

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ผลกระทบของงานโฆษณาที่มีต่อการเรียนรู้ของเยาวชน กรณีศึกษา : เยาวชนชุมชนสวนอ้อย” ผู้วิจัยได้ศึกษาทบทวน แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้
- 2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีความหมาย
- 2.3 แนวคิดด้านพัฒนาการของเด็กในช่วงวัย 6 – 12 ปี
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีการเรียนรู้

การเรียนรู้ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกิดขึ้น อันเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมา (Assael. 1998:105 อ้างถึงใน ผศ.ดาราทวีปะपाल, 2542 : 98)

การเรียนรู้ตามทฤษฎีของบลูม

Bloom's Taxonomy กล่าวถึงการจำแนกการเรียนรู้ตามทฤษฎีของบลูม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ด้าน คือ ด้านพุทธิพิสัย ด้านจิตพิสัย และด้านทักษะพิสัย โดยในแต่ละด้านจะมีการจำแนกระดับความสามารถจากต่ำสุดไปถึงสูงสุด เช่น ด้านพุทธิพิสัย เริ่มจากความรู้ ความเข้าใจ การนำไปใช้ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมิน นอกจากนี้ยังนำเสนอระดับความสามารถที่มีการปรับปรุงใหม่ตามแนวคิดของ Anderson and Krathwohl (2001) เป็น การจำ (Remembering) การเข้าใจ (Understanding) การประยุกต์ใช้ (Applying) การวิเคราะห์ (Analysing) การประเมินผล (Evaluating) และการสร้างสรรค์ (Creating) ด้านจิตพิสัย จำแนกเป็น การรับรู้, การตอบสนอง, การสร้างค่านิยม, การจัดระบบ และการสร้างคุณลักษณะจากค่านิยม ด้านทักษะพิสัย จำแนกเป็น ทักษะการเคลื่อนไหวของร่างกาย, ทักษะการเคลื่อนไหวอวัยวะสองส่วนหรือมากกว่าพร้อมๆกัน, ทักษะการสื่อสารโดยใช้ท่าทาง และทักษะการแสดงพฤติกรรมทางการพูด

(<http://pornpen-pen.blogspot.com/2010/11/blog-post.html> สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม 2555)

ทฤษฎีการเรียนรู้ (Learning) คือ กระบวนการของประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างค่อนข้างถาวร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้ไม่ได้มาจากภาวะชั่วคราว วุฒิภาวะ หรือสัญชาตญาณ (Klein 1991:2) การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ค่อนข้างถาวร โดยเป็นผลจากการฝึกฝนเมื่อได้รับการเสริมแรง มิใช่เป็นผลจากการตอบสนองตามธรรมชาติที่เรียกว่า ปฏิกริยาสะท้อน (Kimble and Garnezy) การเรียนรู้ของผู้บริโภค (Consumer learning) หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับความรู้ (knowledge) และ ประสบการณ์ (Experience) โดยการซื้อและการบริโภค ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องในอนาคต (Schiffmand and Kanuk 1994 : 201 อ้างถึงใน เสรี วงษ์มณฑา 2542 :95)

ทฤษฎีการเรียนรู้ของบลูม (Bloom) ได้แบ่งการเรียนรู้ออกเป็น 6 ระดับ ได้แก่

1. ความรู้ที่เกิดจากความจำ (knowledge) ซึ่งเป็นระดับล่างสุด
2. ความเข้าใจ (Comprehend)
3. การประยุกต์ (Application)
4. การวิเคราะห์ (Analysis) สามารถแก้ปัญหา ตรวจสอบได้
5. การสังเคราะห์ (Synthesis) สามารถนำส่วนต่างๆ มาประกอบเป็นรูปแบบใหม่ได้ให้แตกต่างจากรูปเดิม เน้นโครงสร้างใหม่
6. การประเมินค่า (Evaluation) วัดได้ และตัดสินได้ว่าอะไรถูกหรือผิด ประกอบการตัดสินใจบนพื้นฐานของเหตุผลและเกณฑ์ที่แน่ชัด

การจำแนกจุดมุ่งหมายการเรียนรู้แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. พุทธิพิสัย (Cognitive Domain) เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจาก พฤติกรรมด้านสมองเป็น พฤติกรรมเกี่ยวข้องกับสติปัญญา ความรู้ ความคิด ความเฉลียวฉลาด ความสามารถในการคิด เรื่องราวต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นความสามารถทางสติปัญญา พฤติกรรมทางพุทธิพิสัยแบ่งเป็น 6 ระดับได้แก่

1.1 ความรู้ความจำ ความสามารถในการเก็บรักษาประสบการณ์ต่าง ๆ จากการที่ได้รับรู้ไว้และระลึกถึงสิ่งนั้นได้เมื่อต้องการ

1.2 ความเข้าใจเป็นความสามารถในการจับใจความสำคัญของสื่อ และสามารถแสดงออกมาในรูปของการแปลความ การตีความ การคาดคะเน การขยายความ หรือ การกระทำอื่น ๆ

1.3 การนำความรู้ไปใช้ เป็นขั้นที่ผู้บริโภครู้ความสามารถนำความรู้ ประสบการณ์ ไปใช้ในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจ จึงจะสามารถ นำไปใช้ได้

1.4 การวิเคราะห์ ผู้บริโภคมีความสามารถในการคิด หรือ การแยกแยะ เรื่องราวสิ่งต่าง ๆ ออกเป็นส่วนย่อย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญได้ และมองเห็นความสัมพันธ์ของส่วน ที่เกี่ยวข้องกัน ความสามารถในการวิเคราะห์จะแตกต่างกันไปแล้วแต่ความคิดของแต่ละคน

1.5 การสังเคราะห์ คือ ความสามารถในการที่ผสมผสานส่วนย่อย ๆ เข้า เป็นเรื่องราวเดียวกันได้อย่างมีระบบ เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่สมบูรณ์และดีกว่าเดิม อาจเป็นการถ่ายทอด ความคิดออกมาให้ผู้อื่นเข้าใจได้ง่าย การกำหนดวางแผนวิธีการดำเนินงานชิ้นใหม่ หรือ อาจจะทำให้ ความคิดในอันที่จะสร้างความสัมพันธ์ของสิ่งที่เป็นนามธรรมขึ้นมาในรูปแบบที่เป็นรูปแบบ หรือ แนวคิด ใหม่

