

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง รูปแบบการผลิตรายการข่าวต่างประเทศ ในยุคที่วีดิทัศน์ นี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นข้อมูลพื้นฐานและแนวทางในการวิจัย ซึ่งประกอบไปด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับข่าว
2. แนวคิดและทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)
4. แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
6. ทฤษฎีการรับรู้ (Perception)
7. แนวคิดเกี่ยวกับมนุษย์โลกในยุคไร้พรมแดน
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับข่าว

“ข่าว” ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2542 ให้ความหมายว่า คำบอกเล่าเรื่องราวซึ่งโดยปรกติมักเป็นเรื่องเกิดใหม่หรือเป็นที่สนใจ คำบอกกล่าว คำเล่าลือ คำว่า ข่าว ถ้ามองในแง่ของการสื่อสารข้อมูล ก็จัดว่าเป็นข้อมูลชนิดหนึ่งที่จะต้องมี ผู้ที่ทำให้เกิดข่าว ผู้ส่งข่าว สื่อกลางที่ใช้ในการส่งข่าว และผู้รับข่าว ในระหว่างสงครามข่าวส่วนใหญ่จะเป็นข้อมูลของฝ่ายตนเอง และฝ่ายตรงข้าม

พจนานุกรมฉบับมติชน ให้ความหมายว่า ข่าว คือเรื่องที่เกิดขึ้นแล้วนำไปบอกเล่าหรือเผยแพร่ โดยมักเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่ น่าสนใจ

พจนานุกรมภาษาอังกฤษร่วมสมัยฉบับลองแมน (Longman Dictionary of Contemporary English, 2006) ให้ความหมายว่า ข่าวเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นานนี้ทางหนังสือพิมพ์ วิทยุ หรือโทรทัศน์

“ข่าว” ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า NEWS โดยมาจากคำแรกของคำศัพท์ที่ที่ความหมายถึงทิศทางต่างๆ N= North (ทิศเหนือ), E=East (ทิศตะวันออก), W=West (ทิศตะวันตก), S=South (ทิศใต้) มาประกอบกันโดยให้คำอธิบายว่า ข่าวคือรายงานอุบัติเหตุการณ์ที่มีมาจากทุกทิศทาง

ข่าวมีความหมายแตกต่างกันออกไปตามทรรศนะแล้วความเข้าใจของแต่ละบุคคลและแต่ละสังคม เพราะเหตุการณ์ที่ควรจะเป็นข่าวในสังคมหนึ่ง อาจจะไม่เป็นข่าวในอีกสังคมหนึ่งก็ได้ ทั้งนี้ ได้มีนักวิชาชีพและนักวิชาการทั้งในและต่างประเทศ ให้ความหมายคำว่า “ข่าว” ดังนี้

เมลวิน เมนเชอร์ (Melvin Mencher) นักวิชาการหนังสือพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกของโลกที่เปิดสอนสาขาวารสารศาสตร์ที่ตั้งโดยโจเซฟ พูลิตเซอร์ ระบุว่า บรรณานิติกรข่าวยุคใหม่มองข้ามการให้ความสำคัญกับสื่อใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อแนวความคิดเกี่ยวกับข่าวที่กำลังทำหายอย่างมหัศจรรย์ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 แต่กลับให้ความสนใจกับความหมายของข่าวที่มีการผสมผสานระหว่างข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิง และบริการสาธารณะ และต่างเห็นด้วยกับความหมายของข่าวที่ให้ไว้โดย ชาร์ลส เอ. ดาน่า เมลวิน เมนเชอร์ (Melvin Mencher) กล่าวถึงการประเมินคุณค่าของข่าวว่า ต้องเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผู้คนต้องการ เพื่อให้เป็นประโยชน์ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินชีวิต แต่ผู้สื่อข่าวและบรรณานิติกรข่าวจะทราบได้อย่างไรว่าเหตุการณ์ใดที่ไม่ปกติธรรมดา เหตุการณ์ใดที่ผู้คนควรทราบ สิ่งบ่งชี้นั้นก็คือนักข่าวของตัวเอง

ชาร์ลส เอ. ดาน่า (Charles A. Dana) เจ้าของหนังสือพิมพ์นิวยอร์ก ซัน (New York Sun) ในช่วง ค.ศ. 1869-1897 กล่าวว่า ข่าวหมายถึง เรื่องราวบางอย่างที่มีความน่าสนใจต่อคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งเขาไม่เคยทราบมาก่อน

จอห์น บี โบการ์ท (John B. Bogart) หนึ่งในบรรณานิติกรหนังสือพิมพ์นิวยอร์ก ซัน ได้ให้ความหมายของคำว่าข่าวที่ต่อมามีผู้นำมากล่าวถึงบ่อยที่สุดว่า “เมื่อสุนัขกัดคนไม่เป็นข่าว เพราะเป็นเหตุการณ์ปกติที่เกิดขึ้นบ่อยๆ แต่เมื่อคนกัดสุนัข นั่นคือข่าว”

สแตนลีย์ วอล์คเกอร์ (Stanley Walker) บรรณานิติกรข่าวหนังสือพิมพ์เดอะ นิวยอร์ก เฮรัลด์ ตรี뷴 (The New York Herald Tribune) กล่าวว่า ข่าวคือ 3W's ได้แก่ Woman, Wampum และ Wrongdoing ซึ่งหมายถึงเรื่องราว 3 อย่างที่ข่าวมักเกี่ยวข้อง คือ เรื่องราวเกี่ยวกับเช็กส์ เงิน และอาชญากรรม

โจเซฟ พูลิตเซอร์ (Joseph Pulitzer) นักหนังสือพิมพ์ผู้โด่งดังในช่วงต่อของศตวรรษที่ 20 กล่าวแนะนำให้บรรณานิติกรและนักข่าวของเขามองหาเรื่องที่เป็น ต้นตอใหม่ (Original), ชัดเจน (Distinctive), เร้าอารมณ์ (Dramatic), แสดงถึงความหวาดเสียว (Romantic), ตื่นเต้น

(Thrilling), ไม่เหมือนใครอื่น (Unique), ก่อให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น (Curious), น่าสนใจ (Quaint), ขวนขวาย (Humorous), แปลกประหลาด สามารถนำไปพูดคุยกันได้โดยไม่กระทบกระเทือนหรือนิยมอันดีงามหรือทำให้ความรู้สึกที่ดีของสังคมตกต่ำลงและเห็นสิ่งอื่นใดทั้งหมดต้องไม่ทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในข้อเท็จจริงของข่าวหรือความเชื่อมั่นต่อความโปร่งใสและความน่าไว้วางใจของสื่อ

คำว่า“ข่าว”ของนักวิชาชีพและนักวิชาการไทยให้ความหมายดังนี้

พิศิษฐ์ ชวาลาวัช (2549 หน้า 9-10) ให้ความหมายว่า ข่าว หมายถึง ความเป็นจริงสมบูรณ์ (Completely true) เป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากอดีตสู่ปัจจุบันอย่างมีความสัมพันธ์ต่อเนื่อง รวมถึงข้อคิดเห็นด้วย ดังนั้น สิ่งที่ถูกบันทึกในเนื้อข่าวต้องเป็นข้อเท็จจริงที่ยืนยันได้ไม่ว่าอีกกี่ปีข้างหน้า ข้อสำคัญ ข้อเท็จจริงจะเป็นเท็จหรือสมมติขึ้นเองหาได้ไม่ เรื่องราวเหล่านั้นบางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อคนหมู่มากทั้งระดับท้องถิ่น หรือระดับประเทศ หรือมวลมนุษยชาติในโลก และเมื่อปรากฏเป็นข่าวสู่สาธารณชนสามารถก่อให้เกิดความเข้าใจในตัวเองได้ ข้อเท็จจริงที่เป็นข่าวนั้นต้องสามารถจะพิสูจน์ได้ไม่ว่าจะอีกกี่ปีข้างหน้า

สิริทิพย์ ชันสุวรรณ (2539 หน้า 26) อธิบายว่า ข่าว คือรายงานเหตุการณ์หรือความคิดเห็น ซึ่งผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการในฐานะตัวแทนของสาธารณชนได้พิจารณาเลือกสรรแล้วด้วยความเชื่อมั่นว่า เหตุการณ์หรือความคิดเห็นดังกล่าวจะเป็นที่สนใจของผู้รับสารส่วนใหญ่หรือบางส่วน

ฉอาน วุฒิกรรมรักษา (2536) ให้ความหมายว่า ข่าวคือ รายงานข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดจนความคิดเห็นจากบุคคลระดับต่างๆ ซึ่งมีความสำคัญ (Significance) และเป็นที่น่าสนใจ (Interest) อันมีผลกระทบต่อคนหมู่มากในชุมชนหรือสังคม

มาลี บุญศิริพันธ์ (2548) ให้ความหมายข่าวว่า หมายถึง รายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น ถ้าฟังเหตุการณ์ไม่ใช่ข่าว แต่ข่าวจะต้องเป็นเหตุการณ์ที่ได้มีการรายงานให้ผู้รับสารทราบสาระสำคัญของข่าว ต้องเป็นรายงานเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่ามีความสำคัญ และน่าสนใจพอที่ประชาชนควรหรือต้องรับรู้เหตุการณ์หรือเรื่องราว นั้นตามหลักการประเมินคุณค่าของข่าว เช่น กรณีการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิ หากไม่มีการรายงานออกมา ประชาชนก็จะไม่ทราบว่าเกิดอะไรขึ้น และมีผลกระทบอย่างไรต่อตนเองและชุมชน เมื่อประชาชนไม่รู้ ก็จะไม่มีการเตรียมตัวป้องกันหรือรับมือกับภัยธรรมชาติที่จะเกิดขึ้น ซึ่งข่าวที่จะปรากฏอยู่บนพื้นที่ในสื่อมวลชนไม่ควรเป็นเพียงแต่ข่าวที่สมบูรณ์แบบด้วยความใหม่ แต่ควรเป็นชนิดของข่าวที่ผู้อ่านต้องการจะอ่านด้วย นี่คือเหตุผลที่ว่าทำไมหนังสือพิมพ์และผู้อ่านจึงต้องมี

ความหลากหลาย คำตอบในข้อนี้แสดงให้เห็นว่าคุณค่าของข่าวที่มีต่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่มของตัวก็มีความสำคัญ

สมหมาย ปวีจันต์ (2547) นักหนังสือพิมพ์อาวุโส กล่าวว่า “คุณค่าของข่าว คือ ตราบเท่าที่เป็นผลประโยชน์ของประชาชน”

ถาวร บุญวัฒน์ (2538) นักหนังสือพิมพ์อาวุโส กล่าวว่า “คุณค่าของข่าวหนังสือพิมพ์ไม่อาจให้คำจำกัดความได้โดยไม่แยกแยะ (ให้คำจำกัดความโดยทั่วไปไม่ได้) เพราะคุณค่าของข่าวย่อมขึ้นกับลักษณะของหนังสือพิมพ์แต่ละประเภทด้วย”

สุภา ศิริमानนท์ ได้อธิบายว่า ข่าว คือ

1. เรื่องราวอะไรอย่างหนึ่งที่ประชาชนพูดถึงถ้าเป็นเรื่องที่ชวนให้ผู้คนอยากแสดงความคิดเห็นมากเท่าไรยิ่งมีคุณค่า

2. เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นสดๆใหม่ๆ ถูกถกเถียง และใช้ภูมิปัญญา เช่น การค้นพบสิ่งต่างๆ เรื่องราวที่กระทบถึงผู้อ่าน

3. ข้อเท็จจริง สาระสำคัญเกี่ยวกับการเกิดขึ้นของเหตุการณ์บางอย่างหรือของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่คนให้ความสนใจ

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำนิยามเพื่ออธิบายความหมายของข่าวอีกมากมาย อาทิ

ข่าว คือ เรื่องราวของเหตุการณ์ ข้อเท็จจริง หรือความคิดเห็นซึ่งเป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไป

ข่าว คือ รายงานอันสุจริตและสมบูรณ์ของเหตุการณ์ที่เป็นผลประโยชน์และมีส่วนเกี่ยวข้องกับสาธารณชน

ข่าว คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นสดๆใหม่ๆ

ข่าว คือ การแจ้งสิ่งที่เกิดขึ้นอันจะทำให้บุคคลได้รู้เกิดความตื่นตัว

จากที่กล่าวมาข้างต้น สุภา ศิริमानนท์ (2536) ได้สรุปว่า ข่าวจะต้องประกอบด้วยลักษณะ

3 ประการ คือ

1. จะต้องใหม่ อยู่ในกระแสสะพัด และ สดทันสมัยเสมอ

2. จะต้องเป็นที่สนใจของประชาชนคนอ่าน

3. จะต้องผนึกรวมเอาไว้ซึ่งบางสิ่งบางประการ หรือทุกประการซึ่งมีความน่าสนใจ เช่นว่า

