิ่งนั้น ๆ ไม่จำเป็นว่าจะต้องอยู่บนพื้นฐานแห่งความจริงเสมอไป ความเชื่ออาจเป็นเพียงความรู้สึกนึกคิดที่เป็นผลจากการที่บุคคลได้รับประสบการณ์ต่าง ๆ มาแล้ว ไม่ว่าจะประสบการณ์นั้นจะได้รับมาโดยตรง หรือโดยอ้อมก็ตาม ทำให้เกิดความเชื่อและความเข้าใจซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการวางหลักแห่งการกระทำ หรือวางกรอบความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ ของบุคคล และยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการที่จะช่วยให้บุคคลสามารถปรับปรุงพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมอีกด้วย ความเชื่อของบุคคลอาจเปลี่ยนแปลงได้โดยอาศัยองค์ประกอบบางอย่างคือ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม อาชีพ เจตคติ และศีลธรรมจรรยา โดยเฉพาะความเชื่อด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดพฤติกรรมสุขภาพอนามัยในการป้องกันรักษาโรคต่าง ๆ ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านสุขภาพกับพฤติกรรม สุขภาพนี้ ได้มีผู้กล่าวไว้ว่า เป็นความเชื่อเกี่ยวกับสุขภาพของบุคคลซึ่งมีอิทธิพลต่อการเจ็บป่วยและการรักษา เพราะเมื่อบุคคลมีความเชื่ออย่างใดต่อสิ่งหนึ่ง ความเชื่อนั้นจะเป็นเครื่องกำหนดความโน้มเอียงในการกระทำสิ่งต่าง ๆ โดยมีความสัมพันธ์กับเหตุผล วัตถุประสงค์และมโนทัศน์ของบุคคลนั้น (ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2525 : 30)

ทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพได้ถูกพัฒนามาจากทฤษฎีจิตวิทยาของเลวิน (Lewin) ซึ่งเป็นบิดาทางจิตวิทยาสังคม ทฤษฎีของเลวินมีสมมติฐานว่าพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นเนื่องจากปัจจัย 2 ประการ คือ

1. ค่านิยม หมายถึง ค่านิยมที่แต่ละบุคคลมีต่อจุดมุ่งหมายอย่างหนึ่ง
2. การคาดการณั ของแต่ละบุคคลเกี่ยวกับสภาพความเป็นไปได้ หรือความสามารถของบุคคลนั้นๆ ในการประกอบกิจกรรมเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายที่ตนตั้งเอาไว้

ต่อมานักจิตวิทยาในกลุ่มหนึ่งอันประกอบด้วย ฮอคบาม (Hochbaum), เลเวนทาล (Leventhal), เคเงเสล (Kegeles) และโรเซนสตอค (Rosenstock) ได้ร่วมกันนำเอาหลักการของเลวิน มาใช้เพื่ออธิบายพฤติกรรมทางสุขภาพของมนุษย์ซึ่งพอจะสรุปคร่าวๆ ได้ว่า คนจะแสดงพฤติกรรมทางสุขภาพเมื่อ

1. บุคคลนั้นมีความต้องการ หรือค่านิยมที่จะหลีกเลี่ยงความเจ็บไข้หรือมีความต้องการที่จะมีสุขภาพดีขึ้น
2. บุคคลนั้นมีความเชื่อว่าพฤติกรรมทางสุขภาพนั้นๆ จะช่วยป้องกันหรือบรรเทาอาการเจ็บไข้ได้และตนเองสามารถจะกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ได้

ทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพมีองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. การรับรู้เกี่ยวกับ โอกาสเสี่ยงต่อการเจ็บไข้ (Perceived Susceptibility) หมายถึง การรับรู้ถึงโอกาสหรือความเป็นไปได้ ของการเกิดโรคของแต่ละบุคคล การรับรู้เรื่องนี้ได้รับอิทธิพลมาจากการคาดการณัล่วงหน้า เกี่ยวกับโอกาสการเกิดโรค ความเชื่อหรือการยอมรับในวิธีการวินิจฉัยโรค ความเชื่อในโอกาสการเจ็บไข้ทุกๆ ไป และความเชื่อในโอกาสที่จะมีการสัมผัสได้

2. การรับรู้เกี่ยวกับความรุนแรงของโรค (Perceived Severity) หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับความรุนแรงของโรคหากปล่อยโรคนั้นไว้โดยไม่รักษา การรับรู้อันนี้จะผันแปรในแต่ละบุคคล และจะครอบคลุมไปถึงการประเมินผลเกี่ยวกับผลเสียอันเนื่องมาจากการรักษาทางการแพทย์อันได้แก่ ความตาย ความพิการ และความเจ็บปวด และผลเสียต่อเนื่องทางสังคม เช่น ผลเสียในการทำงาน ชีวิตครอบครัว และสถานภาพทางสังคม

