

การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เพื่อป้องกันสถานการณ์ “คุณแม่วัยรุ่น”

Behavior to Receive the Information
to Prevent “Teenage Mom” Problem

ทัศนีย์ คำแกคักดี *

บทนำ

เป็นที่ทราบกันดีว่าสังคมไทยในปัจจุบันเป็นสังคมที่เจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การไหลของข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ทำให้วัฒนธรรมของชาติตะวันตกแพร่กระจายเข้าสู่ประเทศไทยได้อย่างขวางกว้าง ส่งผลให้สภาพแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม รวมทั้งพฤติกรรมการใช้ชีวิตของวัยรุ่นเปลี่ยนไปทั้งในด้านอาหาร จะเลือกรับประทานอาหารที่เป็นฟาสต์ฟู้ดมากขึ้น การแต่งกายที่เปลี่ยนจาการแต่งกายที่มีมิดชิดเป็นการแต่งกายเลียนแบบชาติตะวันตกคือการนุ่งอ้อมน้อย นอกรอกัน พฤติกรรมการคบเพื่อนของวัยรุ่น มีอิสระในการคบเพื่อนต่างเพศมากขึ้น รวมทั้งสนใจเรื่องเพศสัมพันธ์มากขึ้น ส่งผลให้วัยรุ่นมีพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศ เช่น การมีเพศสัมพันธ์เมื่ออายุยังน้อย การไม่เลือกใช้ชีวิตการคุมกำเนิดขณะมีเพศสัมพันธ์ ส่งผลให้เกิดภาวะการตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ที่มีมากขึ้นทุกปี ปัญหาใหญ่ที่ตามมาคือคุณภาพชีวิตที่ตกต่ำของทั้งแม่และเด็กโดยเฉพาะเด็กที่เกิดมาจากแม่ที่ไม่พร้อมนั้นมีโอกาสสูงที่จะไม่ได้รับการศึกษาหรือได้รับโอกาสทางสังคมในด้านต่าง ๆ ต่ำกว่ามาตรฐาน และมีความเสี่ยงที่จะถูกทอดทิ้งจนกลายเป็นภาระของสังคมด้วย การตั้งครรภ์โดยไม่พร้อมของวัยรุ่นและการมีบุตรลดลงของชนชั้นกลางส่วนใหญ่ จึงนับเป็นปัญหาทางด้านประชากร และ ปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องให้ความสำคัญไม่น้อยไปกว่าปัญหาด้านอื่น ๆ ในประเทศไทยเลยทีเดียว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเพื่อป้องกันสถานการณ์ “คุณแม่วัยรุ่น” ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2. เพื่อศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับการป้องกันสถานการณ์ “คุณแม่วัยรุ่น” ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร 3. เพื่อศึกษาทัศนคติของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเรื่องคุณแม่วัยรุ่น จำนวนทั้งสิ้น 408 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย T-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ “คุณแม่วัยรุ่น” จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล สื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อที่มีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ เพื่อนร่วมสถาบัน/เพื่อนร่วมงาน อินเทอร์เน็ต หนังสือ/นิตยสาร/อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ และสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญหรือวิทยากร ส่วนคำถามวัดความรู้เกี่ยวกับ “คุณแม่วัยรุ่น” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบได้ถูกต้องเป็นจำนวนมากคือศึกษาวิธีป้องกันเพื่อไม่ให้เป็นผู้เป็นคุณแม่วัยรุ่น

* ทัศนีย์ คำแกคักดี

อาจารย์ประจำสาขาการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

จากสื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ต สำหรับทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อคุณแม่วัยใสอยู่ในระดับปานกลาง คืออาจจะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ โดยมีทัศนคติเชิงบวกโดยมีค่าเฉลี่ยเชิงบวกมากที่สุด 3 อันดับแรกคือ กลุ่มตัวอย่างคิดว่าความรู้เรื่องคุณแม่วัยใส ที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆในปัจจุบัน สามารถนำไปปฏิบัติตามเพื่อป้องกันไม่ให้เป็นคนแม่วัยใส อันดับที่ 2 กลุ่มตัวอย่างคิดว่าจะนำความรู้ที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสไปใช้ เพื่อป้องกันภาวะคุณแม่วัยใส และอันดับสุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างคิดว่าการเป็นคนแม่วัยใส มีผลกระทบต่อารประกอบอาชีพหรือรายได้จากการทำงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