นั้น

คำอธิบายเหล่านี้จะเห็นได้ว่า สิ่งซึ่งจัดได้ว่าเป็น "คุณค่าของข่าว" นั้นกำหนดโดย

1. จำนวนของผู้คนซึ่งเรื่องราวนั้นๆ ทำให้เกิดความสนใจขึ้นมา
2. ปริมาณของเรื่องราวซึ่งทำให้คนทั้งหลายเกิดความสนใจ

คุณลักษณะของข่าว (Qualification of News)

มนกาส สิงห์พันธ์ กล่าวว่า การที่เราจะดูว่าเรื่องอะไรเป็นข่าวหรือไม่เป็นข่าว ต้องดูว่าเรื่องนั้นมีคุณลักษณะข่าวครบถ้วนทั้ง 4 ด้านหรือไม่? (ต้องครบถ้วนทุกด้านจึงจะเป็นข่าว) หรือเรียกเป็นคำย่อว่า "FRIT" หรือ "ฟริท" คือ

1. ข้อเท็จจริง (Fact) เป็นอย่างไร? น่าเชื่อถือพอหรือไม่? ทั้งข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์ (Event) จากสถานการณ์ (Situation หรือจากเรื่องราวใดๆ ที่เกิดขึ้นที่กำลังเป็นไปที่กำลังดำเนินอยู่

2. ผู้รับสาร (Receiver) เป็นใคร? หรือเป็นคนกลุ่มใด? ทั้งที่เป็นคนดู คนฟัง หรือคนอ่าน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบทั้งทางบวกหรือทางลบจากข้อเท็จจริงในข้อ 1 (ยิ่งจำนวนผู้รับสารที่ได้รับผลกระทบเป็นวงกว้างมากเท่าไรยิ่งเป็นข่าวมากขึ้นเท่านั้น)

3. ผลกระทบ (Impact) หรือความน่าสนใจ (Interest) หรือความสำคัญ (Important or Significant) กระทบหรือน่าสนใจหรือสำคัญต่อใคร? หรือต่ออะไร? และเป็นอย่างไร? จากข้อเท็จจริงในข้อ 1 และมาน้อยเพียงใด? ต่อผู้รับสารในข้อ 2 (ยิ่งมีผลกระทบ มีความน่าสนใจ หรือมีความสำคัญสูงมากเท่าไร ยิ่งเป็นข่าวมากขึ้นเท่านั้น)

4. เวลา (Time) เกิดขึ้นเมื่อไร? หรือถูกค้นพบเมื่อไร? (ยิ่งสดใหม่ หรือรวดเร็ว หรือทันต่อเหตุการณ์มากเท่าไรยิ่งเป็นข่าวมากขึ้นเท่านั้น)

สำหรับเหตุการณ์หรือข้อเท็จจริงใดเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับผู้อ่านหรือผู้รับสารนั้น มาลี บุญศิริพันธ์ (2537 หน้า 2) อดีตนักหนังสือพิมพ์อาวุโส ได้สรุปความน่าสนใจของข่าวมี 9 ประเภท คือ

1. การต่อสู้ (Struggle)
2. ชีวิตซึ่งราวกับนิยาย (Romance)
3. ความลึกลับ (Mystery)
4. การผจญภัย (Adventure)
5. ความผิดปกติ (Unusualness)
6. ความเป็นมนุษย์ (Human being)
7. เรื่องเกี่ยวกับสัตว์ (Animals)

8. เรื่องเกี่ยวกับเด็ก (Children)

9. ความบันเทิง / งานอดิเรก (Amusement and Hobbies)

การประเมินคุณค่าของข่าว

ในแต่ละวันมีเรื่องราว/เหตุการณ์ต่างๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีใช้ทุกเหตุการณ์หรือทุกเรื่องราวจะถูกนำเสนอเป็นข่าวได้ทั้งหมด หากแต่สาระสำคัญของข่าวที่จะนำเสนอต้องเป็นรายงานของเหตุการณ์ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่าประชาชนควรรับทราบทั้งผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการจึงเป็นบุคคลที่มีความสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจว่าเหตุการณ์ใดควรได้รับการนำเสนอเป็นข่าวหรือไม่ อีกทั้งข่าวที่ได้ปรากฏไม่ควรเป็นเพียงข่าวที่มีแต่เพียงความสดใหม่ แต่ควรเป็นสิ่งที่ประชาชนต้องการจะรับรู้ด้วย และนี่คือเหตุผลที่ว่าทำไมหนังสือพิมพ์และผู้อ่านจึงต้องมีความหลากหลาย คำตอบในข้อนี้แสดงให้เห็นว่าคุณค่าของข่าวที่มีต่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่มของตัวเองก็มีความสำคัญ

เมลวิน เมนเซอร์ (1997 หน้า 681) นักวิชาการวารสารศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยโคลัมเบีย ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยแห่งแรกที่มีการเรียนการสอนวิชาการด้านวารสารศาสตร์ กล่าวว่าปัจจัย 7 ประการที่เป็นตัวชี้วัดคุณค่าของข่าวได้แก่

1. ความทันสมัยของข่าว (Timeliness) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วนทำให้ข่าวไม่เก่า แต่จะมีความใหม่สด ไม่เพียงแต่เป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งผ่านพ้นมาเมื่อเร็วๆ นี้ แต่เป็นเรื่องราวที่ครอบคลุมถึงปัจจุบัน ยิ่งมีความสดมากเท่าไร ข่าวก็ยิ่งมีคุณค่ามากขึ้นเท่านั้น

2. ผลกระทบของข่าว (Impact or Consequence) ผู้สื่อข่าวจะเรียกเหตุการณ์ลักษณะนี้ว่า มีนัย (Significance) มีความสำคัญ (Importance) เป็นข้อมูลข่าวสารที่บุคคลทั่วไปสนใจ หรือผู้สื่อข่าวพิจารณาแล้วว่าบุคคลทั่วไปต้องการทราบ เพราะผู้รับข่าวสารเลือกรับข้อมูลข่าวเนื่องจากต้องการคำชี้แนะในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเหตุการณ์/เรื่องราวใดๆ ที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของสาธารณชนถือเป็นข่าวสำคัญ

3. ความเด่น (Prominence) หรือความเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงของบุคคล สถานที่ องค์กร สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่อยู่ในข่าว คนทั่วไปมักให้ความสนใจกับเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลหรือองค์กรที่มีชื่อเสียง แม้ว่าเรื่องราว/เหตุการณ์เหล่านั้นไม่ได้มีคุณค่า ผลกระทบหรือความสำคัญต่อผู้อ่าน ผู้ชมข่าวนั้นเลย แต่เป็นเพราะความเด่นของบุคคลหรือสิ่งที่เป็นข่าวนั้นเองที่ทำให้มีคุณค่าของข่าว

4. ความใกล้ชิดของข่าวที่มีต่อผู้รับข่าว (Proximity) ทั้งความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์และความใกล้ชิดทางใจหรือความรู้สึก (Emotionally) เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ๆ ตัว มี

คุณค่าสูงได้พอๆ กับเรื่องราว/เหตุการณ์ที่ใกล้ตัวแต่มีความรู้สึกเกี่ยวข้องต่อผู้ส่งสาร เช่น เกิดเหตุเรือสำราญของประเทศดูไบซึ่งบรรทุกนักท่องเที่ยวเต็มลำเรือเกิดอัปปางกลางทะเล ขณะนี้ยังไม่ทราบชะตากรรมของผู้โดยสารที่มีเกือบหนึ่งพันคน ในจำนวนนี้มีนักท่องเที่ยวชาวไทยรวมอยู่ด้วย 20 คน เป็นต้น เหตุการณ์นี้ถือเป็นความใกล้ชิดในแง่ความรู้สึกของผู้อ่านนอกจากนี้ สถานที่และตัวบุคคลก็มีส่วนทำให้เกิดความใกล้ชิดได้

5. ความขัดแย้ง (Conflict) ระหว่างบุคคลหรือองค์กรเป็นเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างมนุษย์ ความขัดแย้งทางกายส่วนใหญ่จะมีคุณค่าของข่าวหรือได้รับความสนใจจากสาธารณชนมากกว่าความขัดแย้งทางใจ เพราะเห็นได้ชัดเจนกว่า ในขณะที่ความขัดแย้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม จะมีคุณค่าทางข่าวมาก แต่อาจได้รับความสนใจน้อยกว่าความขัดแย้งของบุคคล

6. ความผิดปกติ (Unusualness) ของเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ผิดความคาดหมาย หรือผิดปกติธรรมดาทั่วไป รวมถึงความแปลกประหลาด ความมีเงื่อนงำ เช่น สัตว์ออกลูกมาไม่เป็นไปตามธรรมชาติ ต้นไม้ประหลาดออกผลมาผิดปกติ เป็นต้น

7. เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่กำลังอยู่ในกระแสความสนใจของสาธารณชน (Currency) หรือที่เรียกว่า “ประเด็นสาธารณะ” นั่นเอง

พิศิษฐ์ ขวลาธวัช และคนอื่นๆ (2549 หน้า 15-21) กล่าวว่า นอกจากกรอบของการประเมินคุณค่าของข่าวที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีนักวิชาการด้านวารสารศาสตร์หลายคนได้จำแนก “องค์ประกอบของข่าว” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของข่าวไว้แตกต่างกันไป ทั้งนี้ องค์ประกอบข่าวที่ใช้ในการพิจารณาคูณค่าของข่าวอยู่ 10 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ความรวดเร็วฉับพลัน (Immediacy) ความรวดเร็วดังกล่าวอาจเป็นความรวดเร็วในเชิงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ขึ้น (time of occurrence) และความรวดเร็วในเชิงการค้นพบเหตุการณ์ (time of disclosure)

2. ความใกล้ชิด (Proximity of Nearness) เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วผู้คนมีแนวโน้มจะสนใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ๆ กับตนเอง หรือเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องตนเองมากกว่าเหตุการณ์ที่ไม่เกี่ยวข้องหรืออยู่ห่างไกลออกไป ซึ่งเรื่องของความใกล้ชิดนี้อาจจะเป็นความใกล้ชิดในเชิงกายภาพหรือระยะทาง เช่น เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้บ้านในจังหวัด หรือในประเทศและความใกล้ชิดในเชิงจิตใจ ซึ่งเป็นเรื่องของความรู้สึก ความผูกพัน หรือความรัก ความห่วงใย เป็นต้น

3. ความสำคัญหรือความเด่น (Prominence) ทั้งที่เป็นเรื่องของบุคคล เช่น บุคคลมีชื่อเสียง บุคคลสำคัญ หรือความสำคัญของเหตุการณ์ เช่น เหตุการณ์ร้ายแรง เหตุการณ์ที่ไม่เคย

เกิดขึ้นมาก่อน หรือสถานที่ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญหรือเป็นสถานที่ที่กำลังอยู่ในความสนใจ เช่น การลอบวางเพลิงในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งจะมีโอกาสได้รับคัดเลือกให้เป็นข่าวมากกว่า เป็นต้น เนื่องจากในขณะนี้พื้นที่ดังกล่าวกำลังอยู่ในความสนใจของคนทั่วไป

4. ผลกระทบกระเทือน (Consequence) เป็นการวัดค่าความเป็นข่าวโดยพิจารณาจากผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสาธารณชนว่าเกิดผลกระทบในวงกว้างมากแค่ไหน หรือเกิดเฉพาะคนกลุ่มใด

5. ความลึกลับซ่อนเงื่อน (Mystery) หมายถึง เหตุการณ์นั้นมีลักษณะที่ปิดบังซ่อนเร้นหรืออำพรางข้อเท็จจริงหรือข้อสำคัญบางอย่างไว้หรือไม่ มีอะไรอยู่เบื้องหลังของเหตุการณ์ ปมของปัญหาอยู่ที่ไหน เช่น ข่าวการฆาตกรรม ข่าวการทุจริตคอรัปชั่น เป็นต้น

6. ความผิดปกติ (Unusual) เป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะทำให้ความสนใจกับเรื่องที่ตนเองไม่เคยรับรู้มาก่อนหรือเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยนัก อาจเป็นเหตุการณ์ที่ผิดปกติทั้งที่เป็นปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ หรือทางสังคม

7. ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นทั้งความขัดแย้งในเชิงความคิด ผลประโยชน์ หรือความเชื่อต่างๆ การจะนำเหตุการณ์ที่มีความขัดแย้งมานำเสนอเป็นข่าวต้องพิจารณาว่า เหตุการณ์ความขัดแย้งนั้นจะมีผลกระทบกับสังคมภาพรวมหรือไม่และจะนำไปสู่ปัญหาอะไรของสังคม หากเป็นความขัดแย้งส่วนบุคคลที่ไม่ได้มีผลกระทบต่อเนื่องไปถึงผู้อื่นหรือต่อสังคมสิ่งนั้นก็สมควรค่าที่จะเป็นข่าว

