บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการศึกษารูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ของสำนักนายกรัฐมนตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาด้านโรคเอดส์และจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ของสำนักนายกรัฐมนตรี และเพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอ เนื้อหาด้านโรคเอดส์และจุดมุ่งหมายทางการศึกษา ดังนั้นการดำเนินการวิจัยจึงแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ตอนที่ 1 ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ และวิเคราะห์เนื้อหาด้านโรคเอดส์และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 25 เรื่อง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือเกณฑ์การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ และเกณฑ์การวิเคราะห์เนื้อหาด้านโรคเอดส์และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัย หนังสือ บทความ แผนงานและนโยบายของทางราชการ ผู้วิจัยนำเกณฑ์ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านรูปแบบการนำเสนอโฆษณาจำนวน 4 ท่าน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านโรคเอดส์ จำนวน 3 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษา จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมและความถูกต้องของเนื้อหา นำข้อแนะนำที่ได้มาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำเครื่องมือไปทดลองใช้ โดยทำการสุ่มโฆษณา จำนวน 10 เรื่อง มาทดลองวิเคราะห์ร่วมกับผู้ร่วมวิเคราะห์ 1 ท่าน นำผลที่ได้ไปหาความเชื่อมั่นในการวิเคราะห์ ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นในด้านรูปแบบการนำเสนอเท่ากับ 0.9 ด้านเนื้อหาโรคเอดส์เท่ากับ 0.89 และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาเท่ากับ 0.81 จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โฆษณาที่เป็นประชากรทั้งหมดด้วยตนเอง ทิ้งระยะเวลาห่างกัน 2 สัปดาห์ ทำการวิเคราะห์ซ้ำอีกครั้งเพื่อตรวจสอบผลการวิเคราะห์ นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเสนอโดยใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละ ในรูปตารางประกอบความเรียง หลังจากได้ผลการวิเคราะห์ในตอนที่ 1 ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ดังกล่าวมาพิจารณาคัดเลือกโฆษณาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือใน

การวิจัยตอนที่ 2 โดยพิจารณาจากผลการวิเคราะห์จุดมุ่งหมายทางการศึกษามาคัดเลือกโฆษณาที่ปรากฏจุดมุ่งหมายทางการศึกษาด้านพุทธิพิสัยสูงสุด ได้โฆษณาจำนวน 10 เรื่อง นำโฆษณาแต่ละเรื่องมาออกแบบทดสอบแบบเลือกตอบ นำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาตรวจสอบ และนำไป Try out กับนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 จำนวน 30 คน นำผลที่ได้ไปหาคุณภาพของแบบทดสอบ จากนั้นนำไปทดสอบจริงกับนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพของโรงเรียนพณิชยการธนบุรี นำผลที่ได้จากการทดสอบมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละและหาค่าเฉลี่ยของคะแนนที่นักศึกษาทำได้

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ วิเคราะห์เนื้อหาด้านโรคเอดส์และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี และการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอ เนื้อหาด้านโรคเอดส์และด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. รูปแบบการนำเสนอที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรีมากที่สุด คือ การใช้ความรู้สึกนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาได้แก่ การใช้ตัวบุคคลนำเสนอ คิดเป็นร้อยละ 32 และ การใช้เหตุผลนำเสนอคิดเป็นร้อยละ 28

2. เนื้อหาโรคเอดส์ที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี ส่วนใหญ่คือ ด้านการป้องกันโรคเอดส์ คิดเป็นร้อยละ 72 โดยพบในข้อการเสริมสร้างจิตสำนึก ค่านิยม และแรงจูงใจเพื่อลด/เลิกพฤติกรรมเสี่ยงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60 เนื้อหาโรคเอดส์ที่ปรากฏรองลงมาคือ ด้านการติดต่อของโรคเอดส์ คิดเป็นร้อยละ 64 โดยพบในช้อช่องทางการติดต่อโรคด้านการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40 และด้านการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อ คิดเป็นร้อยละ 28 เนื้อหาโรคเอดส์ที่ไม่ปรากฏในโฆษณาเลยคือ ด้านความหมายของโรคเอดส์ สาเหตุทางด้านการแพทย์ การปฏิบัติตนของผู้ติดเชื้อเอดส์ และสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด

3. จุดมุ่งหมายทางการศึกษาที่ปรากฏในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี มากที่สุดคือด้านจิตพิสัย คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือด้านพุทธิพิสัย คิดเป็นร้อยละ 96 สำหรับจุดมุ่งหมายด้านทักษะพิสัยไม่มีปรากฏในโฆษณา

4. ระดับการเรียนรู้ด้านจิตพิสัยที่ปรากฏมากที่สุดคือ ขั้นรับหรือให้ความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือขั้นการตอบสนอง และขั้นการสร้างค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 76 และร้อยละ 12 ตามลำดับ และน้อยที่สุด คือขั้นการจัดระบบค่านิยมและการกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 4

ถ้าแยกพิจารณาในแต่ละขั้นสามารถสรุปได้ดังนี้

ในขั้นการรับหรือให้ความสนใจ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ความตระหนัก คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือความยินดีหรือเต็มใจที่จะรับ คิดเป็นร้อยละ 96 และการเลือกรับหรือเลือกให้ความสนใจ คิดเป็นร้อยละ 44 ตามลำดับ

ในขั้นการตอบสนอง ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การยอมรับตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 76 รองลงมาคือความเต็มใจที่จะตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 24 และน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจที่จะตอบสนอง คิดเป็นร้อยละ 12

ในขั้นการสร้างค่านิยม ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การยอมรับค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 12 รองลงมาคือการชื่นชอบค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 8 และการปฏิบัติตามค่านิยม คิดเป็นร้อยละ 4

ในขั้นการจัดระบบค่านิยม การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับค่านิยมและการจัดโครงสร้างของระบบค่านิยม มีจำนวนที่ปรากฏเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4

ในขั้นการกำหนดคุณลักษณะตามค่านิยม ชุดสรุปอ้างอิงและการแสดงบุคลิกลักษณะมีจำนวนที่ปรากฏเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 4

5. ระดับการเรียนรู้ด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏในโฆษณามากที่สุดอยู่ในขั้นความเข้าใจและขั้นความรู้ คิดเป็นร้อยละ 96 และ 68 ตามลำดับ รองลงมาคือขั้น การวิเคราะห์ การสังเคราะห์และการนำไปใช้ คิดเป็นร้อยละ 40, 24 และ 12 ตามลำดับ และขั้นการประเมินปรากฏน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8

ถ้าแยกพิจารณาในแต่ละขั้นสามารถสรุปได้ดังนี้

ในขั้นความรู้ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ ความรู้เฉพาะสิ่ง คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือความรู้ในวิธีจัดกระทำกับสิ่งเฉพาะ คิดเป็นร้อยละ 28 และน้อยที่สุดคือ ความรู้ที่เป็นสากลและนามธรรมในสาขาวิชา คิดเป็นร้อยละ 4

ในขั้นความเข้าใจ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การแปลความ คิดเป็นร้อยละ 96 รองลงมาคือการตีความ คิดเป็นร้อยละ 88 และน้อยที่สุดคือ การขยายความและสรุปอ้างอิง คิดเป็นร้อยละ 16

ในขั้นการวิเคราะห์ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การวิเคราะห์องค์ประกอบย่อย คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 12 และน้อยที่สุดคือ การวิเคราะห์หลักการ คิดเป็นร้อยละ 8

ในขั้นการสังเคราะห์ ที่มีจำนวนมากที่สุดคือ การสังเคราะห์การสื่อสารเฉพาะเรื่อง คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือการสังเคราะห์เพื่อให้ได้แนวทางและวิธีปฏิบัติ คิดเป็นร้อยละ 12 และการสังเคราะห์ให้ได้ชุดของความสัมพันธ์เชิงนามธรรม ไม่ปรากฏ

ในขั้นการประเมิน ปรากฏเพียงการตัดสินตามเกณฑ์ภายใน คิดเป็นร้อยละ 8

6. การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 10 เรื่อง พบว่า นักศึกษาสนใจรูปแบบการนำเสนอโดยการใช้เหตุผลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.05 รองลงมาคือ การใช้ความรู้สึก คิดเป็นร้อยละ 36.84 และสนใจการใช้ตัวบุคคลน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17.11

7. การศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเนื้อหาด้านโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 10 เรื่อง ผลการทำแบบทดสอบจำนวน 10 ข้อ (ข้อละ 1 คะแนน) พบว่า นักศึกษาทั้งหมดได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 5.94

8. การศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 10 เรื่อง ผลการทำแบบทดสอบจำนวน 10 ข้อ (ข้อละ 1 คะแนน) พบว่า นักศึกษาทั้งหมดได้คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.38

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. จากการวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี พบว่า ใช้ความรู้สึกเป็นรูปแบบในการนำเสนอมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุจิตรา รัตนกรกช (2533) ที่พบว่ารูปแบบการจูงใจที่เน้นถึง

ความรู้สึกพบมากที่สุดในโฆษณาส่งเสริมสังคมเช่นกัน โดยปัจจุบันนักโฆษณาส่วนใหญ่นิยมใช้รูปแบบการจูงใจในลักษณะนี้ เพราะเป็นวิธีการโน้มน้าวใจซึ่งใช้หลักทางจิตวิทยาเข้าช่วย ทำให้สามารถเข้าถึงจิตใจของผู้ชมได้มากกว่าการใช้ตัวบุคคลนำเสนอ ที่มุ่งให้ผู้ชมเกิดการยอมรับเชื่อถือ หรือเลียนแบบการกระทำของบุคคลในโฆษณา หรือการใช้เหตุผลนำเสนอ มุ่งแสดงข้อมูลที่เป็นเหตุเป็นผลเพื่อให้ผู้ชมพิจารณาตัดสินและเกิดความเชื่อถือ และยอมรับ แต่ลักษณะการนำเสนอที่ใช้ความรู้สึกนั้น ผู้โฆษณามุ่งโน้มน้าวใจผู้ชมโดยสร้างจุดดึงดูด (Appeals) ในสารโฆษณา เพื่อกระตุ้นผู้ชมให้เกิดความรู้สึกคล้อยตาม หรือเกิดความต้องการไปในทิศทางเดียวกับที่ผู้โฆษณาตั้งเป้าหมายเอาไว้ ตัวอย่างเช่น โฆษณาเรื่อง ลมหายใจ แสดงภาพผู้ป่วยเอดส์ที่ตื่นขึ้นมาด้วยความรู้สึกที่ท้อแท้หมดหวัง ไม่รู้ว่าตนเองควรจะดีใจหรือเสียใจที่ยังมีชีวิตอยู่ ลักษณะดังกล่าวทำให้ผู้ชมรู้สึกสงสารและรู้สึกกลัวหากต้องตกอยู่ในสภาวะการณ์เช่นนั้น ความรู้สึกที่เกิดขึ้นจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทำให้เกิดการระมัดระวังตนเองได้ วรชัย ทองไทย และอรพินทร์ พิทักษ์มหาเกตุ (2537) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศพบว่า ความรู้สึกกลัวของคนมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ผู้ที่กลัวติดเชื้อเอดส์มากจะเปลี่ยนพฤติกรรมมากกว่าผู้ที่ไม่กลัว ความกลัวทำให้ผู้ชายกว่าครึ่งเลิกเที่ยวหญิงบริการ หรือเลิกสำส่อนทางเพศ และทำให้ผู้หญิงระมัดระวังตนเองมากขึ้น ดังนั้นการนำเสนอโดยใช้อารมณ์ความรู้สึก จึงถูกนำมาใช้ในงานโฆษณาเอดส์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกคล้อยตามและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ ในแผนป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติ (พ.ศ.2535-2539) ที่ต้องการเสริมสร้างเจตคติ ค่านิยม และแรงจูงใจ แก่ประชาชนเพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เสี่ยงต่อการติดโรคเอดส์ การทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกร่วมและเห็นคล้อยตามจึงน่าจะเสริมสร้างเจตคติ ค่านิยม และแรงจูงใจ เพื่อลด/เลิกพฤติกรมเสี่ยงได้ดีกว่าการให้ข้อมูลเพื่อให้เกิดการยอมรับหรือเชื่อถือเท่านั้น

