

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "พฤติกรรม และความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์สยามรัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" โดยผู้วิจัยได้ศึกษา และนำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับข่าวเศรษฐกิจ
3. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
4. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล
5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองของความพึงพอใจ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งนอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์มาก การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคม เจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน (สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2559)

ความหมายของการสื่อสาร

การสื่อสาร หมายถึง การที่มนุษย์ติดต่อ ส่งข่าวสาร ข้อเท็จจริงความคิดเห็นและทัศนคติต่าง ๆ จากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งหรือหลายคน การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านสื่อ จากความหมายของการสื่อสารดังกล่าวที่มีความสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกัน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการติดต่อ ส่งข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยสื่อเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดสาร ได้อธิบายไว้ว่า การสื่อสารเป็นสิ่ง

ซึ่งนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลง คือ เมื่อใดก็ตามที่คนเริ่มทำการสื่อสารกับบุคคลอื่น การเปลี่ยนแปลงย่อมเกิดขึ้นไม่มากนักน้อย โดยเฉพาะในส่วนของทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดจนการกระทำของตนเอง ดังนั้น การที่บุคคลได้รับข่าวสาร หรือส่งข่าวสารไปยังผู้อื่นนั้น ต้องเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสื่อสาร การสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม มนุษย์ได้ใช้วิธีการต่าง ๆ ติดต่อกับคนอื่น ๆ เพื่อที่จะบอกข่าวสาร ข้อมูล ตลอดจนความรู้สึกนึกคิด ความเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่อกัน และที่สำคัญเพื่อชักจูงให้เกิดพฤติกรรมตามที่ผู้ส่งสารต้องการ

องค์ประกอบของการสื่อสาร

การสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่ต้องกระทำร่วมกัน องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ได้แก่

แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร (Source) เป็นจุดเริ่มต้นของการสื่อสาร หมายถึง แหล่งกำเนิดของสาร หรือผู้ที่เลือกสรรข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็น หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น แล้วส่งต่อไปยังผู้รับสาร ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลคนหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งคนก็ได้ บทบาทของผู้ส่งสารมีอยู่ 3 ประการ คือ เลือกสรรความหมายที่จะใช้สำหรับการสื่อสารสร้างรหัสจากความหมายให้อยู่ในรูปของสาร และส่งรหัสของสารนั้นออกไป

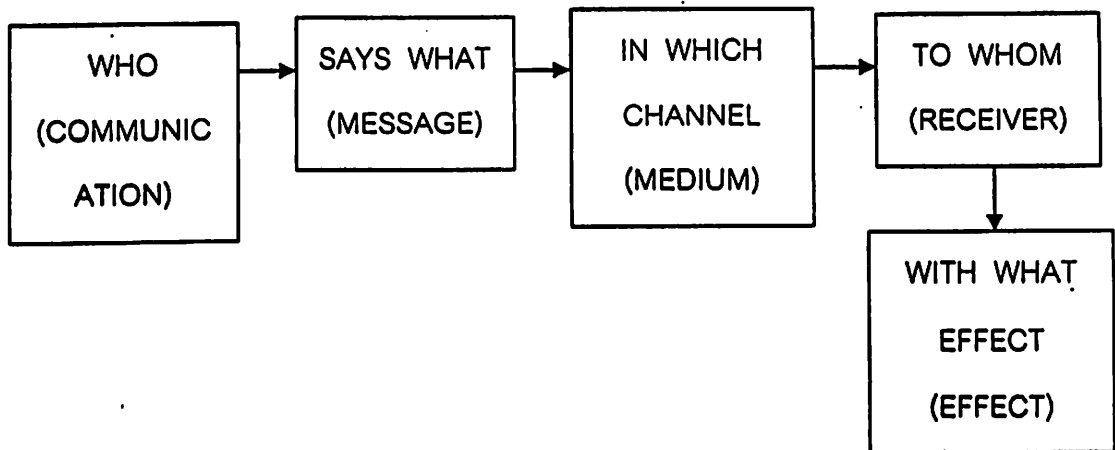
สาร (Message) หมายถึง สิ่งที่ทำหน้าที่กระตุ้นความหมายให้กับผู้รับ เป็นสาระเรื่องราวที่ส่งออกไปจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสาร อาจเป็นความคิด (Idea) หรือเรื่องราวใด ๆ ที่ส่งผ่านไปตามสื่อได้ สารอาจเป็นข้อความ คำพูด รูปภาพ หรือกริยาท่าทางก็ได้

ช่องทางสำหรับส่งสาร หรือสื่อ (Channel Of Media) เป็นสิ่งที่จะนำสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับ ในการศึกษาเกี่ยวกับสื่อ โดยทั่วไปมักแบ่งสื่อออกเป็นสามประเภท คือ สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร เป็นจุดหมายปลายทางที่ส่งสารไปถึง ผู้รับสารอาจเป็นบุคคลเดียวหรือหลายคน หรือกลุ่มคนก็ได้ บทบาทของผู้รับสารมีอยู่ด้วยกันสามประการ คือ รับสาร ถอดรหัสจากสารเพื่อให้ได้ความหมายและได้ตอบสนองความหมาย บทบาททั้งสามนี้อาจทำโดยบุคคลเพียงคนเดียว

องค์ประกอบอีกส่วนหนึ่ง คือ ปฏิกริยาตอบสนองกลับ (Feedback) องค์ประกอบนี้ในบางครั้งอาจมี หรือไม่มีก็ได้ ขึ้นอยู่กับระบบของการสื่อสารแต่ละประเภท ปฏิกริยาตอบสนองกลับประกอบด้วยสาร หรือพฤติกรรมที่ผู้ได้รับสารแสดงออกเพื่อให้ผู้ส่งสารได้ทราบถึงผลของสารที่ผู้ส่งได้ส่งไปให้ผู้รับ

ปฏิกริยาย้อนกลับเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงในตัวผู้รับสาร นอกจากนั้นยังเป็นสิ่งที่แสดงว่า การสื่อสารนั้นเกิดผลหรือไม่ และประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ฮาโรลด์ ดี. ลาสส์เวลล์ อธิบายความหมายของการสื่อสารโดยใช้แบบจำลอง ซึ่งเป็นการศึกษาปฏิกริยาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสารไว้



แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์

ภาพประกอบที่ 2.1 แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์

Who คือ ผู้ที่กำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร ในการวิจัยนี้ คือ หัวหน้าข่าวเศรษฐกิจ ผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ

What คือ เรื่องหรือเนื้อหาสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไปในการวิจัยนี้ คือ ข่าวสารเศรษฐกิจ

Channel คือ ตัวกลางของสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านไปยังผู้รับ ในการวิจัยนี้ คือ หนังสือพิมพ์สยามรัฐ

Whom คือ ผู้รับสาร ในการวิจัยนี้ คือ ประชาชนข้าราชการ นักธุรกิจ

Effect คือ สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร ในการวิจัยนี้ คือ พฤติกรรม และความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวเศรษฐกิจ

ทั้งนี้สรุปได้ว่า แบบจำลองของลาสเวลล์ เน้นการอธิบายกระบวนการสื่อสารแบบง่าย ๆ ผู้สื่อสารปรากฏตัวขณะทำการสื่อสาร และเชื่อว่าเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไปยังจุดหมายปลายทางจะต้องมีจุดมุ่งหมาย เพราะการสื่อสารในแต่ละครั้งจะต้องเกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับการข่าวเศรษฐกิจ