8. องค์ประกอบทางเพศ (Sex) ซึ่งมักจะเป็นเรื่องส่วนตัวของผู้คน และเป็นเรื่องที่สามารถเร้าความสนใจของผู้รับสารได้ดีประเด็นหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการนำเสนอเรื่องที่มีองค์ประกอบทางเพศเข้าไปเกี่ยวข้องนั้นจะต้องเป็นเรื่องที่ไม่ละเมิดสิทธิส่วนบุคคลของผู้ที่ตกเป็นข่าว และควรจะเป็นเรื่องที่สรรค์สร้างประโยชน์ให้กับสาธารณชน

9. อารมณ์หรือความสนใจของมนุษย์ (Emotions/Human interest) เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเร้าอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ปุถุชน อาจจะเป็นเรื่องความเศร้าสะเทือนใจ ความประทับใจ หรือความอยากรู้อยากเห็น เป็นต้น

10. ความก้าวหน้าหรือการพัฒนา (Progress/Development) เหตุการณ์ประเภทนี้เป็นเหตุการณ์ในเชิงสิ่งดีงามและนำไปสู่การพัฒนา หรือการสร้างแรงบันดาลใจกับผู้คนในสังคม

อย่างไรก็ดี ข่าวแต่ละชิ้นไม่จำเป็นต้องมีองค์ประกอบครบทั้งหมดตามที่กล่าวมา อาจมีองค์ประกอบเพียงข้อเดียวก็ได้ และองค์ประกอบเหล่านี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่น่านำมาใช้เพื่อประเมินและให้เหตุผลว่าเหตุการณ์ใดควรจะได้รับรายงานเป็นข่าวหรือไม่ แต่อย่างไรก็ตาม ในแง่การ

ปฏิบัติงานจริงของผู้สื่อข่าว นั้น ก็ไม่ได้มานั่งใครครวญว่าจะต้องมีองค์ประกอบใดเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง ส่วนใหญ่ใช้ความเคยชินจากที่เคยปฏิบัติงานมาเป็นเวลานานมากกว่า ซึ่งก็เป็นการคิดที่ได้หลอมรวมเอา “คุณค่า” ความเป็นข่าวเข้าไปด้วยแล้ว

อย่างไรก็ตามในการปฏิบัติงานจริงของงานข่าวนั้น นอกเหนือจากจะใช้เกณฑ์ทางวิชาการต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นเพื่อประเมินคุณค่าข่าวแล้ว บ่อยครั้งที่การตัดสินใจนำเสนอข่าวจะขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ ที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าว ดังเช่น

1. ประเภทและนโยบายขององค์กรสื่อมวลชน
2. ปัจจัยแวดล้อมทางการเมือง
3. บริบททางสังคมในขณะนั้น
4. ความสนใจและอคติส่วนตัวของผู้สื่อข่าวหรือบรรณาธิการข่าว

คุณภาพของข่าว

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, (2545 หน้า 48-49) กล่าวว่า คุณภาพของข่าว หมายถึง คุณลักษณะของข่าวที่ดี ทั้งนี้หากพิจารณาการทำงานของผู้สื่อข่าวโดยภาพรวมแล้วจะพบว่าผู้สื่อข่าวจะต้องพยายามรายงานความจริง หรือความเป็นจริงของเหตุการณ์อย่างครบถ้วน โดยการสังเกตการณ์ เหตุการณ์โดยตรงและพยายามใช้แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่เป็นทางการมาให้ความรู้ความเข้าใจอย่างชัดเจน มีความน่าเชื่อถือ ประกอบกับแหล่งข้อมูลข่าวธรรมชาติที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์และน่าเชื่อถือ โดยพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจ ทันสมัย เข้าใจได้อย่างแจ่มชัดและมีการอ้างอิงแหล่งข่าวได้อย่างน่าติดตามทั้งหมด ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าลักษณะของข่าวที่มีคุณภาพจะต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีความถูกต้องและถูกต้อง (Accurate) หมายถึง ความถูกต้อง ที่เที่ยงตรง เป็นข้อเท็จจริงที่ไม่มีการบิดเบือน สามารถพิสูจน์ได้ นอกจากนี้ ยังต้องมีความครบถ้วนของความจริงในทุกๆ แง่มุม โดยไม่มีการปั้นเสริมเติมแต่งข้อมูลใดๆ ลงไปในข่าว และยังหมายรวมถึงความถูกต้องในรายละเอียดของบุคคลในข่าวทั้งชื่อ นามสกุล ยศ ตำแหน่ง อายุ อาชีพ เพศ วันเวลา สถานที่ ฯลฯ โดยจะต้องรายงานข่าวให้ถูกหลักภาษา

2. มีความสมดุลและเป็นธรรม (Balance and Fair) การเปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสามารถรับทราบความคิดเห็นหรือข้อมูลในทุกๆ แง่มุมเท่าที่ผู้สื่อข่าวจะสามารถทำได้และให้ความเป็นธรรมกับผู้ตกเป็นข่าวอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน

3. มีความกระชับตรงประเด็น (Brief and Focused) ข่าวจำเป็นต้องสั้นและกระชับ ได้ใจความชัดเจนโดยใช้ภาษาหรือประโยคเพียงสั้นๆ เพื่อสร้างความเข้าใจในเวลาอันจำกัด ไม่ใช่ภาษาบรรยายที่เยิ่นเย้อ แต่จะต้องตรงประเด็น เข้าสู่หัวใจสำคัญของประเด็นข่าวโดยเร็ว

4. ความเป็นกลางหรือภววิสัย (Objectivity) หมายถึง การเขียนข่าวหรือรายงาน เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมาอย่างไม่มีอคติ ไม่ใส่อารมณ์ ความคิดเห็นและความรู้สึกตนเองเข้าไปในข่าวที่น่าเสนอ ไม่เสนอข่าวโดยเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง หรือมีผลประโยชน์ส่วนตัวเข้าไปเกี่ยวข้องในการรายงานข่าว

5. มีการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลที่ชัดเจนและเหมาะสม (Properly attributed) จะต้องให้รายละเอียดที่มาของข่าว เพื่อความน่าเชื่อถือในข้อมูลที่นำมารายงาน ต้องเขียนให้ถูกต้องตามวิธีการอ้างอิงและต้องคำนึงถึงจริยธรรมแห่งวิชาชีพ

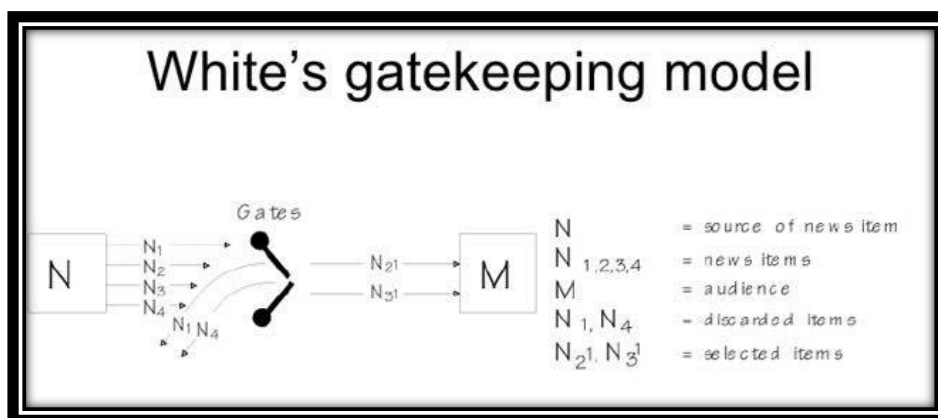
6. มีการใช้ภาษาที่ดี การเขียนข่าวโดยใช้ภาษาที่ถ่ายทอดความหมายได้ชัดเจนตรงความหมายและดึงดูดผู้อ่านได้ เช่น การใช้คำและสำนวนที่เข้าใจง่าย ไม่ใช้คำกำกวม หรือมีความหมายหลายแง่มุม

แนวคิดและทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory)

จากการที่นักสื่อสารมวลชนมีหน้าที่เลือกสรร ตกแต่ง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะเสนอไปยังผู้รับสาร ซึ่งลักษณะหน้าที่เช่นนี้คล้ายกับว่าทำหน้าที่เป็น “ผู้เฝ้าประตู” (Gatekeeper) หรือบางแห่งก็เรียกกันว่านายทวารข่าวสาร หรือผู้ปิดและเปิดประตูสาร ซึ่งการจะเรียกเช่นนั้นความหมายก็คงไม่พ้นผู้ที่คอยกั้นกรองข่าวสารเพื่อที่จะส่งผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารนั่นเอง

แนวความคิดเกี่ยวกับหน้าที่ “ผู้เฝ้าประตู” (Gatekeeper) นี้มาจากข้อเขียนของ เค เลวิน (Lewin, K. 1947) ซึ่งได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่าง ๆ อันประกอบไปด้วยบริเวณประตูที่ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่าง ๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดยวินิจฉัยของผู้เฝ้าประตูเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้หรือไม่ หรือข่าวสารอะไรควรจะไปถึงผู้รับสารชั่วคราว หรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด ซึ่งแนวความคิดนี้เอง ได้ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน หรือเปรียบเสมือนเป็นบุคคลผู้ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสารที่ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารและผู้รับสารจากสื่อมวลชน

จากแนวความคิดเรื่อง “ผู้เฝ้าประตู” ของเลวิน นี้ ดี เอ็ม ไวท์ (White, D. M. 1950) ได้นำมาใช้ในการศึกษากิจกรรมของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับหนึ่งในอเมริกา ซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (Gatekeeper) ซึ่งสามารถแสดงได้โดยแบบจำลองดังต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 2.1 : แบบจำลองทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสาร (Gatekeeper Theory)

ที่มา : ทฤษฎีและแนวคิดทางนิเทศศาสตร์, กาญจนา มีศิลป์วิภักย์, 2558, หน้า 144

N คือ ข่าว

N₁, N₂, N₃, N₄ คือ ข่าวแต่ละชิ้น

M คือ ผู้รับสาร

N₁, N₄ คือ ข่าวที่ไม่ได้ถูกเลือก

N₂, N₃ คือ ข่าวที่ได้รับการเลือก

แบบจำลองหรือทฤษฎีของ ดี เอ็ม ไวท์ นี้ อธิบายอย่างง่าย ๆ ถึงบทบาท “ผู้ปิดและเปิดประตูสาร” หรือ “ผู้เฝ้าประตู” ของสื่อมวลชน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะมีขั้นตอนสลับซับซ้อนกว่านี้เช่นข่าวโทรทัศน์ที่ส่งมานั้น ก่อนที่จะส่งมาก็จะต้องมีการกลั่นกรอง มาก่อนจากบรรณาธิการสำนักข่าวนั้น ๆ หรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็จะทำหน้าที่ “ผู้เฝ้าประตู” คือ เลือกว่าจะทำรายงานข่าวไหนหรือไม่ทำข่าวไหนบ้างก็ได้ และเมื่อข่าวโทรทัศน์นั้นถูกส่งมายังสำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ นอกจากจะถูกคัดเลือกโดยบรรณาธิการข่าวต่างประเทศแล้ว ก็อาจจะถูกกลั่นกรองจากบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวในระดับสูงอีกทีก็ได้เช่นกัน

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) กล่าวไว้ว่า Gatekeeper เป็นผู้มีสิทธิในการเปิดและปิดประตูสารต่าง ๆ ที่มีมาถึง Gatekeeper ซึ่งการสื่อสารในสังคมทุกวันนี้ Gatekeeper ก็ยังคงมีบทบาทอย่างสำคัญมากทั้งนี้เพราะ Gatekeeper เหล่านี้ได้แก่ นักข่าว บรรณาธิการข่าว หัวหน้าฝ่ายข่าวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือวัฒนธรรม ผู้เขียน ผู้พิมพ์ นักวิจารณ์ หัวหน้าหน่วยงานด้านสื่อสาร ผู้จัดการโฆษณา ประธาน ครู และพ่อแม่ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม กรณีที่นักข่าวได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการข่าวให้ไปหาข่าว นักข่าวผู้นั้นก็จะทำหน้าที่เหมือนกับผู้เฝ้าประตูหรือผู้ปิดเปิดประตูสารเช่นกัน คือจะเป็นคนตัดสินใจในเบื้องต้นว่าจะเขียนข้อเท็จจริงในเรื่องของข่าวที่ตนหามาอย่างไร

การที่นักข่าว และบรรณาธิการข่าว จะตัดสินใจเลือกข่าวอย่างไรนั้น ข้อเขียนของ Bagdikian ได้บอกไว้ว่า ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