(1) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใส มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารมากก็จะมีความรู้มากตามไปด้วย

(2) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใส มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารมากก็จะมีทัศนคติต่อคุณแม่วัยใสมากตามไปด้วย

(3) ความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใส ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใส

Abstract

This research is the survey research and has the following objects 1. to study the behavior to receive the information to prevent “the teenage mom” problem of the teenage in Bangkok area. 2. to study the level of knowledge to prevent “the teenage mom” problem of the teenage in Bangkok area” 3. to study the attitude of 408 teenagers in Bangkok about teenage mom problem. The instrument to collect the information is the

survey. The statistic of the research is the percentage, T-test and Person Coefficient of Correlation which has been integrated by the statistical package. It can be concluded that : The target group receives the information regarding teenage mom from mass media, personal media and ad hoc media. The most favorite media is television, friends,colleagues, internet, book, magazine, website and inquiry from the expert. Concerning the questions regarding teenage mom, the most target group answered correctly which is to study the teenage mom problem from mass media and internet.

The attitude of the target group on teenage mom problem is at moderate level that means they may agree or may not agree. The target group has positive attitude and has the most 3 positive attitudes as follows: the target groups think that they can use the knowledge which has received from media to use it as role model to prevent themselves from teenage mom. Secondly, the target groups think that they can use the information about teenage mom to prevent teenage mom problem. Thirdly, the target groups think that to be teenage mom gives the big impact to carrier and income.

The hypothesis of the test

(1) The access to information regarding teenage mom has the relation with the knowledge regarding teenage mom at the significant statistic level of 0.05 that means the more information provides, the more knowledge will be gained.

(2) The access to information regarding

teenage mom has the relation with attitude against teenage mom at the significant level of 0.001 that means the more information provides, the better attitude about teenage mom will be received.

(3) The knowledge concerning teenage mom does not have the relation with the attitude against teenage mom

การศึกษาวิจัยนี้เป็นกาววิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Questionnaire) ซึ่งได้จัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการ โดยแบ่งเป็น 4 ตอนซึ่งแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังนี้

- ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้และสถานภาพสมรส
- ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อเฉพาะกิจ และสื่อบุคคล
- ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ที่มีต่อเรื่องคุณแม่วัยใสโดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

(1) เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารเพื่อป้องกันสถานการณ์ “คุณแม่วัยใส” ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

(2) เพื่อศึกษาความรู้ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเรื่องคุณแม่วัยใส

(3) เพื่อศึกษาทัศนคติของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อเรื่องคุณแม่วัยใส

การวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดทฤษฎีรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ดังนี้คือ

- (1) ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร (2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ (3) แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม (4) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสามารถนำแนวคิดดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ได้

ผลการวิจัย

(1) ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 408 คน แบ่งเป็นชายและหญิงที่มีช่วงอายุ 15 ปี มากที่สุด นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปวช./ปวส มากที่สุด สถานภาพโสด และมีรายได้ต่อเดือน 5,000 บาทขึ้นไปมากที่สุด

(2) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใส กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสจากสื่อมวลชนคือโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และน้อยที่สุดคือวิทยุ สื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสมากที่สุดคือ เพื่อนร่วมสถาบัน รองลงมาคือสมาชิกในครอบครัว/ญาติ พี่น้อง ส่วนการเปิดรับข่าวสารที่น้อยที่สุด ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเช่น ครู/วิทยากร/พยาบาล และสื่อเฉพาะกิจที่มากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต รองลงมาคือ การอบรมสัมมนาที่จัดขึ้นภายในสถาบันการศึกษา และน้อยที่สุดคือไปลิวนต์เมื่อพิจารณาถึงการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสในด้านของการสอบถามและศึกษาหาข้อมูลเอง จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่าที่จะสอบถามจากสมาชิกในครอบครัว/พี่น้อง/ เพื่อนร่วมสถาบัน ในอัตราส่วน 77.7 : 56.4 โดยจะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสผ่านทางอินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์มากที่สุดคือ www.thaipublica.org รองลงมาคือ www.thaihealth.or.th และน้อยที่สุดคือ www.facebook.com