2. จากการวิเคราะห์เนื้อหาด้านโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ของสำนักนายกรัฐมนตรี พบเนื้อหาในด้านการป้องกันโรคเอดส์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการติดต่อของโรคเอดส์ และการอยู่ร่วมกับผู้ติดเชื้อเอดส์ ซึ่งเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับแนวทางในแผนป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติ (พ.ศ.2535-2539) ที่เน้นในเรื่องการป้องกันการติดเชื้อโรคเอดส์ วิธีการป้องกันโรคเอดส์และการไม่รังเกียจผู้ติดเชื้อ และตรงกับวัตถุประสงค์หลักที่องค์การอนามัยโรค (WHO) ได้เสนอแนวทางการจัดเอดส์ศึกษาไว้คือ การสร้างพฤติกรรมการป้องกันและการติดเชื้อเอดส์ ในด้านการป้องกันโรคเอดส์ ข้อที่พบมากที่สุดคือ เรื่องการเสริมสร้างจิตสำนึก ค่านิยม และแรงจูงใจเพื่อลด/เลิกพฤติกรรมเสี่ยง ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ ในแผนป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติ (พ.ศ.2535-2539) ที่ต้องการ

เสริมสร้างเจตคติ ค่านิยม และแรงจูงใจ แก่ประชาชนเพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เสี่ยงต่อการติดโรคเอดส์ ในด้านการติดต่อของโรคเอดส์ เนื้อหาที่พบมากที่สุด คือ ช่องทางการติดต่อโรค ด้านการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกัน สอดคล้องกับกลวิธีหลักในการป้องกันและควบคุมโรคเอดส์ของกระทรวงสาธารณสุขที่มุ่งป้องกันการแพร่เชื้อเอดส์โดยผ่านทางกระแสเลือด ทางเพศสัมพันธ์ และจากมารดาสู่ทารก เหตุผลที่พบเนื้อหาด้านการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกันมากกว่าด้านอื่น อาจเป็นเพราะจากการสำรวจจำนวนผู้ติดเชื้อเอดส์ในแต่ละปี พบว่า การมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ป้องกันคือสาเหตุในการติดเชื้อเอดส์มากที่สุด (กองระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข, 2539) การประชาสัมพันธ์จึงมุ่งรณรงค์ตามผลการสำรวจ

สำหรับเนื้อหาโรคเอดส์ที่ไม่ปรากฏในโฆษณาเลยคือ ด้านความหมายของโรคเอดส์ สาเหตุทางด้านการแพทย์ การปฏิบัติตนของผู้ติดเชื้อเอดส์ และสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือด สำหรับด้านความหมายของโรคเอดส์ และสาเหตุทางด้านการแพทย์ ที่ไม่ปรากฏในโฆษณานั้นอาจเนื่องมาจากเนื้อหาทั้ง 2 มีรายละเอียดของสาระมากเกินกว่าจะใช้โฆษณาซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านเวลามาใช้เสนอความรู้ในเรื่องดังกล่าวได้ แต่ในด้านการปฏิบัติตนของผู้ติดเชื้อเอดส์ และสถานที่ให้คำปรึกษาและตรวจเลือดนั้นควรมีการนำเนื้อหาทั้ง 2 ด้านมานำเสนอ เนื่องจากปัจจุบันจำนวนผู้ติดเชื้อเอดส์มีเพิ่มมากขึ้น และมีอยู่ทั่วไปในทุกระดับและทุกอาชีพของประเทศไทย การใช้สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์นำเสนอเนื้อหาทั้ง 2 ด้าน จึงมีความจำเป็นและเป็นข้อมูลเพื่อช่วยเหลือผู้ติดเชื้อที่อยู่กระจัดกระจายให้มีความรู้ รู้จักวิธีปฏิบัติตนในสังคม และเมื่อต้องการคำปรึกษาและขอความช่วยเหลือใด ๆก็สามารถติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือได้ทันที

3. จากการวิเคราะห์เนื้อหาด้านจุดมุ่งหมายทางการศึกษาในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี พบเนื้อหาด้านจิตพิสัย และพุทธิพิสัยในจำนวนใกล้เคียงกัน แต่ไม่พบเนื้อหาด้านทักษะพิสัยเลย อาจเป็นเพราะวัตถุประสงค์ของแผนงานประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจ ในแผนป้องกันและควบคุมโรคเอดส์แห่งชาติ (พ.ศ.2535-2539) ที่มุ่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ความรู้และสร้างเจตคติ ค่านิยม และแรงจูงใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับโรคเอดส์ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เสี่ยงต่อการติดโรคเอดส์ การที่จะทำให้ผู้ชมเกิดเจตคติ ค่านิยม และแรงจูงใจที่ถูกต้องนั้น ผู้ชมจำเป็นจะต้องได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโรคเอดส์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวก่อน ดังนั้นเนื้อหาจุดมุ่งหมายทางการศึกษาจึงปรากฏด้านพุทธิพิสัย และจิตพิสัยอยู่ ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ เดวิด อาร์ แครธโวล และคณะ (David R. Krathwohl, et al. 1964 : 62) ที่กล่าวไว้ว่า พุทธิพิสัย และจิตพิสัยมีความสัมพันธ์กันอย่างมาก พฤติกรรมด้านจิตพิสัยแต่ละอย่างจะมีพฤติกรรมด้านพุทธิพิสัยเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย และทำนองเดียวกัน พฤติกรรมด้านพุทธิพิสัยก็จะมีพฤติกรรมด้านจิตพิสัยเข้ามา