1. หลักที่ยึดถือในการบริหาร
2. การมองโลกของความจริงและนิสัยของคน โดยมองว่าผู้อ่านต้องการอะไรและมีความปรารถนาอย่างไร
3. ค่านิยม ซึ่งยึดถือโดยกองบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ มีมาตรฐานทางด้านความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับในวงวิชาชีพ คือเขาจะเป็นผู้ตัดสินใจว่าอะไรที่ผู้อ่านในหมู่คณะของเขาควรจะได้รู้
4. การประเมินค่าของข่าวสาร โดยการแข่งขันของสื่อ
5. ค่านิยมส่วนตัว และนิสัยแปลก ๆ ของบรรณาธิการ เช่น ถ้าบรรณาธิการกลัวหรือไม่ชอบอะไรบางอย่าง เขาจะไม่อนุญาตให้สิ่งที่เขาไม่ชอบปรากฏอยู่ในข่าว หรือตีพิมพ์บนหนังสือพิมพ์ในขณะที่เขาเป็นบรรณาธิการอยู่

นอกจากปัจจัยทั้ง 5 แล้ว ยังมีสิ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบรรณาธิการอีก เช่น ปัจจัยเรื่องเวลา และเนื้อที่การเสนอข่าวสาร ตัวอย่างเช่น นักข่าวที่หาข่าวมาได้แล้ว รายงานข่าวเข้าสู่หน่วยงานของตนก็จะมีคนอื่น ๆ คือพวก Rewriter เป็นผู้เฝ้าประตูอีกต่อหนึ่ง พวกนี้จะทำหน้าที่ตบแต่งข่าว จะโดยการตัดทอน ย่อหน้า ตัดบางประโยค บางคำของข่าว หรืออาจจะไม่แก้ไขต้นฉบับข่าวที่นักข่าวคนนั้นส่งมาเลยก็ได้ แล้วก็ส่งข่าวนั้นออกไปตีพิมพ์หรือออกอากาศ แต่บางครั้งเมื่อส่งข่าวไปแล้วไม่ได้ตีพิมพ์ก็มี ทั้งนี้เพราะเนื้อที่ในหน้าหนังสือพิมพ์ไม่พอ หรือเวลาในการกระจายเสียงมีไม่พอ อาจจะเป็นเพราะผู้จัดการฝ่ายโฆษณารับโฆษณาเข้ามามากจนทำให้เนื้อที่และเวลาในการเสนอข่าวไม่พอ ตัวผู้จัดการฝ่ายโฆษณานี้ก็ถือว่ามีหน้าที่เป็น Gatekeeper เช่นกัน

โดยสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 นั้น การนำเสนอข่าวต่างประเทศเพื่อออกอากาศซึ่งใช้แนวคิดและทฤษฎีผู้ปิดและเปิดประตูสารมาใช้นั้น คือ การที่ผู้สื่อข่าวออกไปทำข่าวหรือ ค้นหาข่าวที่น่าสนใจหลายๆ ข่าว เสนอต่อ หัวหน้าบรรณาธิการข่าวประจำวัน ในที่นี้เปรียบเสมือน Gate Keeper เมื่อเลือกแล้วก็ดำเนินการแปลข่าว หรือ ตีบทข่าวนั้นที่เหมาะสมเข้าสู่กระบวนการออกอากาศให้ผู้รับสารได้รับชมต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร (Media Exposure)

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ ซึ่งได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค แม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์ เหมือนกับปัจจัยสี่ แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้น ย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอน มนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ของตน และ เพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคม

การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการ ติดต่อของกระบวนการสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อน หรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคม ดังนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

โจเซฟ ที เคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทาง การสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้ง ทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่

แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ใช้ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทักษะสติ ประสิทธิภาพการรับรู้ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทักษะสติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งด้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทักษะสติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทักษะสติและค่านิยม (Attitude and Values) ทักษะสติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทักษะสติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษา สภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร

5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และ พฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรือ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบ เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Scharm) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของ ข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effect) และผลที่จะได้ (Promise of Reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}}$$

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้น อาจมีสาเหตุอื่นๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสารประโยชน์ของ ข่าวสาร ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูริย์, 2544) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภค สื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อม มีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ให้นำข่าวสารจาก บุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกันโรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and

Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้ การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารสื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโนมน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

ปรมะ สตะเวทิน (2532) ตัวอย่างของ สื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใบบลิ้ว คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะ เป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไป ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจชิ้นหนึ่ง คือ งานของ นิลาว์ณีย์ พาณิษฐ์รุ่งเรือง (2540) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Gratifications) เป็นต้น

2. Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูง เป็นต้น

3. Para- Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่นการยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น

4. Para- Orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น เป็นต้น

ขณะที่ McComb และ Becker (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจและความต้องการว่า

1. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุย หรือสนทนากับบุคคลอื่น
2. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้น
3. เพื่อเสริมความเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement)
4. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์

ทฤษฎีนี้เกิดจากความเชื่อที่ว่าผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง การศึกษาในเรื่องนี้ส่วนใหญ่จะเน้นที่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนโยบายของผู้ใช้ ผลการศึกษาของ ออร์พินท์ ศักดิ์เยี่ยม (2537 หน้า 21) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารที่มีสภาวะแวดล้อมทางสังคมและสภาวะทางจิตใจแตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่ต่างกันนี้ก่อให้เกิดการคาดคะเนว่าสื่อ แต่ละประเภท จะตอบสนองความพอใจของตนต่างกัน ส่งผลให้มีลักษณะการใช้สื่อและมีความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน

นอกจากนี้ ออร์พินท์ ศักดิ์เยี่ยม (2537 หน้า 23) ยังได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและจากประเภท ของสื่อที่ศึกษาพบว่าโทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนสนใจ และกลุ่มเป้าหมายมีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณ ประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

พัชรี เที่ยจรรยา,เมตตา วิวัฒนากุล และ ภิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์ (2538 หน้า 199 – 200) เป็น อีกผู้หนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนแนวคิดของ Katz โดยให้ข้อคิดว่า บุคคลทุก ๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบ ๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการทางสังคม

แม็คควอล (McQuail หน้า 1975) ได้ชี้ให้เห็นของการศึกษาเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจของสื่อไว้ 2 ประการคือ

1. เพื่อให้เข้าใจความสำคัญและความหมายของการเลือกใช้สื่อ
2. เพื่อเสนอแนะตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ในการวิจัยเกี่ยวกับผลของสื่อ

นอกจากนี้ แม็คควอล ยังสรุปว่า การศึกษาในแนวทางการใช้และความพึงพอใจต่อสื่อยังอยู่ในขอบเขตจำกัด เนื่องจากงานวิจัยที่ผ่านมายังไม่สามารถแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนได้ว่า การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อ หรือข่าวสารนั้น เป็นเพราะมีสาเหตุมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจ โดยได้รับอิทธิพลมาจากสภาพแวดล้อมในสังคมที่สร้างความต้องการดังกล่าวขึ้น ให้แก่บุคคลอย่างแน่นอน แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยหลายงานที่สนับสนุนความคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความ พึงพอใจจากสื่อมวลชนในลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น การแสวงหาความรู้จากรายการข่าว การเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงต่อปัญหาในชีวิตประจำวัน ความโดดเดี่ยว ความวิตก

กังวล ความเครียด หรือเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเอง เพื่อแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม

เมอร์รีย์ และ คิปแพคซ์ (Murray and Kippax, 1979) ได้ อธิบายเพิ่มเติมว่า บุคคลจะให้ความสนใจ รับรู้ และจดจำข่าวสารที่จะให้ความพึงพอใจ หรือสามารถตอบสนองความต้องการของตน บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเท่าที่เขาคิดว่ามีประโยชน์หรือสนองความพอใจของเขาได้ และความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลนั้น เป็นผลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมของแต่ละบุคคล เช่น แรงจูงใจ ค่านิยม เป็นต้น บุคคลจะเลือกใช้สื่อหรือเนื้อหาข่าวสาร เพื่อสนองประโยชน์ส่วนตนจากความหลากหลายของความต้องการหรือประโยชน์ของสื่อมวลชนเหล่านี้ มีผู้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเพื่อจัดประเภทของความต้องการของผู้รับสื่อ มวลชน พบว่า ความต้องการมี 4 ประการ คือ

1. ความต้องการสร้างเอกลักษณ์ของตน
2. ความต้องการมีการติดต่อทางสังคม
3. ความต้องการสิ่งแปลกใหม่และความบันเทิง
4. ความต้องการขอความจริงและความรู้เกี่ยวกับโลก

Katz and other, 1974 (Communication Models, Dell Inspiron notebook 99) ได้กล่าวถึงตรรกะที่อยู่เบื้องหลังการพิจารณาตรวจสอบถึงเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจไว้ดังนี้ “เรื่องนีเกี่ยวกับ

1. จุดกำเนิดทางสังคมและจิตวิทยา
2. ของความต้องการจำเป็นต่าง ๆ ซึ่งยังให้เกิด
3. ความคาดหวังจาก
4. สื่อมวลชนหรือแหล่งอื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่
5. รูปแบบต่างๆ กันของการมีโอกาสได้รับสารจากสื่อมวลชน (หรือการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอย่างอื่นๆ) อันก่อให้เกิดผลลัพธ์
6. การได้รับความพึงพอใจสนองความต้องการจำเป็น
7. ผลที่ตามมาอื่นๆ อีกซึ่งบางทีก็เป็นผลที่ไม่ได้เจตนาเลยเป็นส่วนใหญ่

บราวน์ Brown, J.R. (1975) ในการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากโทรทัศน์ของเด็กๆ ซึ่งให้เห็นความสำคัญของสื่อนั้น ในแง่ที่เป็นสื่อซึ่งมีการหน้าที่หลายอย่างและในแง่ที่ให้ความพึงพอใจรูปแบบต่างๆ แก่เด็กส่วนใหญ่ เช่น ช่วยให้เด็กรู้ว่าคุณคนอื่นๆ มีชีวิตอยู่อย่างไรและให้เรื่องราวบางอย่างซึ่งเด็กอาจนำไปพูดคุยกับเพื่อนๆ ได้ จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นนี้ผู้วิจัยได้นำกรอบความคิด ของ เมอร์รีย์ และ คิปแพคซ์ (Murray and Kippax, 1979) มาใช้ในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ จากเครือข่ายโรงเรียน และเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ชลพรรษ์ ธีมัสตยา (2539) ได้ศึกษาถึงการที่ใช้ประโยชน์จากโทรทัศน์ของเด็ก ๆ ซึ่งให้เห็นความสำคัญของสื่อนั้น ในแง่ที่เป็นสื่อซึ่งมีการหน้าที่หลายอย่าง และในแง่ที่ให้ความพึงพอใจรูปแบบต่าง ๆ แก่เด็กส่วนใหญ่ เช่น ช่วยให้เด็กรู้ว่า คนอื่น ๆ มีชีวิตอยู่อย่างไร และให้เรื่องราวบางอย่างซึ่งเด็กอาจนำไปพูดคุยกับเพื่อนๆ ได้ จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้นนี้ ผู้วิจัย ได้นำกรอบความคิด ของ เมอร์รีย์ และ คิปแพคซ์ (Murray and Kippax, 1979) มาใช้ในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ จากเครือข่ายโรงเรียน และเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว) พบว่า ความต้องการในการเลือกใช้สื่อเพจเจอร์ เพื่อเปิดรับข่าวมีเสถียรภาพที่เกิดขึ้น จากสภาวะทางจิตวิทยาของผู้ใช้ และสังคมซึ่งต่อมาผู้ใช้ก็จะใช้ประโยชน์จากข่าวในระดับมากน้อยต่างกันไป และได้รับความพึงพอใจต่อข่าวตามคุณลักษณะของข่าวที่มีต่อผู้ใช้ ผลการวิจัยพบว่าผู้รับข้อความข่าวที่มี อายุแตกต่างกัน มีความต้องการในการเลือกใช้ เพจเจอร์ และ ระดับของการใช้ประโยชน์จากข่าวแตกต่างกัน เพศ รายได้ และอาชีพของผู้รับข้อความข่าว จะมีความต้องการที่ไม่แตกต่างกันในการเลือกใช้สื่อเพื่อรับข่าว และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าว ผู้ใช้ส่วนหนึ่งมีความต้องการรับข่าวโดยเกิดขึ้นจากสภาวะทางสังคม คือ ต้องการ แสวงหาประสบการณ์ในการใช้สื่อใหม่ๆ ที่มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้เป็นคนทันสมัย จึงเกิดความ ต้องการใช้สิ่งนั้นเป็นผลตามมา

ศาสตราจารย์ สุณิล คุปตา และ จิม พิทโคว (2539) ได้ศึกษาพฤติกรรมการใช้งาน เวิลด์ไวด์เว็บ (World Wide Web หรือ WWW) ทั่วโลก พบว่า ผู้ใช้เวิลด์ไวด์เว็บส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการใช้งาน WWW เพื่อค้นหาข้อมูล และเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือใช้เพื่อการทำงานและการศึกษา โดยผู้ใช้งาน WWW จะมีการศึกษาในระดับวิทยาลัยขึ้นไป ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคคลที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจในระดับปานกลาง ให้ความยอมรับ อินเทอร์เน็ต