(3) ความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใส เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความรู้จะพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใสอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.29 คือทราบวิธีการป้องกันตนเองเพื่อไม่ให้เป็นคนแม่วัยใส

(4) ทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใส กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อคุณแม่วัยใสในเชิงบวกซึ่งสามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยและคิดว่าสามารถนำความรู้ที่ได้รับจาก

สื่อต่างๆในปัจจุบัน ไปปฏิบัติตามเพื่อป้องกันภาวะ คุณแม่วัยใสและคิดว่ากรเป็นคุณแม่วัยใสมีผลต่อการ ประกอบอาชีพหรือสูญเสียรายได้จากการทำงาน

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัย ใสมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้เพื่อป้องกันคุณแม่ วัยใส

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใส ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 เป็นไปตาม สมมติฐาน อธิบายได้ว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ คุณแม่วัยใส มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับคุณแม่ วัยใสกล่าวคือยังมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่ วัยใสมากก็จะมีความรู้มากตามไปด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเพื่อ ป้องกันคุณแม่วัยใสมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อ คุณแม่วัยใสของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 เป็นไปตาม สมมติฐาน อธิบายได้ว่าการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ คุณแม่วัยใส มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับคุณแม่ วัยใสอย่างกล่าวคือ ยังมีมีการเปิดรับข่าวสารมากก็จะ มีทัศนคติต่อการป้องกันการเป็นคุณแม่วัยใสมากตาม ไปด้วย

สมมติฐานที่ 3. สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับความ รู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเรื่องคุณแม่วัยใสของ เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 ไม่เป็นไป ตามสมมติฐาน อธิบายได้ว่าความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัย ใส ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

อภิปรายผล

จากการสรุปผลในประเด็นต่าง ๆ ดังกล่าว ข้างต้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาพิจารณาความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ส่งสารเรื่องคุณแม่วัยใสกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายหรือเป็นผู้ประสบปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อม

ซึ่งทำให้ผู้วิจัยเกิดคำถามว่า “ทำไมวัยรุ่นหญิงจึง ประสบปัญหาตั้งครรภ์ไม่พร้อมหรือเป็นคุณแม่วัยใส”

โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ และสื่ออินเทอร์เน็ต หากมอง ในมุมมองของสื่อลักษณะการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ของสื่อมวลชน จากการสำรวจประเด็นการตั้งครรภ์ที่ ไม่พร้อมของวัยรุ่น เรื่องราวและภาพที่สื่อนำเสนอ ประมวลได้ ดังนี้ (แม่วัยใส ความท้าทายในวัยรุ่น, 2556:38)

สื่อมวลชน เช่นสื่อโทรทัศน์ ลักษณะการนำ เสนอมักจะเป็นภาพลบและมาในลักษณะในการ ประณามการกระทำดังกล่าว อาทิเช่น

- สลดใจโหด ชีวิตเพะ ทำแท้ง 2 ทน
- สลดสาว 17 ทำแท้งตายคาริสรอร์ท
- เด็กชาย 14 ปี ชิมขมิ้นเด็กหญิงวัย 6 ปี อ้างอ่าน หนังสือโป๊ที่ยืมจากเพื่อนแล้วเกิดอารมณ์ทางเพศ

สื่อละครเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อสังคมมาก จาก กรณีละครเรื่อง “Hormones วัยว้าวุ่น” ที่สะท้อน ชีวิตจริงของวัยรุ่นไทยที่มีเพศสัมพันธ์ตั้งแต่มัธยมและ วัยรุ่นส่วนใหญ่ต่างยอมรับการมีเพศสัมพันธ์ในวัย เรียนและมองว่าการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควรเป็น เรื่องปกติ การตอบสนองของคุณดูในเรื่องนี้แสดงให้เห็น ค่านิยมที่เปลี่ยนไปในเรื่องการมีความสัมพันธ์ใน วัยรุ่นก่อนแต่งงาน

