

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มวาณิชชากรต่อข่าวสารเพื่อ
การประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชัน
เซอร์วิส จำกัด) มีแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้ดังนี้
คือ

1. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
2. ทฤษฎีการเลือกและการแสวงหาข่าวสาร
3. แนวความคิดเรื่องการเปิดรับต่อสื่อมวลชน
4. แนวความคิดเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน และบทบาทของสื่อเฉพาะกิจ
5. แนวความคิดเรื่องผู้รับสาร
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory) เป็น
ทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร โดยเน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ
และเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเอง
เป็นหลัก ซึ่งการตัดสินใจเลือกรับสื่อนั้นผู้รับสารจะดูในแง่ที่ว่า ตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน
และสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนเองอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะ
ผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ,
2521 : 32)

การศึกษาในแนวการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเป็นการมองมนุษย์ในแง่
จิตวิทยาสังคม โดยเน้นความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาทฤษฎีนี้จึงเน้น
ความต้องการ และสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการ
การทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้อธิบายว่า นอกจาก
ความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ประการที่มาสโลว์กล่าวไว้ อันได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการ

ความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need of Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้จากการอยู่ในสังคม เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาสารจากสื่อมวลชนไม่ใช่ถูกยัดเยียดข่าวสารให้ดังที่เคยคิดกัน เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ และมีความสำคัญต่อความสัมพันธ์ผลในการสื่อสาร แต่การสื่อสารจะสัมพันธ์ผลเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ การที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจสารนั้นได้มากน้อยเพียงใด

ในการส่งสารนั้น ปัจจัยที่ควรคำนึงเพื่อความสัมพันธ์ผลทางการสื่อสารคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้รับสารถือได้ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสารเลยทีเดียว เพราะถ้าผู้รับสารเข้าใจสารที่ผู้ส่งสารส่งมาก็สามารถถือได้ว่าการสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ ตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสาร ถือได้ว่าการสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้น ในการสื่อสารแต่ละครั้งจึงจำเป็นต้องเตรียมสาร และเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่ตั้งไว้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ในการให้ข่าวสาร (Information) เพื่อให้ความรู้หรือการศึกษา (Education) เพื่อชักจูงใจ (Persuasion) หรือการให้ความบันเทิง (Entertainment) ดังนั้น เพื่อสามารถเตรียมสาร และสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร จึงจำเป็นต้องทำการวิเคราะห์ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสารได้แก่ (อ้างใน ประมว สตะเวทิน 2533 : 111-119)

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

- ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ และค่านิยมของตน
- ต้องการประสบการณ์ใหม่
- ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร

2.1 อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจาก บุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนมีอายุมากขึ้น (Myer Myers, 1982 : 5)

อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (more liberal) คนที่มีอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม (more conservative) มากกว่า นอกจากนั้นอายุยังเป็น

สิ่งกำหนดความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย คนที่มีอายุมากโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง¹ คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหาสังคม เศรษฐกิจ รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษามากกว่ารายการเพื่อความบันเทิง (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 113)

- 2.2 เพศ (Sex) ความแตกต่างระหว่างเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีที่เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilco, Goldhabornd Yates, 1980 : 87)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่าย และหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 114)

- 2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ซึ่งหากมีปัจจัยที่กล่าวข้างต้นต่างกัน ก็จะส่งผลให้มิต้านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นในส่วนของรายได้นั้น คนที่มีฐานะดี หรือรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนมาก และมักเป็นรายการเกี่ยวกับเรื่องข่าวสารการเมือง ปัญหาสังคม และเศรษฐกิจต่าง ๆ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 115)

- 2.4 การศึกษา (Education) คนที่มีการศึกษาในระดับต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ได้รับการศึกษาในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีมักจะได้รับการเตรียมอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มักมีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจสารได้ดี และมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 116) ผู้ส่งสารควรตระหนักและระมัดระวังว่าการให้

¹ Burgon, Approaching Speech/Communication, หน้า 58

ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่ความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและ ประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการ ของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อ สื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evana, 1962 : 772-782) ดังนั้นผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมีข้อสรุปที่ยอมรับ กันดังนี้

1. มนุษย์สนใจ และแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือก และการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal-Directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของ มนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน (เสรี วงศ์มณฑา, 2523 : 6)

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เริ่มขึ้นเมื่อเซอร์ซ็อก (Herzog, 1944) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ขณะเดียวกัน การศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารเริ่มสอดคล้องให้เห็นว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่ นักวิชาการในยุคแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้

การค้นพบครั้งนี้เป็นแนวทางให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอา อิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น แต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยนไปสู่ความคิดที่ว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อ ประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ซึ่งถือ

ว่าในการสื่อสารนั้นผู้รับสาร คือ ตัวจักรสำคัญในการตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก และได้รับการสนับสนุนเป็นจริงเป็นจังจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

ต่อมาแคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1973) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลที่เก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐานและความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่มีการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจ และเป็นต้นแบบของงานวิจัยในแนวนั้น แคทซ์และคณะได้สร้างมาตราวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ องค์ประกอบทั้ง 3 ดังกล่าวได้แก่

