

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์	การวิเคราะห์สื่อการศึกษา เรื่องโรคเอดส์ที่ผลิตโดยหน่วยงานต่าง ๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2532-2535
ชื่อผู้เขียน	นายอุดม ตันตราสีบ
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดุสิต ดวงสา ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร. ชูเกียรติ ลีสุวรรณ กรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ยงยุทธ เปลียนผดุง กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สื่อการศึกษา เรื่องของโรคเอดส์ที่ผลิตจากหน่วยงานต่าง ๆ ในระหว่างปี พ.ศ. 2532-2535 ในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยมีการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้วิจัยโดยมีส่วนร่วมในการเข้าไปมีส่วนสร้างสัมพันธ์กับหน่วยงานต่าง ๆ เพราะข้อมูลคือ สื่อเอดส์ที่สำคัญและใช้รณรงค์เผยแพร่ในช่วงระยะที่โรคเอดส์กำลังแพร่ระบาด โดยมีพื้นที่เป้าหมายเป็นแหล่งข้อมูลที่อยู่ใน 8 จังหวัดภาคเหนือตอนบน และสื่อที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากหน่วยงานในกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งประเด็นของการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ศึกษาสำรวจสื่อจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งของรัฐบาล และองค์กรเอกชนที่ผลิตสื่อในเขตภาคเหนือตอนบน และกรุงเทพมหานคร เพื่อการประชาสัมพันธ์และหรือรณรงค์เรื่องโรคเอดส์ในช่วงปี พ.ศ. 2532 - 2535

ส่วนที่ 2 ศึกษาวิเคราะห์สื่อโดยจำแนกตามหน่วยงานที่ผลิต ตามประเภทของสื่อ ตามกลุ่มเป้าหมาย ตามเนื้อหาของสื่อ ตามรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา และศึกษาวิเคราะห์สื่อตามจุดมุ่งหมายของการเรียนรู้

ส่วนที่ 3 ศึกษาวิเคราะห์ความเหมาะสมของสื่อกับบริบททางจิตวิทยาและสังคมวิทยาของกลุ่มเป้าหมาย

นับจากที่มีการประชาสัมพันธ์โรคเอดส์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527 เป็นต้นมา มีสื่อที่ผลิตจากหน่วยงานของรัฐและองค์กรเอกชนต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก โดยมุ่งผลิตเพื่อรณรงค์เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ป้องกันโรคเอดส์ในรูปแบบที่ต่าง ๆ กันและใช้แพร่หลายอย่างกว้างขวางมาโดยตลอด รูปแบบของสื่อที่ผลิตส่วนมากจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโสตทัศน

จากการศึกษาสื่อจำนวนเกือบ 400 ชิ้นที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากหน่วยงานต่าง ๆ นั้น แล้วนำมาคัดเลือกเหลือสื่อที่ศึกษาวิเคราะห์เพียง 81 ชิ้น ผู้วิจัยพบว่าสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโสตทัศน เป็นต้น มีหลายรูปแบบ เช่น สื่อที่เป็นกระบวนการ สื่อที่เป็นกิจกรรม และนวัตกรรมต่าง ๆ ซึ่งสื่อโดยทั่วไปยังจำแนกกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ชัดเจนนักในเรื่องเพศชาติพันธุ์ พฤติกรรมเสี่ยง อายุ และพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมาย ฯลฯ ส่วนใหญ่แล้วเป็นสื่อที่ "เหมาะสมสำหรับทุกคน" แต่ไม่เหมาะสำหรับกลุ่มเป้าหมายใดกลุ่มเป้าหมายหนึ่งโดยเฉพาะ สื่อส่วนมากเน้นการให้ความรู้ เช่น เรื่องราวและรายละเอียดของโรคเอดส์ การตรวจเลือด การปฏิบัติตน ผลกระทบที่เป็นปัญหาของผู้ติดเชื้อ การป้องกันโรคเอดส์ด้วยการใช้ถุงยางอนามัย ฯลฯ แต่ยังมีสื่อจำนวนน้อยมากที่เน้นสร้างความตระหนักเพื่อให้ปรับเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเสี่ยง สื่อส่วนมากยังเป็นสื่อฉาบฉวย ผิวเผิน และไม่เจาะลึก เช่น ส่วนใหญ่เป็นคำขวัญ การ์ตูนประกอบคำบรรยาย และสื่อถาม-ตอบแบบสั้นๆ รวมทั้งมีสื่อจำนวนที่นำเสนอเนื้อหาที่เน้นการเรียนรู้ข้อมูลทางภาษา หรือข้อมูลสำเร็จรูปที่ต้องอาศัยการท่องจำ มีสื่อจำนวนน้อยที่เน้นการเรียนรู้ทางทัศนคติ และการเรียนรู้ทักษะการเคลื่อนไหว โดยไม่มีสื่อที่เน้นการเรียนรู้ ทักษะทางสติปัญญา และยุทธศาสตร์การคิดเลย