สื่ออินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลมีเดียจากการ สำรวจกระทำในพันทิปและเฟซบุ๊ก การพูดคุยและการ สื่อสารในสังคมออนไลน์ เรื่องเพศสัมพันธ์ในมุมมอง ที่แตกต่างกัน โดยวัยรุ่นมักจะพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน อย่างตรงไปตรงมา แต่ด้วยความที่ผู้ส่งสารและผู้รับ สารอยู่ในวัยเดียวกันผู้ส่งสารหรือผู้ให้คำแนะนำอาจ ไม่สามารถให้คำแนะนำที่เป็นทางออกที่ดีที่สุด อย่าง เช่นในกรณีกระทู้การตั้งท้อง จะเห็นได้ว่าผู้ให้คำ แนะนำหลายคนแนะนำให้แก่ปัญหาด้วยการทำแท้ง และส่วนใหญ่จะตั้งกระทู้ในลักษณะการแบ่งปัน ประสบการณ์เรื่องเพศของกลุ่มวัยรุ่น และมีการ ได้ตอบกันอย่างตรงไปตรงมา

จากการสำรวจการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นคำตอบที่ว่า“ทำไมวัยรุ่นหญิงจึงประสบปัญหาตั้งครรภ์ไม่พร้อมหรือเป็นคุณแม่วัยใส”เนื่องจากการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อมวลชนมาซึ่งผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากในการชี้นำสังคม

การเปิดรับข่าวสารสอดคล้องกับ แนวคิดของ McCombs and Becker (1979) ที่ได้ให้ความเห็นว่าการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนก็เพื่อตอบสนองความต้องการ 5 ประการ คือ

- ต้องการรู้เหตุการณ์(Surveillance) สังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้
- ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆตัว
- ต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
- ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัว
- ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement)

และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสุรพงษ์ โสธนะเสถียร(2533) ที่ได้ให้ไว้ว่า การเลือกเปิดรับสื่อมวลชนนั้นก็เพื่อการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการสารสนเทศเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ในด้านความอยากรู้ คือการที่มนุษย์ยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลไกสังคม จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้และความบันเทิง นอกจากนี้ยังเลือกเพื่อความหลากหลายที่สามารถสนองความต้องการได้ในหลายรูปแบบ ไม่

ว่าจะเป็นการกระตุ้นอารมณ์ สร้างความสนุกสนานความตื่นเต้น เร้าใจ หรือเป็นการหย่อนอารมณ์ :จึงเป็นสื่อที่วัยรุ่นเข้าถึงได้ง่าย

สื่อบุคคลที่เป็นเพื่อนร่วมสถาบันสอดคล้องกับแนวคิดของ Merrill and Lowenstein (อ้างถึงโนเซอร์ตัน เชิดชัย, 2537) ว่าเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านสถานภาพความสัมพันธ์ทางสังคมที่กล่าวว่า คนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็น อังอิงในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตามมักจะคล้ายตามกลุ่มในแง่ความคิด ทศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

สื่อที่เป็นอินเทอร์เนต เป็นสื่อที่อยู่ในกระแสนิยมปัจจุบันในยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดนดังนั้นจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อกลุ่มคนรุ่นใหม่ ทั้งนี้เพราะสามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้มากมาย ไม่ว่าจะเป็นการบริการข้อมูลข่าวสาร การพบปะและสนทนากับผู้คน ความบันเทิง การศึกษา การบริหารทางธุรกิจ นอกจากนี้การที่กลุ่มวัยรุ่นเลือกใช้สื่อที่เป็นอินเทอร์เนตมากก็อาจเป็นเพราะเพื่อผลนอกจากสังคมซึ่งมีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับอรรถประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือเป็นการเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือการสมาคมก็เป็นได้ ความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใส ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใสอยู่ในระดับเพื่อที่จะทราบวิธีป้องกันตนเองเพื่อไม่ให้เป็นผู้คุณแม่วัยใส