ก. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น

- ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- ต้องการให้ลดน้อยลง
- ต้องการให้ได้มา

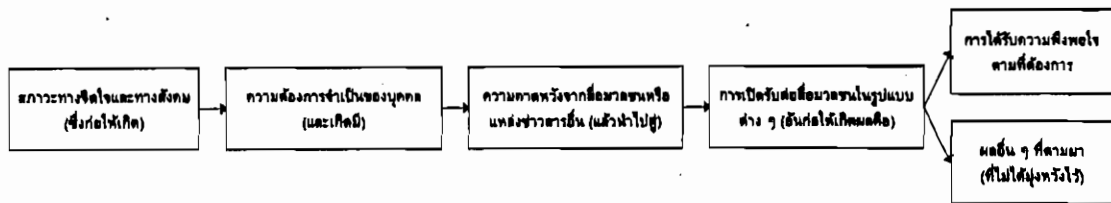
ข. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

- การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
- การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
- การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ค. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- ตนเอง
- ครอบครัว
- เพื่อนฝูง
- สังคม รัฐบาล
- ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
- โลก
- สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อยลบ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 85-86)

จากองค์ประกอบทั้งสามที่กล่าวนี้ แคทซ์และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ

แบบจำลองที่แคทซ์และคณะ (1974) สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ดังนี้ คือ สภาวะของสังคม และจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้ายคือความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชน โดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการ คือเป็นคนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วัน ก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จิระโสภณ, 2532 : 635)

นอกจากนี้ แมคคอมส์ และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979 : 51-52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าจะไร้มิมีความสำคัญและควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่
สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
(Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและ
ผ่อนคลายอารมณ์

คิพเพ็ค และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980 อ้างใน คิราณี อนุศิลาชาญ, 2531 : 13-14)
ได้นำความคิดของแคทซ์ไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้นเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว คิพเพ็คยังได้
เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาค้างนี้คือ ต้องการหา
ความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชน กับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของ
สื่อ ผลจากการศึกษาได้กล่าวถึง

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้
คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือ อายุตั้งแต่ 15 ปี
ขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ อายุตั้งแต่ 9-11
ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับ
สังคม และความต้องการของตนเอง
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมาย
เห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ
รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตาม
เหตุผลของการเลือกใช้
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อ
ที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของคิพเพ็ค และคณะสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับ
การรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

Mcquail และคณะ (อ้างใน ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531) ได้ศึกษาตัวแปร
ความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
 - เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ
 - สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ
 - เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง
 - สร้างความรู้สึกที่มั่นคง
2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 - ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ
 - มองทะลุภายในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - ใช้แทนเพื่อน
 - ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. การต้องการความบันเทิง
 - การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - การผ่อนคลาย
 - ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรีย์
 - ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - ปลดปล่อยอารมณ์
 - เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้งานวิจัยของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985 : 171-193) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการ

อ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratifications เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น หรือใช้ข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. Para-orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้อخبارเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

นอกจากนั้นในการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้สื่อนั้น Kippax และ Murray (1980) (อ้างในพรเพ็ญ พยัคฆาภรณ์, 2539) ได้ทำการศึกษาชาวออสเตรเลียโดยพัฒนารูปแบบการศึกษานี้มาจากการศึกษาของ Katz และคณะในปี 1973 ของ McQuail และคณะในปี 1972 และของ Robinson ในปี 1972 ซึ่งเน้นเรื่องของการใช้สื่อและความพึงพอใจ รวมทั้งเพิ่มเติมเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อและเพื่อให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มที่ทำการศึกษาในส่วนของความต้องการ ซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งที่ศึกษานั้นได้กำหนดขึ้นให้สอดคล้องกับสภาพสังคม และลักษณะของชาวออสเตรเลีย ผู้ตอบคำถามต้องให้ค่าความสำคัญของความต้องการในแต่ละข้อ ในระดับ 1-4 ตั้งแต่ "สำคัญ" ถึง "ไม่มีความสำคัญเลย"

จากการศึกษายังพบว่าปริมาณการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อนั้น ๆ ยกเว้นสื่อสิ่งพิมพ์ แต่ต้องคำนึงถึงตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ดังกล่าวด้วย อาทิ ตัวแปรด้านประชากร ซึ่งสามารถเชื่อมโยงถึงการรับรู้ถึงประโยชน์และการใช้สื่อ และถึงแม้ว่าสื่อจะมีใช้เพียงแหล่งเดียวที่ตอบสนองความต้องการต่าง ๆ แต่สื่อก็ยังมิมีบทบาทในชีวิตของผู้คน ผลจากการศึกษาได้กล่าวถึง

1. ปัจจัยด้านประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา เป็นตัวกำหนด การใช้สื่อ และการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อ

สามารถสรุปได้ว่าความต้องการในการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

ผลของการสื่อสารมวลชนในแนวทฤษฎีนี้จึงขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อที่มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชน ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใช้ข่าวสารตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่างกัน

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกและแสวงหาข่าวสาร (Selective Exposure Theory)

