

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ

การสื่อสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคม เพราะนอกเหนือจากความต้องการปัจจัยพื้นฐานในทุกด้านแล้ว มนุษย์ยังต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลอื่น ดังนั้นข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ซึ่งข่าวสารจะเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อยามมนุษย์เกิดปัญหาและเกิดความไม่แน่ใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ชาร์ลส์ เค แอลคิน (Charles K. Alkin) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากจะมีหูตาที่กว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

ความหมายของการเปิดรับสื่อมวลชน

เลินเนอร์ (Daiel Lerner 1985, อ้างใน สุนีย์ โรจนโอฬารรัตน์) ให้คำจำกัดความการเปิดรับสื่อมวลชนว่า หมายถึง อัตราส่วนของประชากรที่มีวิทยุ จำนวนจำหน่ายหนังสือพิมพ์และจำนวนผู้ที่นั่งดูภาพยนตร์ต่อประชากร 1,000 คน

คอยชแมน (Dentschman, 1963 อ้างใน สุนีย์ โรจนโอฬารรัตน์, 2539) กล่าวว่า การเปิดรับสื่อมวลชน สามารถวัดได้จากโอกาสที่บุคคลจะเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งประกอบขึ้นจากการเป็นเจ้าของวิทยุและภาพยนตร์ในช่วงเวลา 6 เดือน การซื้อหนังสือพิมพ์เป็นประจำหรือ ชั่วครั้งชั่วคราว ตลอดจนการมีหนังสือพิมพ์ในบ้าน

โรเจอร์สและสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning, 1969) ให้คำจำกัดความว่า สื่อมวลชนครอบคลุมถึงสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสารและภาพยนตร์ ดัชนีในการจัดการเปิดรับสื่อมวลชน ประกอบด้วย จำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปีและอื่นๆ

เบคเกอร์ (Becker) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ ไว้ดังนี้ (อ้างใน สมการ เจริญสุข)

1. การแสวงหาข้อมูล (Information seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาความรู้ เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดหรือเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับสื่อ เพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่อง หรือรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

จากการวิจัยของแม็คลอคซ์และคณะ (McLeod and Other, 1972) กล่าวว่า ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่าง

แม็คลอคซ์ กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่ตนมีอยู่และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นและเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่าง เจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในหนังสือ

ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

เหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชน

การเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชน คือ การที่ประชาชนพอใจในการเลือกใช้สื่อมวลชนที่ตนชอบ เนื่องจากปัจจุบันผู้รับสารเกิดการตื่นตัว สิทธิและการศึกษาทำให้ประชาชนกล้าแสดงออกถึงความต้องการของตนและกล้าที่จะเรียกร้องให้สื่อมวลชนปฏิบัติตาม หรือสนองความต้องการของตน เหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชนสามารถจำแนกได้ดังนี้ (อ้างใน วรณี จงศ์สวัสดิ์, 2536)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ผู้รับต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ในด้านความอยากรู้และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคมโดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ ความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

2.1 การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

2.2 การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียด ที่มากเกินไป หรือลดความเร่งรีบในชีวิตประจำวันลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคล ที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ ดังนี้

3.1 การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อ เพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อคำนิยมใหม่ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยมีสื่อมวลชนเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มนั้นๆ

3.2 สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) มนุษย์มักใช้สื่อมวลชน เป็นเพื่อน หรืออาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น ในสังคมกรุงเทพ ประชาชนส่วนใหญ่ อาศัยสิ่งพิมพ์วิทยุและโทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการคบเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผละสังคัม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อ หรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยง งานประจำ เช่น การรับทำงานให้เสร็จสิ้นเพื่อจะได้ไปชมโทรทัศน์

การเปิดรับสื่อมวลชน แสดงให้เห็นถึงบทบาทผู้กระทำ ประกอบกับการแข่งขันระหว่าง สื่อมวลชน ทำให้ผู้รับสารมีฐานะเป็นผู้เลือกการของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ซึ่งมีอยู่หลากหลาย ในปัจจุบัน องค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร มีดังนี้ วิลเบอร์ แชรรม (Wilbur Schramm, อ้างใน สมควร เจริญสุข, 2539)

1. ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวแตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสาร เพื่อสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่งที่แตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจแตกต่างกัน ในพฤติกรรมกรเลือกรับสื่อและเนื้อหาของข่าวสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ จะมีส่วนสัมพันธ์กับ ความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล นั่นคือ ประสาทสัมผัสทุกอย่างสามารถทำงานและรับรู้ ได้ตามปกติ

6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจและพฤติกรรม การเปิดรับสารของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้ อารมณ์ของผู้รับสารสามารถพิจารณาความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารในขณะนั้นและความรู้สึกหรือท่าที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) เกี่ยวกับข่าวสารนั้น

8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้รับข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารมีแนวโน้มจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสาร

คนเราทุกคนมีธรรมชาติในการเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา แต่จะเปิดรับสื่ออย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนด คือ

1. ปัจจัยที่มองจากแง่มุมของผู้รับสารเองเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมาก แบ่งเป็น 2 ส่วน

1.1 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามทฤษฎีการสื่อสาร (อ้างใน สมมาตร คำฉันสิน, 2539) วิเคราะห์ถึงปัจจัยของการสื่อสารของผู้รับสารในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ดังนี้

1.1.1 ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ถ้าผู้ไม่รับสารสามารถฟัง อ่าน หรือคิด เขาจะไม่สามารถรับสารที่ผู้ส่งสารส่งไปได้

1.1.2 ทัศนคติ (Attitude) ผู้รับสารจะถอดรหัสข่าวสารอย่างไร มีสาเหตุบางส่วนมาจากทัศนคติ ทั้งทัศนคติต่อตนเอง ผู้ส่งสารและข่าวสาร ซึ่งจะมีผลต่อการเปิดรับสาร การเปลี่ยนแปลงข่าวสารของผู้รับทั้งสิ้น

1.1.3 ระดับความรู้ (Knowledge Level) ผู้รับสารที่มีระดับความรู้แตกต่างกัน มีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งรอบข้างแตกต่างกันและมีแนวโน้มที่จะแปลความหมายของข่าวสารแตกต่างกัน

1.1.4 ระบบสังคม (Social System) มนุษย์ทุกคนมีบทบาทหน้าที่ในสังคมแตกต่างกัน เช่น นักศึกษา ลูกจ้าง อาจารย์ ฯลฯ สถานภาพที่แตกต่างกัน มีผลทำให้การเปิดรับและการตีความข่าวสารแตกต่างกัน

1.1.5 วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ศีลธรรมอันดีของประชาชนและระบบ หรือวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน

ในสังคม ซึ่งแต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมเป็นของตัวเองในการกำหนดวิถีชีวิต ความสัมพันธ์ของคนในสังคมและเป็นตัวชี้วัดให้เห็นความแตกต่างระหว่างสังคม วัฒนธรรมของผู้รับสาร จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการเปิดรับและการตีความข่าวสาร

1.2 ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะประชากรศาสตร์เฉพาะบุคคล โดยเฉพาะความแตกต่างในเรื่องเพศ อายุ การศึกษาฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ภูมิสำเนา

2. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การเข้าใจ

3. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติและพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

นอกจากนั้น บอลล์โรคีและเดอเฟลอร์ (Ball Rokeach and De Fleur อ้างใน วรวัฒน์ เดชวงศ์ยา, 2551) ได้แสดงกรอบแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยการพิจารณาปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ระหว่างสื่อที่เป็นตัวกระตุ้น (Stimulus) กับพฤติกรรมการตอบสนอง (Response) โดยแยกเป็นทฤษฎีการจัดลำดับชั้นในสังคม (The Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้ได้แยกบุคคลออกมาเป็นกลุ่ม โดยยึดถือเพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นตัวกำหนดตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยบุคคลที่อยู่ในสังคมกลุ่มเดียวกัน จะมีพฤติกรรมเปิดรับข่าวสารและปฏิกิริยาต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนคล้ายๆ กัน