ความหมาย "ข่าวเศรษฐกิจ" สามารถแยกคำออกได้เป็นสองคำ คือ "ข่าว" หมายถึง เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง และข้อคิดเห็นที่ได้รับการรายงานเป็นสิ่งที่คนทั่วไปให้ความสนใจ เพราะถ้า เหตุการณ์ที่ถึงแม้ว่าจะมีคนสนใจมากเพียงใดแต่ไม่ได้รับการรายงานก็ไม่ถือว่าเป็นข่าว หรือว่า ข่าว จะเป็นสิ่งใหม่ ๆ หรือข้อมูลใหม่ ๆ ที่มีเนื้อหาสาระและประโยชน์ แต่ยังไม่เป็นที่รู้จัก ซึ่งข่าว หรือ คำว่า NEWS ในภาษาอังกฤษจำแนกได้ดังนี้

N-NORTH

E-EAST

W-WEST

S-SOUTH

ดังนั้นข่าวจึงมีความครอบคลุมทุกพื้นที่ทุกอาณาเขตของโลกและเป็นที่สนใจ นอกจากนั้นยังต้องได้รับการรายงานอีกด้วย

นอกจากนี้ข่าวที่ดีต้องมีคุณสมบัติที่ถูกต้องดังนี้

1. ความถูกต้อง ข่าวต้องชัดเจน มีความถูกต้องเป็นความจริงเท่านั้น

2. ความสมดุล ข่าวต้องมีความเป็นกลางไม่ลำเอียง

3. การไม่เอาตัวเข้าไปพัวพันกับการรายงานข่าว

4. ความชัดเจนและกระชับรัด เนื้อหาของข่าวจะไม่กำกวม สองแง่สามง่าม มีความ

ชัดเจน อ่านแล้วรู้แล้วเข้าใจทันที

5. เวลา ข่าวต้องทันสมัย รวดเร็ว สด ใหม่ อยู่เสมอๆ

"เศรษฐกิจ" หมายถึง "งานอันเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายจ่ายแจก และการบริโภคใช้ สอยสิ่งต่าง ๆ ของชุมชน." รวมถึงด้านการให้บริการและการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยกระตุ้นต่อการ เติบโตของเศรษฐกิจ เศรษฐกิจยังอาจอธิบายได้ว่าเป็นเครือข่ายจำกัดโดยพื้นที่และเครือข่ายสังคม ที่ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการตามอุปสงค์และอุปทานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยการแลกเปลี่ยน หรือสื่อกลางการแลกเปลี่ยนด้วยมูลค่าเครดิตหรือเดบิตที่ยอมรับกันภายในเครือข่าย (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำนิยามเกี่ยวกับเศรษฐกิจไว้มากมาย ในแต่ละนิยามก็แตกต่างกัน ไปตัวอย่างเช่น

"เศรษฐกิจ" เป็นกิจกรรมของมนุษย์เกี่ยวกับการผลิต การแบ่งสรรปันส่วนการบริโภค สินค้า และการบริการ

"เศรษฐกิจ" เป็นการจัดวางรูปแบบการผลิตสินค้า และการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์

"เศรษฐกิจ" เป็นการบริหารการใช้ปัจจัยการผลิตอันมีอยู่จำกัดในการผลิตสินค้า และรวมถึงการใช้ปัจจัยที่กำหนดการจ้างงาน และรายได้

คำนิยามที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายได้แก่ คำนิยามของศาสตราจารย์ ลีออนเนล รอบบอินส์ (Lionel Robbins) ได้กล่าวถึง เศรษฐกิจ" ในนิยามของเศรษฐศาสตร์ว่า เป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงการเลือกหนทางที่จะใช้ปัจจัยการผลิตอันมีอยู่อย่างจำกัด เพื่อให้สำเร็จตามจุดประสงค์อันมีอยู่มากมายนับไม่ถ้วน

ดังนั้น "ชาวเศรษฐกิจ" สามารถแปลความหมายได้ว่า การรายงาน เหตุการณ์ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการผลิต การบริโภคใช้สอยสิ่งต่างๆที่มีปัจจัยกระตุ้นต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในภาพรวมต่างๆ เพื่อรายได้ของบุคคล ชุมชน และประเทศ

"ชาวเศรษฐกิจ" คือ ชาวคราว รายงาน ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของระบบการผลิตทั้งภายใน และภายนอกระบบเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต และความเจริญเติบโตของสังคมนั้นๆ ทั้งนี้รวมถึงความรับผิดชอบต่อการเสนอความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

ทั้งนี้ชาวเศรษฐกิจได้มีการจำแนกออกเป็นประเภทของการนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ ในปัจจุบันได้หลากหลายประเภทได้แก่

การตลาด หมายถึง ชาวสารที่เกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดของบริษัทต่างๆ ห้างสรรพสินค้า สินค้าอุปโภคบริโภค อาหาร เครื่องดื่ม เครื่องใช้ไฟฟ้า ธุรกิจโฆษณา บริษัทวิจัยการตลาด หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) และคณะกรรมการอาหาร และยา กรมปศุสัตว์ กรมการค้าภายใน

การเงิน-การธนาคาร หมายถึง ชาวสารที่นำเสนอเกี่ยวกับการเงิน การคลัง สถาบันการเงิน บริษัทเงินทุน ตลาดหลักทรัพย์ การซื้อขายหลักทรัพย์ ภาษี ดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา นโยบายการเงินของประเทศ ประกันชีวิต และประกันภัย หน่วยงานด้านการเงิน อาทิ กระทรวงการคลัง ธนาคารแห่งประเทศไทย

การลงทุน-อุตสาหกรรม หมายถึง ชาวสารที่นำเสนอเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจ เอกชน การลงทุนก่อสร้างต่างๆ นโยบายด้านการลงทุน และการส่งเสริมอุตสาหกรรมของประเทศ

พลังงานของประเทศ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ เหมืองแร่ หน่วยงานด้านอุตสาหกรรม อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรม การนิคมอุตสาหกรรม กระทรวงพลังงาน

การคมนาคม-สื่อสาร หมายถึง ข่าวสารเกี่ยวกับการคมนาคมทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ทางราง อัตราค่าโดยสาร ความปลอดภัยในการเดินทาง ข่าวเกี่ยวกับการสื่อสาร และการโทรคมนาคม ระบบโครงข่ายอินเทอร์เน็ต หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงคมนาคม กรมการขนส่งทางบก กรมเจ้าท่า กรมทางอากาศยาน บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) การทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน)

การก่อสร้างที่อยู่อาศัย หมายถึง ข่าวสารเกี่ยวกับการก่อสร้างบ้าน อาคาร คอนโดมิเนียม หมู่บ้านจัดสรร โรงแรม สถานที่ตากอากาศ วัสดุก่อสร้าง หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กระทรวงมหาดไทย กรมที่ดิน กรมโยธาธิการ และผังเมือง วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทย สมาคมสถาปนิกสยาม สมาคมบ้านจัดสรร

ทั้งนี้สรุปได้ว่า ชาวเศรษฐกิจ คือ ชาวคราว รายงาน ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของระบบการผลิตทั้งภายใน และภายนอกระบบเศรษฐกิจ ที่มีผลต่อการดำเนินชีวิต และความเจริญเติบโตของสังคมนั้นๆ ทั้งนี้รวมถึงความรับผิดชอบต่อการเสนอความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ

องค์ประกอบของข่าวเศรษฐกิจ

1. พาดหัวข่าวหรือหัวเรื่อง (Headline) เป็นส่วนที่ดึงดูดความสนใจ และบอกให้รู้ว่าข่าวนั้นมีประเด็นสำคัญอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องเป็นภาษาที่สั้นและกระชับ และเมื่ออ่านแล้วสามารถเข้าใจได้ง่าย ถ้าผู้อ่านสนใจก็จะติดตามไปอ่านรายละเอียดต่อไป