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ ข่าวสารจะทำให้มนุษย์มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ทันท่วงทีเหตุการณ์ นอกจากนั้น ข่าวสารยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ใช้ประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในภาวะที่ไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้น ข่าวสารมีที่มาจากหลายแหล่งด้วยกัน ขึ้นอยู่กับว่ามนุษย์เลือกที่จะรับข่าวสารเรื่องนั้น ๆ จากแหล่งใด

แอตคิน (Atkin, 1973 อ้างใน นันทวัน สุชาติ เอกสารประกอบการสอนทฤษฎีและแนวทางการศึกษาการสื่อสารมวลชน) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันท่วงทีเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เชอริ (Cherry, 1978 อ้างถึงใน วันทนีย์ แสนภักดี, 2530) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์นั้นจะกระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An Age of Sharing) กัน และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันตามมา ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

การรับรู้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Exposure) ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 3 ขั้นตอนนี้ (พีระ จิโรโสภณ, 2535)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 2 กระบวนการเลือกสรรการรับรู้ข่าวสาร

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ดังที่ เฟสติงเจอร์กล่าวไว้ในทฤษฎีความไม่ลงรอยของความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance)
2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) คือเมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้ว จะตีความหมายตามความเข้าใจทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนในขณะนั้น เป็นต้น
3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

บุคคลต่าง ๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างกันไป ได้แก่

- ความเหงา ทั้งนี้เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม และต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น

- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณในความต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน
- ประโยชน์ใช้สอย โดยได้รับข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

ซึ่ง ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่าแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ เมอร์ตัน (Merton) ไวท์ (Wright) และเวปเพลส (Waples) เรียกว่าพฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร หมายถึงว่า ผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสาร ก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (อ้างในยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 : 19) สรุปว่า โดยส่วนใหญ่แล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่มีอยู่และจะหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติกับความสนใจของตน เช่นเดียวกับไวท์ (Wright, Charles R., 1927 : 109) กล่าวว่า คนจะเลือกรับสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาที่เขาคิดว่า น่าสนใจที่สุด และจะพึงพอใจเมื่อสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเห็นเดิมที่มีอยู่

นอกจากนั้น ชาร์ลส์ แอตकिन (Charles Atkin, 1973) กล่าวว่าบุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น

แอตकिन ยังชี้ให้เห็นอีกด้วยว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือต้องการได้รับข่าวสาร และความบันเทิง ซึ่งความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองไม่เห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) และโดยเฉพาะถ้าเป็นสิ่งที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ ความแน่ใจสูง
2. การมองไม่เห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลขณะนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

อย่างไรก็ตาม ในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับ

สื่อมวลชนคือ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2531 : 23-26)

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งมีแนวความคิดว่า คนเราแต่ละคน มีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตใน สภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ
2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากมนุษย์เราจะยึดติดกับกลุ่มสังคม ที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออก ซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในด้านความคิด ทักษะคติ และ พฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสารเชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนั้น ในกระบวนการเลือกรับข่าวสารต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบอื่นคือ (Schramm, 1973 : 121-122)

- ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับข่าวสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
- การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนอง จุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของตน
- ภูมิหลังที่ต่างกันย่อมทำให้มีความสนใจต่างกัน
- การศึกษาและสภาพแวดล้อม เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรม การเปิดรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
- ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรม การเกิดรับทางข่าวสารต่างกัน
- บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรม ของผู้รับสาร
- อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
- ทักษะคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสาร ที่ได้พบ

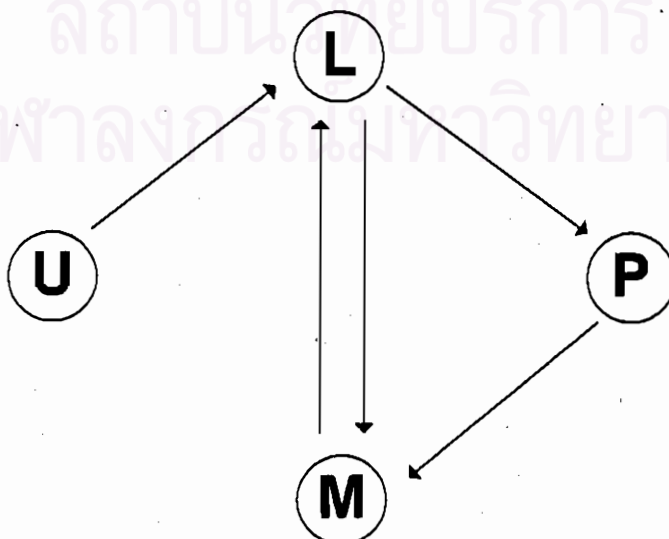
แนวความคิดเรื่องการเปิดรับต่อสื่อมวลชน (Mass Media Exposure)

การสื่อสารมวลชน หรือ Mass Communication หมายถึง กระบวนการ (Process) การสื่อสารประเภทหนึ่ง เป็นกระบวนการสื่อสารกับมวลชน การใช้คำว่า "การสื่อสารมวลชน" มีความหมายครอบคลุมทุกองค์ประกอบของกระบวนการ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Source) ข่าวสาร (Message) สื่อมวลชน (Mass media) ผู้รับข่าวสาร (Mass audience) (Wright, 1975 อ้างในประมะ สตะเวทิน, 2525) ดังนั้นในการพิจารณาว่าการสื่อสารใดเป็นการสื่อสารมวลชน จึงต้องพิจารณาจากลักษณะเฉพาะขององค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าว .

การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

แดเนียล เลินเนอร์ (Daniel Lerner, 1950) กล่าวว่า เมื่อชุมชนต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาและขยายตัวเป็นเมือง จะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านการเรียนรู้ คือระดับการเรียนรู้หนังสือจะสูงขึ้น และจะทำให้เกิดการเปิดรับสื่อมวลชนมากขึ้น และเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรม สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชน การขยายตัวของสื่อมวลชนเป็นการช่วยยกระดับการเรียนรู้หนังสือให้มากขึ้นด้วย ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดความสนใจและเข้าร่วมในกระบวนการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งนับว่าเป็นเป้าหมายสำคัญของสังคมสมัยใหม่ เฟรดดริก เฟรย์ (Frederick W. Frey, 1973) ได้เสนอแผนภาพแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดของ Lerner ไว้ดังนี้

แผนภาพที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดของ Lerner



- U หมายถึง การทำให้เป็นเมือง
- L หมายถึง การรู้หนังสือ (Literacy)
- P หมายถึง การมีส่วนร่วมทางการเมืองและเศรษฐกิจ
(Political and Economic Participation)
- M หมายถึง การเปิดรับสื่อมวลชน (Mass Media Exposure)

แต่ทั้งนี้การเปิดรับสื่อมวลชนจะสัมฤทธิ์ผลมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสารของผู้รับ ซึ่งเมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971) สรุปไว้ว่าเกิดจากปัจจัยพื้นฐานดังนี้คือ

1. ความเหงา ซึ่งเหตุผลทางจิตวิทยาเชื่อว่า ปกติแล้วมนุษย์ไม่ชอบที่จะอยู่ลำพัง และพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่มีโอกาส แต่ถ้าไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง ก็จะอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และบางคนก็จะพอใจที่อยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคล อาจเป็นเพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงา และไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ
2. ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ สื่อมวลชนสามารถจะตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้ โดยสื่อประเภทต่าง ๆ ถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการนำเสนอข่าวสาร
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานแล้วมนุษย์มีความเห็นแก่ตัว จะแสวงหาและเลือกใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมบารมี การช่วยให้สะดวกสบายหรือความสนุกสนานบันเทิง ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติหรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อสารมวลชน
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่ว ๆ ไป ที่สามารถตอบสนองความต้องการคือ ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ ความกลัว ความหวัง ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกใช้สื่อ

จากแนวความคิดดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น และการแสวงหาผลประโยชน์ ความกลัว และความหวัง มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการเปิดรับ และการเลือกเปิดรับสื่อลักษณะดังกล่าว จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับ เช่น เพศ การศึกษา รายได้

แนวความคิดเรื่องบทบาทของสื่อมวลชน

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง องค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารมวลชน ได้แก่

สื่อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ สิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หรือวารสารต่าง ๆ) วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ ภาพยนตร์

สื่อมวลชน หมายถึง วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ (อ้างถึงในสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา จุมพล รอดคำดี 2532 : 19-23)

เสรี วงษ์มณฑา (2523) กล่าวว่า สื่อสารมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งที่มีบทบาทในการเตรียมมนุษย์เราไปสู่สังคม การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูวิทยุโทรทัศน์ การฟังวิทยุกระจายเสียง การดูภาพยนตร์มีส่วนในการปลูกฝังค่านิยม ความคิด ทัศนคติต่าง ๆ ให้เราได้ทั้งสิ้น

โรเจอร์และสเวนนิ่ง (Rogers and Sevenning, 1969 : 3) ให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนจึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปีและอื่น ๆ

ความคิดของนักวิชาการหลายสาขา ต่างมีความเห็นต่อสื่อมวลชนแตกต่างกันหลายอย่าง บางคนบอกว่า สื่อมวลชนทำให้เกิดความทันสมัย บางคนก็มองว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารความรู้และกระตุ้นให้เกิดความคิดเห็นบางอย่างกับประชาชนเท่านั้น² จะทำหน้าที่นอกเหนือจากนั้นค่อนข้างจะลำบาก แต่ถ้าจะทำให้ได้ผลในเชิงของการสื่อสารโน้มน้าวใจหรือให้เกิดผลถึงขั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งก็ควรจะทำร่วมกับสื่อบุคคลเป็นต้น³ (อ้างในจุมพล รอดคำดี, 2532 : 19) อย่างไรก็ตาม นักนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่มองเห็นความสำคัญของสื่อมวลชนในเรื่องบทบาทในการช่วยพัฒนาประเทศได้เป็นอย่างดี เช่น ศาสตราจารย์ แชมม (Wilbur Schramm) กล่าวสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวนี้ในหนังสือ Mass Media and National Development ว่า⁴ สื่อมวลชนมีบทบาทดังนี้

1. เป็นยามตรวจสอด (The mass media as watchman) คือสื่อมวลชนมีหน้าที่ในการให้ข่าวสาร และอธิบายถึงความคืบหน้าของเหตุการณ์ต่าง ๆ
2. เป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมให้เกิดความรู้ และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (The mass media can widen horizons) คือสื่อมวลชนมีหน้าที่ใน

² Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication. (New York: The Free Press, 1960), pp. 53-57.