สาเหตุที่บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร

ผู้รับสารแต่ละคน ต่างก็มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันไป เมอร์วิลและโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein 1971, อ้างใน รัตนา สมบัติวรพิพัฒน์, 2535) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อ เกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพังไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้และบางครั้งบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลเพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็นมนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี การช่วยให้ตัวเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (อ้างใน สุภาพร ธรรมวาท, 2535)

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พรทิพย์ วรกิจ โภคาท (2529) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายากมากๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรม

การรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่คนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็จะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคากถูกและสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้เข้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์มีแสงสีสิ่งดูใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนเฝ้าดูได้สบาย เป็นต้น

นอกจากนั้น พรทิพย์ วรกิจ โกลาทร ยังได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารว่ามีอยู่ 4 อย่าง คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง ฟัง หรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเองเล่น หรืออ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติของตน ข่าวสารที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบาก หรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสาร คือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่งและยังอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลง มีประสบการณ์ใหม่ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

จากแนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อนี้ จะเห็นได้ว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่ต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกันและจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองสนใจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ การได้พักผ่อน การใช้ภาษาต่างๆ รวมทั้งต้องการประโยชน์สำหรับตัวเองด้วย

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารเป็นแนวคิดที่มุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคข่าวสาร หรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเน้นเรื่องของพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือก หรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง (อ้างใน พิระ จิรไม้อานู, 2529) โดยมีสาระสำคัญของทฤษฎี ดังนี้

ชาร์ลส์ เค แอตกิน (Charles K. Atkin, 2516) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพันที่จะตามมา (Liabilities) ดังนี้

1. ถ้าผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking)

2. ถ้าผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring)

3. ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่สบายใจ ก็อาจใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance)

4. ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยง หรือไม่รับข่าวสาร ต้องลงทุนลงแรง มากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น ขอมดูโฆษณาทีวีที่ซ้ำๆ ซากๆ ในทีวี เพราะขี้เกียจเปลี่ยนช่อง

ชาร์ลส์ เค แอตกิน ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหา หรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ความต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิง ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้แน่หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้น ระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยังเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ที่มีอยู่ในปัจเจกบุคคลในขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสถานะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire) ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้ หรือความไม่แน่ใจ ที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและที่เกี่ยวกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัวนั้น แอดกิน เรียกว่า “ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงบริโภค” (Immediate Consummator Gratification) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกนั้น แอดกิน ให้ชื่อว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหาต่างๆ” (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

แม็กเวลล์ อี แม็คคอมส์และลี บี เบคเกอร์ (Maxcell E. McCombs and Lee B. Becker, 1975, อ้างใน รัตนา สมบัติวรพัฒน์, 2535) กล่าวว่า มนุษย์เปิดรับข่าวสารและแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการต่อไปนี้

1. มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) ด้วยการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว
2. มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาพหรือเหตุการณ์รอบตัว
3. มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussions) โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น
4. มนุษย์ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. มนุษย์ต้องการข่าวสาร เพื่อเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. มนุษย์ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

บลูมเมอร์และคณะ (Blumler and others) ได้พยายามที่จะค้นหาเหตุผลหรือแรงจูงใจหรือความต้องการในการบริโภคสื่อ โดยพัฒนาสร้างชุดตัวแปรความพึงพอใจขึ้น 4 กลุ่ม คือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversions) ซึ่งอาจออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหางานประจำและช่วยในการผ่อนคลายทางอารมณ์

2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุย หรือให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับครอบครัว

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เช่น การอ้างอิง การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเสริมความเชื่อที่มีอยู่

4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น ติดตามการรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ในสังคมและโลกภายนอกจากสื่อมวลชน

ความต้องการข่าวสาร หรือการแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นความต้องการบริโภคข่าวสารเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงใจด้วย ดังที่แมคควอลและคณะ (McQuial and other อ้างใน สิริชัย สิริภายะและคณะ, 2531) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนได้ ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสังคม

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติความคิดเห็นและการตัดสินใจ

1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ

1.4 เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์แก่ตนเอง

2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

2.3 มีค่านิยมร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม

2.4 เข้าใจตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.1 มองเห็นสภาพแวดล้อมของผู้อื่น

3.2 ใช้แทนเพื่อน

3.3 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม

3.4 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม

3.5 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.6 เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับคนอื่นที่ประสบปัญหาอย่างเดียวกัน หรือรู้สึก
ว่าตัวเราเป็นส่วนหนึ่งที่จะเข้าไปแก้ปัญหของสังคม

4. การต้องการความบันเทิง

4.1 หลีกหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

4.2 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป

4.3 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

4.4 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ

4.5 ผ่อนคลายความเครียด

4.6 ปลดปล่อยอารมณ์

ทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่า การที่บุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อให้ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจนั้น บุคคลจะต้องมีความคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจที่จะได้รับการบริโภคข่าวสารก่อน ข่าวสารนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมสุขภาพ การแสวงหาข่าวสารอย่างสม่ำเสมอจะช่วยลดความไม่รู้ หรือความไม่เข้าใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้นในการดำเนินงานส่งเสริมสุขภาพให้ประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพนั้น เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบในงานส่งเสริมสุขภาพจะต้องมีการแสวงหาข่าวสารความรู้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อนำข่าวสารข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจของตน แต่อย่างไรก็ตามการที่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสุขภาพจะมีการแสวงหาข่าวสารมากน้อยเพียงใดนั้น ก็ยังต้องขึ้นอยู่กับความคาดหวังผลตอบแทนที่จะได้รับการบริโภคข่าวสาร ถ้าข่าวสารที่ได้รับก่อให้เกิดผลประโยชน์สูงแก่เจ้าหน้าที่ส่งเสริมสุขภาพ ก็มักจะแสวงหาข่าวสารนั้นมากกว่าข่าวสารที่ให้ประโยชน์ต่ำ

ทฤษฎีที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

ในกระบวนการถ่ายทอดความรู้ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายต่างๆ “สื่อ” เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความรู้ต่างๆ ให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ สื่อจะทำให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกว่า ตนเองมีส่วนร่วม หรือสร้างประสบการณ์ให้กับประชาชนกลุ่มเป้าหมาย หรือกลุ่มผู้รับ ซึ่งผู้รับจะได้รับมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับการจัดสื่อประเภทต่างๆ ให้กับผู้รับในกระบวนการจัดประสบการณ์เรียนรู้ต่างๆ

เบอร์โล (Berlo's model อ้างใน ณรงค์ สมพงษ์, 2535) ได้เสนอองค์ประกอบของการสื่อสารว่าประกอบไปด้วย แหล่งข่าว (Source) ข่าวสาร (Message) ช่องทางของข่าวสาร (Channel) และ

ผู้รับสาร (Receiver) จึงนิยมเรียกว่า แบบจำลอง SMCR จากทฤษฎีและแบบจำลองการสื่อสารดังกล่าว พอลจะสรุปองค์ประกอบของการสื่อสารได้เป็น 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่ง (Source) คือ บุคคล หรือแหล่งที่มาของข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลเพียงคนเดียว หรือคณะ บุคคล หรือองค์การ เช่น สถานีวิทยุ โทรทัศน์ สำนักงานหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ เจ้าหน้าที่สาธารณสุข โดยแหล่งข่าวสารจะต้องเข้ารหัส (Encode) เสียก่อน เช่น เขียนข้อความลงบนกระดาษ หรือแปลงออกมาเป็นภาพผู้รับที่ปลายทาง ก็จะทำการถอดรหัส (Decode) ออกมา โดยผู้ส่งกับผู้รับต้องมีการปรับเข้าหากัน หรือมีความร่วมมือกันอยู่ ยิ่งมีความร่วมมือกันมาก การสื่อสารก็จะได้ผลดียิ่งขึ้น

2. สาร (Message) คือ เนื้อหาสาระที่ส่งออกไปจากผู้ส่ง ซึ่งอาจเป็นความคิด หรือเรื่องราวของเรื่องที่จะส่งไปตามสื่อ เช่น คำพูด หรือข้อเขียน รูปภาพที่วาดขึ้น ซึ่งสารจะแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ สัญลักษณ์ของสาร เช่น คำ วลี หรือประโยคเนื้อหาของสาร เช่น ข้อมูล บทสรุป ความคิดเห็นต่างๆ การเลือกและจัดลำดับข่าวสารเป็นการ edit ข้อมูลและวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร

3. ช่องทาง (Channel) คือ ตัวกลาง หรือพาหะที่จะนำสารไปยังผู้รับ ไม่ว่าจะเป็น การสื่อสารประเภทใด ข่าวสารจะผ่านไปตามช่องทางสื่อแบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

3.1 วิธีการลงรหัสและถอดรหัสข่าวสาร (Encoding and Decoding Messages) เช่น การถ่ายทอดข่าวสารเป็นภาพ หรือเสียง เป็นต้น

3.2 พาหะที่นำข่าวสาร (Message-Vehicle) เช่น แผ่นกระดาษที่มีภาพ หรือ ม้วนเทปที่บันทึกเสียงไว้ เป็นต้น

3.3 ตัวที่นำพาหะนั้นไป เช่น อากาศที่พาคลื่นเสียงเข้าไปกระทบกับหูผู้ฟัง หรือแสงที่สะท้อนภาพมาเข้าตาคนดู เป็นต้น

การส่งผ่านข่าวสารไปตามช่องทาง หรือสื่อ นั้น ไม่จำเป็นต้องผ่านเพียงช่องทางเดียว แต่อาจส่งไปมากกว่า 2 ช่องทางพร้อมๆ กันไปก็ได้

4. ผู้รับสาร (Receiver or Destination) คือ บุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสาร ที่ส่งออกไป โดยผู้รับสารจะรับรู้ข่าวสารจากสื่อที่ส่งไปด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ลิ้มรสและการสัมผัส แต่อาศัยคนอื่นถอดรหัสให้ เช่น ให้คนอ่านหนังสือให้ฟัง ในกระบวนการสื่อสารนี้ ถ้ากระทำโดยขาดจุดหมาย การสื่อสารนั้นก็จะไม่สมบูรณ์

5. ผลของการสื่อสาร (Effect) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงหรือข้อแตกต่างซึ่งเกิดขึ้นกับ บุคคล หรือกลุ่มบุคคล อันเนื่องมาจากข่าวสาร (Message) ที่ได้รับ ผลของการสื่อสารนี้แบ่งได้หลายระดับ คือ

5.1 ระดับจุลภาค (Micro Individual Level) เป็นการศึกษาเฉพาะตัวบุคคลเกี่ยวกับความรู้ ทักษะและทักษะความชำนาญ

5.2 ระดับมหภาค (Macro-Societal Level) เป็นการศึกษาผลของการศึกษาที่มีต่อสังคมส่วนรวมและการพัฒนาประเทศ

5.3 ระดับระหว่างบุคคล (Interpersonal Level) เป็นการศึกษาผลของการสื่อสารระหว่างคน 2 คน หรือ 2 กลุ่ม

การที่ผลของการสื่อสารจะได้รับความสำเร็จเพียงใด ขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบ ในกระบวนการสื่อสารเป็นตัวกำหนดและเพื่อให้ทราบผลของการสื่อสารดังกล่าว ผู้ส่งสารจำเป็นต้องวัดและประเมินปฏิกิริยาสนองตอบจากผู้รับสารในระดับจุลภาค การวัดและประเมินผลสามารถสังเกตได้ชัดเจนจากท่าทาง ภาษาและการสอนแบบใกล้ชิด แต่ในระดับมหภาคจะสังเกตได้ยาก เพราะมีความสลับซับซ้อนมากกว่า การศึกษาปฏิกิริยาตอบสนองนับว่ามีความสำคัญอย่างมากในการสื่อสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

การสื่อสารเข้ามามีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศไทยลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ 3 ลักษณะด้วยกัน ลักษณะที่หนึ่ง ประชาชนต้องได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ นั่นก็คือ ความสนใจของประชาชนต้องถูกนำไปสู่ทักษะของความจำเป็นที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นไป ตลอดจนวิธีการที่จะทำให้บรรลุถึงการเปลี่ยนแปลงและถ้าเป็นไปได้ควรจะได้มีการยกระดับความคาดหวังของประชาชนและของประเทศให้สูงขึ้น ลักษณะที่สอง ประชาชนควรมีโอกาสที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ อาทิเช่น การอภิปรายถึงประเด็นปัญหาต่างๆ ควรเป็นไปอย่างกว้างขวางในส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจเพื่อการเปลี่ยนแปลง ผู้นำต้องได้รับโอกาสที่จะทำและเสียงเรียกร้องของบุคคลทั่วไปต้องได้รับการรับฟัง ประเด็นของการเปลี่ยนแปลงต้องชัดเจนและแจ่มชัด ต้องมีการอภิปรายถึงทางเลือกอื่นๆ ด้วย ข่าวสารจะต้องถูกส่งผ่านทั้งจากเบื้องล่างสู่เบื้องบนและในขณะเดียวกันจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง ลักษณะที่สาม ทักษะที่จำเป็นจะต้องได้รับการอบรมสั่งสอน ผู้ใหญ่ต้องถูกสอนให้รู้จักการอ่าน เด็กต้องได้รับการศึกษา ชาวนาต้องได้รับการเรียนรู้ถึงวิธีการทำนาสมัยใหม่ ครู หมอ วิศวกร ต้องได้รับการฝึกอบรม คนงานต้องมีความชำนาญด้านเทคนิคทักษะของตน ประชาชนโดยทั่วไปต้องเรียนรู้ในการรักษาสุขภาพอนามัยให้แข็งแรง (Wilber Schramm, 1964 : 125)

การสร้างสังคมใดสังคมหนึ่ง หน่วยงานและสาขาต่างๆ ของสังคม จะต้องมีความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกในสังคม ซึ่งจะต้องอาศัยกระบวนการสื่อสาร เรามักกล่าวถึงสังคมในลักษณะของโครงสร้างที่แน่นอนซึ่งกำหนดโดยประเพณี แต่แท้ที่จริงแล้วสังคมเกิดจากระบบของความเกี่ยวพันที่ลึกซึ้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจกันระหว่างสมาชิกองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะองค์กรนั้นจะขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ มีความสลับซับซ้อนมาก หรือน้อยเพียงใด นับตั้งแต่ผู้รัก หรือครอบครัว ไปจนถึงสันนิบาตชาติ หรือสื่อมวลชนในนานาประเทศที่สามารถรับทราบข่าวสารกันได้ โดยผ่านสื่อมวลชนระบบวัฒนธรรมทุกระบบและพฤติกรรมทางสังคมทุกพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับการสื่อสาร ทั้งโดยตรงและโดยทางอ้อม

ความสัมพันธ์ระหว่างการสื่อสารกับการพัฒนาเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ดังนี้ เดเนียล เลิร์นเนอร์ (Daniel Lerner อ้างใน ปาริชาติ บุทธพาทีกุล, 2538) ได้กล่าวไว้ชัดเจนว่า การพัฒนาประเทศ หมายถึง การมีปฏิริยาสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างมีระบบ การรวบรวมมวลชน และการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางในกระบวนการตัดสินใจปัญหาที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ของส่วนรวม ในกรณีของประเทศที่ส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย ทั้งสามประการนี้จะเกิดได้ก็โดยผ่านการสื่อสารเท่านั้น กล่าวอีกนัยหนึ่ง การพัฒนาเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม ไม่สามารถดำเนินไปได้ ถ้าไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอจากเครือข่ายของการสื่อสาร ด้วยเหตุนี้ถ้าหากมีการนำการสื่อสารมาใช้ให้ถูกต้องและเพียงพอแล้ว จะสามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาของประเทศได้อย่างมาก อาจกล่าวได้ว่าการสื่อสารเป็นดัชนีของการพัฒนาและเครื่องมือหรือวิธีการของการพัฒนาสังคม นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงในระบอบของการสื่อสารจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของสังคมด้วยและการเปลี่ยนแปลงจะรวดเร็วเพียงใดนั้นก็ขึ้นอยู่กับสื่อที่มีอยู่ก่อนและใช้ในการสื่อสารมีผลกระทบต่อสื่อที่ใหม่อื่นๆ อย่างไรด้วย

