

การพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เลือกสรร

Development of Communication to Enhance Service Mind of Selected University Students

สุภาภรณ์ แดงศรี* และมนทิรา ธาดาอำนาจชัย **

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมจิตสำนึกของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เลือกสรร” ทำการศึกษาทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการศึกษาเชิงปริมาณเป็นการศึกษาสื่อ 6 ประเภท ประกอบด้วย สื่อบุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อป้าย-ข้อความ สื่อ Facebook และสื่อกิจกรรมรณรงค์ ว่ามีส่วนในการส่งเสริมให้เกิดการแสดงออกทางจิตสำนึกของนักศึกษา 5 เรื่อง ประกอบด้วย 1) จิตสำนึกเรื่องการประหยัดทรัพยากรน้ำ-ไฟฟ้า 2) จิตสำนึกเรื่องระเบียบวินัยในการคาดเข็มขัดนิรภัยขณะขับรถเพื่อความปลอดภัยในการใช้ถนน 3) จิตสำนึกเรื่องการรักษาความสะอาดของห้องน้ำสาธารณะ 4) จิตสำนึกการไม่สูบบุหรี่ในที่สาธารณะ และ 5) จิตสำนึกเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการทิ้งขยะให้ลงถัง ในกลุ่มนักศึกษาตัวอย่างซึ่งประกอบด้วย มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และวิทยาลัยทองสุข โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามในการเก็บตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 400 ชุด นำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนแบบทางเดียว (Anova) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรประกอบการ และในเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่มีชื่อเสียง ประสบการณ์ และผลงานด้านการทำงานจิตสาธารณะ จำนวน 5 ท่าน เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการเพื่อให้เกิดการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพอันก่อให้เกิดจิตสำนึกในกลุ่มนักศึกษา

Abstract

The research, “Development of Communication to Enhance Service Mind of Selected University Students” focuses on both quantitative and qualitative approaches. In terms of quantitative approach, six medias: personal media, television, radio, billboard, Facebook and media campaign are studied in order to study what kinds of media have an effect on the service mind of the students in four universities: Siam University, Southeast Asia University, Bangkok-thonburi University and Thong Sook College. Five areas of service mind: 1) the service mind in electricity and water saving 2) the service mind in seat-belt discipline when driving a car 3) the service mind in awareness on keeping public toilets cleaned when used 4) the service mind in no smoking in public places and 5) the service mind in putting the trash in the garbage could save the environment are analyzed by using a questionnaire eliciting 400 students in order to collect the data. The information was then analyzed by number, percentage, Mean, Standard Deviation: SD, and ANOVA in order to analyze the correlation of each variable together with

* สุภาภรณ์ แดงศรี นักศึกษาปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

** มนทิรา ธาดาอำนาจชัย อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม

descriptive presentation. In terms of qualitative approach, in-depth interview is used with five people who are well-known, experiential, and have great service mind in order to study the guidelines for developing and enhancing effective communication in terms of service mind of each student.

บทนำ

ความเจริญรุ่งเรืองทางด้านวัตถุเป็นสาเหตุที่ทำให้คนในสังคมโดยทั่วไปมีค่านิยมให้ความสำคัญในการแสวงหาเงินทอง แสวงหาอำนาจ บารมี มากกว่าที่จะให้ความสำคัญทางด้านจิตใจ จึงควรให้ความสำคัญกับการปลูกฝังความสำนึกให้กับบุคคล เพื่อให้เกิดความตระหนักรู้จึกรับผิดชอบตนเองและสังคมมากขึ้น ทำให้การกล่าวถึงคำว่า “จิตสาธารณะ” ผ่านสื่อต่าง ๆ “จิตสาธารณะ” จึงมีความสำคัญต่อชีวิตและความเป็นอยู่ของมนุษย์โดยส่วนรวม ขณะที่การศึกษาระดับสถาบันอุดมศึกษา ไม่ว่าจะเป็นสถาบันอุดมศึกษาของภาครัฐ ภายใต้การกำกับของภาครัฐ หรือสถาบันอุดมศึกษาเอกชนต่างก็ให้ความสำคัญกับการสร้างเสริมจิตสาธารณะให้เกิดขึ้นในกลุ่มของนิสิตนักศึกษา ซึ่งต้องพัฒนาการศึกษาทั้งทางด้านวิชาการและการพัฒนาจิตสาธารณะของนักศึกษาควบคู่ไปพร้อม ๆ กันผ่านสื่อในหลากหลายรูปแบบ และเมื่อการสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้เกิดขึ้นก็จะเกิดประโยชน์อย่างมากโดยส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชากร สามารถทำให้สมาชิกในสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างเข้าใจกัน มีความสุข ไม่เบียดเบียนซึ่งกันและกัน น่าจะนำประเทศไปสู่ “สังคมแห่งจิตสาธารณะ” ที่สมบูรณ์มากขึ้น ส่งผลให้ชุมชน สังคมและประเทศ มีความสงบสุขและเจริญก้าวหน้าต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารที่มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เลือกสรร
2. เพื่อศึกษาแนวทางการใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการมีจิตสาธารณะของนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพ

ปัญหาท้าววิจัย

1. การสื่อสารรูปแบบใดบ้างที่มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เลือกสรร
2. สื่ออะไรบ้างที่มีความเหมาะสมสามารถนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการมีจิตสาธารณะของนักศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

1. นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะแตกต่างกัน
2. ความถี่ในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะแตกต่างกัน

ทฤษฎีและแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาการพัฒนาการสื่อสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เลือกสรร โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ได้แก่

ทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสาร คือ กระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง เรียกว่าผู้ส่งสาร ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง เรียกว่า ผู้รับสารโดยผ่านสื่อเฉพาะ (ประม ๕๕๖:๒๕๓๓)

อาร์.ดี. สมาร์ท และ ไดแอนน์ เฟเจอร์ (R.D.Smart and Dianne Fejer: 1974) ได้ให้ความ

หมายของการสื่อสารในเชิงปฏิบัติไว้ว่า การสื่อสารคือ กระบวนการที่ความคิดหรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งข่าวสารไปยังผู้รับสาร ด้วยเจตนาที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร

อริสโตเติล (Aristotle, 1960) ให้คำจำกัดความของการศึกษาวิชาวาทศิลป์ (Rhetoric) หรือ การสื่อสารว่า คือ การแสวงหา “วิธีการชักจูงใจที่พึงมีอยู่ทุกรูปแบบ”

แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร

การศึกษาและสร้างแบบจำลองกระบวนการสื่อสารจากนักวิชาการตะวันตกมากมายหลายลักษณะ แบบจำลองของกระบวนการสื่อสารที่เป็นที่รู้จักกันดี และครอบคลุมถึงองค์ประกอบต่างๆ ที่สำคัญในการสื่อสาร คือ แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ ฮาร์โรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell: 1948) ที่ว่า “Who say what in which channel to whom with that effect” เมื่อมีการส่งสารออกไปแล้วจะให้ความสนใจกับผลที่เกิดขึ้นกับผู้รับสารหลังจากได้รับสาร

ผู้รับสาร (Receiver) มีความสำคัญต่อการสื่อสาร และในฐานะที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร หากไม่มีผู้รับสาร กระบวนการสื่อสารจะไม่เกิดขึ้น (ยกเว้นกรณีเป็นการสื่อสารภายในตัวบุคคล)

ผู้รับสารถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการบวนการสื่อสาร ดังคำที่กล่าวว่า “The receiver is the most important link in the communication process” (Berlo 1960 : 52) เนื่องจากผู้รับสารเป็นตัวตัดสินใจถึงความสำเร็จหรือไม่สำเร็จในการสื่อสารของผู้ส่งสาร

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

กระบวนการเลือกเปิดรับสาร หมายถึง กระบวนการที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะเลือกรับข่าวสารที่มีอยู่ เพื่อนำมาพิจารณาไตร่ตรอง อันเป็นผลจากสิ่งเร้าบางประการ และเพื่อแปลความหมาย

ของข่าวสารนั้นออกมาเป็นความรู้ความเข้าใจหรือพฤติกรรมต่าง ๆ (ซูว์ธรีน เชิดชัย, 2527 อ้างถึงในชลดา สมุทรพงษ์, 2547 : 17)

แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ มีการเลือกรับข่าวสารเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานในด้านต่าง ๆ ได้แก่ (1) องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น เลือกรับรู้ข่าวสาร หรือเปิดรับสื่อตามทัศนคติและประสบการณ์เดิมของตน และ (2) องค์ประกอบทางด้านสังคมและสภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา รวมทั้งสถานภาพทางสังคม