สอดคล้องกับบลูมและคณะ (Bloom and Others, 1971) ที่ได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับ แต่จากผลการวิจัยนี้ สอดคล้องอยู่เพียง 3 ระดับ คือ

- ระดับที่ระลึกได้ (Recall) ความสามารถในการดึงข้อมูลออกมาจากความจำได้
- ระดับการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรมไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม
- ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดแยกออกเป็น ส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

ทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใสโดยกลุ่มตัวอย่าง คิดว่าความรู้เรื่องคุณแม่วัยใสที่นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ในปัจจุบันสามารถนำไปปฏิบัติตามเพื่อป้องกันไม่ให้ เป็นคุณแม่วัยใสได้

สอดคล้องกับแนวคิดทัศนคติ ทัศนคติเป็น ผลลัพธ์อย่างหนึ่งของการสื่อสาร เมื่อผู้รับสารได้เปิด รับข่าวสารตามกระบวนการสื่อสารแล้ว ผู้รับสารจะมี ปฏิกริยาต่างๆ หลังจากรับสาร เช่น คล้อยตาม เห็น ด้วยหรือไม่เห็นด้วย ยอมรับหรือปฏิเสธ สิ่งเหล่านี้คือ ผลของการรับข่าวสารที่ส่งผลต่อความรู้สึก หรือ อารมณ์ของผู้รับสาร

สอดคล้องกับไซมัน เมย์ชัค และริชาร์ดสัน (Cyrus Mayshakk and E.Richardson,1971) เป็น ความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับภาวะจิตใจของบุคคลที่มีต่อ วัตถุ เป็นภาพของพฤติกรรมหรือส่วนก่อให้เกิด พฤติกรรมทางบวกหรือทางลบต่อสถานการณ์ บุคคล หรือวัตถุ ทัศนคติเป็นแรงที่อยู่ภายในวัดได้จาก ปฏิกริยาต่อตัวกระตุ้น ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากจิตใจ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและแสดงออกทาง กายภาพ

สมมติฐานข้อที่ 1 การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ กับระดับความรู้ เกี่ยวกับคุณแม่วัยใสของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร

อธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสในระดับปานกลาง โดย จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ มากกว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออื่น ๆ ดังนั้นเนื้อหา ความรู้ที่ได้จากสื่อโทรทัศน์ จึงเป็นเพียงการสร้างการ รับรู้ (Awareness) เท่านั้น นอกจากนี้ จากการที่กลุ่ม ตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใสอยู่ในระดับปาน กลางนั้นความรู้ที่กลุ่มตัวอย่างมีจึงไม่ได้มาจากการ เปิดรับข่าวสาร

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสื่อมวลชน (อ้างใน ปรมะ สะ ตะเวทิน : 2533) ที่สรุปไว้ว่า สื่อมวลชนไม่มีอิทธิพล โดยตรงต่อประชาชน แต่เป็นเรื่องผู้สนับสนุนความคิด เห็น ทัศนคติ หรือท่าทีดั้งเดิมเท่านั้น การเปลี่ยนแปลง

ที่เกิดจากสื่อมวลชน เกิดขึ้นต่อเมื่อมีความโน้มเอียง จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจาก สื่อมวลชน แต่จะเกิดเพราะผู้รับสารมีความสนใจที่จะ แสวงหาความรู้หรือข่าวนั้นๆอยู่แล้ว

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเพื่อป้องกันคุณแม่ วัยใสมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใส ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