1.6 การประเมินค่า เป็นความสามารถในการตัดสินใจ ตีราคา หรือ สรุป เกี่ยวกับคุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ออกมาในรูปของคุณธรรมอย่างมีกฎเกณฑ์ที่เหมาะสม ซึ่งอาจเป็นไปตาม เนื้อหาสาระในเรื่องนั้น ๆ หรืออาจเป็นกฎเกณฑ์ที่สังคมยอมรับ

2. จิตพิสัย (Affective Domain) หมายถึง พฤติกรรมทางด้านจิตใจ เช่น ค่านิยม ความรู้สึก ความซาบซึ้ง ทศนคติ ความเชื่อ ความสนใจและคุณธรรม พฤติกรรมด้านนี้อาจไม่เกิดขึ้น ทันทีทันใด ดังนั้น การส่งข่าวสารที่สอดแทรกสิ่งที่ดึงมาอยู่ตลอดเวลาโดยใช้รูปแบบการโฆษณาที่ เหมาะสม จะทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไปในแนวทางที่พึงประสงค์ได้ ด้านจิตพิสัยจะ ประกอบด้วยพฤติกรรมย่อยๆ 5 ระดับได้แก่

2.1 การรับรู้ เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะให้ความสนใจต่อข่าวสาร ใดข่าวสารหนึ่ง เลือกที่จะรับรู้และตีความหมายของข่าวสาร โดยการใช้ประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ของ แต่ละบุคคล ตลอดจน ความเชื่อ ทศนคติ แรงจูงใจในขณะนั้น และหลังจากเลือกตีความข่าวสารแล้ว ผู้บริโภคจะเลือกที่จะจดจำข่าวสารบางอย่างไว้ในความทรงจำของตน

2.2 การตอบสนอง เป็นการกระทำที่แสดงออกมาในรูปของความเต็มใจ ยินยอมและพอใจต่อสิ่งเร้า นั้นซึ่งเป็นการตอบสนองที่เกิดจากการเลือกสรรแล้ว

2.3 การเกิดค่านิยม การเลือกปฏิบัติในสิ่งที่เป็นที่ยอมรับกันในสังคม การ ยอมรับนับถือในคุณค่านั้น ๆ หรือปฏิบัติตามในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จนกลายเป็นความเชื่อ แล้วจึงเกิด ทศนคติที่ดีในสิ่งนั้น

2.4 การจัดระบบ การสร้างแนวคิด จัดระบบของค่านิยมที่เกิดขึ้นโดยอาศัย ความสัมพันธ์ ถ้าเข้ากันได้กับวิถีการดำเนินชีวิตผู้บริโภคหรือเข้ากันได้กับค่านิยมเดิมก็จะมีที่ยึดถือ ต่อไป แต่ถ้าค่านิยมใหม่ขัดกันกับค่านิยมเดิมอาจเกิดการไม่ยอมรับ หรืออาจรับค่านิยมใหม่แล้วเลิก ค่านิยมเดิมไป

2.5 บุคลิกภาพ การนำค่านิยมที่ยึดถือมาแสดงพฤติกรรมที่เป็นนิสัยประจำตัว ให้ประพฤติกรรมปฏิบัติแต่สิ่งที่ถูกต้องตั้งตามพฤติกรรมด้านนี้ จะเกี่ยวกับความรู้สึกและจิตใจ ซึ่งจะเริ่มจากการรับรู้จากสิ่งแวดล้อม แล้วจึงเกิดปฏิกิริยาโต้ตอบ ขยายกลายเป็นความรู้สึกด้านต่าง ๆ จนกลายเป็นค่านิยม และยิ่งพัฒนาต่อไปเป็นความคิด อุดมคติ ซึ่งจะเป็ความควบคุมทิศทางพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยแต่ละคนจะรับรู้รู้ช่วยอย่างไรรั้น ก็เป็นผลของพฤติกรรมด้านนี้

3.ทักษะพิสัย (Psychomotor Domain) คือ พฤติกรรมด้านกล้ามเนื้อประสาท ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างคล่องแคล่ว ชำนิชำนาญ เป็นการแสดงออกมาได้โดยตรงโดยมีเวลาและคุณภาพของงานเป็นตัวชี้ระดับของทักษะพฤติกรรมด้านทักษะพิสัย ประกอบด้วยพฤติกรรมย่อยๆ 5 ขั้นตอนดังนี้

3.1 การรับรู้ เป็นการให้ผู้บริโภคได้รับรู้เกี่ยวกับข่าวสารที่น่าสนใจ

3.2 กระทำตามแบบ หรือ ตามข่าวสารโฆษณา

3.3 การหาความถูกต้อง พฤติกรรมสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยเครื่องชี้แนะเมื่อได้กระทำซ้ำแล้วก็พยายามหาความถูกต้องในการปฏิบัติ

3.4 การกระทำอย่างต่อเนื่องหลังจากตัดสินใจเลือกรูปแบบที่เหมาะสมกับตนเอง และ จะกระทำตามรูปแบบนั้นอย่างต่อเนื่อง จนปฏิบัติงานที่ยุงยากซับซ้อนได้อย่างรวดเร็วถูกต้องคล่องแคล่ว ซึ่งต้องอาศัยการฝึกฝนและกระทำอย่างสม่ำเสมอ

3.5 การกระทำได้อย่างเป็นธรรมชาติ สามารถปฏิบัติได้คล่องแคล่วว่องไว โดยอัตโนมัติเป็นไปอย่างธรรมชาติ

นอกจากนี้ รศ.ดร. เสรี วงษ์มณฑาได้แบ่งการเรียนรู้ว่าประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน (เสรี วงษ์มณฑา 2542 : 95) คือ

1. ความรู้ (Knowledge) เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการที่ได้รับความรู้จากบุคคลอื่น มีคนอื่นมาบอกหรือสอน เช่น นักเรียนได้รับการเรียนรู้จากครู
2. ประสบการณ์ตรง (Direct experience) เกิดจากสิ่งที่เราได้สัมผัส ได้พบเห็นมาโดยตรงด้วยตนเอง
3. การเชื่อมโยง (Association) เป็นการโยงความคิดกับประสบการณ์ที่เคยได้พบเห็นมาก่อน หรือสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้อื่น หรือการบอกจากผู้อื่น

โดยสรุป การเรียนรู้หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากเดิมไปสู่พฤติกรรมใหม่ที่ค่อนข้างถาวร และพฤติกรรมใหม่นี้เป็นผลมาจากประสบการณ์หรือการฝึกฝน มิใช่เป็นผลจากการ