ในฐานะที่เป็นสื่อในการติดต่อสื่อสารมากขึ้นและมีการใช้งานที่แพร่หลายไปสู่ วงการอื่นๆ มากขึ้น นอกเหนือไปจากวงการทหาร การศึกษาและนักวิชาการเหมือนเช่นในอดีต

เรวัตี คงสุภาพกุล (2539, Dell Vostro Notebook) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ระบบ อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งเป็นสาขาวิชาที่ศึกษา การมี คอมพิวเตอร์ส่วนตัว ปริมาณการใช้ ความถี่ในการใช้ พบว่า สาขาวิชาที่ศึกษา เป็นเหตุผลสำคัญ ต่อการที่นิสิตตัดสินใจขอมีบัญชี เพื่อการเรียนรู้การใช้บริการ และยังรวมไปถึงการค้นคว้างานวิจัย หรือ ข้อมูลวิชาการ และการค้นคว้าข้อมูลนักศึกษาตลอดจน การคุยกับเพื่อน ส่วนการมี คอมพิวเตอร์ส่วนตัว ก็มีความสัมพันธ์กับความบ่อยในการใช้ระบบ หรือการใช้งาน ทั้งในด้าน การ ค้นคว้าเพิ่มเติมที่ห้องเรียนและการค้นคว้าข้อมูลที่บ้าน และปริมาณการใช้ค้นข้อมูลนิตินักศึกษา ในด้านปริมาณการใช้นั้น กลับไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติต่อระบบอินเทอร์เน็ต ความบ่อยครั้งในการใช้ระบบ ก็พบว่า จะสัมพันธ์กับ การแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่าง สถาบัน หรือเพื่อต่างประเทศ รวมไปถึงการค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ และการพิมพ์จดหมายข่าวหรือ งาน มัลติมีเดีย แต่สำหรับการค้นคว้าข้อมูลด้านวิชาการหรือการค้นคว้าข้อมูลห้องสมุด พบว่า นิสิตจะ ใช้บ่อยก็ต่อเมื่อต้องการ แลกเปลี่ยนข้อมูลกับเพื่อนต่างประเทศ หรือการค้นคว้าเพื่อศึกษาต่อ ส่วน การคุยกับเพื่อน นิสิตจะใช้บ่อยก็ต่อเมื่อต้องการแลกเปลี่ยนความรู้กับเพื่อนต่างประเทศหรือพิมพ์ จดหมายข่าว

อรุณญา ม้าลายทอง (2539) ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร และการใช้การสื่อสารผ่าน ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ของพนักงานในกลุ่ม บริษัท ลีอกเลย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า เพศ ตำแหน่ง ลักษณะสายงาน และการเข้ารับการสัมมนาอภิปราย หรืออบรมเกี่ยวกับ การสื่อสาร ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตไม่มีผลต่อการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ในขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาใช้การสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และความถี่ในการ เข้ารับการสัมมนาหรืออบรมเกี่ยวกับการสื่อสารฝ่ายระบบ อินเทอร์เน็ต มีผลต่อการยอมรับการ สื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ลักษณะของการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในเชิงบวก ส่วนพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ พบว่า ผู้ใช้การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะมีพฤติกรรมการ เปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลประเภทเพื่อนร่วมงานมากที่สุด สำหรับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร เกี่ยวกับการสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ต นั้น มีความสัมพันธ์กับการยอมรับการสื่อสารผ่านระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

งานวิจัยต่างประเทศเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ลินดา เคลบ ทรีโนและเจนเวบสเตอร์ (Linda Kleba Trevino and Jane Webster, 1992) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการประเมินคุณค่าของการใช้การสื่อสารผ่านระบบ Electronic Mail และ Voice Mail ในหมู่พนักงานบริษัทด้านการดูแลสุขภาพแห่งหนึ่ง ได้กล่าวถึงตัวแปรที่มีผลต่อปฏิสัมพันธ์ที่สามารถพบเห็นได้ ในการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication Technology : CMC) โดย ระบุว่า ตัวแปรที่เป็นสิ่งกระตุ้นให้คนนิยมใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ ได้แก่

1. ความสามารถในการควบคุมการมีปฏิสัมพันธ์โดยใช้การติดต่อผ่านคอมพิวเตอร์แนวคิดนี้ เป็นแนวคิดสำคัญในทฤษฎีแรงจูงใจตามสัญชาตญาณ ซึ่งกล่าวว่ามนุษย์เป็นผู้แสวงหาการควบคุมการกระทำและทางเลือกของตนเอง

2. ความสนใจของผู้ใช้ที่มุ่งไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์ ในการติดต่อผ่านสื่อคอมพิวเตอร์นั้นผู้ใช้จะมีสมาธิจดจ่ออยู่กับการกระทำที่ปรากฏอยู่เฉพาะหน้าจอคอมพิวเตอร์ ดังนั้นการติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์จึงสามารถดึงดูดความสนใจในการสร้างปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสาร ระหว่างผู้ใช้ได้ดี

3. ความอยากรู้อยากเห็นของผู้ใช้จะถูกกระตุ้นในระหว่างที่มีการสื่อสารกัน ซึ่งการกระตุ้นเหล่านี้เกิดขึ้นโดยลักษณะของสื่อคอมพิวเตอร์เช่น สี เสียง หรือข้อความที่เป็นรายการให้ เลือกใช้นอกจากนี้ยังถูกกระตุ้นจากการได้รับความรู้เพิ่มเติมในระหว่างการใช้ คอมพิวเตอร์ด้วย ผู้ใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์พบว่า การมีปฏิสัมพันธ์ในการสื่อสารเป็นสิ่งที่น่าสนใจ โดยตัวของมันเอง ข้อนี้หมายถึงการที่ผู้ใช้รู้สึกพึงพอใจและรู้สึกสนุกกับการใช้การสื่อสาร ผ่านทางคอมพิวเตอร์ นอกจากนี้ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า ผู้ใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์มีทัศนคติที่ดีต่อการสื่อสารผ่านสื่อจดหมาย อิเลคทรอนิกส์ (Electronic Mail : E-Mail) และมีปริมาณการสื่อสารผ่านสื่อ E-Mail นี้เพิ่มขึ้นด้วย

Chai Theong Ham (1994) ได้ทำการวิจัย Collaborative Learning – A New direction in Educational Computing พบว่า จากการทดลองโปรแกรม electronic classroom ที่ออกแบบโดย Multimedia Unit Ngee Ann Polytechnic จะสามารถเอื้ออำนวยให้การเรียนการสอนในห้องเรียนในอนาคต ที่จะมียระบบเครือข่าย ที่รวมเอาสื่อต่างๆ ทั้ง ข้อความ ภาพ (Graphics) เสียง ภาพเคลื่อนไหว (Animation, dell xps notebook) และ Digital Video ไว้ด้วยกัน ซึ่งทำให้ครูผู้สอนสามารถ มอบหมายงาน การบ้าน และการประเมิน ได้อย่างเหมาะสม โดยมีนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 20 คน ซึ่งผลการทดลองดังกล่าวจะนำไปสู่การวางแผนทางด้านการศึกษาใน

อนาคตของประเทศสิงคโปร์ ผลงานการวิจัยที่ผ่านมา จะเห็นว่าตัวแปรแต่ละตัว เช่น เพศ อายุ ลักษณะทางประชากร ล้วนแล้วแต่มีผลต่อ การยอมรับนวัตกรรม ผู้วิจัย ได้หยิบยกปัจจัยต่างมาเพื่อเป็นแนวในการสร้างกรอบการวิจัย และสร้างคำถามให้สอดคล้องกับงานวิจัยนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

“ความหมายของทัศนคติ”

ทัศนคติของบุคคลเป็นความรู้สึกทางใจที่มีต่อสิ่งใดๆ ของบุคคลซึ่งมีอิทธิพล อย่างยิ่งต่อ พฤติกรรมของบุคคลและมีผลต่อกลุ่มทางสังคม เกี่ยวข้องในการดำเนิน กิจกรรมต่างๆทุกๆด้านใน สังคมของมนุษย์ทุกสังคมเกี่ยวกับทัศนคติ(Attitude)มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้ คล้ายๆ กันซึ่งผู้ศึกษาได้ค้นคว้า รวบรวมและขอนำมาสรุปอ้างอิงดังนี้

ดาร์ณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกขพงษ์ หาญยุทธ (2548 หน้า 37) ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกเอนเอียงที่จะมีปฏิกิริยาเห็นด้วย ไม่เห็นด้วย หรือนิ่งเฉยต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม

ดาร์ณี พานทอง พาลุสุข และสุรเสกขพงษ์ หาญยุทธ (2548 หน้า 37) ทัศนคติเป็น ความรู้สึกของคนเราทางที่พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่าง ๆ ในสังคม

สิทธิพันธ์ พุทธหนู (2547 หน้า 91) ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติเป็นความคิด ที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการกระทำต่อสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ทางสังคมนั้น โดย ทัศนคติมี 3 องค์ประกอบ คือ ความรู้หรือความคิด (Cognitive) ความรู้สึก (Affective) ซึ่งหมายถึง สิ่งจูงใจให้เกิดพฤติกรรม และ ความพร้อมที่จะกระทำ (Predisposition To Act)

พงศ์สัณห์ ศรีสมทรัพย์ และ ปิยะนุช เงินคล้าย (2550 หน้า 75) ได้สรุป ความหมาย และ อธิบายเกี่ยวกับ ทัศนคติว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกทางใจของแต่ละ บุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการเรียนรู้ประสบการณ์ความนึกคิดและความเชื่อของแต่ละบุคคล ความรู้สึกทางใจของแต่ละ บุคคลในเรื่องราวใดๆ จะมีระดับที่แตกต่างกันออกไป ตั้งแต่ระดับที่เป็นความชอบหรือไม่ชอบ ระดับที่เป็นประสบการณ์ที่ได้รับการไตร่ตรอง จนถึงระดับที่เป็นการนำไปปฏิบัติ ทัศนคติของ บุคคลจึงเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลเกิด ความคิดและพฤติกรรมไปในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2536 หน้า 194-195) ได้สรุปและอธิบายทฤษฎีความ สอดคล้องระหว่างแนวคิดกับความรู้สึก (Cognitive- Affective Consistency Theory) ว่า ทัศนคติ จะได้รับผลกระทบไม่เฉพาะที่เนื่องจาก อิทธิพลการโน้มน้าวเข้าสู่ภาวะสมดุล ยังขึ้นกับความรู้สึก เป็นสุขหรือทุกข์อันเนื่องจาก แนวโน้มการเพิ่มผลตอบแทนสูงและลดการสูญเสียน้อยที่สุด ทฤษฎี กลุ่มนี้ได้อธิบายวิธี แก้ปัญหาความไม่สมดุลของความรู้สึกที่แตกต่างกันหลายวิธี และพยากรณ์

อันดับของ วิธีการที่ควรใช้มากที่สุด วิธีง่าย ๆ ที่จะเข้าสู่ภาวะสมดุล คือพยายามก่อนแล้วใช้วิธีที่มีความถี่สูงสุด โรเซนเบิร์กได้เน้นความสำคัญของความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบ ของทัศนคติ คือ แนวคิดและความรู้สึก เมื่อใดก็ตามที่มีความไม่สอดคล้องกันระหว่าง องค์ประกอบทั้งสองเห็นระดับหนึ่งย่อมจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบได้ องค์ประกอบหนึ่ง หรือทั้งสององค์ประกอบ เพื่อนำไปสู่ภาวะความสอดคล้อง และเชื่อว่าการเปลี่ยนองค์ประกอบหนึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนอีกองค์ประกอบหนึ่งของทัศนคติ นอกจากนี้การเปลี่ยนทัศนคติโดยผ่านกระบวนการเร้าด้วยวิธีสื่อสาร ส่วนใหญ่เน้นการ เปลี่ยนองค์ประกอบความรู้ นั่นคือการให้ข้อมูลใหม่ ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนองค์ประกอบความรู้สึกและการเปลี่ยนทัศนคติ

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์ (2535 หน้า104-105)ได้สรุปคุณลักษณะของทัศนคติ ว่ามี 6 รูปแบบคือ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ ไม่ใช่สิ่งที่มีติดตัวมาแต่เกิด ประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมากต่อทัศนคติ การสั่งสมประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยผ่านกระบวนการปะทะสังสรรค์กับสิ่งต่างๆ ในสังคม จะมีผลโดยตรงต่อทัศนคติ