หมายความว่า การเปิดรับข่าวสารมากก็จะมี ทัศนคติต่อคุณแม่วัยใสมากตามไปด้วย เนื่องจาก สื่อมวลชนที่เป็นสื่อโทรทัศน์และเป็นสื่อที่มี คุณลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถชักจูงใจให้คนที่เห็น คล้อยตามได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ เปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์ก็จะได้รับสารใน ลักษณะของการโน้มน้าวใจหรือชักชวนให้เกิดความ รู้สึกคล้อยตามซึ่งเป็นเหตุทำให้เกิดความเชื่อตามมา แต่อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ ที่ได้จากการวิจัยพบ ว่ามีค่าอยู่ในระดับปานกลาง จึงกล่าวได้ว่ามีการเปิด รับข่าวสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสมากก็จะมีทัศนคติที่ดี ต่อผู้ที่เป็นคุณแม่วัยใสโดยผลการทดสอบนี้ได้ สอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers) ที่ว่า การ สื่อสารก่อให้เกิดผลการเปลี่ยนแปลงขึ้นในผู้รับสาร และสอดคล้องกับเรนซิส โลเคิร์ท (Rensis Likert 1967: 16-24) ได้ศึกษามูลเหตุของการเกิดทัศนคติของคน ซึ่งนับว่าเป็นผลการศึกษาที่เน้นถึงการเกิดทัศนคติ ตามหลักวิชาการด้านการสื่อสารโดยเฉพาะ โดยได้ สรุปข้อสรุปไว้ว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติต่าง ๆ มากมายและ แหล่งที่ทำให้คนเกิดทัศนคติที่สำคัญคือ

- (1) ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่าง ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เกิด ทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดีในทิศทางที่เคย มีประสบการณ์มาก่อน
- (2) การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น (Communication from others) การได้รับการ ติดต่อกับบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้

ข่าวสารต่าง ๆ จากผู้อื่นได้ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ต่ออย่างนั้นไม่ตีกะจะ ทำให้เด็กมีทัศนคติต่อการกระทำต่าง ๆ ตามที่ได้รับทราบมา

(3) สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Model) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่แสดงออกว่าไม่ชอบสิ่งใดก็ตาม เด็กจะเลียนแบบคือไม่ชอบสิ่งนั้นไปด้วย

(4) ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional

Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้คนเกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

สอดคล้องกับ แคลปเปอร์ (Klapper, 1963) อ้างถึงในประม ๑๒๖๖, 2538: 121-124) ได้กล่าวว่าการเลือกรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) ที่กล่าวว่าในชีวิตประจำวันของเรานั้น เรามีโอกาสที่จะรับสารจากแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) ต่าง ๆ จำนวนมากมาย แต่เรามีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการรับข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ หรือเรามีความพึงพอใจหรือไม่พอใจต่อแหล่งสารหรือผู้ส่งสารแตกต่างกันไป ดังนั้นเราจึงมักเลือกรับหรือเลือกใช้สารจากผู้ส่งสารที่เราพอใจเท่านั้น โดยปกติแล้วเราจะเลือกรับหรือเลือกใช้สารจากแหล่งที่เสนอความคิดเห็นและทัศนคติที่สอดคล้องกันกับทัศนคติและความคิดของเรา ทั้งนี้เพราะว่าโดยธรรมชาติแล้วเรามีความต้องการอย่างหนึ่งที่ปกป้อง (Protect) รักษา (Maintain) และส่งเสริม (Enhance) ความเป็นตัวของตัวเอง (Self-concept) จึงสรุปได้ว่าการเลือกรับหรือการเลือกใช้สารจะเลือกจากแหล่งหรือผู้ส่งสารที่มีความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากความคิดหรือทัศนคติของตน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีวรรณ สุรภาพ (2552) ศึกษาการสื่อสารที่มีผลต่อ

ทัศนคติต่อต้นทุนชีวิตและต่อภาวะไม่พร้อมตั้งครรภ์ของวัยรุ่นสตรี ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารเรื่องภาวะไม่พร้อมตั้งครรภ์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาวะไม่พร้อมตั้งครรภ์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร และเมื่อหาความสัมพันธ์เป็นรายสื่อพบว่าสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาวะไม่พร้อมตั้งครรภ์