ตอบสนองตามธรรมชาติหรือสัญชาตญาณ หรือวุฒิภาวะ หรือ เกิดขึ้นจากอุบัติเหตุ หรือความบังเอิญต่าง ๆ โดย พฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นจะต้องเปลี่ยนไปอย่างค่อนข้างถาวร จึงจะถือว่าเป็นการการเรียนรู้ขึ้น หากการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเพียงชั่วคราวจะยังไม่ถือว่าเป็นการเรียนรู้

เมื่อบุคคลเกิดการเรียนรู้ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงดังนี้ (Bloom, 1959)

1. การเปลี่ยนแปลงทางด้านความรู้ ความเข้าใจ และความคิด (Cognitive Domain) หมายถึง การเรียนรู้เกี่ยวกับเนื้อหาสาระใหม่ ก็จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกเกิดความเข้าใจสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้มากขึ้นเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสมอง

2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติ ค่านิยม (Affective Domain) หมายถึง เมื่อบุคคลได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ก็ทำให้ผู้ บริโภคเกิดความรู้สึกทางด้านจิตใจ ความเชื่อ ความสนใจ

3. ความเปลี่ยนแปลงทางด้านความชำนาญ (Psychomotor Domain) หมายถึง การที่บุคคลได้เกิดการเรียนรู้ทั้งในด้านความคิด ความเข้าใจ และเกิดความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม แล้วได้มีการนำเอาสิ่งที่ได้เรียนรู้ไปปฏิบัติ จนเกิดความชำนาญมากขึ้น

(<http://pompen-pen.blogspot.com/2010/11/blog-post.html> สืบค้นเมื่อวันที่ 26 มกราคม 2555)

ทฤษฎีการเรียนรู้ : ทฤษฎีการวางเงื่อนไข (Conditioning Theories)

1. ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำ (Operant Conditioning Theory)

ทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบการกระทำของสกินเนอร์ (Skinner's Operant Conditioning Theory)

B.F. Skinner (1904 - 1990) นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ได้พบว่าการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลเกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมที่ควบคุมได้ ซึ่งแต่ละบุคคลจะได้รับรางวัลจากการเลือกพฤติกรรมที่เหมาะสม โดยสกินเนอร์ได้แบ่ง พฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตไว้ 2 แบบ คือ

1. Respondent Behavior พฤติกรรมหรือการตอบสนองที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ หรือเป็นปฏิกิริยาสะท้อน (Reflex) ซึ่งสิ่งมีชีวิตไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ เช่น การกระพริบตา น้ำลายไหล หรือการเกิดอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ

2. Operant Behavior พฤติกรรมที่เกิดจากสิ่งมีชีวิตเป็นผู้กำหนด หรือเลือกที่จะแสดงออกมา ส่วนใหญ่จะเป็นพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกในชีวิตประจำวัน เช่น กิน นอน พุดเดิน ทำงาน ขับรถ ฯลฯ.

การเรียนรู้ตามแนวคิดของสกินเนอร์ เกิดจากการเชื่อมโยงระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองเช่นเดียวกัน แต่สกินเนอร์ให้ความสำคัญต่อการตอบสนองมากกว่าสิ่งเร้า จึงมีคนเรียกว่าเป็นทฤษฎีการวางเงื่อนไขแบบ Type R นอกจากนี้สกินเนอร์ให้ความสำคัญต่อการเสริมแรง (Reinforcement) ว่ามีผลทำให้เกิดการเรียนรู้ที่คงทนถาวร ยิ่งขึ้นด้วย สกินเนอร์ได้สรุปไว้ว่า อัตราการเกิดพฤติกรรมหรือการตอบสนองขึ้นอยู่กับผลของการกระทำ คือ การเสริมแรง หรือการลงโทษ ทั้งทางบวกและทางลบ

(http://www.baanjomjut.com/library_2/psychology_of_learning/03.html สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2555)

การเสริมแรงหมายถึงการทำให้ผู้กระทำพฤติกรรมนั้น ๆ เกิดความพึงพอใจ เมื่อได้ทำพฤติกรรมใดพฤติกรรมหนึ่งแล้ว โดยมีความต้องการให้เกิดการทำพฤติกรรมนั้นซ้ำ ๆ อีก เช่น เมื่อเยาวชนสอบได้เกรด 4 พ่อแม่ก็ให้รางวัล (เยาวชนเกิดความพอใจ) เยาวชนจะขยันเรียนอีกเพื่อให้ได้เกรด 4

ประเภทของตัวเสริมแรง

ตัวเสริมแรงแบ่งออกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่ ตัวเสริมแรงทางด้านบวก และตัวเสริมแรงทางด้านลบ อธิบายได้ดังนี้

ตัวเสริมแรงทางด้านบวก (Positive Reinforcer) หมายถึง สิ่งเร้าชนิดใดชนิดหนึ่ง เมื่อได้รับหรือนำเข้ามาในสถานการณ์ใดแล้วจะมีผลทำให้เกิดความพึงพอใจ และเกิดการตอบสนองในทางที่ดีขึ้น เช่น คำชมเชย , รางวัล เป็นต้น

ตัวเสริมแรงทางด้านลบ (Negative Reinforcer) หมายถึง สิ่งเร้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ซึ่งเมื่อตัดออกไปจากสถานการณ์นั้น ๆ แล้ว จะส่งผลให้มีการตอบสนองในทางที่ดีขึ้น เช่น การถูกตำหนิ , การเมินเฉย , เสียงดัง เป็นต้น

การเสริมแรงทำได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1. เสริมแรงต่อเนื่อง คือเสริมแรงทุกครั้งที่ทำพฤติกรรมถูกต้อง เหมาะสมกับการเรียนรู้พฤติกรรมใหม่

2. เสริมแรงเป็นบางครั้ง เหมาะสำหรับการรักษาพฤติกรรมที่มีการเรียนรู้แล้วให้คงอยู่ต่อไปโดยไม่จำเป็นต้องมีการเสริมทุกครั้ง

2.1 เสริมแรงทุกช่วงเวลาที่กำหนดไว้แน่นอน เช่น ทำงานครบ 2 สัปดาห์ ได้รับ

เงินราย 2 สัปดาห์จำนวน 1 ครั้ง

2.2 เสริมแรงตามช่วงเวลาที่ยืดหยุ่นไป เช่น ทำงานเสร็จ ไม่ว่าจะใช้เวลาเท่าไรก็จะได้รับเงินค่าจ้างเสมอ

2.3 เสริมแรงตามสัดส่วนที่กำหนดไว้แน่นอน เช่น ตอบคำถามถูก 5 ครั้ง ได้รับคะแนน 20 คะแนน