2. ทัศนคติมีคุณลักษณะของการประเมิน (Evaluative Nature) ทัศนคติเกิดจากการประเมินความคิดหรือความเชื่อที่บุคคลมีอยู่ เกี่ยวกับสิ่งของ บุคคลอื่น หรือ เหตุการณ์ ซึ่งจะเป็สื่อกลางทำให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง ทัศนคติมีธรรมชาติของการประเมิน เป็นความคิด หรือความเชื่อที่มีความรู้สึกแฝงอยู่ด้วย การที่บุคคลหนึ่งจะมี ทัศนคติอย่างไร ต่อสิ่งใด ขึ้นอยู่กับการประเมินความรู้ความคิด หรือความเชื่อที่มีเกี่ยวกับสิ่งนั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประเมินเกิดความรู้สึกทางบวก หรือทางลบต่อสิ่งดังกล่าว ผลการประเมินอาจแตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ทัศนคติต่อสิ่งเดียวกัน อาจแตกต่างกันตาม เพศ อายุ หรืออาชีพ

3. ทัศนคติมีคุณภาพและความเข้ม (Quality and Intensity) คุณภาพและความเข้ม ของทัศนคติจะเป็นสิ่งที่บอกถึงความแตกต่างของทัศนคติที่แต่ละคนมีต่อสิ่งต่างๆ เมื่อบุคคลประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็อาจมีทัศนคติทางบวกหรือทัศนคติทางลบต่อสิ่งนั้น นั่นคือก่อให้เกิดสภาวะความพร้อมที่จะเข้าหาหรือหลีกเลี่ยงสิ่งดังกล่าว ส่วนความเข้มจะบ่งชี้ถึงความมากน้อยของทัศนคติทางบวก หรือลบ หรือบ่งชี้ระดับการประเมิน เช่น ชอบมาก ชอบปานกลาง ชอบน้อย

4. ทัศนคติมีความคงทนไม่เปลี่ยนแปลงง่าย (Permanence) ทัศนคติมีลักษณะที่แฝงแน่นลึกซึ้ง เนื่องจากสิ่งที่ประเมินมีความชัดเจนถูกต้องแน่นอน หรือมีการสั่งสมประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้น โดยผ่านการเรียนรู้มานานพอ ในกรณีเช่นนี้ การเรียนรู้สิ่ง ใหม่ หรือการบังคับให้แสดงพฤติกรรมนั้นๆ อยู่เสมอ ก็อาจไม่มีผลทำให้ทัศนคติที่มีอยู่ ไม่เปลี่ยนแปลง

5. ทัศนคติต้องมีสิ่งที่มีหมายถึง (Attitude object) ที่แน่นอน นั่นคือทัศนคติต่อ อะไร ต่อ บุคคล ต่อสิ่งของหรือต่อสถานการณ์

6. ทัศนคติมีลักษณะความสัมพันธ์ ทัศนคติแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งของ กับบุคคลอื่น หรือกับสถานการณ์ และความสัมพันธ์นี้เป็นความรู้สึกงูใจ (Motivation Affect)

สรุปความหมายและแนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติการศึกษาทัศนคติเพื่อให้ เราทราบถึงความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ ซึ่งจะออกมาในรูปของการตอบรับหรือ ปฏิเสธก็ได้ ทัศนคติของบุคคลสามารถแสดงออกมาเป็นคำพูดซึ่งเราเรียกว่าเป็นความคิดเห็น ทั้ง ทัศนคติและความคิดเห็นเป็นสิ่งที่ แยกจากกันไม่ออก

ทัศนคติของบุคคลมีองค์ประกอบอยู่ 3 ประการ คือ ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และ องค์ประกอบทางพฤติกรรม นอกจากนี้ ทัศนคดียังแยกออกเป็นทัศนคติทางบวก ทางลบ และ การเฉยๆไม่มีทัศนคติ การตอบสนองต่อสิ่งที่เราเรียนรู้ที่เราเรียกว่าเป็นทัศนคตินั้นจะมีรูปแบบ ต่างกัน คือทัศนคติด้านความรู้สึก ทัศนคติด้านความเข้าใจ และทัศนคติด้านการกระทำทั้ง 3 แบบ นี้ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นในทิศทางเดียวกันเสมอ

วิยดา เกียวกุล (2538) วิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับรายการ โทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ประชากรที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้แตกต่างกัน ขณะที่ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ ประโยชน์ และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ มี ความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการ เลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ และมีความต้องการข่าวสารจากรายการ โทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 5 อันดับแรก คือ ข่าวการเมือง สังคม เศรษฐกิจ ต่างประเทศและข่าวกีฬา โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์แต่มี ความเห็นว่า ควรปรับปรุงรายการข่าวโทรทัศน์ให้ดียิ่งขึ้น ทั้งด้านเนื้อหาของข่าว ประเภทและ ปริมาณข่าว วิธีการนำเสนอ ตลอดจนการอ่านข่าวของผู้ประกาศข่าวให้ถูกต้องตามหลัก ภาษาไทย ส่วนพฤติกรรมการรับชมข่าวโทรทัศน์นั้น กลุ่มตัวอย่างจำนวน 211 คน รับชมรายการ ข่าวไม่ประจำทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ส่วนอีก 49.4 ชมเป็นประจำทุกวัน สาเหตุที่ไม่สามารถชม ข่าวได้ทุกวัน เนื่องจากเดินทางกลับบ้านไม่ทันเวลาการนำเสนอข่าว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชม ข่าวโทรทัศน์พร้อมกับสมาชิกในครอบครัว ส่วนพฤติกรรมขณะชมรายการข่าวส่วนใหญ่จะกดปุ่ม

สลัดไปมาเมื่อมีโฆษณา รองลงมาจะเลือกชมเฉพาะข่าวบางประเภทที่ชอบ และส่วนน้อยจะเปิดชมเพียงช่องเดียวตั้งต้นจนจบรายการ

ทฤษฎีการรับรู้ (Perception)

การรับรู้ หมายถึง การแปลความหมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาท ไปยังสมอง เพื่อการแปลความกระบวนการของการรับรู้ (Process) เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making)

Sensing -----> Memory -----> Learning -----> Decision making

โมเวนและไมเนอร์ (Mowen and Minor 1998 หน้า 63) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเปิดรับต่อข้อมูลข่าวสาร ตั้งใจรับข้อมูลนั้นและทำความเข้าใจความหมาย” และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ในขั้นเปิดรับ (Exposure Stage) ผู้บริโภคจะรับข้อมูลโดยผ่านทางประสาทสัมผัส ในขั้นตั้งใจรับ (Attention Stage) ผู้บริโภคจะ แบ่งปันความสนใจมาสู่สิ่งเร้า นั้น และขั้นสุดท้ายคือ ขั้นเข้าใจความหมาย (Comprehension Stage) ผู้บริโภคจะจัดองค์ประกอบข้อมูลและแปลความหมายออกมาเพื่อให้เข้าใจได้

แอสแซล (Assael, 1998 หน้า 84) ได้ให้ความหมายไว้ว่า “การรับรู้ หมายถึง กระบวนการซึ่งผู้บริโภคเลือกรับ จัดองค์ประกอบ และแปลความหมายสิ่งเร้าต่างๆ ออกมาเพื่อให้มีความหมายเข้าใจได้” และได้อธิบายเพิ่มเติมว่า สิ่งเร้าจะมีความเป็นไปได้ที่จะได้รับการรับรู้มากขึ้น หากสิ่งเร้าเหล่านั้นมีลักษณะดังนี้ คือ

1. สอดคล้องกับประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้บริโภค
2. สอดคล้องกับความเชื่อในปัจจุบันของผู้บริโภคต่อตราสินค้า
3. ไม่มีความสลับซับซ้อนมากเกินไปเชื่อถือได้
4. มีความสัมพันธ์กับความจำเป็นหรือความต้องการในปัจจุบัน
5. ไม่ก่อให้เกิดความกลัวและความกังวลใจมากเกินไป

แอสแซลกล่าวเสริมว่า ผู้บริโภคเลือกเปิดรับต่อสิ่งเร้า และเลือกการรับรู้ โฆษณาสอดคล้องสนับสนุนกับความเชื่อและประสบการณ์เดิมของผู้บริโภค จะได้รับความสนใจและจดจำมากเป็นพิเศษ และมีแนวโน้มค่อนข้างมากที่จะไม่ให้ความสนใจต่อโฆษณาที่ขัดแย้งกับประสบการณ์ และ

ความเชื่อเดิมของเขามืออยู่กับผลิตภัณฑ์ตรา นั้น และเหตุผลสำคัญที่ผู้บริโภคเลือกรับรู้สิ่งเร้า ไม่รับรู้สิ่งเร้าที่เข้ามากระทบทุกอย่าง ก็เพราะว่าผู้บริโภคพยายามที่จะรักษา “สภาวะสมดุลทางจิตวิทยา” (Psychological Equilibrium) ของเขาให้เป็นปกตินั่นเอง นั่นคือสภาวะที่ไม่ต้องรับข้อมูลที่มีความขัดแย้ง (Conflict information) และจะหลีกเลี่ยงข้อมูลที่ตรงกันข้ามกับความคิดของตน (Assael, 1998 หน้า 84 - 85)

Garrison and Magoon (1972 หน้า 607) ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่าการรับรู้หมายถึง กระบวนการซึ่งสมองตีความ หรือแปลข้อความที่ได้จากการสัมผัส (Sensation) ของร่างกาย (ประสาทสัมผัสต่างๆ) กับสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นสิ่งเร้า ทำให้เราทราบว่ามีสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมที่เราสัมผัสนั้นเป็นอย่างไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร ฯลฯ การที่เราจะรับรู้สิ่งเร้าที่มาสัมผัส ได้นั้น จะต้องอาศัยประสบการณ์ของเราเป็นเครื่องมือช่วยในการตีความหมาย หรือ แปลความหมาย

ปรเมศ ทัศเวทิน (2546 หน้า 75) อธิบายว่า การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการตีความ หมายถึงสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ส่วนความหมาย (Meaning) คือ สิ่งที่เกิดจากกระบวนการตีความหมายหรือ การรับรู้ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเรามีความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับสิ่งที่เรารับรู้หรือตีความหมายสิ่งนั้น อย่างไรก็ตามในการรับรู้และตีความหมายสิ่งที่เราได้พบนั้น อาศัยประสบการณ์ของเรา เพราะประสบการณ์ของเรามีอิทธิพลต่อการรับรู้และตีความหมายต่อสิ่งที่เราพบ

พัชรี เขยจรรยา (2543 หน้า 113) ได้กล่าวถึงการรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสารและจัดสารเข้าด้วยกัน และตีความหมายของสาร ที่ได้รับความเข้าใจ ความรู้สึกของตนโดยอาศัย ประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ และ สิ่งแวดล้อม เป็นกรอบในการรับรู้

เสวี วงษ์มณฑา (2542 หน้า 95) กล่าวว่า การรับรู้ เป็นกระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้สรุปการรับรู้และตีความหมายการรับรู้จากสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อสร้างภาพในสมองให้เห็น เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน

สมัย จิตหมวด (2529 หน้า 100) กล่าวว่า การรับรู้ คือ อาการสัมผัสที่มีความหมายและการรับรู้เป็นการแปลหรือการตีความแห่งสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็นหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย อันเป็นสิ่งที่รู้จักและเข้าใจและในการแปลความหมายหรือ ตีความของการสัมผัสจำเป็นต้องใช้ประสบการณ์เดิมหรือความรู้เดิม

จำเนียร ช่วงโชติ (2526 หน้า 177) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่บุคคล ได้นำเอาสิ่งที่ตนได้เห็น ได้ยิน ได้สัมผัส ได้รู้สึกจากสิ่งเร้าภายนอกรอบตัว บุคคลเข้ามาจัดระเบียบ และให้ความหมายโดยอาศัยประสบการณ์เดิมหรือความรู้ลึกเดิม บาง ออก เป็น ความรู้ ความเข้าใจ ที่เกิดขึ้นในจิตใจของตนเอง และกล่าวถึงปัจจัย ที่มีผลต่อการรับรู้ ของคน เรามีมากมายหลายประการ แต่พอสรุปได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ลักษณะของสิ่งเร้าลักษณะต่างๆ ของสิ่งเร้าก่อให้เกิดการรับรู้แก่บุคคลได้ต่างกัน เช่น สิ่งเร้าที่มีชั้นสิ่งเร้ากระทบ อินทรีย์ เช่น บุคคล สถานการณ์ของสิ่งของ กลุ่มสังคม ปัญหา หรือ สิ่งแวดล้อมแบ่งเป็น