สำหรับการสื่อสารเพื่อพัฒนาชนบท สมควร กวียะ ได้แสดงแนวความคิดไว้ว่า การให้ชาวบ้านรู้หนังสืออย่างเดียวยังไม่เกิดประโยชน์ แต่เราต้องให้ชาวบ้านนำสิ่งที่รู้ไปใช้ด้วย เพราะฉะนั้น การศึกษาของเราอาจจะเปลี่ยนทิศทางให้เขารู้จักนำไปใช้ได้บ้าง การศึกษาเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุดในชนบท แต่ต้องมีการสื่อสารเข้าไปเสริม การสื่อสารมีอยู่ในกระทรวง ทบวง กรม เช่น งานของกระทรวงสาธารณสุข ไม่ใช่หน้าที่ในการรักษาพยาบาลเท่านั้น แต่ควรทำการสื่อสารให้ประชาชนเข้าใจงานในด้านสาธารณสุขด้วย ต้องคิดว่าทำอย่างไรชาวบ้านจะได้เข้าใจในการสื่อสาร เป็นการลงทุนค่อนข้างน้อย แต่จะได้ผลตอบแทนอย่างมากมาย ทุกหน่วยงานสามารถทำได้ กรมประชาสัมพันธ์อาจจะทำแค่เป็นสื่อเท่านั้น แต่เนื้อหาต่างๆ มาจากกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ไป ซึ่งจะช่วยพัฒนาชนบทได้มาก (สมควร กวียะ, 2523 : 26)

การสื่อสารในด้านการพัฒนาชนบทนั้น มีแนวทางทฤษฎีขั้นพื้นฐาน 4 แนวทางที่จะไว้เป็นเครื่องมือสำหรับการนำมาเปลี่ยนแปลงสังคมในเรื่องต่อไปนี้ คือ

1. การจูงใจให้กลุ่มบุคคลเป้าหมาย
2. เป็นตัวถ่ายทอดข้อมูล
3. การแสดงออกของบุคคลและความสัมพันธ์ในสังคม
4. เป็นเครื่องมือในการนำการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมืองในการพัฒนาประเทศ

เมื่อมีความเชื่อว่าการสื่อสารมีบทบาทในการพัฒนา ก็ได้เกิดแนวคิดเกี่ยวกับสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารว่าจะมีมากน้อยเพียงใด เบเรลสัน (Berelson, 1972 : 531) ได้ให้คำนิยามของสัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสารบางชนิดจะเหมาะสมกับประเด็นปัญหาเพียงบางประเด็น โดยจะให้ความสนใจแก่บุคคลเพียงบางประเภท ภายใต้เงื่อนไขบางประการและจะให้สัมฤทธิ์ผลด้านการสร้างทัศนคติและเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสารในแต่ละกรณีเสมอ ดังนั้นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้เกิดผลด้านการเปลี่ยนแปลงโดยตรงก็ดี หรือหวังผลทางอ้อมก็ดี จึงต้องพิจารณาองค์ประกอบของการสื่อสารเป็นปัจจัยให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมีอยู่หลายประการที่สำคัญคือ คุณลักษณะของแหล่งสารเนื้อหาสาร ที่โน้มน้าวให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของผู้รับสาร

สำหรับเงื่อนไขที่กำหนดประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ประมะ สตะเวทิน (2530 : 110-114) ได้กล่าวไว้ว่า จะเกิดผลได้ก็ต่อเมื่อปฏิบัติตามเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

1. การวางแผนอย่างเหมาะสม

การสื่อสารเพื่อการพัฒนา เป็นการสื่อสารที่เน้นในเรื่องของการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิตวิทยาและทางสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของประชาชนตามที่ปรารถนาส่วนใหญ่ของทฤษฎีการสื่อสารจะมีลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมวิทยา เพราะทฤษฎีการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลและกลุ่ม ในขณะที่การวางแผนเพื่อการสื่อสารที่มีประสิทธิผลก็ต้องคำนึงถึงเรื่องสังคมและจิตวิทยาเพื่อที่จะสามารถผลิตข่าวสารได้อย่างเหมาะสม

2. การเข้ากันได้กับวัฒนธรรมของประชาชน

วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของคน ดังนั้นการสื่อสารที่เสนอแนะให้คนเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อหรือพฤติกรรม จึงต้องเข้าใจถึงและทำให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของประชาชน

3. ทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนเป้าหมาย

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาที่ดีต้องอาศัยหลักการของการสื่อสาร โดยทั่วไป กล่าวคือ จะต้องทำการสื่อสารให้ถึงประชาชนกลุ่มเป้าหมาย เพราะประชาชนแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกัน ทั้งในเรื่องความต้องการ ปัญหาสภาพเศรษฐกิจและสังคม ฯลฯ ดังนั้น จึงต้องมีการจัดเตรียม เครือข่ายการสื่อสารให้เพียงพอแก่การจะเผยแพร่ข่าวสาร ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง และเหมาะสม

4. อาศัยการสื่อสารแบบสองทาง

ในการพัฒนาสังคมนั้น การอาศัยแต่เพียงการสื่อสารจากฝ่ายรัฐบาลไปยังประชาชน แต่เพียงฝ่ายเดียวไม่เป็นการเพียงพอ ทั้งนี้เพราะจะทำให้รัฐบาลไม่มีโอกาสได้รับทราบความรู้สึกนึกคิด ความต้องการและปัญหาของประชาชน วิธีการสื่อสารที่ดีที่สุดก็คือ ฝ่ายรัฐบาลจะต้องรับฟัง ความคิดเห็นจากประชาชนด้วย เพื่อปรับปรุงแผนพัฒนาและวิธีการสื่อสารต่อไป

5. ทำการสื่อสารบ่อยๆ และใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือ อยู่ในความสนใจของผู้รับสาร

หลักข้อหนึ่งของการสื่อสารที่มีประสิทธิผลคือ ผู้ส่งสารจะต้องสามารถทำให้สารของตนเด่นกว่าสารอื่นๆ ซึ่งแข่งขันกับการสื่อสารของตน วิธีการอันหนึ่งในการทำให้การสื่อสารของตนเด่นกว่าการสื่อสารอื่นๆ คือ ผู้สื่อสารจะต้องทำการสื่อสารบ่อยๆ หรือใช้สื่อหลายๆ ชนิด และอีกวิธีหนึ่งคือ ใช้ผู้สื่อสารที่น่าเชื่อถือและอยู่ในความสนใจของประชาชน เช่น ผู้นำประเทศ ผู้นำท้องถิ่น หมอ ฯลฯ

6. การสาธิต

การให้ประชาชนเข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลงจำเป็นจะต้องอาศัยการสาธิต ให้เห็นจริงเห็นจัง หรืออาศัยบุคคลที่เปลี่ยนแปลงแล้วเป็นตัวอย่าง

7. การปฏิบัติ

การที่คนเราจะสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อและพฤติกรรมของตนได้นั้น คนๆ นั้นต้องมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใหม่นั้นเสียก่อน ดังนั้นหน่วยงานหรือเจ้าหน้าที่พัฒนาจึงต้องเตรียมการในเรื่องการทดลองให้เห็นจริงๆ

374414



วพ

613

ณ 16 พ

ธ. 1 2558

สื่อที่ใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ

ในการดำเนินงานเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของหน่วยงาน สิ่งที่สำคัญและจำเป็นที่จะต้องกระทำก็คือ การบอกกล่าวชี้แจงให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ สร้างความนิยมศรัทธาและเรียกร้องความร่วมมือสนับสนุนจากกลุ่มประชาชน ฉะนั้นในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์กับกลุ่มต่างๆ อาจทำได้หลายวิธีการ วิธีหนึ่งที่น่าสนใจคือ การใช้เครื่องมือสื่อสารต่างๆ มาช่วยเสริมให้การดำเนินงานเผยแพร่ประชาสัมพันธ์มีประสิทธิภาพขึ้น ซึ่งประเภทของสื่อที่ใช้มีอยู่หลายประเภท ในที่นี้แบ่งเป็นกลุ่มๆ ได้ 5 ประเภท ดังนี้ (กองสุขภาพจิต, 2533 : 29-53)