เกี่ยวข้อง ในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรีพบจุดมุ่งหมายด้านจิตพิสัยมากกว่า อาจเป็นเพราะโฆษณาเหล่านี้ผลิตขึ้นในปี 2535-2537 ซึ่งเป็นระยะกลางของแผนงานรณรงค์ที่มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนตระหนักในภัยของโรคและเกิดจิตสำนึกว่าเป็นหน้าที่ของทุกคนที่จะต้องร่วมกันป้องกันและแก้ไขปัญหา และจากงานวิจัยเกี่ยวกับสื่อเอดส์ทั้งของวรชัย ทองไทย และอรพินทร์ พิทักษ์มหาเกตุ (2537) และ วาทินี บุญชะลักษี และคณะ (2538) พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ได้รับเนื้อหาและมีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์ในเรื่องการติดต่อ อาการ และการป้องกันโรคอย่างถูกต้องจากการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ในระยะแรกแล้ว การนำเสนอเนื้อหาในช่วงต่อมาจึงมุ่งเน้นให้เกิดความตระหนัก และเกิดจิตสำนึกซึ่งจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมซึ่งเป็นการพัฒนาทางด้านทักษะพิสัย แต่ที่ไม่พบจุดมุ่งหมายด้านทักษะพิสัยเลยอาจเป็นเพราะพัฒนาการด้านทักษะพิสัยต้องมีพัฒนาการด้านพุทธิพิสัย และจิตพิสัยร่วมอยู่เสมอ ประกอบกับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์จัดเป็นสื่อประเภท Motivation Media ซึ่งมีข้อจำกัดทางด้านเวลา และไม่ได้มุ่งเน้นการนำเสนอเนื้อหาเป็นหลัก (ณรงค์ สมพงษ์,2535 : 40) จึงทำให้ไม่สามารถเน้นพฤติกรรมด้านทักษะพิสัยลงในโฆษณาทางโทรทัศน์ได้ เช่นเดียวกับผลการวิเคราะห์การเรียนรู้ทั้งด้านจิตพิสัย และพุทธิพิสัยในแต่ละขั้นพบว่า ปรากฏขั้นการเรียนรู้ในระดับต้น กล่าวคือ ด้านจิตพิสัยปรากฏในขั้นรับหรือให้ความสนใจขั้นการตอบสนอง และขั้นการสร้างค่านิยมมากที่สุด ส่วนด้านพุทธิพิสัยปรากฏในขั้นความเข้าใจและความรู้มากที่สุด เหตุผลที่ปรากฏขั้นการเรียนรู้ในระดับต้น อาจเนื่องจากขั้นการเรียนรู้ในระดับที่สูงกว่านั้นนำเสนอเนื้อหาได้ยาก ประกอบกับสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์จัดเป็นสื่อประเภท Motivation Media มีข้อจำกัดด้านเวลาทำให้ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาเพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ในขั้นสูงได้

4. จากการศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์ของสำนักนายกรัฐมนตรี จำนวน 10 เรื่อง พบว่า นักศึกษาให้ความสนใจต่อการใช้เหตุผลนำเสนอมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมภูนุช ปฏิมาประกร (2534) ที่พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับรูปแบบการจูงใจที่เน้นด้านเหตุผลในโฆษณาส่งเสริมสังคมในระดับสูง เนื่องจากประชาชนที่ศึกษามีการศึกษาถึงระดับปริญญาตรีจึงให้ความสำคัญกับข้อเท็จจริง และสนใจประเด็นปัญหาต่าง ๆ อย่างมีเหตุมีผล ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัยกำลังศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ มีอายุเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 15-19 ปี ทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาวัยรุ่น (Mental Development) ของ Piaget กล่าวว่า เด็กในช่วงอายุดังกล่าวจะมีลักษณะการคิดเป็นแบบ Deductive คือรู้จักวิเคราะห์ข้อมูลโดยอาศัยเหตุผลมากขึ้น เป็นลักษณะการคิดแบบวิทยาศาสตร์ จะเชื่อหรือยอมรับสิ่งใด ๆ ก็ต่อเมื่อสามารถหาเหตุผลเพื่อสนับสนุนและพิสูจน์ความจริง ในการแก้ปัญหาทั่วไป วัยรุ่นจะคิด