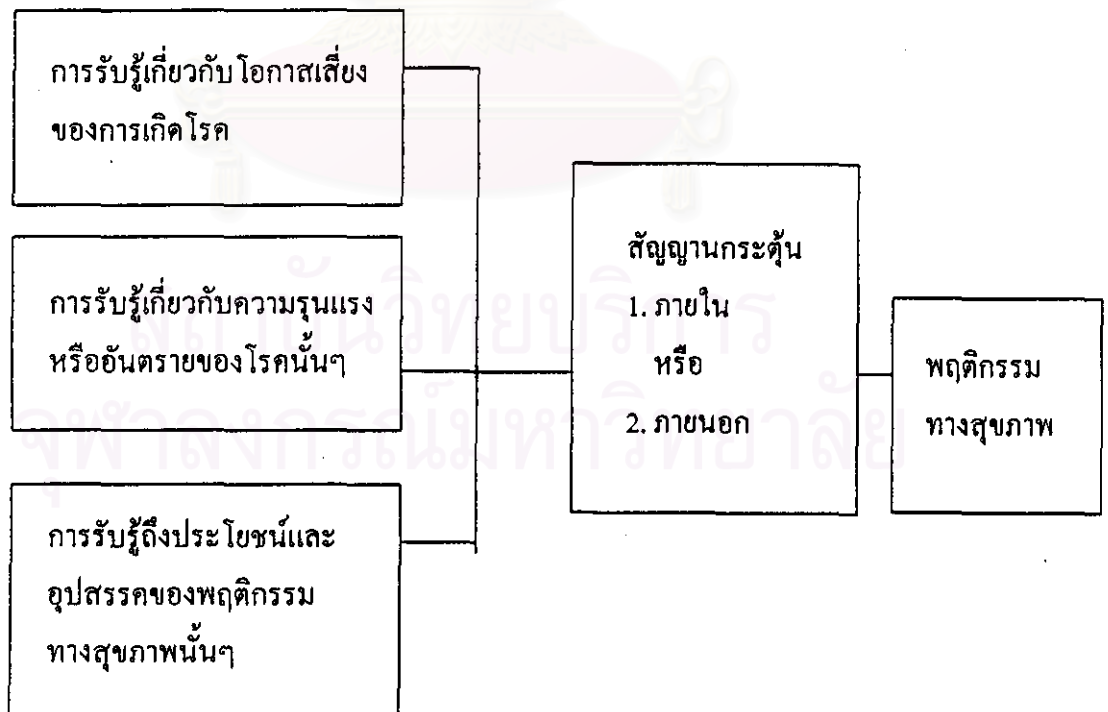
3. การรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ (Perceived Benefit) หมายถึง การรับรู้หรือความรู้สึกรู้สึกที่ว่าพฤติกรรมทางสุขภาพนั้นๆ จะช่วยลดความรุนแรงของโรคได้ และตนเองสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นๆ ได้ ทั้งนี้เนื่องจากว่าแม้การยอมรับหรือการรับรู้เกี่ยวกับโอกาสเสี่ยง ต่อการเกิดโรคหรือเจ็บไข้ ซึ่งเชื่อว่ามี ความรุนแรงและเป็นอันตราย จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ แต่ไม่ได้เป็นเครื่องกำหนดว่าพฤติกรรมนั้นๆ จะเกิดขึ้นอย่างแน่นอน การเกิดของพฤติกรรมยังต้องอาศัยการรับรู้ว่าตนเองมีความสามารถทำได้ และทำแล้วจึงเกิดประโยชน์หรือลดความรุนแรงของโรคได้

4. การรับรู้ถึงอุปสรรคต่างๆ ในการประกอบพฤติกรรมนั้นๆ (Perceived Barrier) หมายถึง การรับรู้เกี่ยวกับผลในทางลบหรือผลอันไม่พึงประสงค์ในการประกอบพฤติกรรมทางสุขภาพนั้นๆ ซึ่งจะเป็นเครื่องขัดขวางการเกิดของพฤติกรรมทางสุขภาพได้มาก หากบุคคลนั้นประเมินว่าผลอันไม่พึงประสงค์จากพฤติกรรมทางสุขภาพ คือ ค่าใช้จ่าย ความเจ็บปวด การเสียเวลา และความไม่สะดวกต่างๆ เป็นต้น