สมมติฐานที่ 3 ความรู้เพื่อป้องกันคุณแม่วัยใสมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใสของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับคุณแม่วัยใส ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อคุณแม่วัยใสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานสอดคล้องกับ ชวาร์ตซ์ (Schwartz อ้างถึงใน อรรถวรรณ ปิลันธน์โอบาท, 2540: 39-40) ได้กล่าวไว้ว่ามีความสัมพันธ์กับความรู้อันหนึ่งและทัศนคติและการปฏิบัติในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

- (1) ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติและมีผลต่อการปฏิบัติ
- (2) ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กันและทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
- (3) ความรู้และทัศนคติต่างทำให้เกิดการปฏิบัติได้โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
- (4) ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ทัศนคติเป็นนามธรรมที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ในชีวิตของบุคคลและทัศนคติมีความสำคัญต่อการตอบสนองทางสังคมของบุคคลเป็นอย่างมาก นั่นคือบุคคลมีพฤติกรรมอย่างไร หรือทำสิ่งใดลงไป ทัศนคติจะเป็นเครื่องกำหนดให้พฤติกรรมเป็นไปอย่างนั้น ทัศนคติจึงเป็นส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพของบุคคล และบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งแวดลอมต่าง ๆ ในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสาร

เกี่ยวกับคุณแม่วัยใสเป็นเพียงการสร้างการรับรู้เท่านั้นแต่ยังไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งสาเหตุของการที่วัยรุ่นเข้าสู่เส้นทางทางคดีกรรมไม่พร้อมหรือเป็นคุณแม่วัยใสเกิดจากพฤติกรรมส่วนบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพร จิระวัฒน์กุล (2554) ศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาคดีกรรมไม่พร้อมในวัยรุ่น(แม่วัยใส)ที่กล่าวว่าช่องทางในการทำให้เกิดสถานการณ์แม่วัยใสคือมือถือสื่อสังคม โดยใช้เป็นห้องแชตเคลื่อนที่ ช่องทางการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอที่ยั่วอารมณ์ รวมทั้งเบอร์โทรศัพท์ที่แจ้งยากแก่การป้องกัน เมื่อได้พูดคุยกันแล้วก็เข้าสู่การขอเป็นแฟนกัน นัดพบกันและนำไปสู่การมีเพศสัมพันธ์ ที่ไม่ได้รับการป้องกัน และเมื่อมีเพศสัมพันธ์ครั้งแรกแล้วมักจะมาครั้งต่อไปโดยใช้โอกาสของเทศกาลวาเลนไทน์ ลอยกระทง การหนีเรียน หรือช่วงเวลาที่ไม่มีการอยู่บ้าน จึงเป็นสาเหตุให้เกิดสถานการณ์คุณแม่วัยใสที่ส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา สาธารณสุขของประเทศไทย

ดังนั้นผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นสื่อมวลชนผู้ซึ่งมีอิทธิพลในการขึ้นสังคมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในลักษณะหาทางออกให้กับผู้ที่กำลังประสบปัญหา หรือนำเสนอให้เห็นค่านิยมของการรักนวลสงวนตัวของวัยรุ่นไทย อาจเป็นหนทางของการลดภาวะการเป็นคุณแม่วัยใสลงได้

ข้อเสนอแนะ

(1) การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาโดยวัดเฉพาะเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งเป็นกรอบวิจัยที่ค่อนข้างจำกัด ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษากับผู้ที่เกี่ยวข้องระดับอื่นๆของประเทศไทยด้วยเช่น ผู้ออกนโยบาย พ่อแม่ ครู ผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลแม่และเด็ก เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน และเป็นประโยชน์อย่างกว้างขวาง รวมถึงอาจทำให้เกิดประโยชน์ในด้านการวางแผนการประชาสัมพันธ์การป้องกันคุณแม่วัยใส ผ่านช่องทางอื่นๆที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

(2) ควรมีการศึกษาผู้ส่งสาร (Sender) เกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบสารเกี่ยวกับคุณแม่วัยใสและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆว่ามีวิธีการสื่อสารอย่างไรให้มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่ข่าวสารเรื่องคุณแม่วัยใส