พิจารณาสิ่งต่าง ๆที่เกี่ยวข้องกับปัญหาเพื่อแสวงหาคำตอบโดยอาศัยกฎเกณฑ์หรือข้อสรุปต่าง ๆ การแสดงออกจะเป็นลักษณะของการคิด 2 ลักษณะ คือ การคิดแบบรูปธรรมที่คำนึงถึงสิ่งที่เห็นด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า (Concrete Operation) และการคิดอย่างนามธรรมคือการหาสาระและเหตุผล วัยรุ่นจะรู้จักการใคร่ครวญและคิดอย่างเป็นระบบ โดยจะหาสมมติฐาน คิดคาดการณ์ รวบรวมข้อคิดจากการคาดคะเนเพื่อหาความจริงและให้เหตุผลเพื่อย้ำแนวคิด ซึ่งลักษณะการนำเสนอโดยใช้เหตุผลในโฆษณาดังกล่าวจะคล้ายคลึงกันคือ โฆษณาจะนำเสนอภาพเหตุการณ์และคำบรรยายที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับสถานการณ์เรื่องโรคเอดส์ มุ่งให้ผู้ชมนำไปพิจารณาเพื่อให้เกิดการยอมรับ และเชื่อถือตามสภาพการณ์ที่ปรากฏ

ทางด้านการใช้ความรู้สึกและตัวบุคคลเป็นรูปแบบในการนำเสนอนั้น นักศึกษาให้ความสนใจน้อยกว่า อาจเนื่องมาจากโฆษณาใช้รูปแบบการนำเสนอทั้ง 3 ลักษณะผสมผสานกัน นักศึกษาจึงมุ่งความสนใจไปที่การใช้เหตุผลตามพัฒนาการทางสติปัญญาของตน การใช้ตัวบุคคลนำเสนอยังคงมีความสำคัญกับนักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอายุน้อย ยังมีพฤติกรรมการเลียนแบบอยากเหมือนหรือ อยากเป็นอย่างบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ดารา และนักร้อง แต่จากการสังเกตของผู้วิจัยบุคคลที่ใช้นำเสนอโฆษณาของสำนักนายกรัฐมนตรี อาจไม่ใช่บุคคลที่กลุ่มนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครให้ความสนใจหรือชื่นชอบเท่าที่ควร

5. จากการศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับเนื้อหาด้านโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ของสำนักนายกรัฐมนตรี พบว่า นักศึกษาสามารถรับรู้เนื้อหาโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์ได้ในระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ยที่นักศึกษาทำได้ คือ 5.94 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน หากพิจารณาในด้านสารหรือเนื้อหาโฆษณา พบว่า ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในโฆษณาส่วนใหญ่จะมุ่งให้ความรู้แก่ผู้ชมมากกว่า 1 เรื่องขึ้นไป เช่น โฆษณาเรื่องนักธุรกิจ นำเสนอเนื้อหาในเรื่องค่านิยมของผู้ชายในการเลี้ยงดูปูเสื่อ โดยใช้นักธุรกิจเป็นผู้นำเสนอเรื่องราวว่าตนเองติดเชื้อเอดส์จากค่านิยมดังกล่าว แต่ยังสามารถทำงานได้อย่างปกติเหมือนคนทั่ว ๆไป เพื่อนร่วมงานไม่รังเกียจหรือกลัวเขาเพราะรู้ว่าเอดส์ติดต่อทางเลือดและเพศสัมพันธ์เท่านั้น ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในโฆษณาจะดำเนินเรื่องด้วยเนื้อหาด้านหนึ่งคือ สาเหตุการติดเชื้อเอดส์ของนักธุรกิจ สรุปเรื่องด้วยเนื้อหาอีกด้านหนึ่งคือ ผู้ติดเชื้อสามารถทำงานได้อย่างปกติเพราะเพื่อนร่วมงานไม่รังเกียจ และใช้คำขวัญท้ายโฆษณาเพื่อย้ำสารด้วยเนื้อหาอีกด้านหนึ่งคือ โรคเอดส์ติดต่อทางเลือดและทางเพศสัมพันธ์เท่านั้น การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะข้างต้นอาจทำให้นักศึกษารับรู้ประเด็นในเนื้อหาได้ไม่ครบถ้วน ไม่สามารถรับรู้เนื้อหาทั้งหมดได้ อาจรับรู้ได้เฉพาะเนื้อหาที่มีภาพแสดงเหตุการณ์ประกอบหรือเนื้อหาที่เป็นจุดดึงดูดใจในช่วงแรกของการโฆษณาเท่านั้น