5. การได้รับ “สัญญาณกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม” (Cue To Action) สัญญาณกระตุ้นนี้แบ่งได้เป็น 2 ชนิด คือสัญญาณกระตุ้นจากภายในร่างกาย เช่น อาการผิดปกติต่างๆ ทางร่างกาย และสัญญาณกระตุ้นจากภายนอกในร่างกาย เช่น ข่าว หรือการประชาสัมพันธ์ โฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์ การติดต่อพูดคุยระหว่างบุคคล หรือการส่งจดหมายเตือนจากเจ้าหน้าที่ของโรงพยาบาล

การรับรู้ทั้งหมดนี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งขึ้นอยู่กับความแตกต่างของพื้นฐานทางครอบครัว การศึกษา เศรษฐกิจ สังคม และประสบการณ์เกี่ยวกับโรคหรือเกี่ยวกับพฤติกรรมทางสุขภาพนั้นๆ

โดยสรุปทฤษฎีความเชื่อทางสุขภาพมีองค์ประกอบและโครงสร้าง ซึ่งสรุปเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสุขภาพ

Mechanic (1986) นักสังคมวิทยาการแพทย์และสาธารณสุข ได้อธิบายว่า เมื่อบุคคลเผชิญกับภาวะการเจ็บป่วยจะมีพฤติกรรมการแสดงออก หรือไม่แสดงออกเพื่อตอบสนองต่ออาการผิดปกติเหล่านี้ ซึ่งเป็นกระบวนการตัดสินใจในระดับบุคคล อันเป็นผลโดยตรงจากความแตกต่างของปัจจัยทางด้านสังคม และวัฒนธรรมที่แวดล้อมตัวบุคคล และลักษณะทางด้านจิตวิทยาของบุคคลพร้อมกัน ตัวอย่างเช่น ความแตกต่างทางด้านประสบการณ์เดิมเกี่ยวกับการเจ็บป่วย ความแตกต่างในการอบรมเลี้ยงดู โดยเฉพาะในด้านการตอบสนองต่อการเจ็บป่วย รวมทั้งความแตกต่างทางด้านสรีระวิทยาเฉพาะบุคคลด้วย เช่น ความไวต่อโรคที่แตกต่างกัน ฯลฯ และได้สรุปว่า ความแตกต่างของพฤติกรรมตอบสนองต่ออาการเจ็บป่วยของบุคคลเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ 10 ประการ ดังนี้

- 1) ลักษณะการมองเห็น ได้ (Visibility) การตระหนัก (Recognizability) และการรับรู้ถึงลักษณะสำคัญของอาการที่ผิดปกติที่เกิดขึ้น
- 2) ลักษณะของการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงความรุนแรงของอาการผิดปกติอันเกิดขึ้นได้ทั้งในปัจจุบัน และอนาคต
- 3) ระดับของการเจ็บป่วยที่ส่งผลกระทบหรือรบกวนต่อการทำงานหรือกิจกรรมทางสังคมอื่นๆ ทั้งในระดับบุคคลและครอบครัว
- 4) ความถี่และการคงอยู่ของอาการผิดปกตินั้นๆ
- 5)ขีดความสามารถของบุคคลที่จะอดทนต่ออาการผิดปกติที่เกิดขึ้น (Tolerance Threshold)
- 6) ลักษณะข้อมูลประสบการณ์ความรู้ที่บุคคลมีอยู่ ตลอดจนลักษณะการศึกษาพื้นฐานทางวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนความเข้าใจต่ออาการเจ็บป่วยของบุคคล
- 7) ลักษณะความจำเป็น หรือความต้องการขั้นพื้นฐาน ซึ่งนำไปสู่การปฏิเสธ การรับรู้อาการผิดปกติ เช่น กรณีโรคจิต โรคเรื้อน และโรคเอดส์ ถ้าตีความว่าป่วยด้วยโรคนี้อาจทำให้เกิดการตีตรา และความรังเกียจจากสังคม
- 8) ระดับการให้ความสนใจ หรือให้ความสำคัญกับปัญหาความเจ็บป่วยเมื่อเปรียบเทียบกับปัญหาอื่นๆ ที่กำลังเผชิญอยู่พร้อมๆ กัน
- 9) ลักษณะการให้ความหมายของบุคคลต่ออาการของโรคที่เกิดขึ้น โดยมีพื้นฐานจากการให้ความหมายของสังคมต่ออาการผิดปกติทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ
- 10) การเข้าถึงบริการสาธารณสุข (Accessibility) ทั้งทางด้านค่าใช้จ่าย ระยะเวลา ความสะดวกสบาย ระยะเวลาของการรักษา ด้านจิตวิทยา ได้แก่ การยอมรับในบริการ การสูญเสียด้านจิตใจ ได้แก่ ความละอาย การตีตราทางสังคม (Stigma) ความรู้สึกด้อยค่าในตนเอง (Humiliation) และ