ขั้นความรู้ลึก (โดยการแปล) ความหมายจาก การสัมผัส

ขั้นตีความ (สมอง) แปลโดยอาศัย ความรู้เดิม

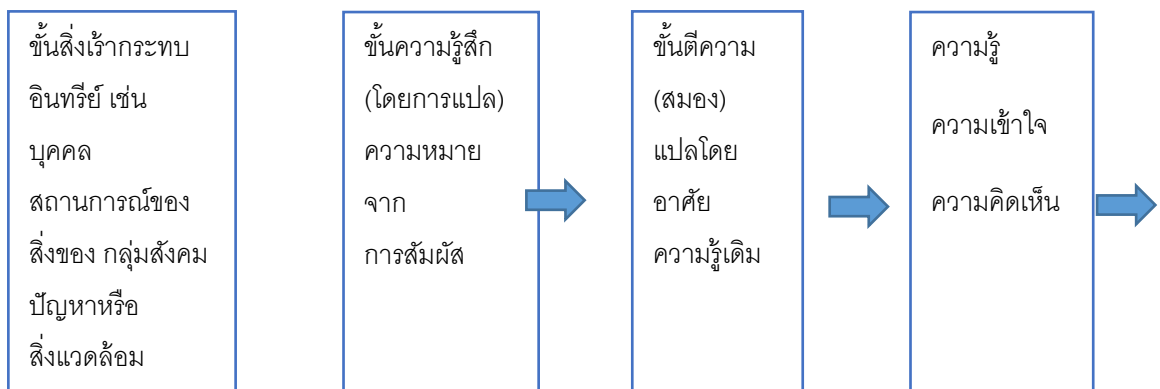
ความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น

ความเข้มกว่ามีการเปลี่ยนแปลงมีการเกิดขึ้นบ่อยๆ จะกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ได้ดี หรือ รวดเร็ว

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับรู้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประการ คือ ด้านร่างกายเป็นลักษณะ ของ ความผิดปกติของตัวรับสัมผัสผิดไปด้วย

ด้านจิตวิทยา การรับรู้เป็นสิ่งที่เลือกสรรแล้ว เลือกที่จะสัมผัส เลือกเฉพาะสิ่งที่ต้องการ และแปลความหมายให้เข้ากับตัวเองโดยมีอิทธิพลจากความรู้เดิม ความต้องการทัศนคติภาวะทาง อารมณ์และลักษณะวัฒนธรรมการรับรู้ของบุคคลจึงแตกต่างตามคุณสมบัติส่วนบุคคลและปัจจัย ทางสังคม พอจะสรุปความหมายของการรับรู้ได้ว่า การรับรู้ คือ การแสดงออกถึงความรู้ลึก นี้ก็คิด ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคล อันเนื่องมาจากการตี ความ หรือ แปลความอาการสัมผัส (Sensation) ของร่างกายกับสิ่งเร้าหรือสิ่งแวดล้อมโดยอาศัย ประสบการณ์ เดิมเป็นเครื่องช่วย ทั้งนี้ กระบวนการรับรู้ดังกล่าวข้างต้นสามารถแสดงเป็นภาพ ได้

ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2.2 : ขั้นตอนแสดงกระบวนการรับรู้

ที่มา : จำเนียร ชวงโชติ (2526 หน้า 177)

การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเองโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสั่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคนอาจให้ความสนใจและรับรู้ต่างกัน การรับรู้ที่แตกต่างกันเกิด จากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง ได้แก่ (พัชรี เที่ยงจรรยา 2543 หน้า 71)

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motive) คนเรามักเห็น ในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน เพื่อตอบสนองของความต้องการของตนเอง

2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกันและคบหาสมาคมกับคนต่างกัน ทำให้อาจจะมึประสบการณ์เดิมที่ต่างกันไป

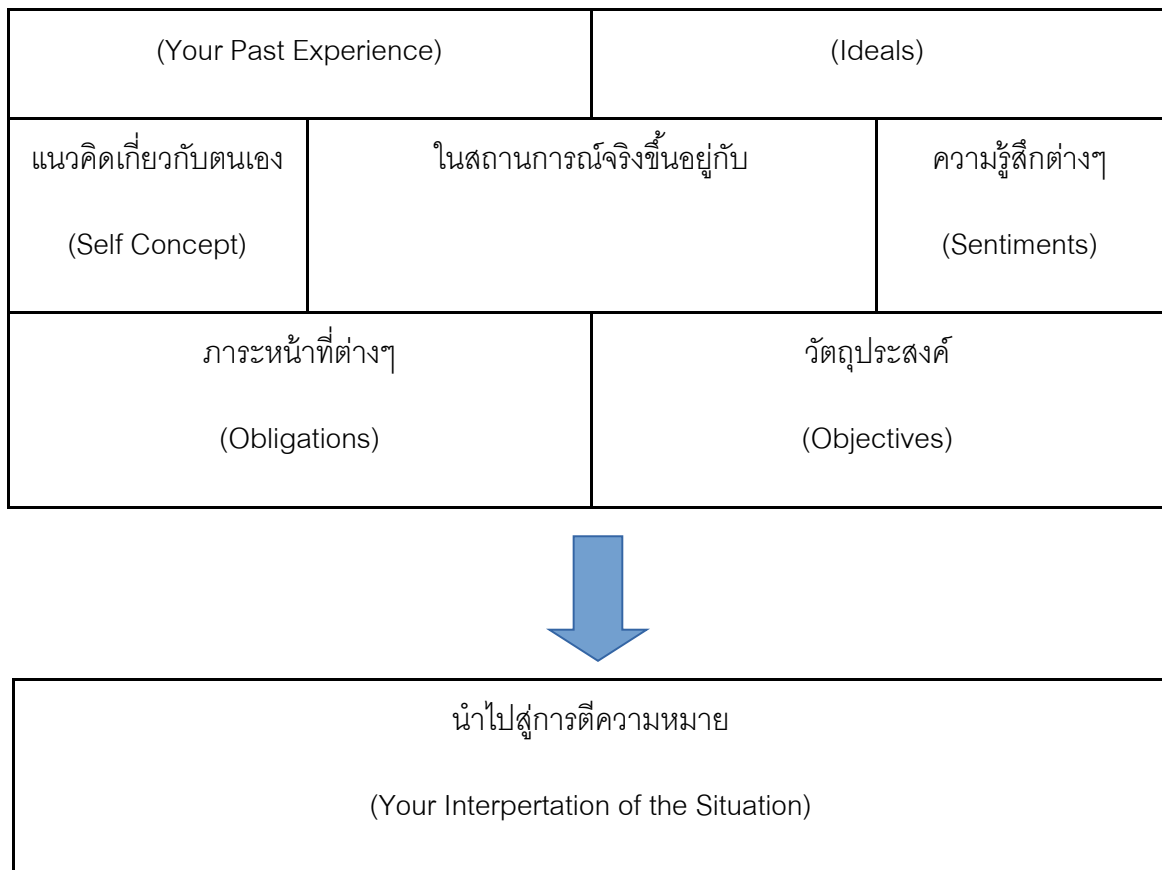
3. กรอบอ้างอิง (Fame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ทำให้มีความเชื่อและทัศนคติในเรื่องต่างๆ ต่างกันได้

4. สภาพแวดล้อม (Environment) คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่รับต่างกัน

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ (Mood) ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ เช่น เรามักจะมองความ ผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ในขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิดแต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก เป็นต้น

จากการศึกษาความหมายของการรับรู้ดังกล่าวข้างต้นได้สอดคล้องกับแนวคิดของ นพพนิต ภาวะกุล (2549 หน้า 26) ที่กล่าวมาในสถานการณ์จริงนั้นการ รับรู้ ของบุคคลเกิดจากการกลั่นกรองและตีความจากความรู้สึก ที่คนเราได้เห็นได้ยิน ได้สัมผัสซึ่ง จะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ที่ผ่านมามีในอดีตแนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ภาระหน้าที่ต่างๆ ของแต่ละบุคคล ความรู้สึกต่าง ๆ และอุดมการณ์ตามแบบจำลองดังนี้

ประสบการณ์ที่ผ่านมามีในอดีต	อุดมการณ์
-----------------------------	-----------



ภาพประกอบที่ 2.3 : แบบจำลองกระบวนการรับรู้

ที่มา : นพพนิต ภาระกุล (2549, หน้า 26)

แนวคิดเกี่ยวกับมนุษย์โลกในยุคไร้พรมแดน

ปัจจุบันนี้นับได้ว่าโลกของเราได้ก้าวกระโดดไปอย่างรวดเร็ว สาเหตุสำคัญนั้นคงจะหนีไม่พ้น “อินเทอร์เน็ต” ที่ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากมายในชีวิตของคนในสังคม ทำให้สังคมใน

ปัจจุบันกลายเป็นสังคมที่ไร้พรมแดน สามารถติดต่อสื่อสารผ่านสื่อจากอินเทอร์เน็ตได้ง่ายๆ เพียงแค่ปลายนิ้วกด

บุญลักษณ์ เขี่ยมสำอางค์, เกื้อกมล พฤษขประมุข และโสภิต พิทักษ์ ได้กล่าวไว้ในหนังสือ หลักการใช้ภาษาและการใช้ภาษา มัธยมศึกษาปีที่ 4 ว่าอินเทอร์เน็ตเป็นเครือข่ายที่ช่วยสืบค้น แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้เป็นอย่างยิ่งแม้จะมีข้อดีอยู่มากแต่เทคโนโลยีก็ต้องมีข้อจำกัดและมีผลกระทบต่อผู้ใช้ในหลายลักษณะเช่นมีการให้ข้อมูลเท็จ ข้อมูลบิดเบือนที่แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้รับสารที่ขาดวิจารณญาณหลงเชื่อ การเสนอขายสินค้า ผิดกฎหมาย ขายบริการทางเพศที่แอบแฝงอยู่ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โฆษณาชวนเชื่อของ มิฉชาติพทำให้ผู้รับสารไม่มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการโพสข้อความบางสิ่ง บางอย่างที่ไม่สมควรลงในอินเทอร์เน็ต และอาจเป็นผลให้ผู้อื่นเดือดร้อนได้

Mark Poster (1995) ได้เปิดศักราชใหม่ในทศวรรษ 1990 โดยใช้ชื่อว่า The Second Media Age หรือการเข้าสู่สื่อยุคใหม่เนื่องจากการใช้คอมพิวเตอร์เปลี่ยนไปเป็นระบบโต้ตอบ และการสื่อสารในระบบเครือข่ายโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต อันที่จริงสื่อใหม่เหล่านี้ยังรวมไปถึงการใช้ข้อความสั้น (SMS) และการใช้บอกหนทางหรือแผนที่ที่ตั้ง (GPS) เป็นต้น อันที่จริงสื่อใหม่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ยุคสงครามเย็นตอนต้น แต่เริ่มนำมาใช้เป็นสื่อสังคมใกล้ปลายศตวรรษที่แล้ว สื่อใหม่จะแบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ประเภทแรก เป็นสื่อใหม่ที่สื่อทำหน้าที่แบบหลวมๆ จากความหลากหลายของสื่อที่มีขอบข่ายที่กว้างขวางมาสู่การมีขอบข่ายที่เป็นแบบส่วนตัวมากขึ้น ประการที่สอง ความมุ่งมั่นที่จะไปสู่รูปแบบใหม่ของการใช้สื่อเพื่อสนองข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่เป็นปัจเจกภาพหรือการเข้าถึงตัวตนของเรา ประการที่สาม มันเปลี่ยนสภาพความเป็นยุคสงครามเย็นมาสู่ยุคใหม่ที่เน้นความนิยมและความแพร่หลายของประชาชน อำนาจของสื่อกลับมาพร้อมกับผลประโยชน์ในการแพร่ข่าวสารวงกว้างไร้พรมแดน

Rieger (2010) ได้กล่าวถึงมนุษยชาติพันธุ์ดิจิทัลซึ่งใช้เครื่องมือด้วยสื่อใหม่อันเป็นของวิทย์การกับคุณภาพของมนุษยชาติ ซึ่งมันวิวัฒนาการด้วยการถ่ายทอดบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งพิจารณาได้หลายแง่มุมเช่น การแสดงออกซึ่งความกระแ้างชัดของมนุษย์พันธุ์นี้มีพิสัยของความคิดเห็นและสมมติคิดกว้างไกลด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มนุษย์พันธุ์ดิจิทัลถูกตีความได้ 3 นัยยะ ได้แก่ ประการแรก สื่อดิจิทัลอำนวยความสะดวกในการสื่อสารทางปัญญา ประการที่สอง สื่อดิจิทัลเป็นฐานในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์และความเป็นศิลปิน ประการที่สาม สื่อดิจิทัลเป็นบริบทในการศึกษาเชิงวิพากษ์ของวัฒนธรรมดิจิทัล บทความสรุปได้ว่า เทคโนโลยีสื่อใหม่เป็นแรงขับเคลื่อนที่อยู่เบื้องหลังนวัตกรรมทางวิชาการซึ่งสำคัญว่า