1. สื่อบุคคล (Person Media) สื่อบุคคลมีความสำคัญอย่างยิ่งและเป็นแกนหลักที่จะนำวรรณกรรมต่างๆ ไปสื่อยังกลุ่มเป้าหมาย จากผลการวิจัยหลายเรื่องระบุว่า สื่อบุคคลจะมีอิทธิพล โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อบุคคลในงานทางด้านสาธารณสุข จากการศึกษาแผนงาน โครงการด้านสาธารณสุขพบว่า สื่อบุคคลที่สำคัญอย่างยิ่งคือ กลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านภาคสนามโดยเฉพาะกลุ่มอาสาสมัคร เพราะเป็นกลุ่มที่สัมผัสกับประชาชนเข้าถึงประชาชน ตลอดจนสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายเปลี่ยนแปลงได้ ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไขว่าสื่อบุคคลจะต้องมีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตนสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาสาธารณสุขและมีคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพด้วย ปกติสื่อบุคคลจะมีจุดเด่นในแง่การเป็นสื่อสารแบบสองทาง มีผลย้อนกลับสามารถชี้แจงความเข้าใจร่วมกันและมีแนวโน้มที่จะทำให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับนวัตกรรมสาธารณสุขได้มากกว่าสื่ออื่นๆ แต่มีจุดอ่อนคือ สามารถที่สื่อสารได้กับคนจำนวนน้อย อีกทั้งไม่ครอบคลุมทั้งชุมชนในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีสื่อบุคคลอีกประเภทหนึ่งคือ สื่อบุคคลประเภทสื่อพื้นบ้าน เช่น การแสดงหมอลำ ลิเก หนังตะลุง เป็นต้น สื่อเหล่านี้มักจะมีอิทธิพลในการสร้าง หรือเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อในด้านสาธารณสุขเป็นอย่างมาก เช่น การรณรงค์อีสานไม่ปลาดิบ ใช้หมอลำเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

2. สื่อมวลชน (Mass Media) สื่อมวลชนในปัจจุบันมีความสำคัญและอิทธิพลต่อสังคมมนุษย์มาก มีผลต่อความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคมทุกแห่ง สามารถส่งข่าวสารถึงกันโดยผ่านทางสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว โปสเตอร์ เป็นต้น สื่อเหล่านี้ ผู้รับสารสามารถรับได้โดยการอ่านการมองเห็น โดยไม่จำเป็นต้องใช้ประสาทหูหรือการได้ยิน ก็สามารถเข้าใจและตีความสารนั้นได้ สื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีความคงทนถาวรและมีความหลากหลายของเนื้อหา เป็นสื่อสำหรับผู้ที่มีการศึกษาอย่างน้อยต้องอ่านออก สื่อต่างๆ อธิบายได้ดังนี้

2.1 วิทยูกระจายเสียง เป็นเครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่มีบทบาทสำคัญ เพราะเป็นสื่อมวลชนที่สามารถสื่อข่าวสารต่างๆ ในรูปของคำพูด เสียงเพลง คนตรี ข่าวและรายการสารประโยชน์สู่ประชาชน ทำให้ประชาชนที่อยู่ห่างไกลสามารถรับฟังข้อมูลข่าวสารได้ในระยะเวลาที่รวดเร็ว สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง ทั้งในท้องถิ่นทุรกันดารห่างไกลความเจริญ ขาดการคมนาคมที่สื่ออื่นๆ ไม่สามารถเข้าถึงได้ แม้แต่ประชาชนผู้ไม่รู้หนังสือก็สามารถรับฟังข่าวสารจากวิทยุได้ สามารถนำวิทยุพกติดตัวฟังได้ตลอดเวลาและแทบทุกหนทุกแห่ง รวมทั้งเครื่องรับวิทยุก็มีราคาถูกและมีอายุการใช้งานค่อนข้างนาน แต่มีข้อเปรียบคือ วิทยุไม่อาจเสนอรายละเอียดเนื้อหาได้มากมาย สลับซับซ้อนเหมือนหนังสือพิมพ์ วิทยุเป็นการใช้ภาษาพูดซึ่งต้องสั้น เข้าใจง่ายมากกว่าจะมีรายละเอียดมากๆ เหมือนภาษาเขียนของหนังสือพิมพ์ ช่วงเวลาออกอากาศก็มีความเหมาะสม หากจัดช่วงเวลาออกอากาศไม่เหมาะสม อาจทำให้สาระนั้นไร้ประโยชน์ เพราะคนไม่ได้ฟังวิทยุ หากฟังไม่ทัน หรือฟังไม่เข้าใจ จะไม่สามารถย้อนกลับมาทบทวนฟังใหม่ได้ รวมทั้งวิทยุไม่สามารถเสนอภาพเหตุการณ์ หรือภาพถ่ายได้อย่างโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ฟังได้เฉพาะแต่ข่าวเรื่องราวเท่านั้น ต้องใช้จินตนาการเอง

2.2 โทรทัศน์ เป็นเครื่องมือสื่อสารมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โทรทัศน์มีคุณลักษณะที่เด่นและได้เปรียบสื่อสารมวลชนอื่นๆ หลายประเภท โดยที่โทรทัศน์สามารถนำเอาทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวและเสียง มาแพร่สู่ประชาชนนับล้านคน โดยที่ประชาชนนั่งพักผ่อน นอนรับชมภายในบ้านของตนเองอย่างสะดวกสบาย คุณลักษณะเด่นนี้ทำให้โทรทัศน์มีสภาพคล้ายเป็นการรวมเอาสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้ง 3 ประเภทมารวมกันไว้ในสิ่งเดียวกัน คือ ทั้งภาพยนตร์ วิทยูกระจายเสียงและหนังสือพิมพ์ สามารถให้ทั้งข่าวสารความรู้ และสาระบันเทิงด้วยภาพ แสง เสียง สีที่สดใสสวยงามถึงภายในบ้าน แต่มีจุดด้อย กล่าวคือเครื่องรับโทรทัศน์มีราคาแพง ใช้ได้เฉพาะพื้นที่ หรือสถานที่บางแห่งที่คลื่นส่งไปถึง บางแห่งอาจรับชมไม่ได้ รวมทั้งช่วงเวลาออกอากาศก็มีความสำคัญต่อการรับทราบของประชาชน นอกจากนี้ในงานสาธารณสุขจะนำโทรทัศน์มาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ช่วงเวลาออกอากาศมีราคาแพงมาก ไม่เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

2.3 หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมากและมีระยะเวลาดำเนินที่แน่นอนเป็นประจำสม่ำเสมอ หนังสือพิมพ์สามารถทำให้เกิดประชาคมดีขึ้นในหมู่ประชาชนได้ สามารถเสนอข่าวสารเรื่องราวต่างๆ หลายๆ ด้าน ผสมผสานปะปนกันไป ในฉบับเดียวกัน แต่มีจุดด้อยบางประการ กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ไม่สามารถเข้าถึงประชาชนผู้ไม่รู้หนังสือ หรืออ่านหนังสือไม่ออก เขียนไม่ได้และถิ่นทุรกันดารมากๆ การคมนาคมไม่สะดวก รวมทั้งมีสีตัน หรือภาพที่ไม่สวยงามสะดุดตา

3. สื่อเฉพาะกิจ การสื่อสารเพื่องานเฉพาะกิจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละโครงการ ว่าต้องกระตุ้นความคิด หรือต้องการให้ความรู้ความเข้าใจ หรือถึงขั้นให้ผู้รับสารยอมรับนวัตกรรม เมื่อมีจุดมุ่งหมายแล้วจึงจะสามารถกำหนดยุทธวิธีของการสื่อสารได้ ซึ่งจะต้องเกี่ยวข้องกับตัวแปรในเรื่องเนื้อหาของสาร ผู้รับสาร งบประมาณ ในที่นี้จะขอกกล่าวถึงสื่อเฉพาะกิจทางด้านสาธารณสุข ซึ่งมีอยู่หลายประเภทกล่าวคือ