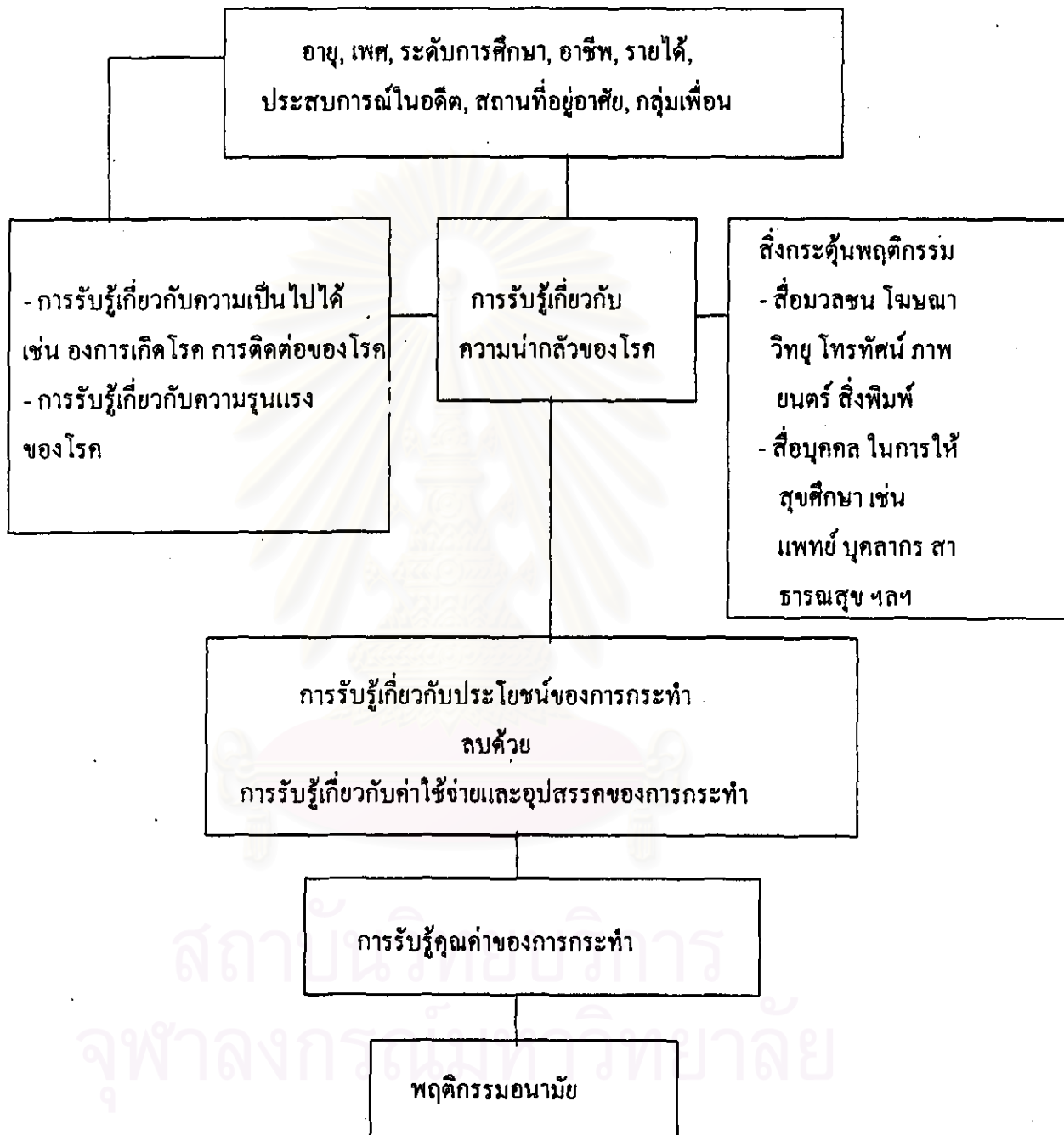
ความเห็นห่างทางสังคม (Social Distance) อันเนื่องมาจากความแตกต่างทางด้านสภาพทางสังคม และวัฒนธรรม