2.4 เสริมแรงตามสัดส่วนที่ยืดหยุ่นไป เช่น การได้รับเลื่อนขั้นเงินเดือน 2 ครั้ง กำหนดไม่ได้ว่าต้องทำงานให้สำเร็จกี่ครั้งจึงจะได้เงินเดือน 2 ครั้ง

2.2 ทฤษฎีการเรียนรู้ที่มีความหมาย (A Theory of Meaningful Verbal Learning) ของออสซูเบล (David p. Ausubel)

(<http://www.learners.in.th/blogs/posts/426984> สืบค้น 1 กันยายน 2554)

ออสซูเบล (Ausubel , David : 1963) เป็นนักจิตวิทยาแนวปัญญานิยม ออสซูเบลกล่าวไว้ว่าการเรียนรู้จะมีความหมายแก่ผู้เรียน หากการเรียนรู้สามารถเชื่อมโยงกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่รู้มาก่อน หลักการจัดการเรียนการสอนตามทฤษฎีนี้ คือ มีการนำเสนอความคิดรวบยอดหรือกรอบโมเดล หรือกรอบแนวคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแก่ผู้เรียนก่อนการสอนเนื้อหาสาระนั้นๆ จะช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนเนื้อหาสาระนั้นอย่างมีความหมาย

ออสซูเบล แบ่งการเรียนรู้ออกเป็น 4 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. การเรียนรู้โดยการรับอย่างมีความหมาย (Meaningful Reception Learning)
2. การเรียนรู้โดยการรับแบบท่องจำโดยไม่คิดหรือแบบนกแก้วนกขุนทอง (Rote Reception Learning)
3. การเรียนรู้โดยการค้นพบอย่างมีความหมาย (Meaningful Discovery Learning)
4. การเรียนรู้โดยการค้นพบแบบท่องจำโดยไม่คิดหรือแบบนกแก้วนกขุนทอง (Rote Discovery Learning)

การเรียนรู้โดยการรับอย่างมีความหมาย (Meaningful Reception Learning)

ออซูเบล ให้ความหมายว่า เป็นการเรียนรู้ที่ผู้เรียนได้รับมาจากการที่ผู้สอนอธิบายสิ่งที่จะต้องเรียนรู้ให้ฟังและผู้เรียนรับฟังด้วยความเข้าใจ โดยผู้เรียนเห็นความสัมพันธ์กับโครงสร้าง พุทธิปัญญาที่ได้เก็บไว้ในความทรงจำ และจะสามารถนำมาใช้ในอนาคต

ออซูเบลกล่าวว่าทฤษฎีของท่านมีวัตถุประสงค์ที่จะอธิบายการเรียนรู้เกี่ยวกับพุทธิปัญญาเท่านั้น (Cognitive learning) ไม่รวมการเรียนรู้แบบการวางเงื่อนไขแบบคลาสสิก การเรียนรู้ทักษะทางมอเตอร์ (Motor Skills learning) และการเรียนรู้โดยการค้นพบ

ออซูเบล ได้บ่งบอกว่า การเรียนรู้ที่มีความหมายขึ้นอยู่กับตัวแปร 3 อย่าง ดังต่อไปนี้

1. สิ่ง (Materials) ที่จะต้องเรียนรู้จะต้องมีความหมาย ซึ่งหมายความว่าต้องเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งที่เคยเรียนรู้และเก็บไว้ในโครงสร้างพุทธิปัญญา (cognitive structure)
2. ผู้เรียนจะต้องมีประสบการณ์ และมีความคิดที่จะเชื่อมโยงหรือจัดกลุ่มสิ่งที่เรียนรู้ใหม่ให้สัมพันธ์กับความรู้หรือสิ่งที่เรียนรู้เก่า
3. ความตั้งใจของผู้เรียนและการที่ผู้เรียนมีความรู้-คิดที่จะเชื่อมโยงสิ่งที่เรียนรู้ใหม่ให้มีความสัมพันธ์กับโครงสร้างพุทธิปัญญา (Cognitive Structure) ที่อยู่ในความทรงจำแล้ว

ออซูเบลได้แบ่งการเรียนรู้ที่มีความหมายเป็น 3 ประเภท คือ

1. Subordinate learning เป็นการเรียนรู้โดยการรับอย่างมีความหมาย โดยมีวิธีการ 2 ประเภท คือ

1.1 Derivation Subsumption เป็นการเชื่อมโยงสิ่งที่จะต้องเรียนรู้ใหม่กับหลักการหรือกฎเกณฑ์ที่เคยเรียนมาแล้ว โดยการได้รับข้อมูลมาเพิ่ม เช่น มีคนบอก แล้วสามารถดูซึมเข้าไปในโครงสร้างทางสติปัญญาที่มีอยู่แล้วอย่างมีความหมาย โดยไม่ต้องท่องจำ

1.2 Correlative subsumption เป็นการเรียนรู้ที่มีความหมายเกิดจากการขยายความ หรือปรับโครงสร้างทางสติปัญญาที่มีมาก่อนให้สัมพันธ์กับสิ่งที่จะเรียนรู้ใหม่

2. Superordinate learning เป็นการเรียนรู้โดยการอนุมาน โดยการจัดกลุ่มสิ่งที่เรียนใหม่เข้ากับความคิดรวบยอดที่กว้างและครอบคลุมความคิดยอดของสิ่งที่เรียนใหม่ เช่น สุนัข แมว หมู เป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม

3. Combinatorial learning เป็นการเรียนรู้หลักการ กฎเกณฑ์ต่างๆเชิงผสม ในวิชา คณิตศาสตร์ หรือ วิทยาศาสตร์ โดยการใช้เหตุผล หรือการสังเกต เช่นการเรียนรู้เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างน้ำหนักกับระยะเวลาทางการที่ทำให้เกิดความสมดุล

การเรียนรู้ตามทฤษฎีของ Bloom (Bloom's Taxonomy)

Bloom ได้แบ่งการเรียนรู้ออกเป็น 6 ระดับ ดังต่อไปนี้

1. ความรู้ที่เกิดจากความจำ (knowledge) ซึ่งเป็นระดับล่างสุด
2. ความเข้าใจ (Comprehend)
3. การประยุกต์ (Application)
4. การวิเคราะห์ (Analysis) สามารถแก้ปัญหา ตรวจสอบได้
5. การสังเคราะห์ (Synthesis) สามารถนำส่วนต่างๆ มาประกอบเป็นรูปแบบใหม่ได้ให้แตกต่างจากรูปเดิม เน้นโครงสร้างใหม่
6. การประเมินค่า (Evaluation) วัดได้ และตัดสินได้ว่าอะไรถูกหรือผิด ประกอบการตัดสินใจบนพื้นฐานของเหตุผลและเกณฑ์ที่แน่ชัด