การเปิดรับสื่อเพื่อรับข่าวสาร ประกอบด้วย การเปิดรับจากสื่อ 2 ลักษณะ คือ (1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และ (2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับจิตสาธาณะ

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) จัดได้ว่าทฤษฎีนี้มีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาเทคนิคการปรับพฤติกรรมในปัจจุบัน ทฤษฎีนี้พัฒนาโดย Albert Bandura อ้างถึงใน สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต, 2539 : 47-48) ตามแนวความคิดพื้นฐานของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมของ Albert Bandura นั้น เขาเชื่อว่าพฤติกรรมของคนเราไม่ได้เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากสภาพแวดล้อมเพียงอย่างเดียว หากแต่มีปัจจัยส่วนบุคคลนั้นร่วมกับในลักษณะและสภาพแวดล้อม

แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อ

อิทธิพลของสื่อ มีผลต่อพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของคนในสังคม ก็จำเป็นที่ทุกคนในสังคมต้องสร้าง “ภูมิคุ้มกันข่าวสาร” (Mass Vaccine) กลไกของสังคมไม่ว่าจะเป็นนโยบายภาครัฐ การให้การศึกษาในสถาบันการศึกษา การอบรมเลี้ยงดูจากสถาบันครอบครัว การขัดเลาะจากสถาบันศาสนากการให้ความรู้จากสถาบันเศรษฐกิจ การห่วงใยกันจากสถาบันสังคม ซึ่งความหลากหลายเหล่านี้จะเป็นองค์

ประกอบแห่งการนำพาให้ผู้คนในสังคมไทย พ้นจากการครอบงำของสื่อ จะเป็นผู้บริโภคสื่อด้วยความเข้าใจอย่างมีความสุข

สื่อมวลชนเปรียบเสมือนครูที่ให้การศึกษแก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ให้ทั้งความรู้ทางวิชาการใหม่ ๆ และเจตคติในด้านต่างๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นความจริงอย่างมากในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ได้แสดงบทบาทหน้าที่ทางด้านการศึกษาให้เห็นอย่างเด่นชัด สื่อมวลชนเปรียบเสมือนเป็นโรงเรียนข้างเคียงที่สามารถให้การศึกษาควบคู่ไปกับการศึกษาในระบบโรงเรียน การรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชนเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นตามความพอใจของแต่ละบุคคล แตกต่างจากการเรียนในห้องเรียนที่มีครูบังคับควบคุม ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะผลิตและนำเสนอความรู้ข่าวสาร ให้มีความน่าสนใจ สามารถทำให้คนตั้งใจรับได้นานที่สุด

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของการศึกษาวิจัยที่ได้สามารถนำรูปแบบการใช้สื่อที่แตกต่างกัน และสื่อที่มีผลต่อการเกิดจิตสาธารณะไปประยุกต์ใช้ในการเลือกสื่อที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาส่งเสริมจิตสาธารณะแก่นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการสำรวจ (survey) โดยผู้วิจัยกำหนดวิธีดำเนินการดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในฝั่งธนบุรี

กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาระดับชั้นปีที่ 1-4 ส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และวิทยาลัยทองสุข จำนวน 34,346 คน (ที่มา : สารสนเทศอุดมศึกษา. <http://www.info.mua.go.th/> ณ วันที่ 10 มกราคม 2556 สืบค้นเมื่อวันที่ 8 มีนาคม 2557)

ที่ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่ม โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามานะ (Yamane) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ดังตารางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของทาโร ยามานะ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) ดังนี้ ชั้นที่ 1 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยสุ่มตัวอย่าง โดยเลือกเฉพาะจงเป็นนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตฝั่งธนบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยคริสเตียน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มหาวิทยาลัยธนบุรี และวิทยาลัยทองสุข ชั้นที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยจับสลากสุ่มเลือกจากจำนวนสถาบันการศึกษาทั้งหมด 7 สถาบัน กำหนดการสุ่มเลือกออกมา 4 ได้แก่ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี วิทยาลัยทองสุข ชั้นที่ 3 ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กับนักศึกษา 4 คณะ ได้แก่ คณะนิเทศศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ คณะสาธารณสุขศาสตร์ และคณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ โดยการสุ่มแบบสัดส่วน ดังนั้น คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม ร้อยละ 32 คิดเป็นจำนวน 128 ชุด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ร้อยละ 25 คิดเป็นจำนวน 100 ชุด คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ร้อยละ 21 คิดเป็นจำนวน 84 ชุด และคณะวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาลัยทองสุข ร้อยละ 22 คิดเป็นจำนวน 88 ชุด และชั้นที่ 4 ในแต่ละคณะใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มี 2 แบบ คือ (1) แบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (structured questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด (close-ended questionnaire) ทั้งหมด