สิ่งที่เคยเข้าใจเช่น นัยยะทางวัฒนธรรม สังคม และการเมือง โดยอาศัยการแพร่หลายในรูปแบบสื่อออนไลน์ สื่อสังคม บล็อก ยูทูป โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรืออีเมล เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดวงทิพย์ วรพันธุ์, (2532, หน้า 135) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2531-2532 เป็นต้นมา เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาในการนำเสนอข่าวโทรทัศน์ให้หลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่เคยเสนอข่าวในช่วงเวลา 20.00 น. และช่วงเวลา 23.00 น. ได้มีการเพิ่มช่วงเวลานำเสนอในแต่ละวันมากขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้เลือกรับชมได้ตามความสะดวก โดยเฉพาะข่าวช่วงเช้ารับอรุณในเวลา 06.00 น. – 06.30 น. จากสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆในชื่อที่แตกต่างกันไป

ศุภรศมี จิตติกุลเจริญ (2543, หน้า 34) เมื่อรายการประเภทเล่าข่าวและกึ่งเล่าข่าวภาคเช้าเกิดขึ้น ทำให้คนเปลี่ยนพฤติกรรมจากการอ่านหนังสือพิมพ์และฟังวิทยุมารับชมรายการข่าวแทน รายการข่าวภาคเช้ากลายเป็นแหล่งรายได้หลักของสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ทำให้ผังรายการข่าวแต่ละสถานี ต่อสู้แข่งขันทั้งด้านคุณภาพ ความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ ตลอดจนความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล ความน่าเชื่อถือของผู้ดำเนินรายการ ซึ่งนอกจากแข่งขันกันเองภายในสื่อโทรทัศน์ แล้วยังต้องต่อสู้กับสื่อประเภทอื่นด้วย ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ และข่าวออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต

รายการข่าวเช้า กลายเป็นรายการที่สร้างรายได้หลักให้สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ทำให้มีการปรับผังรายการเพื่อต่อสู้กับรายการคู่แข่ง ทั้งด้านคุณภาพ ความรวดเร็ว ทันต่อเหตุการณ์ และความถูกต้องครบถ้วน รวมถึงผู้ดำเนินรายการ หรือผู้ประกาศข่าว ที่นอกจะแข่งขันกันเองภายในสื่อโทรทัศน์ด้วยกันแล้ว ยังต้องแข่งขันกับสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และข่าวออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต

รายการข่าวภาคเช้าเป็นรายการหนึ่งที่มีประโยชน์ ปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ มีการแข่งขันกันสูง มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการเสนอข่าวยิ่งขึ้น มีการคัดเลือกผู้ดำเนินรายการเพื่อสู้กับสถานีคู่แข่ง มีการปรับเนื้อหาข่าวในการนำเสนอ รูปแบบรายการ และมีการเพิ่มรายงานพิเศษหรือสื่อบุคคล เพื่อให้การนำเสนอแตกต่างจากช่องอื่น ทำให้ประชาชนสนใจและและหันมาติดตามรับชมรายการข่าวภาคเช้ามากขึ้น จนอาจกล่าวได้ว่า ในช่วงเวลาเช้ามีผู้ชมข่าวเช้าสูงมาก ก่อนออกไปทำงานนอกบ้าน เพราะการรับชมข่าวโทรทัศน์ทำให้ได้รับความรู้ มีหูตาที่กว้างไกล รายการข่าวเช้าทางสถานีโทรทัศน์จึงเปรียบเสมือนหน้าต่าง ที่เปิดให้เห็นโลกกว้าง และเป็นกระจกที่สะท้อนให้เห็นความเป็นไปของสังคม

ศิริ สารผล (2552) วิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขนผลวิจัยพบว่าความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์ในเขตบางเขนอยู่ใน ระดับ มากทั้ง 4 ด้าน คือ

1. ด้านผลิตภัณฑ์
2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
3. ด้านพนักงาน
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

โดยประชากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันประชากรที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพนักงาน และด้านการส่งเสริมการตลาด ประชากรที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ประชากรที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด

สุदारักษ์ เนื่องชมภู (2553) วิจัยเรื่อง ความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ของ สถานีโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์สาธารณะ ผลวิจัยพบว่าผู้ชม รายการโทรทัศน์เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยผู้ชมส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จบการศึกษา ระดับปริญญาตรีมากที่สุดและส่วนใหญ่มีอาชีพเป็น นักศึกษามีรายได้เฉลี่ย 5,000 - 10,000 บาทส่วนพฤติกรรมการรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์สาธารณะส่วนใหญ่ผู้ชมรายการทุกวัน โดยใช้เวลา 30 นาที - 1 ชั่วโมง อยู่ในช่วงเวลา 18.01 - 22.00 น. การชมส่วนใหญ่ชมรายการทางทีวีไทยสลับไปมา กับรายการของช่องอื่น โดยมีเหตุผลที่เลือกรับชมรายการที่ทีวีไทยต่อรายการประเภทข่าว รายการ สารบันเทิง รายการสารประโยชน์ รายการสารคดีและรายการประเภทเด็กและเยาวชนปรากฏว่า รายการประเภทข่าวที่มีผู้ชมมากที่สุดคือ รายการเปิดปม รายการประเภทสารบันเทิง ได้แก่ รายการ ดนตรี กวีศิลป์ รายการประเภทสารประโยชน์คือรายการ ไทยมุง รายการประเภทสารคดีได้แก่รายการ ท้องโลกกว้าง รายการประเภทเด็กและเยาวชน ได้แก่ รายการ English Breakfast ส่วนความพึงพอใจของ ผู้ชมที่มีต่อ วัน เวลา และระยะเวลาที่ออกอากาศของรายการ ปรากฏว่ารายการข่าวผู้ชมมีความพึงพอใจต่อวัน เวลา และระยะเวลาที่ออกอากาศมากที่สุด ส่วนความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรูปแบบการ

นำเสนอรายการสูงที่สุดคือ รายการข่าว ทางด้านความต้องการคุณค่าที่ได้รับจากการรับชม รายการทาง ทีวีไทย ผู้ชมมีความต้องการที่สูงที่สุดคือ การเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกกลุ่ม ส่วนคุณค่าที่ ผู้ชม ต้องการให้ รายการนำเสนอมากที่สุดคือ รูปแบบสารคดีไทยและต่างประเทศ

มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร (2554) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าว บันเทิง ของประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพมหานคร ผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 26 - 35 ปี มากที่สุด การศึกษาสูงสุดส่วนใหญ่ปริญญาตรี อาชีพ ส่วนใหญ่เป็นพนักงาน บริษัทเอกชน รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท โดยมี พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ แบบทุกวันมากที่สุด โดยเปลี่ยนช่องสลับไปมากับรายการช่องอื่น หรือเปลี่ยนเมื่อมีโฆษณามากที่สุด การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของรายการข่าวบันเทิงที่เปิดรับชม ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของ รายการที่เปิดรับชม ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลที่สุดในการเปิด รับชมรายการข่าวบันเทิง คือ คลายเครียดจาก การเรียน การทำงาน ปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่มี อิทธิพลมากที่สุดในการเปิดรับชม คือ กระแสชาวนั้น อยู่ในความสนใจ ได้ฟังคนอื่นพูดปากต่อปาก มา เลยอดยากทราบข่าวเพื่อให้ทันกระแส ส่วนปัจจัยที่ เกี่ยวกับองค์ประกอบรายการข่าวบันเทิงที่มี อิทธิพลมากที่สุด คือ ความทันสมัยของประเด็นข่าวบันเทิง ที่นำเสนอ ด้านความพึงพอใจใน รายการข่าวบันเทิงที่เปิดรับชม ในส่วนของเนื้อหารายการมากที่สุดคือ การนำเสนอข่าวสารบันเทิง มีความสด ทันต่อเหตุการณ์ มีความชัดเจน เจาะลึก ในส่วนของรูปแบบ รายการมากที่สุด คือ รูปแบบของสื่ूप่าวของบุคคลในวงการบันเทิงที่เน้นตามกระแสสังคม ในด้าน พิธีกร ผู้ดำเนิน รายการมากที่สุด คือ มีความเป็นกันเอง บุคลิกและมนุษย์สัมพันธ์ดี สร้างความ สนุกสนานใน รายการได้ ในด้านความพึงพอใจในประโยชน์หลังการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงมากที่สุด คือ ได้รับความบันเทิง ความเพลิดเพลิน เป็นการผ่อนคลาย ในการทดสอบสมมติฐาน พบ ความสัมพันธ์ดังนี้ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ด้านแรงจูงใจ ปัจจัย ภายนอก และด้านองค์ประกอบรายการ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเปิดรับชมรายการและ การมี ส่วนร่วมในรายการ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ด้านแรงจูงใจ ปัจจัยภายนอก มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมขณะรับชมรายการข่าวบันเทิง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพล ในการเปิดรับชม รายการข่าวบันเทิง ด้านองค์ประกอบรายการไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ขณะรับชมรายการข่าวบันเทิง ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน มี ความพึงพอใจต่อรายการข่าว บันเทิงที่แตกต่างกัน กล่าวคือ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าว บันเทิง ด้านระยะเวลาในการรับชม พฤติกรรมขณะรับชม และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมรายการที่ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหา รายการและรูปแบบรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน

ส่วนพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ด้านระยะเวลาในการรับชมที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ที่แตกต่างกัน ขณะที่พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิง ด้านพฤติกรรมกรรมการรับชม และด้านกรามีส่วน ร่วมในกิจกรรมรายการข่าวบันเทิงที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจด้านพิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ที่ไม่ แตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงด้านระยะเวลาการเปิดรับชมและด้านพฤติกรรม ขณะรับชมรายการที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในประโยชน์หลังรับชมรายการที่แตกต่างกัน ส่วน พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวบันเทิงด้านกรามีส่วนร่วมในกิจกรรมของรายการข่าวบันเทิงที่ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในประโยชน์หลังรับชมรายการที่ไม่แตกต่างกัน

ดวงฤทัย นิลเพ็ชร (2555) วิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าว เศรษฐกิจ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล ผลวิจัยพบว่า 1.สภาพปัจจุบัน และรูปแบบรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่น นี้ชาแนลทั้ง 3 ด้าน มีความเห็นอยู่ในระดับมาก 1.1) เนื้อหาของข่าวที่ต้องการทราบคือ อยากทราบเรื่อง การซื้อขายหุ้น 1.2) การนำเสนอข่าวสารทางเศรษฐกิจของรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานี วิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล โดยอยากดูข่าวแบบวิเคราะห์เจาะลึก 1.3) รูปแบบและกระบวนการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อ เศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล ให้ความสำคัญเรื่องเนื้อหาที่มีความถูกต้อง น่าสนใจและ น่าเชื่อถือ 2.รูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อ เศรษฐกิจและการลงทุน มั่นนี้ชาแนล มี 4 ด้าน ได้แก่ 2.1) ผู้ปรากฏตัว คือ พิธีกรและแขกรับเชิญ 2.2) การนำเสนอรายการ คือ บทพูดของพิธีกร, บทสัมภาษณ์, บทสัมภาษณ์, ฉาก, ส่วนนำรายการและท้าย รายการ, ตัวหนังสือซ้อนและคอมพิวเตอร์กราฟฟิก, การนำเสนอทางด้านภาพและเสียง 2.3) ช่องทางการนำเสนอ คือ เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ต วิทยุ 2.4) ผู้ชมรายการ คือ ผู้ลงทุน ผู้สนใจลงทุนและโบรกเกอร์ 3. การรับรองรูปแบบการนำเสนอรายการโทรทัศน์ด้านข่าวเศรษฐกิจของสถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อเศรษฐกิจ และการลงทุน มั่นนี้ชาแนลโดยผู้ทรงคุณวุฒิพบว่า มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

กัลยกฤต บุญบำรุงชัย (2555) วิจัยเรื่อง ทศนคติของผู้ชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทย ทีวีสี่ช่อง 3 ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ สรยุทธ สุทัศนจินดา ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทาง ประชากรที่แตกต่างกันไม่ทำให้มีทัศนคติต่อ สรยุทธ สุทัศนจินดา แตกต่างกัน ยกเว้นลักษณะทาง ประชากรด้านเพศ โดยผู้ชมส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อ สรยุทธ สุทัศนจินดา ทั้งในด้านบุคคลลักษณะ ของการเป็นผู้ดำเนินรายการข่าวที่ดี ด้านวิธีการนำเสนอข่าวและด้าน

บทบาทและการปฏิบัติหน้าที่ และมีแนวโน้มที่จะติดตามรับชมรายการข่าวอย่างต่อเนื่องหากผู้ดำเนินรายการข่าวให้ความสำคัญในเรื่อง ของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อที่มากขึ้น

นภาพร ช่างกล (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการนำเสนอข่าวในประเทศของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ผลวิจัยพบว่า ประชากรที่มีเพศ การศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน ขณะที่ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับรายการ ข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และการเปิดรับชมรายการข่าว โทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