และเมื่อพิจารณาตามทฤษฎีการรับรู้ในขั้นการเลือกตีความ (Selective Interpretation) ที่พบว่าเมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็ใช่ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกับที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเองหรือตามทัศนคติตามประสบการณ์ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น และในขั้นการเลือกจดจำ (Selective Retention) ที่พบว่าบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่าย โฆษณาดังกล่าวไม่ได้ผลิตขึ้นเพื่อนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพโดยเฉพาะ สิ่งที่นำเสนออาจไม่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือทัศนคติของนักศึกษา ทำให้นักศึกษารับรู้เนื้อหาได้ในระดับปานกลางเท่านั้น

6. จากการศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาอาชีวศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายทางการศึกษาด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏสูงสุดในโฆษณาทางโทรทัศน์ของสำนักนายกรัฐมนตรี พบว่า นักศึกษาสามารถรับรู้เนื้อหาจุดมุ่งหมายด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏสูงสุดในโฆษณาทางโทรทัศน์ได้ในระดับค่อนข้างต่ำ คะแนนเฉลี่ยที่นักศึกษาทำได้ คือ 3.38 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน เหตุผลที่ทำให้นักศึกษารับรู้เนื้อหาด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏสูงสุดได้ค่อนข้างต่ำ อาจเนื่องมาจากลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในโฆษณาที่กล่าวไว้ในข้อที่ 4 ที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายมากกว่า 1 ด้านขึ้นไป ทำให้นักศึกษารับรู้จุดมุ่งหมายของโฆษณาได้ไม่ตรงตามเป้าหมายสูงสุดที่ปรากฏ เช่น โฆษณาเรื่อง ชื้นครู นำเสนอเนื้อหาเพื่อต้องการให้ผู้ชมเกิดความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ได้ว่า การชื้นครูเป็นค่านิยมผิด ๆที่สามารถทำให้ติดเชื้อเอดส์ได้ แม้จะมีเพศสัมพันธ์เพียงครั้งเดียวก็ตาม แต่จุดมุ่งหมายด้านพุทธิพิสัยที่ปรากฏสูงสุดในโฆษณาเรื่องนี้อยู่ที่คำขวัญท้ายโฆษณาที่ต้องการให้ผู้ชมนำสาระที่ได้จากโฆษณามาสังเคราะห์เพื่อให้เกิดความคิดว่า “หยุดเอดส์ ก่อนที่เอดส์หยุดชีวิตคุณและครอบครัว” ซึ่งอาจทำให้รับรู้ได้เฉพาะจุดมุ่งหมายที่มีภาพแสดงเหตุการณ์ประกอบหรือที่เป็นจุดดึงดูดใจในช่วงแรกของการโฆษณาเท่านั้น

และตามทฤษฎีการรับรู้ที่กล่าวไว้ในข้อ 5 เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักศึกษารับรู้จุดมุ่งหมายด้านพุทธิพิสัยได้ในระดับต่ำ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์

ผู้ผลิตโฆษณาควรมีความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสารและการผลิตสื่อ และต้องให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบในการสื่อสารทุกด้าน เช่น

1. ด้านรูปแบบการนำเสนอ ควรพิจารณาคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมตรงตามความสนใจเพื่อให้สามารถจูงใจกลุ่มเป้าหมายให้เชื่อถือและยอมรับ เช่น การใช้เหตุผลนำเสนอเนื้อหาเมื่อต้องการสื่อสารไปยังประชาชนที่มีการศึกษาในระดับสูง และควรนำเสนอรูปแบบที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมในช่วง 5 วินาทีแรก เพื่อจะเรียกร้องความสนใจและหากโฆษณาดีผู้ชมจะดูต่อไปจนจบ