(3) งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งอาจทำให้ไม่ได้ข้อมูลเชิงลึกมากนัก จึงอาจเก็บข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กันยา สุวรรณแสง.(2542). จิตวิทยาทั่วไป. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: อักษรพิทยา.
- เกศินี จุฑาวิจิตร (2540) การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏพระนคร.
- ชวรัตน์ เชิดชัย (2537) ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน.กรุงเทพฯ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประม อดเวทิน.(2540).หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ปิยาร กุมภีรัตน์.(2546).ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่นำไปสู่พฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของวัยรุ่นในจังหวัดแพร่.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิเชียร เกตุสิงห์.(2543).การวิจัยเชิงปฏิบัติการ.พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล.
- ศิริพร จิระวัฒน์กุล(2554) การศึกษาแนวทางการป้องกันและแก้ไขปัญหาการตั้งครรภ์ไม่พร้อมในวัยรุ่น (แม่วัย ไส).ขอนแก่น, ศูนย์ประสานงานองค์การอนามัยโลกด้านการวิจัยและฝึกอบรมด้านเพศภาวะ และสุขภาพสตรี มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ศิริวรรณ สุรภาพ (2552)การสื่อสารที่มีผลต่อทัศนคติต่อต้นทุนชีวิตและต่อภาวะไม่พร้อมตั้งครรภ์ของวัยรุ่นสตรี.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สนั่น ปัทมเททิน (2520) ศัพทานุกรมสื่อสารมวลชน(อังกฤษ-ไทย) เล่ม 2 กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมควรี กวีสย (2530) แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนประชาสัมพันธ์. เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผนงานประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 1-6 พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2557).แม่วัยใส ความท้าทายการตั้งครรภ์ในวัยรุ่น: บริษัทแอดวานซ์พรินติ้ง เซอร์วิส.
- สิริวรรณ ธีบุญผล. (2546).ค่านิยมทางเพศและพฤติกรรมเสี่ยงทางเพศของสตรีวัยรุ่น.การพยาบาลมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เสถียร เขยประทัບ.(2528) สื่อมวลชนและการพัฒนาประเทศ.กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2545). พฤติกรรมการสื่อสาร. นนทบุรี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา
- อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2542) การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ.(พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Atkin, Charles K (1973) Instrumental Utilities and Information Seeking in New Model for Mass Communication Research. Beverly Hill : Sage
- BarztA.E. (1999). Basic Statistical Concepts. New Jersey: Prentice –Hall.
- Bloom, Benjamin S, Thomas J. and Madaus F. (1971). Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student Learning. New York: McGraw-Hill Book Company.

- Cyrus Mayshark and E.Eichardon (1971) "Health Attitudes as Related to Behavior Change."
Situation of Research in Selected to Health Introduction. School Health Education.
Saint Louis : Mosby,1967.
- David K. Berlo. (1960). The Process of Communication. New York: Holt,Rinehart and Winston.
- Good, Carter V. (1973). Dictionary of Education. (3nded.) New York: McGraw-Hill Book.
- Klapper,Joseph T. (1967). The Effect of Mass Communication. New York: The Free Press.
- Mccomb, Maxwell and Becker.Le. (1979). Using mass Communication Theory. New York:
Prenticehall.
- Norman L. Munn(1971) Introduction to Psychology. Boston : Houghton Mifflin C0mpany.
- Rensis,Likert (1967) The Human organization : Its Management and Value. New York :
McGraw Hill Book
- Roger. EM. (1976). Communication and Development: The passing of dominant paradigm,
Communication Research.
- Schramm Wiblur. (1973). Men Message and Media: A look at Mass Communication. New York:
Harper and Roe Pulisher.
- Shannon,Chaud E. And Weaver. The Mathermatical.Theory, of CommunicationVirbra
- Zimbardo,Phillip: Ebbessen,Ebbe B: and Christina Naskasg. (1997). Influencing Attitudes and
changing Behavior. 2,de. Ocal California: Addison Wesley Pbulih Company.
- Thurstone, L.L. 1971. Attitude Theory and Measurement. New York : John Wiley Sons.
-