2. ส่วนความนำ (Lead) คือส่วนที่สำคัญที่สุดของข่าว เพราะเมื่ออ่านส่วนความนำแล้วผู้อ่านจะทราบทันทีว่ามีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นบ้าง เนื้อหาในส่วนนี้จะต้องตอบคำถามที่คนอยากรู้ก่อน โดยใช้หลัก 5W+H คือ ใคร (Who) ทำอะไร (What) ที่ไหน (Where) เมื่อไหร่ (When) ทำไม (Why) และอย่างไร (How) โดยอาจเลือกตอบเฉพาะประเด็นที่มีความสำคัญ ที่คาดว่าผู้อ่านอยากรู้มากที่สุดก่อนก็ได้

3. ส่วนเชื่อม (Neck) คือส่วนที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความนำและเนื้อหาข่าว โดยทั่วไปจะมีความยาวเป็นย่อหน้าสั้นๆ เพื่อขยายความ หรือเพิ่มเติมข้อมูลจากสิ่งที่ปรากฏในความนำ เพื่อไม่ให้ความนำยาวเกินไป

4. ส่วนเนื้อหา (Body) เป็นส่วนที่เล่ารายละเอียดของเหตุการณ์ทั้งหมด เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวทั้งหมดตามลำดับความสำคัญของเหตุการณ์ หรือลำดับเวลา หรือลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ส่วนเนื้อหาจึงเป็นส่วนขยายส่วนความนำ โดยขยายรายละเอียดและข้อมูลที่ยังไม่ได้ระบุถึงในความนำเพิ่มเติม

ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ ได้มีการเลือกรับรื่อนั้นเกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตาม ทักษะคติ และประสบการณ์เดิมของตนเอง และองค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสภาพทางสังคม

การเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ (1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน (2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสาร โดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ

การเลือกเปิดรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure Or Selective Attention) ผู้รับสารจะเลือกสนใจเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ โดยสนใจเฉพาะข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะคติ และความสนใจของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ในขณะที่จะพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อ ทักษะคติ และความสนใจ ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสบายใจ และความพึงพอใจในการเปิดรับสาร

การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารอาจมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความ

เข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายและอารมณ์ของตนเองขณะนั้น

การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่คุณเลือกให้ความสนใจ และเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองแล้วบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง (พีระ จิระโสภณ, 2537 :หน้า24)

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร ต้องมีประสบการณ์ ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของตนเอง มีการประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน ผู้รับสารที่มีภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาที่แตกต่างกัน ซึ่งความสามารถในการรับสาร เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร สถานภาพทางอารมณ์อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร และทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ (Schramm, 1973:หน้า 121-122)

นอกจากองค์ประกอบต่าง ๆ ยังมีปัจจัยบางประการที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนของผู้รับสารดังนี้ ปัจจัยแรกด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ปัจจัยด้านนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่า คนเรามีโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่มีความเฉพาะตัวและมีความแตกต่างกันอย่างมาก ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่ต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน และจะส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ กระบวนการเรียนรู้ การรับรู้ และความเข้าใจ ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางสังคม ในการอยู่ร่วมกันในสังคม คนเราจะยึดติดอยู่กับกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ที่ตนสังกัดอยู่ ดังนั้น จึงตัดสินใจแสดงพฤติกรรมใดๆ ที่สอดคล้องกับความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรมอันเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม และปัจจัยที่สามด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้เกิดความคล้ายคลึงกันในการเปิดรับเนื้อหาของสาร รวมทั้งการตอบสนองต่อเนื้อหาของสารดังกล่าว

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนถนัดที่จะฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึกดี ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนา

ความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วน ขวัญเรือน กิติวัฒน์ มีความเห็นว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการ เปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันคือ

ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเข้าใจ

ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชแรมม์ ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน

การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด

ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน

การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือก รับสาร

ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และ พฤติกรรมของผู้รับสาร

อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสาร หรือ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือ ข่าวสารที่ได้พบ เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ ชแรมม์ กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับ การใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ใน รูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

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

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้น อาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของ ข่าวสาร ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

สำหรับความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้น แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหา ข้อมูลเมื่อ ต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับ ข่าวสารเพื่อ ทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอา ใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับ ข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้นมี นักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน โรเลย์ และฟลาวเวอร์แมน มีความเห็นแนวเดียวกันว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็น ที่ยอมรับของสมาชิก ภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่าง ๆ ก็ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน โรห์ และวาบเลต เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือก

รับข่าวสารจากสื่อใดนั้นยอมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพทางสังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสาร หรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น สรุพงษ์ ไตรนะเสถียร ก็ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการ

เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้

เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความ รั้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน

เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง การต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่นการใช้ภาษาร่วมสมัย เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

การผละสังคัม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อ หลีกเลี่ยงงานประจำ หรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

แม้คคอมพ์ และ เบคเกอร์ ได้ให้แนวคิดที่ว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสาร ทำให้คนเป็นที่ทันเหตุการณ์ ทันสมัย

เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องชีวิตประจำวัน

เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมนรอบ ๆ ตัว

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกันโรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชาชนโดยตรง

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

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา โดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ โบปลิวิ คู่มือ นิทรรศการ เป็นต้น ดังนั้น การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็น สื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไป ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่ต่างกัน ย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

ความหมายความแตกต่างระหว่างบุคคล (ลูธีรา เผ่าโกศลถิต, 2543 หน้า 26-28) มนุษย์เรามีความคล้ายคลึงกันอยู่หลายประการ เช่น ต่างก็มีความต้องการ มีความรู้สึก มีอารมณ์แต่ในขณะที่เดียวกันบุคคลแต่ละคนก็มีความแตกต่างจากคนอื่น ๆ ได้หลายประการ เช่น มีรูปร่างต่างกัน มีสีของตา สีของผมต่างกัน บางคนมีความฉลาดบางคนโง่เขลาแม้แต่คู่แฝดยังมีความแตกต่างกัน เช่น แตกต่างกันในความคิดและอารมณ์ ฉะนั้นเราอาจกล่าวได้ว่า ไม่มีผู้ใดจะมีความเหมือนกันไปเสียทุกอย่าง มนุษย์ทุกคนในโลกนี้จึงมีความแตกต่างกันทั้งทางร่างกายและสิ่งแวดล้อมที่ต่างกันและความแตกต่างของมนุษย์จึงเป็นเรื่องที่บุคคลควรเข้าใจและศึกษาเพื่อให้เข้าใจเพื่อนมนุษย์

วิวัฒนาการของการศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล มีดังนี้

ความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นเรื่องที่ได้มีการรับรู้มาเป็นเวลานานนับตั้งแต่เพลโต (Plato) (427 – 347 ก่อนคริสต์ศักราช) นักปรัชญาชาวกรีก ได้เขียนไว้ในหนังสือชื่อ The Republic ว่าไม่มีบุคคลสองคนที่เกิดมาเหมือนกันไปเสียทุกอย่าง ต่อมาในศตวรรษที่สิบเก้า ผู้ที่ได้ศึกษาเรื่องราวของความแตกต่างระหว่างบุคคลอย่างเป็นวิทยาศาสตร์คือ เซอร์ ฟรานซิส กาลตัน (Sir Francis Galton) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องราวของกรรมพันธุ์ ได้สรุปว่า สติปัญญาของแต่ละคนขึ้นอยู่กับพันธุกรรม และกาลตันยังกล่าวไว้ว่า ลายมือของคนเรายังมีความแตกต่างกันอีกด้วย