³ Everett M. Rogers. Diffusion of Innovation 2nd ed. (New York : Free Press, 1983), p. 273.

⁴ Wilbur Schramm. Mass Media and National Development, (California : Stanford University Press, 1964), pp. 127-144

- การนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาให้ประชาชนได้รู้จัก ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดี
3. เป็นผู้ก่อให้เกิดความน่าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention) หมายถึง สื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาสิ่งต่าง ๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจขึ้น
 4. สื่อมวลชนสามารถสร้างความทะเยอทะยานให้กับประชาชนได้ (The mass media can rise aspirations) โดยจะเป็นผู้สร้างความทะเยอทะยานทั้งในส่วนตัวและชาติให้เกิดความอยู่ดีกินดี หรือแสวงหาวิถีชีวิตที่ดีกว่า
 5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can create a climate for development) หมายถึง สื่อมวลชนได้กระตุ้นและให้มโนภาพและความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง
 6. ช่วยทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ของทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices) สื่อมวลชนเป็นตัวกระตุ้นทางอ้อมให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมเดิม
 7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล (The mass media can feed the interpersonal channels) หมายถึงการกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปเพื่อวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้เกี่ยวข้องได้รับเอาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่ง ซึ่งส่งผลให้ให้มีการตัดสินใจได้ดีขึ้น
 8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานะภาพให้บุคคลได้ (The mass media can confer status) หมายถึงสื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลได้
 9. ช่วยขยายนโยบายของรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันอย่างกว้างขวางขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้ (The mass media can broaden the policy dialogue)
 10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติไปตามบรรทัดฐานทางสังคมได้ (The mass media can enforce social norms)
 11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนการมีรสนิยมที่ดี (The mass media can help form tastes) สื่อมวลชนช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้อง
 12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect attitudes lightly held, and slightly canalize stronger attitudes)
 13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teachers) สื่อมวลชนทำหน้าที่ให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิต ซึ่งถือว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ได้กล่าวถึงหน้าที่สำคัญของสื่อมวลชนไว้ 3 ประการ (อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2533 : 137) คือ

- สอดส่องระวังระวังสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the environment) โดยการแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่ง ๆ ซึ่งหน้าที่ของสื่อมวลชนในด้านนี้ก็คือ การรายงานข่าว (news reporting) หรือการแจ้งข่าวสาร (informing)
- ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Correlation of the parts of society in responding to the environment) โดยการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าว เป็นการวิเคราะห์ และเสนอแนะว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ หน้าที่นี้ของสื่อมวลชนเรียกว่า หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasion) หรือ บทบรรณาธิการ (Editorial)
- ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลัง ๆ (Transmission of the social heritage from one generation to the next) โดยสื่อมวลชนจะทำหน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไป ซึ่งหน้าที่นี้คือหน้าที่ในการให้การศึกษาศึกษา (Educational function) ของสื่อมวลชน

นอกเหนือจากที่ แฮโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน 3 ประการดังที่กล่าวข้างต้นแล้ว วิลเบอร์ แชมรมม์ (Wilbur Schramm) และชาร์ลส์ อาร์ ไรท์ (Charles R. Wright) ได้เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่เพิ่มขึ้นคือ หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งในที่นี้คือ สื่อมวลชนทำหน้าที่เผยแพร่การแสดง ดนตรี และศิลปะ เพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่มวลชน

สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญต่าง ๆ มากมาย แต่บทบาทหนึ่งที่ได้ว่าเป็นบทบาทสำคัญยิ่ง คือ บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม การศึกษา การสาธารณสุข ฯลฯ มีนักวิชาการหลายท่านที่กล่าวถึงบทบาทของสื่อมวลชนต่อการพัฒนาดังนี้

Teheranian, Hakinzadeh และ Vidale เห็นว่า ปัจจุบันสื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศด้อยพัฒนาในด้านต่าง ๆ เช่น ในด้านการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาการเมือง การศึกษา การพัฒนาเทคโนโลยีและธุรกิจ ฯลฯ ด้านการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม

⁵ Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," The Communication of Ideas Lyman Bryson ed. (New York : Harper & Brothers, 1948), หน้า 37-51

สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อความเชื่อ พฤติกรรม และทักษะ ในส่วนของการพัฒนาเศรษฐกิจ สื่อมวลชนจะ ช่วยระดมทรัพยากรมนุษย์โดยการยกระดับความหวังและเผยแพร่ความรู้ ในส่วนของการพัฒนาการเมือง สื่อมวลชนช่วยสร้างสำนึกในความเป็นชาติ ในด้านการศึกษา สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือที่ขาดเสียไม่ได้สำหรับการปรับปรุงคุณภาพของการศึกษาแบบเป็นทางการ และช่วยให้การศึกษาเข้าถึงผู้เรียนได้เป็นจำนวนมาก ในด้านเทคโนโลยีและการบริหารธุรกิจ สื่อมวลชนเป็นผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการบริหารเป็นไป อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น หรือแม้แต่ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สื่อมวลชนก็ยังมีบทบาทในการทำลาย กำแพงที่ปิดล้อมแต่ละประเทศ และช่วยสร้างชุมชนที่มีความสนใจในกิจกรรมประโยชน์ และวัฒนธรรมโลก⁶ (อังกูณ เสถียร เศษประทับ 2536 : 2-3)