3.1 หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน เป็นสื่อที่มีลักษณะการใช้ประโยชน์เช่นเดียวกับวิทยุกระจายเสียงและเป็นสื่อที่สามารถถ่ายทอดสารให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของชุมชนได้โดยเฉพาะ เนื่องจากติดตั้งอยู่ในชุมชนและชุมชนเป็นเจ้าของ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้านสาธารณสุขและด้านที่เกี่ยวข้องในระหว่างประชาชนในชุมชนเพื่อจุดมุ่งหมายที่จะยกระดับความรู้ความเข้าใจ ตลอดจนทัศนคติของประชาชนต่อการพัฒนางานด้านสาธารณสุขของชุมชน

3.2 เสียงตามสาย เสียงตามสายในชุมชนอาจจะดัดแปลงจากหอกระจายข่าวก็ได้ โดยการต่อลำโพงเป็นเครือข่ายทั่วอาณาบริเวณชุมชนนั้นๆ ซึ่งจะต้องอาศัยความชำนาญเป็นพิเศษสำหรับระบบการกระจายข่าวสาร เช่นเดียวกับหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน ในแง่การดำเนินงานด้านสาธารณสุขในเขตพื้นที่ชุมชนเมือง หรือเขตเทศบาล สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจะประสานงานกับเทศบาล ซึ่งเป็นผู้รับผิดชอบระบบเสียงตามสาย ด้วยการสนับสนุนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย เช่น การป้องกันโรคในแต่ละฤดูกาล จุดเด่นที่สำคัญของเสียงตามสายและหอกระจายข่าวฯ คือ ทำให้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารสาธารณสุขระหว่างชุมชนและระหว่างเจ้าหน้าที่สาธารณสุขกับประชาชนนั้นๆ ด้วย

3.3 หน่วยเคลื่อนที่ เป็นเครื่องมือสื่อสารเฉพาะกิจที่ใช้กันมากในงานสาธารณสุข ทั้งในเขตเมืองและเขตชนบท เพราะการใช้หน่วยเคลื่อนที่ที่เป็นวิธีการช่วยให้เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ส่งสารไปยังผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างใกล้ชิดถึงที่ในชุมชน ผู้ส่งสารได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับประชาชนในท้องถิ่นโดยตรง เจ้าหน้าที่เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สามารถปรับเนื้อหาและวิธีการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถทราบปัญหาสาธารณสุขของชุมชนได้โดยตรง

3.4 การจัดนิทรรศการ ในปัจจุบันมีทั้งการจัดนิทรรศการชั่วคราว การจัดนิทรรศการถาวรและการจัดนิทรรศการเคลื่อนที่ โดยนิทรรศการถาวรเป็นนิทรรศการที่จัดอยู่สถานที่ใดสถานที่หนึ่งโดยตลอด มุมที่จัดวางเป็นมุมที่เหมาะสมสำหรับคนดู ส่วนนิทรรศการชั่วคราวเป็นนิทรรศการที่จัดขึ้นในโอกาสรับข่าวสารอยู่ห่างไกลเมือง เช่น นิทรรศการเคลื่อนที่โดยมีสื่อใช้ในการจัดนิทรรศการทั้ง 4 ประการ คือ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หุ่นจำลอง สื่อบุคคล

3.5 ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน มีลักษณะเป็นสถานที่เก็บวางหนังสือพิมพ์รายวัน วารสาร หนังสือและสิ่งตีพิมพ์ต่างๆ ซึ่งเปิดให้ประชาชนในหมู่บ้านมาใช้บริการอ่าน หรือศึกษาอาจตั้งอยู่ในบ้านของกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน หรือสถานที่เอกเทศในรูปของศาลา หรืออาคารสาธารณะ ในงานสาธารณสุขใช้เป็นแหล่งเสนอข้อมูลด้านสาธารณสุขของชุมชน

4. สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) เป็นสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ที่หน่วยงานผู้ผลิตและเผยแพร่ไปสู่กลุ่มเป้าหมาย ด้วยวัตถุประสงค์ในการผลิตและรูปแบบของสิ่งตีพิมพ์ที่แตกต่างกันออกไป เป็นเอกสารที่มุ่งสร้างความเลื่อมใสศรัทธาหรือความเข้าใจที่ดีต่อหน่วยงานผู้ผลิต โดยสามารถให้เนื้อหา สาระ ความรู้ ข้อมูลข่าวสารอย่างต่อเนื่อง ด้วยรูปแบบการนำเสนอต่างๆ กัน และมีเนื้อหาที่มีความหลากหลายเพียงพอที่จะใช้บรรจุเนื้อหาสาระข้อความ หรือภาพต่างๆ ได้ตามความมุ่งหมายของการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ แต่มีข้อจำกัดคือ ใช้ได้เฉพาะกลุ่มที่อ่านออกเขียนได้เท่านั้น ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ โปสเตอร์ เอกสารแผ่นพับ แผ่นปลิว

5. สื่อโสตทัศน์ (Audio-Visual Media) เป็นสื่อที่สามารถรับได้ทั้งภาพและ/หรือเสียง โดยปกติแบ่งเป็นประเภทได้ 2 ประเภท คือ สื่อวัสดุและสื่ออุปกรณ์ สื่อโสตทัศน์ที่นิยมใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ สไลด์ หุ่นจำลอง เทปบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษา การรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพของประชาชน ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า มีดังนี้

สุชาดา เมธิคุณภรณ์ (2537) ศึกษาเรื่อง การรับข่าวสารการณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของเยาวชน : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกชมรมเยาวชนปลอดสารพิษ มูลนิธิหมอชาวบ้านพบว่าในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปจากสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์มากที่สุด โดยชมโทรทัศน์วันละ 2-4 ชั่วโมง และรายการที่ชมเป็นประจำ เป็นรายการประเภทบันเทิง ได้แก่ เพลง ละคร ภาพยนตร์ การ์ตูนและข่าว ส่วนการเปิดรับข่าวสารการณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่พบว่า เปิดรับสื่อมวลชน สื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจของชมรมเยาวชนปลอดสารพิษ เรียงลำดับ ดังนี้คือ จดหมายข่าวของชมรม โทรทัศน์และครู กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับบุหรี่จากหนังสือเรียนและครู ส่วนข่าวเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวจากนุหรี เช่น กฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ กฎหมายคุ้มครองสุขภาพผู้ไม่สูบบุหรี่ ตลอดจนข่าวการขึ้นภาษีสรรพสามิตนุหรีพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเหล่านี้จากสื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ จดหมายข่าวและ สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์

ชาญชัย เจริญลาภคิล (2539) ศึกษาเรื่อง กระบวนการรณรงค์ทางการสื่อสารเพื่อสังคม “โครงการถนนสีขาว” ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินกิจกรรมทั้งหมดของโครงการ “ถนนสีขาว” มีเป้าประสงค์ เพื่อคืนกำไรตอบแทนสังคม แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นโครงการที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรผู้จัดทำ คือ บริษัท โตโยต้า ได้เป็นอย่างดีอีกด้วยและสำหรับในด้านประสิทธิภาพของกระบวนการรณรงค์พบว่า โครงการนี้มีการวางแผนงานการรณรงค์ การผลิตสื่ออย่างมีระบบ มีการใช้บทบาทเสริมของสื่อมวลชนและการสื่อสารระหว่างบุคคลได้เป็นอย่างดี รวมทั้งมีการเลือกสรรสื่อที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย หากทว่ายังขาดการประเมินถึงความต้องการและเป้าประสงค์ รวมทั้งความสามารถในการตอบสนองของผู้รับสารเป้าหมาย โดยที่มีการประเมินโครงการเพียงครั้งสองครั้งเท่านั้น

ทิพารัตน์ เค้นชัยประดิษฐ์ (2539) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์และประสิทธิผลของโครงการประชาสัมพันธ์เพื่อลดอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราพบว่า กลยุทธ์หลักคือ การส่งข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับความรู้และปัญหาอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราผ่านสื่อมวลชน โดยเน้นสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อหลัก สำหรับผลการศึกษาในส่วนประสิทธิผลของโครงการนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการในระดับต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ โดยการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับอุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุราและพฤติกรรม การขับขี่ยานพาหนะภายหลังการดื่มสุรา แต่มีความสัมพันธ์ในทางลบกับทัศนคติต่ออุบัติเหตุจราจรจากการดื่มสุรา