2.3 แนวคิดด้านพัฒนาการของเด็กในช่วงวัย 6 – 12 ปี

(ชมรมจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่นแห่งประเทศไทย อ้างถึงใน www.rcpsych.org/cap สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กันยายน 2555)

ในช่วงอายุ 6 – 12 ปี เป็น ช่วงที่เด็กกำลังเรียนหนังสือในระดับชั้นประถมศึกษา ในวัยนี้เด็กจะออกสู่สังคมภายนอกอย่างจริงจัง เพราะเด็กส่วนใหญ่เข้าโรงเรียนแล้ว และเด็กจะได้เรียนรู้ในทุกๆ ด้านโดยเฉพาะเรื่องการปรับตัวที่โรงเรียน การปรับด้านการเรียน กฎระเบียบ การทำให้ครูพึงพอใจ การสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน จะมีพัฒนาการที่รวดเร็วทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ความคิด และการใช้ภาษา เด็กจะพัฒนาตนเองเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นคงในสังคม ถ้าการพัฒนาในช่วงวัยอนุบาลไม่พร้อมหรือหยุดชะงัก ก็อาจส่งผลถึงพัฒนาการในวัยประถมและถ้าพัฒนาการในวัยประมหายุดชะงักหรือมีปัญหา จะส่งผลต่อการก้าวเข้าสู่การเป็นวัยรุ่นและกลายเป็นปัญหาสะสมเรื้อรังต่อไปในอนาคต

จิตใจและการเข้าสังคม

การที่เด็กจะอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้ดีหรือไม่นั้น ความรักของคนใน ครอบครัว ความเอื้ออาทรและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ความรู้สึกว่ามีคนรัก ห่วงใยและมีผู้ที่จะเดินเคียงข้าง ช่วยเหลือในยามที่ต้องการเมื่อประสบกับปัญหา การกล่าวชื่นชมในความสามารถของเด็กอย่างเหมาะสมจะช่วยให้เด็กมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเอง เกิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตัวเอง ตลอดจนสร้างให้เกิดความมั่นคงทางด้านอารมณ์และเกิดทัศนคติที่ดีกับผู้อื่น

ช่วงวัยประถมเป็นวัยแห่งความอุตสาหะพยายาม และมีการพัฒนาความสามารถด้านต่าง ๆ มากขึ้น กิจกรรมหลายอย่างที่เด็กได้ทำและสำเร็จจะนำมาซึ่งความรู้สึกภูมิใจว่าตนเองทำได้ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าเด็กวัยนี้ได้รับประสบการณ์ของความสำเร็จน้อยเกินไปเด็กจะเกิดเป็นความรู้สึกว่าตัวเองด้อย คือ รู้สึกว่าความพยายามของเขานั้นไม่เป็นผลและตัวเขาเองเป็นคนที่ไร้ประโยชน์

เด็กในช่วงชั้นประถมจะมีการเรียนรู้สั่งสมประสบการณ์จากสิ่งแวดล้อมรอบตัวมากขึ้น การที่เด็กจะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีความสุข ไม่ได้หมายความว่าต้องได้รับแต่ประสบการณ์ชีวิตที่ดีและน่าพอใจสำหรับตนเองเท่านั้น ตรงกันข้ามความรู้สึกไม่พึงพอใจที่เหมาะสมกับวัย เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยให้เด็กได้เรียนรู้ ปรับตัวและแก้ปัญหา อีกทั้งยังเสริมสร้างความเข้มแข็ง ให้กับชีวิตของเด็กด้วย

การเรียนรู้

การเรียนรู้ของเด็กในวัยนี้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาจากทั้งนอกบ้านและในบ้าน สามารถมองเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ในภาพรวม แก้ปัญหาที่ซับซ้อนได้ สามารถอนุมานความสัมพันธ์ของสรรพสิ่งต่างๆขึ้นจากความรู้เดิมที่มีอยู่แล้ว สิ่งนี้เป็นขั้นตอนสำคัญของความคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลและความสามารถในการเข้าใจความสัมพันธ์ของตัวตนต่อโลกกว้าง

สามารถคิดในมุมกลับได้ เช่น ถ้าเราทุบดินน้ำมันจากก้อนกลมให้แบน เราก็สามารถปั้นให้มันกลับมาเป็นก้อนกลมได้ กระบวนการนี้สามารถทำความเข้าใจทั้งในแบบที่สามารถเห็นได้ด้วยตา หรือแม้แต่แค่คิดในใจเด็กก็ได้ การที่เด็กสามารถคิดกลับไปกลับมาในใจได้นั้น จะเป็นอย่างก้าวสำคัญของการเรียนรู้คณิตศาสตร์ เช่น รู้ว่าการลบจะตรงกันข้ามกับการบวก หรือการหารตรงข้ามกับการคูณ

เด็กวัยนี้รู้จักแยกสิ่งของออกเป็นกลุ่มๆ เป็นหมวดหมู่ได้ เช่น ของเล่น ของใช้ในครัว เป็นต้น ความสามารถแยกสิ่งของเป็นหมวดหมู่นี้จะยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเมื่อเด็กเติบโตขึ้นและทำได้ละเอียดขึ้น ทั้งเรื่องบุคคล สถานที่ ความคิด และสิ่งของ นอกจากนี้เด็กยังเข้าใจระดับหรือความรุนแรงมากขึ้นของเรื่องต่างๆ เช่น เด็กวัยอนุบาลเข้าใจว่าความเจ็บป่วยต่างๆ ไม่ว่าจะ หวัด ปวดบวม หรือโรคร้ายแรงเช่นมะเร็ง ก็คือการเจ็บป่วยเหมือนกัน แต่เด็กประถมจะแยกแยะได้แล้วว่าความเจ็บป่วยสามารถจัดกลุ่มได้หลายแบบโดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของความรุนแรง และเข้าใจเพิ่มมากขึ้น