เสถียร เศษประทับ กล่าวว่า สื่อมวลชนที่ทันสมัยชี้ให้เห็นถึงความสามารถของประเทศ และของ รัฐบาลอีกด้วย ซึ่งหากรัฐบาลนั้นสามารถระดมมวลชน สามารถปลูกฝังความปรารถนาและเป้าหมายให้แก่ ประชาชน และควบคุมประชาชนได้ แสดงว่ารัฐบาล และประเทศนั้นมีความสามารถ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า รัฐบาลจะไม่สามารถควบคุมเนื้อหาของสื่อมวลชนได้ตามที่ต้องการก็อาจจะไม่ตกอยู่ในฐานะลำบาก หากสื่อมวลชนยังมีลักษณะล้าหลัง แต่หากสื่อมวลชนได้รับการพัฒนาให้ก้าวหน้าขึ้น รัฐบาลก็จะเผชิญกับ การต่อต้านมากขึ้น แต่หากรัฐบาลควบคุมสื่อมวลชนได้ก็จะสามารถสอนทักษะใหม่ ๆ ให้แก่ประชาชนได้

มีงานวิจัยที่สนับสนุนคำกล่าวที่ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการช่วยพัฒนาประเทศที่จะทยอยยกขึ้นมา เป็นตัวอย่างดังนี้

Keith, Yadav และ Ascroft ซึ่งทำการวิจัยโดยใช้ข้อมูลจากประเทศคินยา โคลัมเบีย และอินเดีย พบว่าสื่อมวลชนเป็นตัวทำนายหรือตัวกำหนดความรวดเร็วในการยอมรับนวัตกรรมและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ที่ดี ที่สุด

Rao ทำการศึกษาเปรียบเทียบหมู่บ้านสองแห่งในอินเดีย และพบว่ามีความสัมพันธ์อย่างเด่นชัด ระหว่างการพัฒนาด้านสื่อมวลชนกับการพัฒนาด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ขณะที่การพัฒนา ด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมือง นำไปสู่การมีข่าวสารเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันการพัฒนาด้านสื่อสารมวลชน ก็ช่วยทำให้การพัฒนาด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ก้าวหน้าขึ้นไปอีก และปฏิริยาสัมพันธ์ระหว่าง

⁶ M. Teheranian, F. Hakinzadeh and M. Vidale, Communications Policy for National Development : A Comparative Perspective (London : Routledge and Kegan Paul Ltd., 1977). pp. 1-2

⁷ B.N. Russet, et al., World Handbook of Political and Social Indicators (new Haven : Yale University Press, 1964), p. 105.

การพัฒนาสองด้านนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตลอดเวลา และทวีสะสมมากขึ้นเรื่อย ๆ⁸

ศิริชัย ศิริกายะ ศึกษา สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปทุมธานี พบว่า การศึกษาและรายได้ เป็นจุดเริ่มต้นของการมีค่านิยมสมัยใหม่ การศึกษาและรายได้จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน ก่อน จึงจะมีผลต่อการเปิดรับสื่อมวลชน และการเปิดรับสื่อมวลชนจะมีผลโดยตรงต่อค่านิยมสมัยใหม่ซึ่งเป็น สิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนา⁹

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอื่น ๆ ที่ใช้วิธีการทางสถิติแบบ factor analysis เพื่อวิเคราะห์ลักษณะ บางประการของการพัฒนาในระดับปัจเจกบุคคล เช่นการวิจัยของ Deutschmann และ McNelly และ Kahl การวิจัยเหล่านี้ พบว่า ตัวแปรทางด้านสื่อมวลชนและตัวแปรที่เกี่ยวกับการพัฒนาในระดับปัจเจกบุคคลต่างมี ความสัมพันธ์หรืออิทธิพลซึ่งกันและกัน

Bebermeyer และ Rogers กล่าวสรุปงานวิจัยทางสถิติแบบ factor analysis ของเขาว่า "การสื่อสารมวลชนมีศักยภาพที่เด่นชัดในการพัฒนาประเทศ" ส่วน McNelly กล่าวว่า จำนวนผลการวิจัยที่ เพิ่มขึ้นแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดถึงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาด้านสื่อสารมวลชน และความเจริญ เติบโตด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมของประเทศ ทำนองเดียวกัน Fagen ก็ยืนยันว่า แม้ความสัมพันธ์โดย ตัวของมันเอง จะไม่บอกให้ทราบถึงสาเหตุและผล แต่ก็เห็นได้ชัดเจนว่าการสื่อสารมวลชนเป็นทั้งสาเหตุและ ผล และเป็นตัวกระทำและถูกกระทำใกนารแสดงบทบาทที่สลับซับซ้อนซึ่งมีผลต่อกันในระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ เรียกว่าการพัฒนา (อ้างใน เสถียร เขยประทับ, 2536 : 24)