2. ด้านเนื้อหาที่ใช้ในการเผยแพร่ และวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ควรนำเสนอแนวคิดหรือเนื้อหาเพียงด้านใดด้านหนึ่ง การพูดถึงจุดสำคัญเพียงจุดเดียวจะช่วยให้ผู้รับสามารถรับสารได้ง่ายกว่า การนำสาระหลายประเด็นมาปนกัน จะทำให้จุดที่ต้องการเสนอนั้นอ่อนลงไป และควรใช้คำและภาษาที่เรียบสั้น ได้ใจความ เพราะภาพช่วยอธิบายสื่อที่ต้องการเสนอได้มากเพียงพอแล้ว และควรนำเสนอเนื้อหาให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสถานการณ์ของโรคเอดส์ที่เกิดขึ้น

และในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโฆษณา ตามทฤษฎีจุดมุ่งหมายทางการศึกษาของเบนจามิน เอส บลูม และคณะ กล่าวว่า จุดมุ่งหมายทั้ง 3 ด้าน มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ไม่หย่อนไปกว่ากัน หากการสอนสามารถทำให้ผู้เรียนบรรลุจุดมุ่งหมายทุกระดับทุกด้าน ผู้เรียนจะเกิดพัฒนาการด้านสมอง ด้านจิตใจและด้านปฏิบัติการที่สมบูรณ์ ในการเรียนการสอนครูผู้สอนนำจุดมุ่งหมายทางการศึกษามาใช้กำหนดแนวทางการสอน เนื้อหาและวิธีสอน เพื่อให้ผู้เรียนสามารถบรรลุผลตามจุดมุ่งหมาย ผู้ผลิตโฆษณาในฐานะผู้นำเสนอข่าวสารด้านโรคเอดส์เพื่อชักจูงและโน้มน้าวให้ผู้ชมเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สามารถนำจุดมุ่งหมายทางการศึกษามาประยุกต์ใช้เพื่อกำหนดเป้าหมายของงานโฆษณา รูปแบบการนำเสนอ และเนื้อหาโฆษณาได้เช่นกัน เชื่อว่าจะสามารถโน้มน้าวผู้ชมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้บ้างไม่มากก็น้อย

3. ด้านผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมาย มีคำกล่าวว่า คนจะเป็นครูสอนคน ต้องรู้จักสังคมวัฒนธรรม ต้องเป็นนักจิตวิทยา รู้ใจคนเรียน นักโฆษณาก็เช่นกันควรศึกษาถึงความแตกต่างของผู้รับสารเพื่อช่วยให้สามารถนำเสนอสารให้เข้าถึงตัวผู้รับได้มากที่สุด การใช้สื่อโฆษณาจะได้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพอย่างเต็มที่ เช่น นักศึกษาอาชีวศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ การนำเสนอเนื้อหาในโฆษณาควรคำนึงถึงพัฒนาการทางสติปัญญาของกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบการคิดและแก้ไขปัญหา ผู้โฆษณาอาจนำเสนอเนื้อหาในลักษณะการให้ผลลัพธ์ แล้วนำเสนอคำถามเพื่อให้คิดหาเหตุผลประกอบ เป็นวิธีการนำเสนอหนึ่งที่อาจจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความสนใจและสามารถโน้มน้าวให้เกิดการยอมรับตามเหตุผลที่ตนเองพิจารณาได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาในสื่อทุกประเภท เพื่อจะได้ทราบถึงปริมาณและคุณภาพของเนื้อหาว่ามีความครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์ในการรณรงค์และประชาสัมพันธ์หรือไม่ อย่างไร

2. ควรศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ ที่มีต่อรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาโรคเอดส์ในโฆษณาทางโทรทัศน์

3. ควรทำการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์เรื่องโรคเอดส์ ในด้านความพึงพอใจ ความเข้าใจ และผลการจูงใจไปสู่การปฏิบัติของโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ใช้เผยแพร่ความรู้เรื่องโรคเอดส์

4. ควรทำการวิจัยเชิงทดลองเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบผลของการใช้รูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันในโฆษณาทางโทรทัศน์ที่มีต่อกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