4 ตอน จำนวน 75 ข้อย่อย เพื่อให้ผู้ตอบข้อมูลกรอกด้วยตนเอง (self – administered questionnaire) นอกจากนี้ยังมีคำถามปลายเปิด (open-ended questionnaire) เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ ซึ่งในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ดังนี้

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity test) โดยวัดค่า concurrent validity ซึ่งใช้ในการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (content validity) เป็นการมองในภาพรวมว่าเครื่องมือหรือชุดของคำถามหรือแบบวัดนั้น ครอบคลุมเนื้อหาที่จะวัดได้ถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามโดยมีเนื้อหาครอบคลุมตรงตามนิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย และมีเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ด้วยการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน ที่มีความรู้ด้านจิตสาธาณะ การทดสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล (reliability test) โดยทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยค่าสัมประสิทธิ์ อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) จากการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด ในส่วนของข้อมูลตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ได้ค่า Cronbach's alpha เท่ากับ 0.935 ซึ่งหมายความว่า แบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือที่สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

(2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) จากผู้มีประวัติและผลงานด้านจิตสาธาณะระดับชาติ และระดับชุมชน แบบสอบถามชนิดคำถามปลายเปิด จำนวน 11 ข้อ เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์บุคคลที่ทำงานและมีประสบการณ์ด้านการทำงานจิตสาธาณะระดับชาติ และระดับท้องถิ่น ได้แก่ คุณสายสม วงศาสุลักษณ์ คุณบุญศรี สุธรรมมานุวัฒน์ คุณปรีชา วงศาสุลักษณ์ คุณประมวล เศษกลาง คุณอำนาจ แป้นประเสริฐ เพื่อศึกษาแนวทางการก่อให้เกิดการมีจิตสาธาณะ การใช้สื่อเพื่อเสริมสร้างจิตสาธาณะ และแนวทางการใช้สื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารกับกลุ่มนักศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS ดังต่อไปนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) วัดค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (means) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เกณฑ์ที่ใช้ในการวัดค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์การวัดดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง น้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ดีมาก
- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ดีมากที่สุด

2. วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม โดยใช้การทดสอบ (t-test)

3. วิเคราะห์หาค่าทดสอบ (F-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 3 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้วิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Anova)

อภิปรายผลการวิจัย

ตารางแสดงผลรวมค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐาน และค่าฐานนิยมการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธาณะของสื่อทั้ง 6 ประเภท

ผลรวมเฉลี่ยการแสดงออกทางจิตสาธารณะ	x	S.D.	Median	Mode	Mode
• สื่อบุคคล	4.22	0.77	4.20	4.4*	ดีมากที่สุด
• สื่อโทรทัศน์	4.04	0.77	4.00	4	ดีมาก
• สื่อวิทยุ	3.90	0.84	4.00	4	ดีมาก
• สื่อป้าย-ข้อความ	3.99	0.79	4.00	4	ดีมาก
• สื่อ Facebook	3.87	0.85	4.00	4	ดีมาก
• สื่อกิจกรรมรณรงค์	4.02	0.84	4.00	4	ดีมาก
• ผลรวมเฉลี่ยทั้งหมด 6 สื่อ	4.01	0.81	4.03	4.06	ดีมาก

* ผลรวมค่าเฉลี่ยฐานนิยม ของสื่อบุคคลเมื่อเดือนมิถุนายนให้สูบบุหรี่ในที่สาธารณะกับการทิ้งขยะให้ลงถัง มีค่าเป็น 5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่ามัธยฐาน และค่าฐานนิยมของการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะทั้ง 5 ด้าน