ปัจจัยทั้ง 10 ประการของ Mechanic จะเป็นตัวกำหนดว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการเจ็บป่วยหรือไม่ และปัจจัยทั้ง 10 ประการมักมีอิทธิพลซึ่งกันและกัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเกิดพฤติกรรมอนามัยนั้น เบคเกอร์ (Becker) ได้เสนอกรอบแนวความคิดไว้ดังนี้



จากแนวความคิดของ เบคเกอร์ (Becker) จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมอนามัยของบุคคล แต่ปัจจัยสำคัญที่สุดนั้นคือ ปัจจัยด้านสื่อหรือสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรม และปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจของบุคคลนั่นเอง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลักขณา มนธาตุผลิน (2524) ศึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เรื่อง อร่อยอร่อยครบถ้วนแก่สตรีวัยเจริญพันธุ์ พบว่า ผู้ที่ได้รับแจกเอกสารมีความรู้ดีกว่าผู้ที่ไม่ได้รับแจก ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ และผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสูงได้ ได้รับความรู้เพิ่มขึ้นกว่าผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ

ทัศนาวดี สุขารมณ (2525) ได้ทำการศึกษาเรื่องช่องทางการรับข่าวสาร ที่มีผลต่อการยอมรับ การคุมกำเนิดแบบชั่วคราวและแบบถาวร ของสตรีผู้รับบริการที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ พบว่า สตรีผู้รับบริการคุมกำเนิดมีความดีในการรับข่าวสารการวางแผนครอบครัวจากสื่อวิทยุมากที่สุด

ชลลดา วงศ์วิชัย (2526) ศึกษาเกี่ยวกับความเป็นเมืองกับการเปิดรับสื่อมวลชน พบว่า ผู้ที่มี อาชีพไม่ใช้แรงงาน เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีอาชีพใช้แรงงานและผู้ที่มีรายได้แตกต่างกันมี การเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน นอกจากนั้นผู้ที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันก็มีการเปิดรับข่าว สารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันอีกด้วย

ศูนย์อาชีวอนามัยที่ 1 ตำรวจใต้ (2528) ได้ศึกษาความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติงานของคน งานเกี่ยวกับอันตรายจากการทำงานในโรงงานทอผ้า พบว่า คนงานตัวอย่างจำนวน 250 คนนั้น ร้อย ละ 45.9 มีอายุอยู่ในช่วง 25-35 ปี ร้อยละ 62.2 มีระดับการศึกษาอยู่ในช่วง ป.1-ป.4 และร้อยละ 57.8 จะทำงานอยู่ในแผนกทอผ้า จากข้อมูลที่ได้โดยวิธีดังกล่าวพบว่าปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในการ ทำงานที่จะมีผลต่อสุขภาพอนามัยนั้น ร้อยละ 50.8 ของจำนวนคนงานตัวอย่างมีความเห็นว่า มี ปัญหาเรื่องฝุ่นฟุ้งกระจายมาก ร้อยละ 30.4 ของจำนวนคนงานตัวอย่างมีความเห็นว่า มีปัญหาเรื่อง เสียงดังมาก ซึ่งจากคนงานตัวอย่างทั้งหมดนั้น ร้อยละ 50.2 เป็นผู้ที่เคยได้รับความรู้หรือการแนะนำ เกี่ยวกับอันตรายของการทำงานในโรงงานทอผ้าอีกร้อยละ 39.2 ได้รับการบอกเล่าจากบุคคลอื่น ใน เรื่องปัญหาจากฝุ่นฝ้ายนั้น คนงานร้อยละ 50.8 รู้ถึงอาการเบื้องต้นอันตรายจากฝุ่นฝ้าย นอกจากนี้ยัง พบว่า คนงานร้อยละ 88 มีหน้าที่เกี่ยวกับการทำความสะอาดฝุ่นฝ้ายและส่วนใหญ่ทำความสะอาด โดยใช้ไม้กวาด ในเรื่องปัญหาเรื่องเสียงดังพบว่า คนงานร้อยละ 85.6 รู้ถึงอาการเบื้องต้นของ อันตรายจากเสียงดัง คนงานร้อยละ 62.8 รู้ถึงวิธีการป้องกันอันตรายจากเสียงดังในเรื่องของอุบัติเหตุ จากการการทำงาน คนงานร้อยละ 40 รู้สาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุจากการทำงาน ร้อยละ 58 รู้ถึงผล เสียงหายที่เกิดจากการเกิดอุบัติเหตุ คือ การบาดเจ็บหรือพิการ ร้อยละ 65.4 ไม่รู้ถึงวิธีการลดอุบัติเหตุ