ในศตวรรษที่ยี่สิบ นักจิตวิทยาชาวอเมริกันชื่อ เจมส์ แมคคีน แคทเทิลล์ (James Mckeen Cattall) ผู้เคยศึกษาร่วมกับ วิลเฮล์ม วุนด์ท์ (Wilhelm Wundt) เรื่องจิตสำนึกของบุคคลต่อภาพที่เร้าในทันทีทันใดแคทเทิลล์ได้ให้ความสนใจในด้านการวัดความแตกต่างระหว่างบุคคลและได้ริเริ่มออกแบบทดสอบการปฏิบัติงาน (Perfor Mance Test)

ในเรื่องการวัดความแตกต่างทางจิตวิทยาที่สำคัญนี้เป็นผลงานของนักจิตวิทยาชาวฝรั่งเศสชื่อแอสเฟรด บิเนท์ (Alferd binet) ซึ่งได้สร้างแบบทดสอบสติปัญญาพร้อมกับนายแพทย์ ธีโอดอร์ ไชมอน (Theodore simon) ให้ชื่อว่าแบบทดสอบ บิเนท์-ไชมอน ใน ค.ศ. 1905 แบบทดสอบชนิดนี้มี 30 ข้อและเน้นด้านความเข้าใจ การหาเหตุผล และการใช้วิจารณญาณของเด็กเพราะ บิเนท์ เห็นว่าสิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบที่สำคัญของสติปัญญา บิเนท์ ใช้ทดสอบกับเด็กปกติจำนวน 50 คน อายุระหว่าง 3-11 ปี และเด็กปัญญาอ่อนจำนวนหนึ่ง เพื่อหาความสามารถเฉลี่ยของระดับอายุเด็กวิธีนี้เป็น การทดสอบสติปัญญาอย่างหยาบ ๆ เพราะถือว่าเด็กคนใดทำข้อทดสอบได้มากข้อ ก็มีสติปัญญาสูง แต่จะสูงเท่าใดไม่สามารถทราบได้ ต่อมาใน ค.ศ. 1908 แบบทดสอบนี้ได้รับการปรับปรุงโดยจ้เป็น

ชุด ๆ ตามอายุของเด็กระหว่าง 3-13 ปี และเพิ่มคำถามให้มากขึ้น คะแนนที่เด็กได้รับจะแสดงถึงระดับความสามารถของเด็ก เมื่อเทียบกับเกณฑ์เฉลี่ยของเด็กที่มีอายุเท่า ๆ กันการเปลี่ยนแปลงแก้ไข ครั้งที่สองกระทำใน ค.ศ.1911 และใช้ได้กับเด็กอายุวัย 3 ปีไปจนถึงวัยผู้ใหญ่ภายหลังได้มีผู้นำเอาแบบทดสอบของบิเนท์ไปปรับปรุงที่สำคัญคือ นักจิตวิทยาชื่อเทอร์เมน (Terrien) แห่งมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด สหรัฐอเมริกาได้นำแบบทดสอบไปปรับปรุง และเรียกชื่อว่าแบบทดสอบสแตนฟอร์ด - บิเนท์ ในปี ค.ศ.1916 จากแบบทดสอบนี้เทอร์เมน ได้นำอัตราส่วนของเขาวัยปัญญาหรือ IQ มาใช้เป็นครั้งแรก จากนั้นเทอร์เมนได้ร่วมมือกับเมอร์ริล (Merrill) ทำการดัดแปลงทดสอบซึ่ง ภายหลังบรรดาแบบทดสอบเขาวัยปัญญาส่วนใหญ่ได้พัฒนามาจากแบบทดสอบที่เทอร์เมนและเมอร์ริลช่วยกันพัฒนา มาจากนั้นจนถึงปัจจุบัน ได้มีผู้นำเอาเอกสารการทดสอบทางจิตวิทยามาใช้ประเมินความแตกต่างระหว่างบุคคลอย่างกว้างขวางไม่ว่าจะเป็นในวงการทหารวงการศึกษาวงการธุรกิจ ศูนย์แนะแนวอาชีพ ศูนย์สุขภาพจิต และโรงพยาบาลต่าง ๆ ในบทนี้มุ่งที่จะกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านที่สำคัญสองด้านคือ บุคลิกภาพ และสติปัญญา เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกันของมนุษย์

สาเหตุที่ทำให้บุคคลแตกต่างกัน

นักจิตวิทยาและนักการศึกษาเชื่อว่า ความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นผลมาจากพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม ถ้าความดีเลวเกิดจากพันธุกรรม สิ่งที่เราควรทำคือ ควรปรับปรุงชาติพันธุ์ของเราให้ดียิ่ง ๆ ขึ้น แต่ถ้ามนุษย์เป็นผลมาจากสิ่งแวดล้อม สิ่งที่เราควรปรับปรุงก็ได้แก่ สิ่งแวดล้อมรอบตัวเราทำให้ดีขึ้นเหมือนกับชาวนาถ้าต้องการให้ผลผลิตบังเกิดขึ้นอย่างองกงามก็ต้องอาศัยการดูแลรักษาที่ดินให้สมบูรณ์และรู้จักเลือกใช้เมล็ดพันธุ์ที่ดี พืชแม้จะมีสายพันธุ์ที่ดี ถ้าปลูกในดินไม่ดี ดินไม่มีปุ๋ยพืชย่อมจะไม่ได้ผลผลิตดี ทำนองเดียวกันพื้นดินแม้จะดีเพียงใด ถ้าพืชพันธุ์ไม่ดี พืชพันธุ์อ่อนแอ พันธุ์พืชไม่สามารถทนต่อโรคและแมลง ก็ย่อมจะไม่ได้รับผลผลิตที่ดีเท่าที่ควร

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Socialscience [Engine by iGetWeb.com 28 ธันวาคม 2553])

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนามาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (stimulus-response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R theory) และนำมาประยุกต์ใช้ (Defleur, 1989, p. 173) อธิบายว่า บุคคล มีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น และความแตกต่างนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพทาง สังคมและวัฒนธรรมทำให้มีพฤติกรรมการสื่อสารและการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกัน

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ที่สำคัญคือ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อถือ และบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ในการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัย 2 ประการ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการยอมรับการสื่อสารของผู้รับสารคือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 ,หน้า 60-67)

1. ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันย่อมจะมองหรือจะยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกันไป

2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลทำให้การยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกันเช่น ด้านประชากร (demographics) ได้แก่ อายุ เพศ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือด้าน จิตวิทยา (psychographics) ได้แก่ แบบแผนการดำเนินชีวิต (life style) หรือด้านการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมือนกัน ก็มีผลทำให้บุคคลมีความชื่นชอบไม่เหมือนกันได้

แนวคิดเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคล (individual differences theory) ได้นำมาเป็นตัวแปรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้นับพื้นฐานความคิดที่ว่า เพศ อายุ รายได้ ที่แตกต่างกันทำให้มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนแตกต่างกัน และความแตกต่างในเรื่องทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ น่าจะมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้คอมพิวเตอร์ช่วยสอนได้เช่นกัน

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (สุธีรา ฝาโกลสถิต , 2543 หน้า (28-29)

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ได้รับการพัฒนาจากแนวความคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus-Response) หรือทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R theory) ของกาเย่ (Gagne)และนำมาประยุกต์ใช้ (Defleur, 1966) อธิบายว่า บุคคลมีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทัศนคติ สถิติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น