ผลรวมเฉลี่ยการแสดงออกทางจิตสาธารณะ	x	S.D.	Median	Mode	Mode
• จิตสาธารณะเรื่องการประหยัดทรัพยากร น้ำ-ไฟฟ้า	3.98	0.54	4.00	4	ระดับดีมาก
• จิตสาธารณะเรื่องระเบียบวินัยในการคาดเข็มขัด นิรภัยขณะขับรถเพื่อความปลอดภัยในการใช้ ถนน	3.99	0.57	4.00	4	ระดับดีมาก
• จิตสาธารณะเรื่องการรักษาความสะอาดของห้อง น้ำสาธารณะ	3.97	0.58	4.00	4	ระดับดีมาก
• จิตสาธารณะการไม่สูบบุหรี่ในที่สาธารณะ	4.06	0.63	4.00	4	ระดับดีมาก
• จิตสาธารณะเรื่องการรักษาสสิ่งแวดล้อมด้วยทิ้ง ขยะให้ลงถัง	4.02	0.60	4.00	4	ระดับดีมาก

ผลจากการศึกษาในเชิงปริมาณพบว่า

สื่อบุคคล มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะ ในระดับดีมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวม 4.22 อันดับที่ 2 คือ สื่อโทรทัศน์ มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.04 อันดับที่ 3 คือ สื่อกิจกรรมรณรงค์ มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะ ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยรวม 4.02 อันดับ

ที่ 4 สื่อป้าย-ข้อความ มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะ ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.99 อันดับที่ 5 สื่อวิทยุ มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะ ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ยรวม 3.90 และอันดับที่ 6 คือ สื่อ Facebook มีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะ ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 3.87 และยิ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างมี

จิตสาธารณะในเรื่องการไม่สูบบุหรี่ในที่สาธารณะมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 รองลงมา คือ เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วยการทิ้งขยะให้ลงถัง การคาดเข็มขัดนิรภัยขณะขับรถยนต์ การประหยัลดทรัพยากรน้ำ-ไฟฟ้า และการรักษาความสะอาดของห้องน้ำ

ขณะที่การศึกษาเชิงคุณภาพจากผู้มีชื่อเสียงและประสบการณ์การทำงานด้านจิตสาธารณะ ทั้ง 5 ท่าน การศึกษาพบว่า การที่จะเป็นผู้มีจิตสาธารณะจะต้องมีความพร้อมทางด้านจิตใจ ร่างกาย เวลา และทรัพย์สิน โดยที่มาหรือแรงบันดาลใจที่ให้ตนเองมีจิตสาธารณะมาจากครอบครัวและบุคคลรอบข้างและโรงเรียน ส่วนการจะเริ่มต้นสร้างหรือส่งเสริมความมีจิตสาธารณะในระดับสถาบันอุดมศึกษาจึงเป็นเรื่องยากที่จะเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เว้นแต่ว่าจะมีกฎหมายออกมาบังคับอย่างเช่นในเรื่องการคาดเข็มขัดนิรภัย และการห้ามสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ ที่มีบทลงโทษที่ค่อนข้างชัดเจน แต่การที่มหาวิทยาลัยไม่ได้รับความร่วมมือจากนักศึกษาที่สูบบุหรี่เป็นผลมาจาก ความไม่เข้มงวดและเอาใจจริงเอาใจของผู้บริหารที่จะนำกฎหมายมาบังคับใช้ให้ชัดเจนเมื่อมีการกระทำผิด

สำหรับการศึกษาเรื่องสื่อพบว่า สื่อบุคคล ซึ่งเป็นบุคคลในครอบครัว และครูในระดับประถมศึกษาจะมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดจิตสาธารณะ เนื่องจากซึ่งได้รับการปลูกฝัง สั่งสอนชี้แนะอบรม ก่อให้เกิดพฤติกรรมกระทำจนเป็นนิสัย มีความคุ้นเคย และปฏิบัติซ้ำๆ เป็นนิสัยติดตัว นอกจากนี้บุคคลที่ที่มีส่วนส่งเสริมให้เกิดจิตสาธารณะ คือ ดารา นักแสดง เพ็ญหรือคนสนิท สื่อโทรทัศน์ ที่จะมีผลต่อการเกิดจิตสาธารณะจะเป็นลักษณะการนำเสนอสารคดีเกี่ยวกับบุคคล ที่มีพฤติกรรมแสดงออกทางจิตสาธารณะ เช่น รายการทุ่งแสงตะวัน และละคร จะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมในเชิงเลียนแบบ โดยเสนอว่าน่าจะมีความร่วมมือระหว่างผู้จัดละครกับช่อง ให้ร่วมกันนำเสนอละครเชิงส่งเสริมการมีจิตสาธารณะในสังคมสอดแทรกเข้าไปบ้าง เพราะละครเป็นที่นิยมในกลุ่มคนหลากหลาย และมีแนวโน้มที่จะ