เหตุที่เกิดจากการทำงาน ซึ่งเรื่องอุบัติเหตุจากการทำงานนี้ คนงาน ร้อยละ 56.2 คิดว่าเป็นสิ่งที่ไม่สามารถป้องกันได้ เพราะเป็นเรื่องของโชคกลาง ร้อยละ 68.2 เห็นว่าการใช้อุปกรณ์ป้องกันอันตรายสามารถป้องกันอันตรายจากอุบัติเหตุได้ร้อยละ 44.8 มีความเห็นว่า การแก้ไขปัญหาการเกิดอุบัติเหตุ นั้น ไม่ใช่หน้าที่ของฝ่ายบริหารหรือผู้จัดการของโรงงานแต่ฝ่ายเดียว และคนงาน ร้อยละ 61.8 มีความเห็นว่าการลดอุบัติเหตุเกิดจากการทำงานและทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนของโรงงานได้

สุภาพ ไบแก้ว (2528) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านสุขภาพกับความร่วมมือในการรักษาของผู้ป่วยโรคความดันโลหิตสูง จำนวน 100 คน โดยการสัมภาษณ์และศึกษารายงานประวัติผู้ป่วย พบว่า ความเชื่อด้านสุขภาพในด้านการรับรู้ถึงโอกาสเสี่ยงต่อภาวะแทรกซ้อน การรับรู้ความรุนแรงของโรคการรับรู้ถึงประโยชน์ในการรักษา การรับรู้ถึงอุปสรรคในการปฏิบัติตนมีความสัมพันธ์กับการรับประธานยาลดความดันโลหิตสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมใจ ยี่มวิไล (2531) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อด้านสุขภาพและปัจจัยบางประการกับการดูแลตนเองในผู้ป่วยโรคหอบหืด กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ป่วยโรคหอบหืดที่เป็นโรครมาแล้วไม่น้อยกว่า 6 เดือน ซึ่งมารับการรักษาที่โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้าและโรงพยาบาลภูมิพลอดุลยเดช จำนวน 100 ราย พบว่า การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่อความเจ็บป่วย การรับรู้อุปสรรคในการปฏิบัติตน และปัจจัยร่วมต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการดูแลตนเองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ

พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติและคณะ (2532) ศึกษาเรื่องความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติเกี่ยวกับโรคเอดส์และการวางแผนครอบครัวของเยาวชนไทย อายุ 15-24 ปี ในเขตเมืองป็นชนบท พบว่า เยาวชนเกือบทั้งหมดเคยทราบหรือเคยได้ยินเกี่ยวกับโรคเอดส์ โดยมีแหล่งข่าวสารที่สำคัญ คือ สื่อมวลชน และตัวบุคคล ในขณะที่เอกสารของทางราชการมีอิทธิพลน้อยมาก

อุติษา ชุคนุญชรรม (2532) ทำการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารกับความเชื่อทางสุขภาพของผู้เข้าร่วมโครงการเลิกบุหรี่ของสำนักอนามัย กรุงเทพมหานคร” พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการได้รับข่าวสารที่เกี่ยวกับการเลิกสูบบุหรี่ จากสื่อโปสเตอร์มากที่สุด และส่วนใหญ่มีความรู้ดีต่อข่าวสารในระดับกล้วมาก นอกจากนี้ พบว่าปริมาณการรับข่าวสารที่เกี่ยวกับการเลิกสูบบุหรี่ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับองค์ประกอบ 2 ด้านของความเชื่อทางสุขภาพ

คือ การรับรู้เกี่ยวกับ โอกาสเสี่ยงต่อการป่วยด้วยโรคที่มีสาเหตุมาจากการสูบบุหรี่ และการรับรู้เกี่ยวกับอุปสรรคของการเลิกสูบบุหรี่

พิไลพรรณ กาญจนลักษณ์ (2533) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังข่าวสารในหมู่บ้านหัวสะพาน อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี จำนวน 206 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่าประชาชนไม่ให้ความสนใจข่าวสารด้านสาธารณสุข ที่ผ่านสื่อเสียงตามสายมากเท่าที่ควร อาจเนื่องมาจากการรณรงค์ด้านสาธารณสุขได้กระทำผ่านสื่อหลายประเภทอยู่แล้ว ฉะนั้นเสียงตามสายจัดได้ว่า เป็นสื่อเสริมในการเผยแพร่ข่าวสารด้านสาธารณสุข ในลักษณะเพิ่มพูนความรู้ซึ่งประชากรรับรู้จากแหล่งอื่นแล้ว