จนครบถ้วนสมบูรณ์ถึงความหมายของความตาย

การคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลทำได้เพิ่มขึ้น ความในเรื่องวิเศษต่างๆน้อยลง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดก็คือปฏิกิริยาที่เด็กต่างวัยตอบสนองต่อการแสดงมายากลต่างกัน เด็กอนุบาลไม่ได้ตื่นเต้นไปกับมายากลเท่าไร เพราะเชื่อในเรื่องวิเศษต่างๆอยู่แล้ว ทุกอย่างย่อมเป็นไปได้ ฉะนั้น ถ้านักมายากลจะเสกกระต่ายออกมาจากหมวกได้ ก็คงไม่ใช่เรื่องแปลกอะไร แต่สำหรับเด็กประถมที่พัฒนาความคิดมาจนคิดอย่างเป็นเหตุเป็นผลได้แล้ว มายากลเหล่านี้ก็เป็นเหมือนสิ่งมหัศจรรย์อย่างยิ่งสำหรับเขา และอยากเรียนรู้ให้ได้ว่านักมายากลเหล่านี้มีเทคนิคอย่างไร

ในขณะนี้ ความคิดของเด็กในการยึดตนเองเป็นจุดศูนย์กลางลดน้อยลง มีความคิดและมองโลกในมุมมองของคนอื่นได้มากขึ้นและทำให้ปรับตัวเข้ากับคนอื่นได้ดีขึ้น

ถึงแม้ว่าการรับรู้และความคิดของเด็กวัยเรียนจะพัฒนาไปมาก แต่ก็ยังมีจินตนาการแฝงอยู่ด้วยเช่นกัน จึงเห็นความมีเหตุผล แต่บางครั้งก็อาจคิดอย่างไม่มีเหตุผลได้ หรือนำเรื่องในจินตนาการมาปะปนกับเรื่องจริง การตัดสินใจก็ยังเป็นไปตามอารมณ์มากกว่าที่จะคิดถึงเหตุผลอย่างจริงจัง ความอยากรู้อยากเห็นและสนุกกับการเรียนรู้จึงเป็นเหตุปัจจัยสำคัญที่ทำให้เด็กอยากเรียนรู้สิ่งต่างๆไม่มีที่สิ้นสุด

จริยธรรม

พัฒนาการทางจริยธรรมของเด็กจึงขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่เด็กได้รับจากคนทั้งในและนอกบ้าน ความเชื่อเรื่องผิดถูกจะได้รับการปรับเปลี่ยนชัดเจนมีลักษณะที่ยืดหยุ่นมากขึ้น เด็กจะรู้จักมองคนอย่างลึกซึ้งโดยเฉพาะที่เจตนาของบุคคลนั้น รวมทั้งสามารถเข้าใจบริบทของเหตุการณ์คือเรื่องเดียวกันแต่ต่างสถานการณ์ก็อาจตัดสินถูกผิดแตกต่างกันออกไปก็ได้

นอกจากนี้กลุ่มเพื่อนก็มีบทบาทสำคัญในพัฒนาการทางจริยธรรมของเด็ก เด็กจะเรียนรู้ว่าควรเล่นอย่างไรและจะทำไมจึงจะเข้ากับคนอื่นได้ อะไรคือกฎเกณฑ์ เริ่มรู้จักการเจรจาต่อรองเพื่อให้สิ่งที่ตัวเองคิดได้รับการยอมรับ รวมถึงครูก็มีส่วนชัดเจนความสามารถในการตัดสินใจในเรื่องถูกผิดของเด็ก ครูและผู้ปกครองที่มีลักษณะแข็งกระด้างและไม่ยืดหยุ่นอาจส่งผลต่อเด็กทำให้ไม่สามารถพัฒนาจริยธรรมจากระยะต้นไปสู่ระยะต่อไปได้อย่างดี

อิทธิพลของสื่อ

สื่อเข้ามามีอิทธิพลต่อเด็กในปัจจุบันมากเพราะเด็กใช้เวลาว่างส่วนใหญ่อยู่กับสื่อ โดยพบว่าเนื้อหาในสื่อมีหลายรูปแบบที่มีอิทธิพลต่อเด็ก

1. เนื้อหาบางรายการมีประโยชน์ทั้งในแง่การศึกษา จริยธรรม มารยาททางสังคม ให้

เหมาะสมกับวัยผู้ชม มีส่วนช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็กในเรื่องต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

2. เนื้อหาบางรายการสร้างความสนุกสนานและผ่อนคลายให้เด็กได้ เช่นเกมสื่อบันเทิงต่าง ๆ

3. เนื้อหาบางรายการมีการแสดงออกซึ่งความก้าวร้าว รุนแรง อนาคตทางเพศ หรือน่ากลัว

ขยะแขยงเช่นในละครที่มีการตบตีการทำร้ายร่างกายกัน

4. การโฆษณาเพื่อกระตุ้นพฤติกรรมของเด็ก ให้อยากได้ อยากรับประทานมีมากขึ้น เด็กหลายคนวิ่งเข้าใส่ชั้นขายขนม มากกว่าจะวิ่งไปที่ชั้นขายหนังสือ เพียงเพราะเคยเห็นโฆษณาขนมแบบนั้นในโทรทัศน์จึงเห็นได้ว่าเด็กจึงเป็นผู้ได้รับอิทธิพลจากการโฆษณาง่ายที่สุด

ปัจจุบันยังไม่มีข้อสรุปที่แน่ชัดว่าสื่อมีอิทธิพลส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมแค้ในระยะสั้นหรือส่งผลกระทบต่อพัฒนาการทางบุคลิกภาพเมื่อโตขึ้นในระยะยาว เพราะมีปัจจัยแวดล้อมภายนอกอื่น ๆ อีกหลายอย่างรอบตัวเด็ก

ด้านพฤติกรรม

ในเด็กที่มีแนวโน้มหรือนิสัยค่อนข้างก้าวร้าวหรือควบคุมตนเองไม่ดีอยู่แล้ว ก็จะเลียนแบบความก้าวร้าวในโทรทัศน์ได้ง่าย เมื่อเคยชินกับพฤติกรรมก้าวร้าว ก็จะนำความก้าวร้าวเข้ามาเป็นวิธีที่จะใช้แก้ปัญหาในชีวิต ถึงแม้ว่าพฤติกรรมไม่ก้าวร้าวเพิ่มขึ้นแต่เด็กอาจเกิดเจตคติแง่ลบกับสังคมได้ การชมภาพหรือเล่นเกมที่รุนแรงยังไปลดอารมณ์ในด้านดี เช่น ความสงสาร ความอ่อนโยนในตัวเด็ก ซินหาและขาดความสนใจที่จะไปช่วยเหลือผู้ที่ลำบากกว่า อาจทำให้กลายเป็นคนที่อันตรายต่อตนเอง คนรอบข้างและสังคม