ทำให้เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมของตัวละคร

สื่อวิทยุ เป็นสื่อมีผลต่อการส่งเสริมจิตสาธารณะค่อนข้างน้อย เพราะเป็นสื่อที่ได้ยินแต่เสียง และมีข้อจำกัดเฉพาะกลุ่มคนฟัง รายการวิทยุที่พบว่า จะมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการมีจิตสาธารณะคือ FM89.5 (นำเสนอช่วงเวลา 7.30-8.00), FM92.5 (ทุกวันเสาร์ 10.00-11.00) เป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระด้านสังคม แต่หากเป็นสื่อเสียงตามสาย หรือ หอกระจายข่าวในชุมชนจะมีส่วนในการส่งเสริมจิตสาธารณะค่อนข้างมาก โดยกลุ่มผู้นำท้องถิ่นที่มีจิตอาสาจะนิยมใช้ เพราะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และสามารถสื่อสารได้ทั่วถึง

สื่อป้าย-ข้อความ เป็นสื่อที่ถือว่าได้รับความนิยมในการใช้มากที่สุด เพราะเป็นสื่อที่ลงทุนน้อย และใช้ได้นาน ลักษณะข้อความที่จะก่อให้เกิดการมีจิตสาธารณะจะเป็นข้อความเชิงขอร้อง มีส่วนช่วยส่งเสริมให้เกิดจิตสาธารณะ

สื่อ Facebook เป็นสื่อที่กลุ่มนักศึกษา มีความถี่ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารสูงสุด แต่กลับไม่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการมีจิตสาธารณะ เพราะเป็นสื่อหลักที่เน้นไปในเรื่องความบันเทิง และการรับรู้ข่าวสาร ผู้ทำงานด้านจิตสาธารณะจะนิยมใช้เพื่อเป็นการสื่อสารภายในกลุ่ม และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการทำงานด้านจิตสาธารณะมากกว่าการใช้เพื่อส่งเสริมจิตสาธารณะ

สื่อกิจกรรมรณรงค์ เป็นสื่อที่ต้องใช้งบประมาณสูง และต้องใช้คนจำนวนมากมีระยะเวลาการรณรงค์ที่จำกัด ไม่ก่อให้เกิดการมีจิตสาธารณะในระยะยาว ทำได้เพียงระยะเวลาสั้น ๆ

นอกจากนี้สื่อที่ได้มีการกล่าวถึงว่ามีส่วนในการส่งเสริมให้เกิดจิตสาธารณะอีกคือสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อป้ายไวเนล สื่อบอร์ด โดยผู้ทำงานด้านจิตสาธารณะระดับชาติมองว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีคนอ่านจำนวนมาก และมีระยะเวลาการเก็บได้นาน สามารถนำมาอ่านซ้ำได้ ทั้งนี้ยังได้เสนอแนะการส่งเสริมให้เกิดจิตสาธารณะร่วมกันในสังคมได้นั้น ภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว ส่งเสริมให้เกิด

การเสริมสร้างจิตสาธารณะในครอบครัวให้เข้มแข็ง ก่อน จากนั้นโรงเรียนระดับประถมศึกษาจะเป็นแหล่ง เริ่มต้นปลูกฝังพฤติกรรมจิตสาธารณะในระดับสังคม เพื่อส่งต่อไปยังโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาซึ่งจะยังคง ให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่องต่อการส่งเสริมการมีจิต สาธารณะของนักเรียน ซึ่งกำลังก้าวเข้าสู่การเป็น เยาวชน โดยใช้สื่อต่าง ๆ ให้ครอบคลุม เพื่อส่งเสริม ให้เกิดการตระหนักถึงการมีจิตสาธารณะได้อย่าง เหมาะสมควบคู่กับการออกกฎหมายบังคับใช้เพื่อ ให้เป็นรูปธรรม