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากสื่อมวลชน มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจากการสื่อสารระหว่างบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน
- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชน
- ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน

อังคณา มั่งมีทรัพย์ (2534) ศึกษาประสิทธิผลของการเผยแพร่ข่าวสาร ด้านการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขที่มีต่อความรู้และความตระหนัก ของประชาชนเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่าประสิทธิผลของการเผยแพร่ข่าวสารด้านการคุ้มครองผู้บริโภคของกระทรวงสาธารณสุขอยู่ในระดับปานกลาง และคุณลักษณะของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และความตระหนักในเรื่องความปลอดภัยในการบริโภคอาหาร

สุวรรณี ปริซาวรเวช (2535) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันหูของพนักงาน โรงเรียนทอผ้า จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่าง 250 คน พบว่า การใช้อุปกรณ์ป้องกันหูของพนักงานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการรับรู้เกี่ยวกับโรคประสาทหูเสื่อม

พฤติกรรมการใช้อุปกรณ์ป้องกันหูของพนักงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการรับรู้เกี่ยวกับโรคประสาทหูเสื่อมจากการทำงานที่มีเสียงดัง

อินทริยา อินทพันธุ์ (2535) ทำการวิจัยเรื่อง “กระบวนการตัดสินใจในการใช้ยาแก้ปวดชนิดของคนวัยทำงาน กรณีศึกษาชุมชนฟ้าสาดใส อ.เมือง จ.ลำพูน” พบว่า การใช้ยาแก้ปวดชนิดของ มีสาเหตุเนื่องจากความเจ็บป่วยของร่างกายที่เกิดจากการดำรงชีวิตประจำวัน และการประกอบอาชีพ ซึ่งมักพบในคนทำงานมีการรักษาและดูแลสุขภาพด้วยการซื้อยากินเอง โดยคิดว่าการซื้อยากินเอง เป็นวิธีที่ง่ายประหยัดที่สุด มีราคาถูก สะดวก และซื้อได้ไม่จำกัดจำนวน จากร้านขายยา หรือร้านชำ รวมทั้งสื่อโฆษณาที่พบเห็นและได้ยินอย่างแพร่หลาย ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ยาอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นความเคยชินที่คิดว่าขาดไม่ได้

วริยา ชวลิน (2535) ทำการวิจัยเรื่อง “การรับข่าวสารเกี่ยวกับขาม้าจากสื่อมวลชนของพนักงานขับรถบริษัทขนส่ง จำกัด (บขส.)” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารความรู้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมักจะดูข่าวเป็นประจำทุกวันจากสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ในอันดับรองลงมา คือ การอ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งมักจะอ่านข่าวหน้าหนึ่งทุกวันจากหนังสือเชิงปริมาณ คือ ไทยรัฐ ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับขาม้า พบว่า มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด อันดับสอง คือ หนังสือพิมพ์ อันดับสาม คือ วิทยุ และเพื่อน

สุวรรณี โพธิศรี (2535) ได้ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานครพบว่า การเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์สื่อที่เปิดรับมากที่สุดคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ เอกสารเผยแพร่ ภูมสมรส และเพื่อนตามลำดับ ส่วนปัจจัยทางด้านอายุ รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสาร รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับหนังสือพิมพ์และโปสเตอร์ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับภูมสมรส เพื่อน เจ้าหน้าที่สาธารณสุขและอาสาสมัครสาธารณสุข ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับครู การเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์และพบว่าสื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีบทบาทในการให้ความรู้ และการยอมรับปฏิบัติการป้องกันโรคเอดส์สูงที่สุด

สิน สัจจรัตนันท์ (2536) ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของแม่บ้านตำบลไทรย้อย อำเภอนิคมบ่งราย จังหวัดพิษณุโลก พบว่าส่วน

ใหญ่มีความรู้ในระดับสูงร้อยละ 66.8 ทักษะที่ติดต่อการป้องกันโรคเอดส์ร้อยละ 72.7 และพฤติกรรมการป้องกันโรคเอดส์ที่ถูกต้องร้อยละ 83.0

อัจฉราภรณ์ ละเอียดคี (2536) ได้ศึกษาประสิทธิผลของโปรแกรมสุขศึกษาในการป้องกันตนเองจากสารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรชาวสวน อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด พบว่า เกษตรกรกลุ่มทดลองมีการเปลี่ยนแปลงด้านตระหนักในการป้องกันตนเองและต่อความจำเป็นที่จะต้องมีการอุปกรณในการป้องกันอันตรายส่วนบุคคลจากการใช้สารกำจัดศัตรูพืช