อุไรศรี อะสันตารี (2541) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเด็กไปรับวัคซีน โปลิโอ ในโครงการรณรงค์ให้วัคซีน โปลิโอ ในเขตเมือง จังหวัดหนองคาย พบว่า

1. อายุและระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีน โปลิโอ ต่างกัน
2. วิธีการนำเสนอรณรงค์ผ่านสื่อของวัคซีน โปลิโอ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีน โปลิโอ
3. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีน โปลิโอ
4. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร อธิบายพฤติกรรมการนำเด็กไปรับวัคซีน โปลิโอ ได้มากกว่าลักษณะทางประชากรและคุณลักษณะทางนวัตกรรมของวัคซีน โปลิโอ

พิมพ์ใจ ปัทมสันติวงศ์ (2542) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์และประสิทธิผลโครงการรณรงค์แยกประเภทขยะ ของสำนักศึกษาความสะอาดกรุงเทพมหานครพบว่า กลยุทธ์หลัก

ของโครงการรณรงค์ คือ การใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่สโปตโครงการรณรงค์
 รองลงมาคือ สื่อเฉพาะกิจประเภทป้ายรณรงค์ต่างๆ สื่อหนังสือพิมพ์และวารสารสำนักศึกษา
 ความสะอาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะและมีพฤติกรรม
 การแยกประเภทขยะ ส่วนประสิทธิผลโครงการรณรงค์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสาร
 โครงการรณรงค์ระดับต่ำ มีความตระหนักต่อการแยกประเภทขยะในระดับสูง แต่มีพฤติกรรม
 การแยกประเภทขยะในระดับต่ำ

ปิยรัตน์ วงศ์ทองเหลือ (2544) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการใช้สื่อเพื่อรณรงค์สิ่งแวดล้อม
 ของกรมโรงงานอุตสาหกรรมพบว่า แผนงานรณรงค์ของกรมโรงงานอุตสาหกรรม โดยส่วนใหญ่
 ยังคงมีประสิทธิภาพค่อนข้างน้อย การใช้สื่อรณรงค์พบว่า ความถี่ ความครอบคลุมและความต่อเนื่อง
 การใช้สื่อยังมีน้อยและไม่สม่ำเสมอ รวมถึงการเลือกใช้สื่อกับเป้าหมายของการสื่อสาร พบการใช้สื่อ
 เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจมากกว่าการสร้างจิตสำนึก หรือความตระหนัก ซึ่งยังไม่สอดคล้องกับ
 วัตถุประสงค์หลักของการรณรงค์ สำหรับรูปแบบสารที่ใช้ในการรณรงค์ พบการเลือกใช้ในลักษณะ
 การเน้นย้ำมากที่สุด รองลงมาได้แก่ รูปแบบสารเร้าความกลัว

สุภิญญา กลางณรงค์ (2547) ศึกษาเรื่อง สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์เพื่อข่าวสารสุขภาพ
 เพื่อประชาชน ผลการศึกษาพบว่า รายการวิทยุและโทรทัศน์ด้านสุขภาพที่มี จะนำเสนออยู่ใน
 ช่วงเวลา 09.00-12.00 น. และ 12.00-15.00 น. รูปแบบส่วนใหญ่เป็นการสัมภาษณ์และสนทนาเป็นหลัก
 ผู้ดำเนินรายการส่วนใหญ่มาจากด้านการสื่อสาร โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิจากด้านสุขภาพเป็นแหล่งข้อมูล
 หรือที่ปรึกษาปัญหาที่พบคือ รายการมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยเนื่องจากขาดผู้สนับสนุนหลัก
 มีข้อสังเกตว่า ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่ถูกเลือกนำเสนอผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ส่วนใหญ่
 เป็นรายการสั้นๆ ที่ไม่ได้ลงรายละเอียดหรือเจาะลึก อีกทั้งเนื้อหารายการจะตอบสนองความสนใจ
 เรื่องสุขภาพของคนเมืองและกลุ่มผู้หญิงมากกว่าจะเน้นกลุ่มเป้าหมายเป็นคนชนบท หรือคนส่วนใหญ่
 ในประเทศที่ทำงานอยู่ในภาคเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม เพราะเนื้อหาส่วนใหญ่เป็นเรื่องของ
 สุขภาพความงาม การออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพของคนชั้นกลางที่มีการศึกษาและมีกำลังซื้อ
 มากกว่า ไม่ค่อยมีเนื้อหาสุขภาพของผู้ป่วยจากสารพิษในภาคอุตสาหกรรม ผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร
 หรือกระทั่งกลุ่มผู้สูงอายุ เด็กเยาวชน หรือผู้ติดเชื้อเอชไอวี เป็นต้น

ดวงพร คำณูวัฒน์ (2548) ศึกษาเรื่อง สถานการณ์การสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น
 ได้แก่ วิทยุประจำจังหวัด วิทยุชุมชน เคเบิลทีวี หอกระจายข่าว หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น พบว่า
 ประชาชนคาดหวังให้วิทยุประจำจังหวัดนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพมากที่สุดและต้องการเนื้อหา
 สุขภาพเพิ่มมากขึ้น ในสื่อท้องถิ่นทุกประเภทจำเป็นต้องมีเนื้อหาที่ง่าย ถูกต้องและมีการนำเสนอ
 อย่างสม่ำเสมอ ลักษณะพิเศษของสื่อท้องถิ่นประการหนึ่ง คือ ความใกล้ชิด (Nearness) ระหว่าง

ผู้ปฏิบัติงานสื่อกับคนในท้องถิ่น ซึ่งลักษณะเช่นนี้บางครั้งช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างราบรื่น บรรลุเป้าหมายในการสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะทางที่ต้องอาศัยผู้รู้และเชี่ยวชาญ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่นจึงขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสำคัญ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล เป็นต้น หากหน่วยงานดังกล่าวมีศักยภาพในการเป็นผู้สนับสนุนข้อมูล ด้วยการเป็นแหล่งข้อมูลและจัดหาผู้เชี่ยวชาญที่มีความพร้อมในการร่วมเป็นผู้ส่งสารมาก จะส่งผลให้สื่อท้องถิ่นสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารด้านสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ปรีชา อุปโยคิน (2548) ศึกษาเรื่อง การรับรู้และการเข้าถึงสื่อสาธารณสุขในจังหวัดเชียงราย ประเด็นสำคัญที่พบได้จากผลการศึกษานี้ คือ สื่อที่ได้รับความนิยมเรียงตามลำดับมากไปน้อย คือ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ สื่อบุคคลและนิตยสาร ขณะเดียวกันสื่อมวลชน เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ก็ยังมีข้อจำกัดเรื่องการสร้างการรับรู้และความตระหนักเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ นอกจากนี้ยังมีภาวะในเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม ภาษา ความสามารถเข้าถึงสื่อที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพของประชาชน ในส่วนข้อเสนอที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ต้องคำนึงถึงนโยบายด้านสาธารณสุขที่สนับสนุนเรื่องการให้ความรู้ ภาวะทางเศรษฐกิจของผู้รับสาร และภาวะทางสังคมที่เปิดไปสู่การเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยี

มาลี บุญศิริพันธ์ (2548) ศึกษาเรื่อง ความต้องการและความเป็นไปได้ในการพัฒนาการสื่อสารและนักสื่อสารสุขภาพ ซึ่งพบว่า บุคลากรสาธารณสุขยังคงเข้าใจว่า “การสื่อสาร” มีความหมายเพียงการปฏิบัติงานด้านเผยแพร่ แจกข่าวและประชาสัมพันธ์เท่านั้น ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การสื่อสารสุขภาพวนเวียนอยู่ในกรอบของการผลิตสื่อเพื่อเผยแพร่แจกจ่าย เช่น การแจกเอกสารเผยแพร่ (Press release) แจกข่าวแก่สื่อมวลชน (News release) แจกสื่อที่ผลิตขึ้นเอง ในรูปแบบที่คิดว่าทันสมัยเหมาะสมกับการใช้ในพื้นที่ทุกแห่ง เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ซีดี ฯลฯ ทำให้การสื่อสารสุขภาพในปัจจุบัน เน้นแง่มุมเชิงประชาสัมพันธ์ ที่ไม่ใช่เรื่องของสุขภาพโดยตรง แต่ให้ความสำคัญต่อกิจกรรมและความเคลื่อนไหวของผู้บริหาร ตลอดจนขั้นตอนการสร้างกระแสความสนใจ เพื่อให้ปรากฏเป็นข่าวมากกว่าการแสวงหาเทคนิคการให้ความรู้สุขภาพเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสุขภาพของประชาชนอย่างแท้จริง