นอกจากนี้ เสถียร เขยประทับ ยังกล่าวว่า มีผลการวิจัยแสดงให้เห็นอีกด้วยว่า สื่อมวลชนสามารถ ยกกระดับความหวังของประชาชนให้สูงขึ้น สามารถระดมมวลชน สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และสามารถยกระดับความสามารถในการเอาใจเราไปใส่ใจเขา แต่ถึงแม้สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการพัฒนา และ บทบาทสำคัญในทางที่เป็นประโยชน์อยู่มากมาย รวมทั้งมีผลการวิจัยที่พูดถึงบทบาท ความสามารถและพลัง ของสื่อมวลชนในทางที่เป็นประโยชน์ไว้มาก แต่ก็ยังมีนักวิชาการหลายท่านเห็นว่าสื่อมวลชนไม่มีพลังอย่างที่ เข้าใจกัน นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการบางท่านเห็นว่า การนำสื่อมวลชนไปใช้ในการพัฒนาประเทศนั้น ไม่ก่อให้เกิด ผลด้านดีเพียงอย่างเดียว หากแต่ก่อให้เกิดผลในด้านที่ไม่ดีด้วย ดังคำกล่าวของ Frey ที่ว่า

⁸ Y.V.L. Rao. communication and Development : A Study of Two Indian Villages (Minneapolis : University of Minnesota Press, 1966)

⁹ ศิริชัย ศิริกายะ, สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปทุมธานี (กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525).

"มีแนวโน้มที่จะมองสื่อมวลชนว่า ถ้าไม่มีบทบาทเป็นพระเอกก็ต้องเป็นผู้ร้ายในการพัฒนา คนมักมองสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาสองด้านด้วยกัน ด้านหนึ่งเห็นว่า สื่อมวลชนเป็นปัจจัยที่ช่วยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเก่าตามประเพณี ให้กลายเป็นสิ่งมีคุณค่าและทันสมัย อีกด้านหนึ่งเห็นว่า สื่อมวลชนเป็นตัวก่อกวนที่ช่วยทวิความหวังให้แก่ประชาชนจนเกินความพอดี ช่วยทำให้เกิดลักษณะของความไม่เป็นเมืองเร็วเกินไป และช่วยทำให้เกิดความไม่พอใจในทางการเมือง" (อั้งโนเสถียร เซยประทับ, 2536 : 3-4)

Kunczik กล่าวว่า มีแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ 3 ประการคือ

- สื่อมวลชนสามารถเร่งกระบวนการพัฒนา โดยการให้การศึกษาและขยายโลกทัศน์ของประชาชน ทำให้ประชาชนพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง
- สื่อมวลชนเป็นผลมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงไม่มีความสำคัญในกระบวนการพัฒนา
- ■ สื่อมวลชนไม่ได้ทำให้เกิดการพัฒนา แต่กลับเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เพราะสื่อมวลชนยก ระดับความต้องการของประชาชนให้สูงเกินกว่าความสามารถที่จะสนองความต้องการนั้น

กล่าวได้ว่าสื่อมวลชนมีบทบาทมากมายในสังคม ซึ่งส่งผลดี และไม่ดี ขึ้นอยู่กับว่าจะนำไปใช้ใน รูปแบบใด แต่ก็คงต้องยอมรับกันว่า สื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลอย่างมาก ดังนั้นในการนำ สื่อมวลชนไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ควรมีการพิจารณาถึงความเหมาะสม ปัจจัยแวดล้อม ตลอดจนผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้ถี่ถ้วนเสียก่อนด้วย

บทบาทของสื่อเฉพาะกิจ

สื่อเฉพาะกิจหมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาเฉพาะและจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจได้แก่ หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพ สไลด์ นิทรรศการ เทปตลับ ภาพทัศน์ ฯลฯ

คุณลักษณะที่ดีของการใช้สื่อเฉพาะกิจเพื่อการพัฒนาคือ ผู้ใช้สามารถนำข่าวสารของการพัฒนาเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งมารณรงค์เฉพาะกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นแรงอีกแรงหนึ่งในการทำให้บรรลุผลตามที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบข่าวสาร ความรู้โดยตรงและถูกต้อง นอกจากนั้น ยังช่วยทำให้เกิดการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติได้ถูกวิธีอีกด้วย

ซึ่งในการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของสถาบันจัดอันดับความน่าเชื่อถือแห่งประเทศไทย (บริษัท ไทยเรตติ้งแอนด์อินฟอร์เมชันเซอร์วิส จำกัด) นั้น

สื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดงานสัมมนา ที่จัดขึ้นประจำปีเนื่องในโอกาสครบรอบการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมสัมมนา ตลอดจนเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศชาติ

แนวความคิดเรื่องผู้รับสาร

ในการส่งสารนั้น ปัจจัยที่ควรคำนึงเพื่อความสัมพันธ์ทางการสื่อสาร คือผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเฉพาะผู้รับสารซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ และมีความสัมพันธ์ผลในการสื่อสาร ถือได้ว่าผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสารเลยทีเดียว เพราะถ้าผู้รับสารเข้าใจสารที่ผู้ส่งสารก็สามารถถือได้ว่าการสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ ตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสาร ถือได้ว่าการสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้น ในการสื่อสารแต่ละครั้งจึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ควรเตรียมสาร และเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารที่ตั้งไว้ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ในการให้ข่าวสาร (Information) เพื่อให้ความรู้หรือการศึกษา (Education) เพื่อชักจูงใจ (Persuasion) หรือการให้ความบันเทิง (Entertainment) ดังนั้น เพื่อสามารถเตรียมสาร และสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องทำการวิเคราะห์ผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสารได้แก่ (อ้างใน ประมະ สตะเวทิน 2533 : 111-119)