สื่อเกือบทั้งหมดที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ขาดความเหมาะสมกับบริบททั้งทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาของกลุ่มเป้าหมาย เช่น ลักษณะของการเรียนรู้ ความต้องการพื้นฐาน การจูงใจ ประสบการณ์เดิม และบุคลิกภาพเฉพาะตัว ส่วนบริบททางสังคมวิทยานั้นคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ทางด้านสังคมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอันมีโครงสร้างของกลุ่มสังคม ความสัมพันธ์ในกลุ่ม ระบบความเชื่อและวิถีชีวิตของกลุ่มในด้านการศึกษา และเศรษฐกิจของกลุ่มทั้งที่เป็นอดีตและปัจจุบัน

ผลจากการสรุปโดยภาพรวมแล้ว สื่อส่วนมากมีการผลิตที่เกิดจากการลอกเลียนกันมา และไม่มี ความแตกต่างในเรื่องเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา หรือจุดมุ่งหมายในการเรียนรู้ของสื่อ สื่อเกือบทั้งหมดเป็นสื่อที่เน้นการเรียนรู้ข้อมูลทางภาษา หรือการท่องจำและ ความรู้ที่ผู้อื่นเขียนมาให้แล้ว

**Thesis Title** : An Analysis of AIDS Educational Media  
Produced by Various Organizations from 1989  
to 1992

**Author** : Mr. Udom Tantraseub

**M.Ed.** : Nonformal Education

**Examining Committee** : Assis. Prof. Dr.Dusit Duongsa Chairman  
Assoc. Prof. Dr.Chukiat Leesuan Member  
Assis. Prof. Yongyudh Plianpadung Member

### **Abstract**

This is a study entitled "An analytical Study of the AIDS Media Produced By Different Sections From 1989 to 1992" in which a quantitative study was used and the data collected from the active involvement with the different sections or organizations related. The data were taken from important AIDS media which had been used in campaigning against AIDS disease at the time the contagious disease was an epidemic. The target area was in eight provinces in the Upper Northern Region and the media were gathered from various sections in Bangkok. The study is divided into 3 main parts :

Part 1 : a survey study of media from different government sections as well as private sectors in the Upper Northern Region and in Bangkok that produced media to publicize and campaign against the AIDS disease from 1989 to 1992.

Part 2 : an analytical study of the media based on the types of the organizations that produced the media, types of media, target groups, contents, forms of presentation, and the learning objectives.

Part 3 : an analytical study on the suitability of the media according to psychological and social contexts of the target group.

Ever since the public announcement of the AIDS disease in the year 1984, there have been a vast variety of media produced by government sections and private sectors that aim at publicizing and campaigning against AIDS in different forms and which have been widely used and distributed. Most of these media come in the forms of printed matters or audio visuals.

Of about 400 pieces of media that had been gathered from different sections and studied, 81 were selected to conduct this analytical study. It was found that these media including the printed and the audio-visuals came in different forms. They include the processing media, activity-based media, and other kinds of innovation. These media in general have not yet distinguished clearly the target group in terms of sex, ethnicity, risky behaviour, age, area, etc. Most were said to be "suitable for all", but were inappropriate to be used with any particular/specific target group. Most of these media put an emphasis on giving knowledge such as the background and detail of the AIDS disease, blood testing, self-conduct, the impact of the

disease on the AIDS patients, a preventive measure by using condoms, etc. But only a few media focused on building the people's awareness in order to change their perspective and their risky behaviour. Most media were superficial and shallow such as mottos and came in such forms as cartoon with captions, or short question-answer. And a number of these media presented the information that emphasized on language perception or ready-made information for memorization. Only a small proportion of these media focused on perception of attitude or an improvement of psycho-motor skills. None of them put any emphasis on intellectual perception, and thinking strategy.

Most of the media used in this analytical study are unsuitable for the target group in terms of psychological as well as sociological contexts. The psychological context includes patterns of learning, fundamental needs, inspiration, previous experience, and personal character. The sociological context, on the other hand, includes different social-related behaviour such as social framework of each community, the interrelationship within each group, beliefs and life style, education and economic conditions of each group, both in the past and at present.

The results of the study as a whole show that most media were just copies of the previous ones and were not different in terms of contents, forms of presentations or learning objectives. Most of these media emphasized on language perception or memorization and repetition of others' ideas.

---