ความแตกต่างนี้ยังขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมทำให้มีพฤติกรรมการสื่อสารและการเลือกเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ได้แก่

- 1) มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- 2) ความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- 3) มนุษย์ซึ่งถูกชบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป

4) การเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

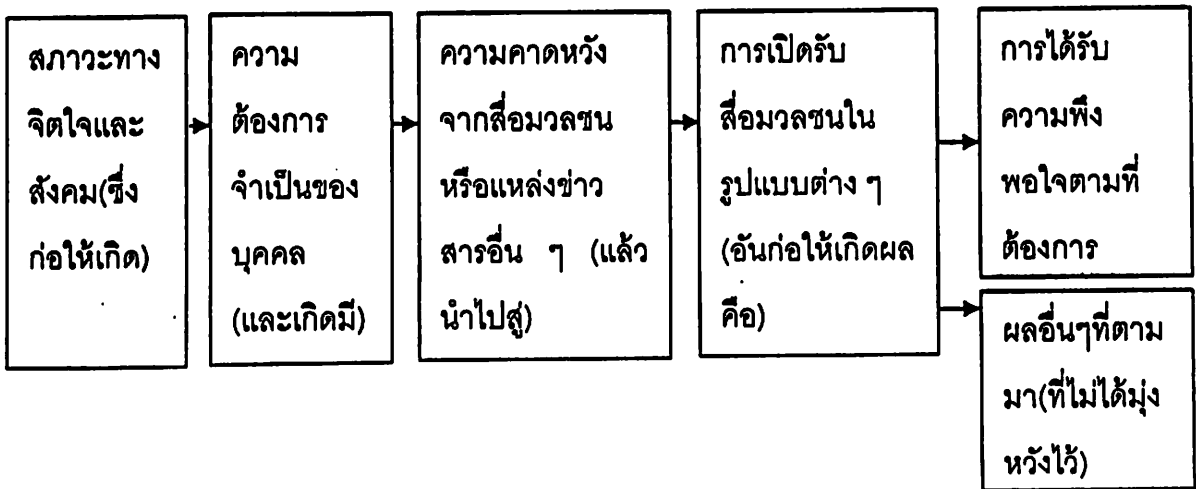
โดยสรุปแล้ว กระบวนการสื่อสารกลุ่มใหญ่และการสื่อสารมวลชนก็คือ จำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางประชากร เช่น จำแนกอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษาเป็นการมองคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันก็จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรทางประชากรที่จะนำมาศึกษา คือ เพศ อายุ ชั้นปีที่ศึกษา คณะ/สาขาวิชา และรายได้ครอบครัวมาพิจารณาด้วย

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการตอบสนองของความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The Uses and The Gratification Approach) ของผู้รับสารจากสื่อใด และสารเหล่านั้นตอบสนองต่อความต้องการของตนอย่างไร เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยสังเกตเห็นได้จากพฤติกรรมการสื่อสารของผู้รับสาร และทฤษฎียังเชื่อว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนไปใช้ให้เป็นประโยชน์ โดยการศึกษาในเรื่องนี้จะมุ่งเน้นพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศบริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

Katz (อ้างถึงใน พีระ จิโรโสภณ, 2539 , หน้า 652) ได้ให้คำอธิบายในแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสาร ดังนี้

“แนวทางศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาพทางสังคมและจิต ซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งจากจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้” และให้เห็นเป็นรูปแบบจำลอง ดังนี้



องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพอใจ

ภาพประกอบที่ 2.2 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพอใจ

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ เช่นในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้ที่มีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นการที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคิดหวังจากสื่อมวลชน โดยเลือกเปิดสื่อสารสนเทศผ่านบริการเครือข่าย ขณะเดียวกันผลการบริโภคข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมา เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่เชื่อว่าคนเราไม่ชอบอยู่ที่จะโดดเดี่ยวตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัว ไม่อยากถูกเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์กันเท่าที่โอกาสอำนวย หากไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อประเภทต่าง ๆ จึงเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ตามปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองมากที่สุดไม่ว่าสิ่งนั้นจะเป็นวัตถุสิ่งของความคิดหรือการกระทำ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์เป็นคนเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้บริหารจึงต้องการแสวงหา และใช้ข่าวสารบางอย่างให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารมาเสริมความเด่นของตนและเพื่อให้ข่าวสารที่ช่วยให้

ตนเองได้รับความสะดวกสบายและปลอดภัย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนาน ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติการจรโลงจิตใจ หรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชนและสื่อประเภทอื่นๆ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลเป็นกรอบในการศึกษาและการอธิบาย ดังนี้ คือ ผลการศึกษาของ McCombs and Becker ในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการดังนี้ (McCombs and Becker อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ, 2539, หน้า 654)

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ และการสังเกตเหตุการณ์รอบตัว เพื่อจะได้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้น เพื่อทันต่อเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ หรือช่วยตัดสินใจ (Guidance Or Decision) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่ ตลอดจนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. เพื่อต้องการเอาไปใช้ในการพูดคุย หรือสนทนา (Anticipate Communication Or Discussion) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. เพื่อต้องการความตื่นเต้น หรือการมีส่วนร่วม (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกรู้ว่าได้อยู่ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้น
5. เพื่อต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เดิมมั่นคงยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
6. ต้องการผ่อนคลายและความบันเทิง (Relaxing And Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

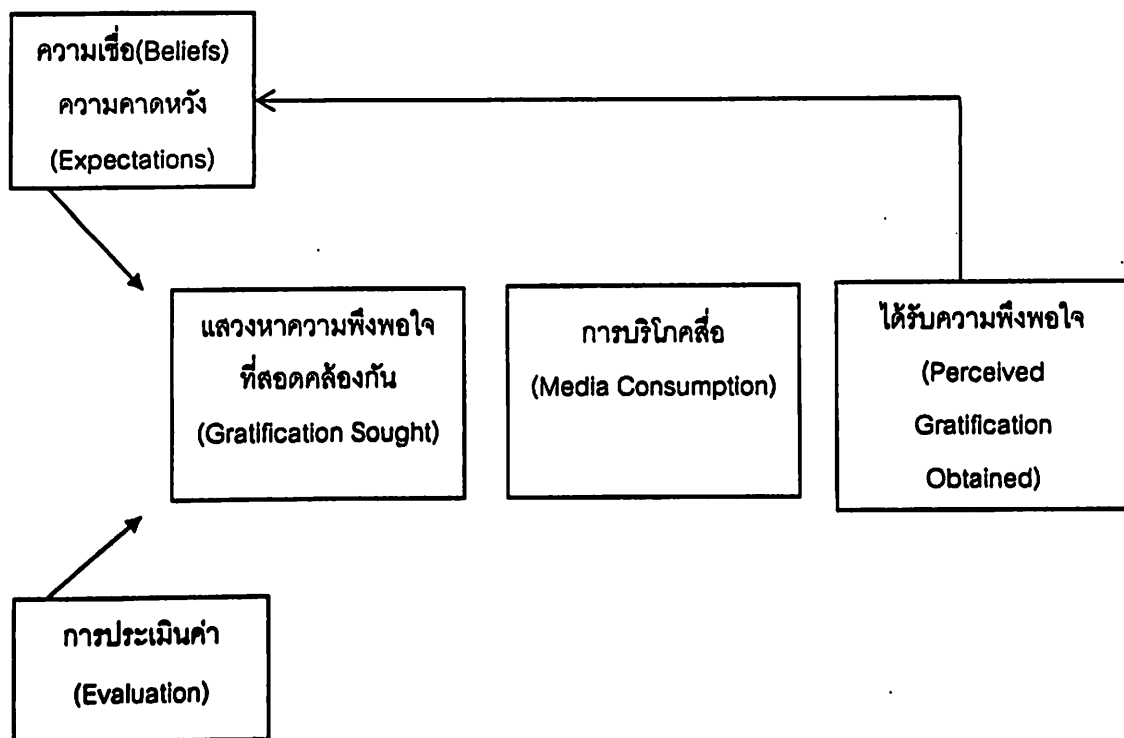
โวลแมน (Wolman, 1973 อ้างถึงใน วลัย จิตสมุทร, 2551, หน้า 32) กล่าวว่า ความพึงพอใจ Satisfaction เป็นความรู้สึก (feeling) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ซึ่งความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลนั้นได้รับในสิ่งที่ตนต้องการ ได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหมาย หรือเป็นไปตามเป้าหมายที่ตนเองต้องการ ซึ่งระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยหรือองค์ประกอบที่ต่างกันแล้วแต่บุคคลตามความแปรปรวนของการตอบสนองความพึงพอใจ ซึ่งมีพื้นฐานองค์ประกอบที่ซับซ้อนลักษณะความพึงพอใจจะแสดงออกในรูปแบบของอารมณ์ ซึ่งจากการศึกษาใน