ด้านอารมณ์

ในเด็กที่ซึ่กแล้วก็อาจคิดว่าตนเองจะเป็นเหมือนเหยื่อที่ถูกทำร้ายในโทรทัศน์ ไปเร้าความรู้สึกกลัวให้เพิ่มขึ้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัชฌา สุนทรพิทักษ์ (วิทยานิพนธ์ (นศ.ม. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2541) ได้ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงต่อทัศนคติและความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น” โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น ที่มีต่อการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้เพื่อสนับสนุนสินค้า ตลอดจนเพื่อทำการศึกษาลึกลง

ความตั้งใจซื้อสินค้านั้น ๆ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และระดับการศึกษาของผู้บริโภคกับทัศนคติ และความตั้งใจซื้อสินค้า เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการนำตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียงมาใช้ในทางการตลาด และเป็นการพัฒนาแนวทางการสร้างสรรค์งานโฆษณาสำหรับสินค้าที่นำตัวการ์ตูนมาใช้ โดยพบว่าจากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างลูกค้าของห้างสรรพสินค้า 10 แห่งในกทม. อายุระหว่าง 12 – 29 ปี จำนวน 400 คน มีผลสรุปว่า

1. กลุ่มวัยรุ่นมีทัศนคติเป็นกลางและเป็นบวกต่อการใช้ตัวการ์ตูนที่มีชื่อเสียง ส่วนกลุ่มวัยทำงานตอนต้นมีทัศนคติทั้งเป็นลบและบวก
2. ทั้งสองกลุ่มมีความตั้งใจซื้อสินค้าที่มีการใช้ตัวการ์ตูนสัตว์เพื่อนำมาใช้เองอยู่ในระดับสูง แต่ความตั้งใจซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนคนอยู่ในระดับต่ำ
3. ทั้งสองกลุ่มมีความต้องการซื้อสินค้าที่ใช้ตัวการ์ตูนเพื่อมองเป็นของขวัญในระดับสูง
4. เพศ อายุ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับทัศนคติและความตั้งใจซื้อเฉพาะบางกรณี

นพดล กรรณิกา และคณะ (วิจัย,25 49) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลของสื่อโฆษณาขนมกรุบกรอบ/ลูกอมที่ออฟฟิศทางโทรทัศน์ต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนอายุระหว่าง 6-12 ปีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีระเบียบวิธีเชิงปริมาณ (Quantitative Methodology) จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 1,364 ตัวอย่าง มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ และการรับสื่อโฆษณาขนมกรุบกรอบ/ลูกอมที่ออฟฟิศของเด็ก
2. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการบริโภคขนมกรุบกรอบ/ลูกอมที่ออฟฟิศของเด็ก
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสื่อโฆษณา ขนมกรุบกรอบ/ลูกอมที่ออฟฟิศของเด็กทางโทรทัศน์ กับความนิยมรับประทานของเด็กอายุ 6 — 12 ปี
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับสื่อโฆษณาขนมกรุบกรอบ/ลูกอมที่ออฟฟิศของเด็กกับการบริโภคขนมกรุบกรอบ/ลูกอมที่ออฟฟิศของเด็ก
5. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาในหัวข้อเรื่องนี้อย่างลึกซึ้งต่อไป ประเด็นในการศึกษา

ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าสื่อโฆษณาขนมกรุบกรอบทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อความนิยมรับประทานขนมกรุบกรอบในกลุ่มเด็กเล็กและนักเรียนอายุระหว่าง 6-12 ปี ด้วยความเชื่อถือได้ร้อยละ 95 ของการทดสอบค่าไคสแควร์ ในการวิจัยครั้งนี้โดยเป็นความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเด็กเล็กอายุระหว่าง 10-12 ปี น่าเป็นห่วงที่สุด ผลการทดสอบทางสถิติ พบว่า เด็กอายุระหว่าง 6-9 ปีที่เห็นโฆษณาขนมกรุบกรอบทางโทรทัศน์และนิยมทานประจำมีอยู่ร้อยละ 51.5 ซึ่งเป็นสัดส่วนสูงกว่าเด็กที่ไม่ค่อยเห็นโฆษณาแต่นิยมทานเป็นประจำที่มีอยู่ร้อยละ 38.7 ในขณะที่เด็กที่ไม่ค่อยเห็นโฆษณาและไม่นิยมทานขนมกรุบกรอบมีสูงถึงร้อยละ 61.3 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าเด็กที่เห็นโฆษณاب่อยแต่ไม่นิยมทานที่มีอยู่ร้อยละ 48.5ที่น่าเป็นห่วงคือ เด็กอายุระหว่าง 10-12 ปีที่เห็นโฆษณاب่อยและนิยมทานเป็นประจำมีสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 62.1 เมื่อเปรียบเทียบกับเด็กที่ไม่ค่อยเห็นโฆษณาแต่นิยมทานเป็นประจำที่มีอยู่ร้อยละ 51.6 ในขณะที่เด็กที่ไม่ค่อยเห็นโฆษณาและไม่นิยมทานมีอยู่ร้อยละ 48.4 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าเด็กที่เห็นโฆษณاب่อยแต่ไม่นิยมทานที่มีอยู่ร้อยละ 37.9 ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่าการโฆษณาขนมกรุบกรอบทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนอายุระหว่าง 6-12 ปี และ อิทธิพลของการโฆษณาลูกอมและท็อฟฟี่ทางโทรทัศน์มีผลต่อความนิยมรับประทานในกลุ่มเด็กนักเรียนที่ถูกศึกษาครั้งนี้อย่างชัดเจน จากการทดสอบทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ของค่าไคสแควร์ พบว่า เด็กอายุระหว่าง 6-9 ปีที่เห็นโฆษณاب่อยและนิยมทานลูกอมท็อฟฟี่มีสูงถึงร้อยละ 70.4 เปรียบเทียบกับเด็กที่ไม่ค่อยเห็นโฆษณาและไม่นิยมรับประทานลูกอมท็อฟฟี่มีสูงถึงร้อยละ 79.7 อาจกล่าวได้ว่าในกลุ่มเด็กอายุระหว่าง 6-9 ปีถ้าไม่ค่อยเห็นการโฆษณาหรือไม่เห็นเลยน่าจะทำให้เด็กกลุ่มนี้ไม่นิยมรับประทานลูกอมท็อฟฟี่ตามไปด้วย เช่นเดียวกับเด็กอายุระหว่าง 10-12 ปีที่เห็นโฆษณาและนิยมทานลูกอมท็อฟฟี่มีสูงถึงร้อยละ 66.7 เปรียบเทียบกับเด็กที่ไม่ค่อยเห็นโฆษณาและไม่นิยมรับประทานลูกอมท็อฟฟี่ที่มีสูงถึงร้อยละ 77.1 จึงสามารถกล่าวได้ว่า ถ้าเด็กทั้งสองกลุ่มอายุนี้นี้ไม่ค่อยเห็นการโฆษณาหรือไม่เห็นเลยน่าจะทำให้เด็กบริโภคลูกอมและท็อฟฟี่น้อยลงหรือไม่รับประทานเลยตามไปด้วย เด็กนักเรียนที่ถูกศึกษาครั้งนี้ส่วนใหญ่หรือร้อยละ 66.2 ดูโทรทัศน์ทุกวันในช่วงวันจันทร์ถึงศุกร์ และร้อยละ 85.0 ที่ดูโทรทัศน์ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ โดยใช้เวลาดูโทรทัศน์เฉลี่ย 25 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ซึ่งเป็นจำนวนชั่วโมงเฉลี่ยมากกว่าเด็กในแคนาดาที่มีจำนวนเฉลี่ยอยู่ที่ 14.1 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ และสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (14 ชั่วโมง) อยู่ร้อยละ 78.6 ของจำนวนชั่วโมงการดูทีวีที่ควรจะเป็น และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 60.3 ดูการ์ตูน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือร้อยละ 39.9 ดูเกมโชว์ ร้อยละ 33.4 ดูรายการข่าวและร้อยละ 30.5 ดูรายการเด็ก ตามลำดับ ซึ่งเด็กนักเรียนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 72.5 บอกว่าเห็นโฆษณาขนมกรุบกรอบ/ลูกอมทางโทรทัศน์บ่อยถึงบ่อยมาก ในขณะที่ร้อยละ 27.5 ระบุว่าไม่บ่อย ผลสำรวจครั้งนี้แสดงให้เห็นด้วยว่าเด็กนักเรียนส่วนใหญ่หรือร้อยละ 80.1 นิยมรับประทานขนมกรุบกรอบเป็นประจำอย่างน้อย 1-2 วันต่อสัปดาห์ ในขณะที่ร้อยละ 29.8 นิยมรับประทานทุกวันหรือเกือบทุกวัน ส่วนใหญ่