วาสนา จันทร์สว่าง (2548) ศึกษาเรื่อง กระบวนการสื่อสาร การรณรงค์ด้านสุขภาพ พบว่า กระบวนการสื่อสารการรณรงค์ด้านสุขภาพส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารสองทาง สื่อที่ใช้คือ สื่อบุคคลและสื่อมวลชน ผลของการรณรงค์ คือ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่รับรู้ สนใจ ตระหนัก แต่ยังขาดจิตสำนึกและการปฏิบัติตนด้านสุขภาพอย่างต่อเนื่อง การสร้างพลังการรณรงค์ให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลได้นั้น ผู้ส่งสารต้องมีความรับผิดชอบสูง มีจิตสาธารณะ สาร หรือข้อมูล

ควรจะเป็นเรื่องสุขภาพองค์กรร่วม สื่อเป็นสื่อบุคคลและสื่อผสม ปัจจัยที่มีผลต่อการรณรงค์ด้านสุขภาพ คือ ผู้นำ แรงสนับสนุนทางสังคม งบประมาณ การมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย การสร้างเครือข่ายและการสื่อสารเครือข่าย การสร้างสุขภาพองค์กรร่วมและการรณรงค์สู่ชุมชน โดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง

สุพจน์ ชำนาญไพโร (2548) ศึกษาเรื่อง การรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันการได้รับฟลูออไรด์สูงเกินมาตรฐาน จากน้ำบริโภคของประชาชน เทศบาลตำบลสันป่าตอง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยพบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิผลมากที่สุด ที่ทำให้การรับรู้ปัญหาฟลูออไรด์สูงจากน้ำบริโภค อยู่ในระดับสูงและพฤติกรรมการป้องกันฟลูออไรด์สูงจากน้ำบริโภค ระดับดี ของกลุ่มตัวอย่าง คือ หอกระจายข่าว รองลงมาคือ ผู้นำชุมชนและเจ้าหน้าที่สาธารณสุข ซึ่งทั้งหมดเป็นสื่อในชุมชนและพบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันการได้รับฟลูออไรด์สูงเกินมาตรฐานจากน้ำบริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p\text{-value} < 0.05$)

ขวัญชีวัน บัวแดง (2549) ศึกษาเรื่อง การศึกษาและพัฒนาการสื่อสารสุขภาพในกลุ่มแรงงานข้ามชาติ กรณีศึกษาในกลุ่มแรงงานไทใหญ่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ จากการสำรวจแรงงานไทใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 1,147 คน พบว่า ในบรรดาสื่อสารมวลชน สื่อโทรทัศน์จะเป็นสื่อที่แรงงานไทใหญ่เข้าถึงมากที่สุด แต่แทบไม่มีเนื้อหาด้านสุขภาพเลย รองลงมาได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออื่นๆ การเผยแพร่สื่อสิ่งพิมพ์ยังทำไม่ได้กว้างขวาง สื่อวิทยุมีเนื้อหาสุขภาพบ้างแต่ไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นวิทยุชุมชนที่มีข้อจำกัดด้านรัศมีการออกอากาศโดยเฉลี่ย 15 กิโลเมตร ความสามารถของแรงงานในการเข้าถึงสื่อที่มีอยู่ เช่น การที่เวลาทำงานไม่ตรงกับเวลาที่มีการกระจายเสียง ความสามารถในการอ่านพบว่า มีผู้ที่อ่านภาษาไทยไม่ได้ร้อยละ 80 ซึ่งกลุ่มแรงงานข้ามชาติเหล่านี้คือส่วนหนึ่งของพาหะนำโรคจากคนสู่คนในหลายๆ โรคสำคัญ เช่น วัณโรคและโรคเอดส์

ธวัชชัย ใจคำวัง (2550) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือในการรักษาของผู้ป่วยโรคเบาหวาน โรงพยาบาลสมเด็จพระญาณสังวร จังหวัดเชียงราย พบว่าปัจจัยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้รักษากับผู้ป่วย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ ผู้รักษาคือ สื่อบุคคลที่หากได้รับความไว้วางใจและได้รับความพึงพอใจจากผู้ป่วย ส่งผลให้การรักษาเกิดประสิทธิผลที่ดี ทั้งนี้เกิดจากความร่วมมือที่ดีจากผู้ป่วยต่อคำแนะนำในการปฏิบัติตน เพื่อควบคุมปัจจัยที่มีผลต่อการลดระดับน้ำตาลในกระแสเลือดให้อยู่ในระดับที่ควบคุมได้

จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยพบว่า สื่อด้านสาธารณสุขในประเทศไทยยังมีปัญหาที่เป็นข้อจำกัด ทำให้การสื่อด้านสุขภาพไม่บรรลุเป้าหมาย การสร้างเสริมสุขอนามัยของประชาชนเท่าใดนัก เกิดจากทัศนคติ วิธีคิด วิสัยทัศน์ ในการบริหารจัดการของนักสาธารณสุข ในการเผยแพร่สื่อ

ด้านสุขภาพ ตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงผู้ปฏิบัติ ในขณะเดียวกันสื่อด้านสุขภาพที่มีอยู่มากขาดเนื้อหาที่ครอบคลุมประเด็นด้านสุขภาพที่ครบถ้วน ข่าวด้านสุขภาพที่แฝงด้วยธุรกิจสุขภาพ ไม่มีผู้สนับสนุนหลัก ทำให้รายการอยู่ในช่วงเวลาที่ผู้เข้าถึงน้อย รายการไม่ต่อเนื่อง เปลี่ยนแปลงบ่อย และในการรณรงค์มักเป็นช่วงสั้นๆ รูปแบบไม่น่าสนใจ หรือมีความเป็นวิชาการสูงเกินไป จนยากที่จะเข้าใจสำหรับประชาชนโดยทั่วไป ส่วนผู้ที่ทำหน้าที่สื่อมวลชนเห็นว่าการสื่อสารด้านสุขภาพของนักสาธารณสุขในปัจจุบัน ยังเน้นกิจกรรมการให้เป็นข่าวมากกว่าการให้ความรู้ในแก่นเนื้อหาสุขภาพอย่างแท้จริง

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้นำมากำหนดเป็นกรอบความคิดในการศึกษาได้ดังนี้ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ อาชีพ เพศ เชื้อชาติ การศึกษา สถานภาพสมรส และประสบการณ์ด้านสุขภาพ ที่ได้รับการดำรงตำแหน่งทางสังคม ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการเข้าถึงสื่อด้านสุขภาพ เพื่อการส่งเสริมสุขภาพและการป้องกันโรคในตนเอง คนในครอบครัว ชุมชนและสังคม ผ่านสื่อด้านสุขภาพประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อเฉพาะกิจ สื่อบุคคล สื่อสาธารณะ หรือสื่อส่วนกลาง ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการรับรู้และการเข้าถึงสื่อด้านสุขภาพด้วย นอกจากนี้ยังมีพฤติกรรมกรรับรู้สื่อด้านสุขภาพ อันได้แก่ ความถี่ในการรับสื่อ เนื้อหาความรู้ที่ส่งผ่านสื่อประเภทต่างๆ อุปสรรคในการรับสื่อ ที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม ซึ่งหากเราได้ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ เหล่านี้และนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนารูปแบบการสื่อสารด้านสุขภาพ เพื่อการเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาสุขภาพ เพิ่มช่องทางการรับรู้ สร้างให้เกิดความตระหนักและนำไปสู่การปฏิบัติจนเกิดผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพโดยรวม ก็จะทำได้ตามเป้าหมายและพัฒนาสุขภาพของประชาชนให้ไปสู่สภาวะที่ได้ในที่สุด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