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ พบว่า มักมีการพิจารณาความพึงพอใจในแง่ทัศนคติ แรงจูงใจ ความคาดหวังและการได้รับรางวัลและความสมดุลทางอารมณ์ เป็นต้น

Rayburn and palm green (อ้างถึงใน พัทธิยา ประเทศรัตน์, 2549, หน้า 20) ได้ร่วมกันศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจโดยสร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ตามแนวคิดนี้ เรียกว่า Expectancy-Value โดยกำหนดรูปแบบดังนี้

ข่าวสารจากสื่อมวลชน มิได้มีอิทธิพลกับผู้รับสารเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสาร ถ้าผู้รับสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร หรือไม่ใช่ประโยชน์จากข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็ไม่มีประโยชน์อะไรต่อผู้รับสาร ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับหรือใช้ข่าวสารนั้น เพื่อสนองความพึงพอใจของตน เช่นเป็นคนทันสมัย เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง โดยผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกป้อนข่าวสารหรือเจือยชาคอยแต่รับข่าวสารเท่านั้น แต่เป็นผู้มีความกระตือรือร้น มีบทบาทในการแสวงหา หลีกเลี่ยง หรือทำการเลือกสรรที่จะเปิดรับข่าวสารต่างๆ ตามความพึงพอใจของตนเอง (พีระ จิรโสภณ, 2531 หน้า 437)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และพึงพอใจ เป็นการศึกษาที่เน้นเรื่องความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยมีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนเองต้องการอะไร และสารอะไรจึงจะตอบสนองความพึงพอใจของตนเองได้ ดังนั้นผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกรับใช้สื่อต่างๆ และเลือกรับสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ โดยส่วนใหญ่ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น มนุษย์มีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้น เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอน การเข้าถึงสื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่กระทำอย่างไร้เป้าหมาย หากเป็นกิจกรรมที่มีวัตถุประสงค์อย่างแน่นอน หรือเรียกว่า Goal-oriented Activity) โดยที่ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาและเลือกใช้สื่อต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งทิศทางที่บุคคลเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นเกิดจากความต้องการของบุคคลเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่ผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)



ภาพประกอบที่ 2.3 แบบจำลองความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆหรือ Expectancy Value
ที่มา: Rayburn and palm green (อ้างถึงใน พัทธิยา ประเทศรัตน์, 2549, หน้า 20)

Wenner (อ้างถึงในนิลารัตน์ พาณิชย์รุ่งเรือง, 2540) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม

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

2. **Social Gratifications** เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชนเช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นให้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูง เป็นต้น

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

4. Para-Oriental Gratiications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลินความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น เป็นต้น

McComb และ Becker (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจและความต้องการว่า

1. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุย หรือสนทนากับบุคคลอื่น

2. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์

3. เพื่อเสริมความเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement)

4. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์
พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พพอใจ ชอบใจ ทศนคติทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรือทัศนคติที่ดี

นักวิชาการหลายคนให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังต่อไปนี้ คำว่า "ความพึงพอใจ" ตรงกับภาษาอังกฤษว่า "satisfaction" มีความหมายโดยทั่วไปว่า "ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง" (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2538 , หน้า 98)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2541, หน้า 81) กล่าวว่าความพึงพอใจ (satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกที่ดีของบุคคลที่ได้รับการตอบสนองเมื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในสิ่งที่ต้องการ และคาดหวัง ความพึงพอใจเป็นความชอบของแต่ละบุคคล

ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมแตกต่างกัน อาจเนื่องจากพื้นฐานทางการศึกษา ทางด้านเศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม

พิณ ทองพูน (2529 , หน้า 10 อ้างใน สถาพร สุดเสนาะ , 2543, หน้า 18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก รัก ชอบ ยินดี เต็มใจ หรือ มีเจตคติที่ดีของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความพึงพอใจ จะเกิดขึ้นเมื่อได้รับผลตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านวัตถุ และ จิตใจ

ชรีณี เดชจินดา (2532, อ้างถึงใน ขวลิต ปานมาก , 2548 , หน้า 18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ หรือ พพอใจต่อสิ่งใด หรือปัจจัยที่เกี่ยวข้องความรู้สึกพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนอง หรือ บรรลุจุดมุ่งหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึก ดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

จากแนวคิดความพึงพอใจข้างต้น ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นกรอบการวิจัยครั้งนี้ โดยเน้นศึกษาความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์สยามรัฐเพื่อสะท้อนพฤติกรรม และความพึงพอใจ ของกลุ่มประชากร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กาญจนา กาญจนทวี (2542) แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย โดยวิเคราะห์จากแรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทย 7 ฉบับ คือ ไทยรัฐ เดลินิวส์ ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ Bangkok Post และ The Nation ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านเว็บไซต์หนังสือพิมพ์ 5 ฉบับ และเว็บที่มีผู้เยี่ยมชมมากอีก 4 แห่งทั้งสิ้น คือ 37 วัน คำตอบของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีทั้งสิ้น 1,297 ชุด

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างซึ่งอาศัยอยู่ในเมืองไทยใช้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ในการเปิดรับข่าวสารเป็นอันดับที่ 4 รองจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ ตามลำดับ ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างประเทศจะใช้สื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์นี้เป็นอันดับสองรองจากโทรทัศน์ โดยแรงจูงใจที่ผลักดันให้เปิดรับคือ ความสะดวกเนื่องจากมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตอยู่เป็นประจำ และความสะดวกที่สามารถเปิดรับเฉพาะข่าวสารที่สนใจ แต่เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีกระจายอยู่ทั่วโลก ความแตกต่างทางประชากรศาสตร์จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการใช้สื่อที่แตกต่างกัน กล่าวคือผู้อ่านที่อาศัยอยู่ต่างประเทศมีแรงจูงใจด้านความต้องการอ่านข่าวสารเกี่ยวกับเมืองไทยได้ทุกที่ ($t = .00, p < 0.01$) และทุกเวลา ($t = .00, p < 0.01$) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปีมีแรงจูงใจด้านความต้องการให้เป็นคนทันสมัย ($f = 8.14$) โดยเฉลี่ยแล้วกลุ่มตัวอย่างเปิดรับหนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยคนละ 2-3 ฉบับต่อครั้ง โดยใช้เวลาอ่านประมาณ 10-20 นาที และนิยมอ่านในช่วงเวลา 8.00-16.00 น. ผู้อ่านที่ไม่ได้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองมีความถี่ในการเปิดรับมากกว่า 1 ครั้งต่อวัน ซึ่งมากกว่าผู้จ่ายค่าบริการอินเทอร์เน็ตเองที่เปิดรับประมาณวันละ 1 ครั้ง (Chi-square 0.006, $p < 0.05$) เนื้อหาที่ผู้อ่านเปิดรับมากที่สุดคือ ข่าวและรองลงมาคือบันเทิง และข่าวที่อ่านมากที่สุดคือข่าวหน้าหนึ่ง และรองลงมาคือข่าวคอมพิวเตอร์-เทคโนโลยี และข่าวการตลาด

ตามลำดับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมกาอ่านแตกต่างกัน เช่น ผู้อ่านในประเทศไทยเปิดรับข่าวสังคม, ข่าวเทคโนโลยี-คอมพิวเตอร์, ข่าวบันเทิง

และชาวภูมิภาค-ในประเทศมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ Chi-square 8.43, 26.06, 6.87 และ 16.07 ($p < 0.01$) เป็นต้น โดยรวมแล้วผู้อ่านมีความพึงพอใจในความสดใหม่ของข่าวและการใช้งานง่าย แต่ผู้อ่านร้อยละ 78.2 ต้องการให้หนังสือพิมพ์ออนไลน์ไทยมีการเปลี่ยนแปลงโดยมีรูปแบบการนำเสนอเฉพาะตัว คือ นำเสนอข่าวใหม่เสมอในหนึ่งวัน และนำเสนอข่าวด่วนก่อนหนังสือพิมพ์จะตีพิมพ์ พร้อมทั้งมีการนำเสนอลิงค์สู่ข่าวหรือบทความที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและกว้างกว่าการเปิดรับสารจากสื่ออื่นๆ

สุดท้ายคือการศึกษาถึงปัญหาของผู้อ่าน จากการวิจัยพบว่าปัญหาหลักคือความล่าช้าในการใส่ข้อมูลใหม่ รองลงมาคือมีข้อมูลน้อยเกินไป การไม่สามารถอ่านฟอนท์ภาษาไทย เกิดความเมื่อยล้าและปวดตา และสุดท้าย คือ เวลาจำกัดในการอ่านข้อมูล

สุจิต นิรมล (2553) ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสปาปลา ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 – 30 ปี เป็นนักเรียน นักศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้โดยเฉลี่ย 12,583.83 บาทต่อเดือน

ผลการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ Fish Therapy พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เลือกมาใช้บริการคือเพื่อนำบัด และรักษาโรค ส่วนใหญ่มาใช้บริการเป็นครั้งแรก มักมาใช้บริการในวันศุกร์ช่วงเวลา 20.01–22.00 น. และวันอาทิตย์ในช่วงเวลา 12.00–14.00 น. ใช้ระยะเวลาในการรับบริการประมาณ 1–30 นาที มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 150.50 บาท มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์นี้ในระดับมาก โดยให้ความพึงพอใจต่อบริการก่อน และหลังการทำสปาปลามากที่สุด และความพึงพอใจต่อเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ประกอบการให้บริการน้อยที่สุด ยังพบว่าร้อยละ 78.3 ของผู้ที่เคยใช้บริการนี้มาแล้ว มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์นี้ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้บริการยังเสนอให้มีปลาที่ใช้ทำสปาปลามากกว่านี้

ปกรวิช อ่อนประไพ (2554) เรื่อง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้บริโภคต่อการนำเสนอข่าวสารของ ธนาคารแห่งประเทศไทย ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบเก็บข้อมูลมี รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูล และมีกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้มาโดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยได้สอบถามกลุ่มตัวอย่างก่อนการเก็บแบบสอบถามว่าเคย เปิดรับข่าวสารจาก ธปท. หรือไม่ (Screening test) ซึ่งลักษณะที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของ การค้นคว้าอิสระเพื่อเป็นตัวแทนของประชากร คือ กลุ่มผู้ลงทุน กลุ่มนักศึกษา กลุ่มนักวิชาการ และ กลุ่มประชาชน จำนวน 400 คน โดยมีสถานที่ในการสำรวจเก็บแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ในพฤติกรรมผู้บริโภค

ข่าวสารกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มี พฤติกรรมการบริโภคข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์รายวัน เช่น นสพ. ไทยรัฐ เดลินิวส์ มากที่สุด โดยใน ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคข่าวประเภท ข่าวผลการประชุม คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ต่อการปรับอัตราดอกเบี้ยนโยบาย ด้านความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการนำเสนอข่าวสารของ ธปท.

การศึกษาของปกรวิช อ่อนประไพ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการนำเสนอข่าวสารในด้านวิธีการให้ข่าวมากที่สุด สำหรับด้านการใช้ ประโยชน์จากข่าวสารของ ธปท. ผลการศึกษาพบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการใช้ ประโยชน์ในด้านความต้องการสารสนเทศมากที่สุด

วิโรจน์ ศรีหิรัญ (2555) เรื่องความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบการเปิดรับหนังสือพิมพ์ ทักษะเกี่ยวกับสื่อหนังสือพิมพ์ และความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ในด้านต่างๆของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,000-30,000 บาท และมีระดับการศึกษาชั้นสูงสุดคือปริญญาตรี

การศึกษาของวิโรจน์ ศรีหิรัญ พบว่า การเปิดรับหนังสือพิมพ์ประชาชนส่วนใหญ่อ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน เวลาที่ใช้อ่านแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยใช้เวลา 16-30 นาที ส่วนใหญ่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มากที่สุด และหน้าหนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุดคือข่าวหน้า 1

ทักษะเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ พบว่า ประชาชนมีทักษะในระดับน้อยมากหรือต่ำมาก โดยส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ทั้งในด้านการฝึกอบรมทางหนังสือพิมพ์ ด้านประสบการณ์งานข่าว ด้านการเขียนบทความแสดงความคิดเห็นในหนังสือพิมพ์ และด้านการใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบจัดหน้า แต่เคยมีประสบการณ์ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข่าวสารในหนังสือพิมพ์

ความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ของประชาชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยประชาชนมีความรู้เท่าทันในลักษณะความเข้าใจเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความรู้เท่าทันในลักษณะการวิเคราะห์สื่อหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับน้อยหรือต่ำ ทั้งนี้ส่วนใหญ่มีความเข้าใจเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์มากที่สุดในด้านกำหนดเวลาการเผยแพร่ และน้อยที่สุดด้านประเภทของข่าว ส่วนการวิเคราะห์สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า วิเคราะห์ถูกต้องมากที่สุดในด้านการคัดเลือกข่าว และน้อยที่สุดด้านการตลาด

ความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า ประชาชนวินิจฉัยว่าเนื้อหาที่นำเสนอทางหนังสือพิมพ์มีทั้งส่วนที่ถูกต้องและไม่ถูกต้องปะปนกันไป การนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์มีสิ่งที่อยู่เบื้องหลัง ส่วนใหญ่เข้าใจสิ่งที่หนังสือพิมพ์เสนอพอสมควรโดยเข้าใจชาวประเภทชาวเบาได้ง่ายกว่าชาวหนัก และสิ่งที่ต้องการเสนอแนะแก่หนังสือพิมพ์มากที่สุดคือ ควรเสนอข่าวตามความเป็นจริงที่เกิดขึ้น อย่าเขียนข่าวหลอกลวงหรือบิดเบือน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนมีผลต่อความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์อย่างชัดเจน ที่เห็นได้ชัดคือ ประชาชนที่มีอายุ 20-29 ปี มีความรู้เท่าทันมากกว่าช่วงอายุอื่น นักเรียนนักศึกษามีความรู้เท่าทันมากกว่าอาชีพอื่น และการศึกษาในระดับปริญญาตรีมีความรู้เท่าทันมากกว่าการศึกษาระดับอื่น ส่วนสมมติฐานที่ 2 นั้น การเปิดรับหนังสือพิมพ์มีผลต่อความรู้เท่าทัน โดยประชาชนที่เปิดรับหนังสือพิมพ์ในระดับปานกลางคือ 3-4 วันต่อสัปดาห์ มีความรู้เท่าทันมากกว่าการเปิดรับระดับอื่น และสมมติฐานที่ 3 ทักษะเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์มีผลต่อความรู้เท่าทัน ที่เห็นได้ชัดคือ ประชาชนที่มีประสบการณ์งานข่าว จะมีความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์มากกว่าประชาชนที่ไม่มีประสบการณ์ด้านนี้

ไกรวุฒิ ท่าไคร่กลาง วีระศักดิ์ หล้าสาย นารีรัตน์ จันทร์เสนา (2556) เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาในเขตเทศบาลนครอุดรธานี ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างนักศึกษามีทั้งสิ้น 400 คน เป็นเพศหญิงมากที่สุดจำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.3 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 โดยนักศึกษามีอายุระหว่าง 20 - 22 ปี มากที่สุดจำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 22 - 24 ปี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 มีสัดส่วนในระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 358 คน คิดเป็นร้อยละ 89.5 รองลงมาคือระดับอนุปริญญา จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 มีรายจ่ายต่อเดือนมากกว่า 4,500 บาท มากที่สุดจำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาคือ รายจ่ายเดือนระหว่าง 3,501 - 4,500 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 พักที่หอพักมากที่สุด จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 รองลงมาคือ พักที่บ้านบิดามารดา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.8

ความคิดเห็นในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์คิดว่าเนื้อหาข่าวดีอยู่แล้ว เป็นจำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 ควรมีการปรับปรุงจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.0

นักศึกษากลุ่มตัวอย่างมีการใช้เว็บไซต์ Facebook มากที่สุดจำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 81.0 รองลงมา คือ Google เป็นจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 นักศึกษาอ่านข่าวสารจาก

เฟซบุ๊ก มากที่สุด เป็นจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0 รองลงมาคือ เว็บไซต์ทั่วไป เป็นจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และหนังสือพิมพ์ออนไลน์ เป็นจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

นักศึกษาต้องการทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันมากที่สุดเป็นจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาเพื่อที่จะได้นำประเด็นข่าวสนทนาต่อไปเป็นจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 และมีเหตุผลที่เลือกอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์โดยเลือกจากเสนอข่าวรวดเร็วและน่าสนใจ เป็นจำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 รองลงมาคือความน่าเชื่อถือของเว็บไซต์เป็นจำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.5

นักศึกษามักอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากเว็บไซต์ไทยรัฐออนไลน์มากที่สุดเป็นจำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือเดลินิวส์ออนไลน์เป็นจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.8 และมีเหตุผลที่ชอบอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์จากการนำเสนอข่าวเป็นจำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาคือชอบเนื้อหาข่าวเป็นจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 นักศึกษานิยมอ่านข่าวบันเทิงมากที่สุดเป็นจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.5 รองลงมาคือ สังคม เป็นจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

พฤติกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของนักศึกษาพบว่า นักศึกษามีการใช้ อินเทอร์เน็ตวัน 4 – 5 ชั่วโมง มากที่สุด เป็นจำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 รองลงมาคือ 1 – 2 ชั่วโมง จำนวน 97 คนเป็นร้อยละ 24.3

การอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ 1 – 2 วัน/สัปดาห์ มากที่สุด เป็นจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ 3 – 4 วัน/สัปดาห์ เป็นจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8

นักศึกษามักอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ในช่วงกลางคืนมากที่สุด เป็นจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือช่วงเย็น เป็นจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5

นักศึกษาใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มากที่สุดคือ 20 นาที เป็นจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมาคือ 10 นาที จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5

นักศึกษาเลือกใช้ โน้ตบุ๊ก มากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาคือ สมาร์ทโฟน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 และ คอมพิวเตอร์ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3

นักศึกษาติดตามเป็นบางข่าวมากที่สุดจำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ ติดตามข่าวจนจบจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 และไม่เคยติดตามข่าวเรื่องใดเป็นพิเศษ น้อยที่สุดจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.3 และนักศึกษาวិเคราะห์ขณะอ่านข่าวในหนังสือพิมพ์

ออนไลน์เป็นบางช่วงมากที่สุด จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 59.5 รองลงมาคือ วิเคราะห์ทุกข่าวที่อ่านจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

นักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ทุกขณะเมื่อว่างมากที่สุดจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาคืออ่านขณะอยู่หอพัก จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0

ความพึงพอใจในการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์ พบว่ากลุ่มนักศึกษามีความพึงพอใจมาก ต่อความเชื่อถือต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการอ่านค่าเฉลี่ย 3.65 มีความเข้าใจภาษาที่ใช้เขียนรายงานข่าว ค่าเฉลี่ย 3.80 ความต้องการรับรู้ข่าวสาร ค่าเฉลี่ย 3.84 ข้อมูลข่าวสารที่แต่ละเว็บไซต์นำเสนอ มีความชัดเจน และสามารถเข้าใจ ค่าเฉลี่ย 3.70 เนื้อหาที่ได้เป็นประโยชน์และตรงตามความต้องการของผู้อ่าน ค่าเฉลี่ย 3.71 ช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจในสภาพปัญหาของสังคมไทย ค่าเฉลี่ย 3.84 ช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวิชาที่กำลังศึกษา ค่าเฉลี่ย 3.76 สามารถนำสิ่งที่ได้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ออนไลน์มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ค่าเฉลี่ย 3.86 พึงพอใจในรูปแบบของเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ออนไลน์ ค่าเฉลี่ย 3.69

ชัยบรรณิชา รูปคม (2558) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจในการเปิดรับชมข่าวภาคเที่ยง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมรับชมข่าวภาคเที่ยง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ นานๆ ครั้ง (1-2 วัน/สัปดาห์) มีระยะเวลาในการรับชมข่าวภาคเที่ยง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ประมาณ 15-30 นาที รับชมและทำงานไปด้วย ผ่านสื่อโทรทัศน์ ร่วมกับคนในครอบครัว โดยรับชมที่บ้าน และมีวัตถุประสงค์ เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมือง สำหรับความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อการรับชมข่าวภาคเที่ยง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยอันดับที่หนึ่ง คือ ด้านบุคลิกภาพของผู้ประกาศข่าว รองลงมา คือ ด้านช่วงเวลาและการออกอากาศ ด้านคุณภาพข่าว และด้านเทคนิคการออกอากาศ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า โดยภาพรวมลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวภาคเที่ยง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ต่างกัน ยกเว้นด้านวัตถุประสงค์ในการรับชมที่ไม่มีความแตกต่างกัน ส่วนลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ชม ซึ่งประกอบด้วย เพศ และอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจต่อข่าวภาคเที่ยง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนอายุ การศึกษา และรายได้ โดยภาพรวมมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวภาคเที่ยง สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ชมในทุกๆ ด้าน