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพบว่านักศึกษา มหาวิทยาลัยที่เลือกสรรมีจิตสาธารณะทั้ง 5 เรื่อง อยู่ใน ระดับที่ต่ำมาก

สื่อบุคคลเป็นสื่อที่มีผลต่อการแสดงออกทาง พฤติกรรมจิตสาธารณะมากที่สุด

การสื่อสารผ่านสื่อทั้ง 6 ประเภท มีผลต่อ การแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะนักศึกษา มีค่าเฉลี่ยในระดับที่ใกล้เคียงกัน แต่สื่อที่มีผลต่อการ แสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะมากที่สุดคือสื่อ บุคคล รองลงมาคือ สื่อโทรทัศน์ สื่อกิจกรรมรณรงค์ สื่อป้าย-ข้อความ สื่อวิทยุ และสื่อ Facebook

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยนักศึกษามี ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้าน เพศ สถาบัน การศึกษา คณะ ชั้นปีที่ศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อ ระดับการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะแตกต่างกัน

ต่างกัน และลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้าน เกรด เฉลี่ยสะสม รายได้ สถานภาพทางครอบครัว ที่แตกต่างกันมีผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมจิต สาธารณะไม่แตกต่างกัน ความถี่ในการเปิดรับสื่อ บุคคล สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อป้าย-ข้อความ สื่อ Facebook สื่อกิจกรรมรณรงค์ที่แตกต่างกัน มีผลต่อ ระดับการแสดงออกทางพฤติกรรมจิตสาธารณะแตกต่างกัน

การศึกษาในเชิงคุณภาพ พบว่า

สื่อที่มีความเหมาะสมต่อการนำมาใช้เพื่อส่งเสริมการมีจิตสาธารณะของนักศึกษามากที่สุด คือ สื่อ บุคคล สำหรับสื่อบุคคลในที่นี้หมายถึง บุคคลที่อยู่ใน ครอบครัวยุ วุฒิจารย์ในสถานศึกษา ดารานักแสดง และเพื่อน โดยแนวทางในการใช้สื่อเพื่อส่งเสริมให้เกิด การมีจิตสาธารณะ คือการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ โดย ต้องมีระดับความถี่ในการส่งสารอย่างสม่ำเสมอ มาใช้ ในการกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.การศึกษาเรื่องจิตสาธารณะนักศึกษาคว จะศึกษาในเชิงลึกจากการสังเกตการณ์และการ สัมภาษณ์กลุ่มนักศึกษาที่มีพฤติกรรมจิตสาธารณะ โดยตรง จะทำให้เกิดความชัดเจนของข้อมูลที่เป็น ลักษณะรูปธรรม

2.เนื่องจากมีการใช้สื่อที่ค่อนข้างหลากหลาย จึงควรทำการศึกษาสื่อเคลื่อนที่ และสื่อใหม่อื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย เช่น Line และ IG

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กฤษณ์ พวงพันธ์. การพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียนบ้านตาตุ่ง อำเภอซุนธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ. วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2552.
- ชลลดา สมุทรพงษ์ . อิทธิพลของการสื่อสารในการป้องกันยาเสพติดของนักเรียนอาชีวศึกษาในเขต
กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์. (2552). **สอนเด็กให้มีจิตสาธารณะ**. กรุงเทพฯ: บริษัท พรินท์ (1991) จำกัด.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิ. **ทฤษฎีต้นไม้อัจฉริยะกับการพัฒนาบุคคล**. โครงการส่งเสริมเอกสารวิชาการ. สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538.
- ทัศนียา ทองจิตต์. **อิทธิพลของสื่อที่มีเนื้อหารุนแรงต่อพฤติกรรมความก้าวร้าวของเยาวชนในสถานพินิจและ
คุ้มครองเด็กและเยาวชน จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2553.
- สมโภชน์ เอี่ยมสุภาจิต. (2541). **ทฤษฎีและเทคนิคการปรับพฤติกรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวนิตย์ กมลอินทร์. **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาการศึกษานอกระบบและการ
ศึกษาตามอัธยาศัยในจังหวัดเพชรบูรณ์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ . 2553.
- อรุณีวรรณ นาศรี. **การสื่อสารในการจัดการประชามตบ้เพียง**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2544.
- อ้อมใจ วงษ์มณฑา. **ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**. วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 2553.
-