หรือร้อยละ 64.3 นิยมรับประทานลูกอม/ท็อฟฟี่เป็นประจำ และส่วนใหญ่หรือร้อยละ 67.3 นิยมรับประทานน้ำอัดลมเป็นประจำ

<http://www.ryt9.com/s/abcp/68404> สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2555

หทัยรัตน์ ทับพร (วิจัย,2551) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาวิเคราะห์การปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นไทยที่พึงประสงค์แก่เยาวชนไทยในบริบทสังคมไทยในปัจจุบัน” โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ ผลการวิจัยพบว่า

1. นิสิตและคณาจารย์ส่วนใหญ่ตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นไทยและเห็นว่าความเป็นไทยที่พึงประสงค์ที่ควรปลูกฝังแก่เยาวชนไทยในบริบทสังคมไทยในปัจจุบันมากที่สุด ได้แก่ มีความจงรักภักดีต่อชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ รองลงมาได้แก่ ความกตัญญูรู้คุณ และความซื่อสัตย์สุจริต
2. นิสิตและคณาจารย์ส่วนใหญ่เห็นว่าการศึกษาที่มีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นไทย โดยเริ่มตั้งแต่การอบรมสั่งสอนจากสถาบันครอบครัว การจัดการเรียนการสอนของสถาบันการศึกษา รวมทั้งการส่งเสริมการเรียนรู้จากทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะองค์กรสื่อสารมวลชน
3. นิสิตและคณาจารย์ส่วนใหญ่เห็นว่าแนวทางการจัดการศึกษาเพื่อปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นไทยที่สำคัญ ได้แก่ การปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นไทยแก่เยาวชนให้ตระหนักถึงคุณค่าของความเป็นไทย การบูรณาการทางวัฒนธรรมในสังคม การประสานและพัฒนาความร่วมมือของครอบครัว สถาบันการศึกษา ชุมชน สังคม และองค์กรต่าง ๆ ทุกภาคส่วน รวมทั้งการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ เพื่อรักษาและสืบทอดความเป็นไทยให้คงอยู่สืบไป

บุญอยู่ ขอพรประเสริฐ (วิจัย,2552) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับและความต้องการของเด็กที่มีต่อรายการโทรทัศน์” โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีกลุ่มตัวอย่างเป็นเด็กอายุระหว่าง 6 - 12 ปี จากทุกภูมิภาคทั่วประเทศ จำนวน 1,600 คน มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้แก่

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีการนำเสนออยู่ในประเทศไทยในปัจจุบันของเด็ก
2. เพื่อสำรวจความคิดเห็นของเด็กต่อรายการโทรทัศน์ที่มีการนำเสนออยู่ในประเทศไทยในปัจจุบัน
3. เพื่อสำรวจความต้องการรายการโทรทัศน์ของเด็ก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 6 – 12 ปี ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อาศัยอยู่ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ พักอาศัยอยู่กับบิดามารดา โดยบิดาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ทำนา ทำไร่ ทำสวน มีจำนวนร้อยละ 25.7 การเปิดรับชมโทรทัศน์ในวันธรรมดา (จันทร์ – ศุกร์) ส่วนใหญ่เปิดรับชมโทรทัศน์ในช่วงค่ำ (18.00 – 21.00 น.) ส่วนวันเสาร์ – อาทิตย์ และวันหยุด นักช้ตฤกษ์ ส่วนใหญ่เปิดรับชมโทรทัศน์ในช่วงเช้า (06.00 – 09.00 น.) โดยจะรับชมโทรทัศน์กับ บิดามารดาหรือผู้ปกครอง มีจำนวนร้อยละ 92.3 และคำแนะนำที่ได้รับจากผู้ปกครอง ได้แก่ อย่านอนดึก มีจำนวนร้อยละ 61.6 , อย่อดูโทรทัศน์ใกล้ ร้อยละ 57.2 และห้ามดูโทรทัศน์หลัง 3 ทุ่มในวันธรรมดา ร้อยละ 27.1 ทั้งนี้ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักระบบการจัดเรตติ้งรายการโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 79.9 นอกจากนี้ส่วนใหญ่เห็นว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กในปัจจุบันโดยภาพรวมมีคุณภาพดีอยู่แล้วและประเภทรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่ควรเพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ รายการสารคดีโทรทัศน์สำหรับเด็ก ร้อยละ 64.4 รายการข่าวของเด็กและเยาวชน ร้อยละ 63.7 และรายการการ์ตูนร้อยละ 61.8