นิศากร ตันลาพูน (2537) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสารโฆษณาแก่แก้วขวดไล่ ทางโทรทัศน์ การรับรู้และการจดจำสารโฆษณาแก่แก้วขวดไล่ และพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก่แก้วขวดไล่ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1. การเปิดรับสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก่แก้วขวดไล่ทางโทรทัศน์มากหรือน้อย จะไม่มีผลต่อการรับรู้ และการจดจำสารโฆษณาแก่แก้วขวดไล่ กลุ่มผู้ใช้แรงงาน ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. การเปิดรับข่าวสารโฆษณาสินค้าประเภทยาแก่แก้วขวดไล่ ทางโทรทัศน์ มากหรือน้อย จะไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก่แก้วขวดไล่ ของกลุ่มผู้ใช้แรงงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ใช้แรงงานที่มีการรับรู้และจดจำสารโฆษณาสินค้า ประเภทยาแก่แก้วขวดไล่ทางโทรทัศน์มีแนวโน้มว่าจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการซื้อและใช้ยาแก่แก้วขวดไล่ที่โฆษณา

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนนทบุรี (2538) ศึกษาหารูปแบบการพัฒนาการบริการสาธารณสุขในโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดนนทบุรี ศึกษาในโรงงานพลาสติก และโรงงานทอผ้า ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 394 คน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในโรงงานอุตสาหกรรมมีความต้องการด้านบริการสาธารณสุขและการจัดบริการสาธารณสุขของโรงงานเป็นไปตามสภาพและขนาดโรงงานและพบว่าการจัดรูปแบบการพัฒนาบริการสาธารณสุข จึงประกอบไปด้วย

1. การจัดให้มีบริการสาธารณสุขแบบผสมผสาน อันประกอบด้วย การส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันและควบคุมโรค การรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสภาพผู้ป่วย

2. การจัดบริการสาธารณสุขเชิงรุก อันประกอบด้วยการจัดการจัดหน่วยแพทย์เคลื่อนที่ การให้คำปรึกษา

3. การจัดกิจกรรมสุขภาพ ส่งเสริมการดูแลตนเอง สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเกิดการพัฒนาทั้งเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในระดับต่าง ๆ เจ้าของ/ผู้ประกอบการ โรงงานอุตสาหกรรม และพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม

มาลี พรรณบัวหลวง และคณะ (2538) ได้ศึกษาการหารูปแบบและกลวิธีการดำเนินงาน สุขศึกษาในโรงงานอุตสาหกรรมในเขตจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัญหาพฤติกรรมสุขภาพที่สำคัญของ ผู้ใช้แรงงานในโรงงานอุตสาหกรรม คือ เรื่องโรคเอดส์และเรื่องบุหรี่ หลังการดำเนินการ คะแนนเฉลี่ยความรู้เรื่อง โรคเอดส์ของผู้ใช้แรงงานลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทักษะคิดไม่มีการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติตัวคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนในเรื่องการสูบบุหรี่ คะแนนเฉลี่ยของความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติตัวไม่มีความแตกต่างกัน ทั้งก่อนและหลังการ ดำเนินการ

จารุณี บุญนิพันธ์ (2539) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารกับความตระหนัก ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมเรื่องสิ่งแวดล้อมของพนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม เขตอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า “ทักษะคิดที่มีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการรักษาสิ่งแวดล้อม”

บาทัน อิ่มสำราญ (2539) ศึกษาอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อการเรียนรู้เรื่องการดูแลรักษาสุขภาพของตนเอง ศึกษากรณีนิคมสารหมอบชาวบ้าน พบว่า นิคมสารหมอบชาวบ้านมีอิทธิพลต่อการเรียนรู้เรื่องการดูแลรักษาสุขภาพตนเอง โดยมี อายุ รายได้ การมีโรคประจำตัว เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัยแตกต่างกัน และอายุ การศึกษา รายได้ เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัยแตกต่างกัน นอกจากนั้น การเรียนรู้ด้านจิตพิสัยที่แตกต่างกัน ยังเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมสุขภาพที่แสดงให้เห็นถึงการดูแลรักษาสุขภาพของตนเองแตกต่างกันอีกด้วย

สุกัญญา อามีน (2539) ศึกษาความรู้และทักษะคิดที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทักษะคิดที่มีต่อการปลูกถ่ายอวัยวะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับการมีส่วนร่วมใน โครงการเกี่ยวกับการปลูกถ่ายอวัยวะ