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย
 - ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
 - ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ หัสนคติ และค่านิยมของตน
 - ต้องการประสบการณ์ใหม่
 - ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร
2. ความแตกต่างของผู้รับสาร
 - 2.1 อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนมีอายุมากขึ้น (Myer Myers, 1982 : 5) อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (more liberal) คนที่มีอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม

(more conservative) มากกว่า นอกจากนั้นอายุยังเป็นสิ่งกำหนดความยากง่ายในการชักจูงใจด้วย คนที่มีอายุมากโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง¹⁰ คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น ข่าวการอภิปรายปัญหาสังคม เศรษฐกิจ รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษามากกว่า รายการเพื่อความบันเทิง (ปรเม สตะเวทิน, 2533 : 113)

- 2.2 เพศ (Sex) ความแตกต่างระหว่างเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, Goldhabors nd Yates, 1980 : 87)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่าย และหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง (ปรเม สตะเวทิน, 2533 : 114)

- 2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ซึ่งหากมีปัจจัยที่กล่าวข้างต้นต่างกัน ก็จะส่งผลให้มีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน นอกจากนั้นในส่วนของรายได้นั้น คนที่มีฐานะดี หรือรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนมาก และมักเป็นรายการเกี่ยวกับเรื่องข่าวสารการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจต่าง ๆ (ปรเม สตะเวทิน, 2533 : 115)

- 2.4 การศึกษา (Education) คนที่มีการศึกษาในระดับต่างกัน ยุคสมัยต่างกัน ได้รับการศึกษาในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีมักจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มักมีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจสารได้ดี และมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

¹⁰ Burgon, Approaching Speech/Communication, หน้า 58

(ประมะ สตะเวทิน, 2533 : 116) ผู้ส่งสารควรตระหนักและระมัดระวังว่าการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่ความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจ และประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

ดังที่ Milikan กล่าวไว้ว่า ประสบการณ์ของคนเป็นตัวกำหนดจินตภาพ เนื่องด้วยในอดีตคนเรามีการติดต่อโดยตรงกับคนอื่น ๆ น้อย สังคมแคบ ประสบการณ์ของคนในอดีตจึงอยู่ในวงจำกัดมาก ความรู้ที่คนรุ่นก่อนได้รับนั้นมักได้รับจากประสบการณ์โดยตรงและการถ่ายทอดด้วยวาจาจากผู้สูงอายุในบ้าน แต่เนื่องด้วยปัจจุบัน มีวิวัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ มากมาย เทคโนโลยีเหล่านี้ ทำให้ประสบการณ์ของคนกว้างขวางขึ้น โดยสื่อมวลชนมีส่วนอย่างมากในการขยายประสบการณ์ของคนในยุคปัจจุบัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evana, 1962 : 772-782) ดังนั้นผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

กัลโลเวย์ และมาร์ค (Galloway and Mark, 1981) ระบุว่า การบริโภคสื่อจะให้ผลเป็นการรับรู้ถึงความพึงพอใจ ซึ่งจะมีอิทธิพลไปในทางที่จะเสริม หรือเปลี่ยนแปลงการรับรู้

วันหนีย์ แสนักกติ (2533) ได้ศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความคาดหวัง พฤติกรรมการ

เปิดรับสื่อ และความต้องการรับรู้ทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

อรรวรรณ วิจักขณะ (2534) ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ พบว่า นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยใช้โทรทัศน์เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเพื่อติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ และอ่านหนังสือพิมพ์ เพราะต้องการทราบข่าวสารและเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันในบางส่วน นอกจากนี้ยังพบว่า นิสิต นักศึกษาได้นำเนื้อหาจากสื่อมวลชน ประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุ และโทรทัศน์ มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และสื่อมวลชนเหล่านี้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ความคิดเห็น พฤติกรรม และค่านิยม ในระดับพอสมควร

ศิริวดี อนุศิลป์ชาญ (2530) ศึกษาการใช้สื่อและการรับรู้ในประโยชน์ของสาระข่าวสารภายหลังการรู้หนังสือใหม่ของผู้ร่วมโครงการ 2 ระยะ พบว่า การใช้สื่อแต่ละประเภทนั้นมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในสาระประโยชน์ของข่าวสารการรู้หนังสือมีอิทธิพลให้การใช้สื่อแต่ละประเภทเพิ่มขึ้น และการรับรู้ในสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ได้รับจากสื่อในช่วงระยะที่ประชากรยังไม่มีความสามารถในการอ่านและเขียนหนังสือ ตลอดจนปัจจัยบุคคลเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งช่วยสนับสนุนให้ผู้รู้หนังสือใหม่มีการรับรู้ในสาระประโยชน์ของข่าวสารดีขึ้น

อรณี ผ่องวรรณลักษณ์ (2538) ศึกษาการเปิดรับการคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกชมรมพระพุทธศาสนา และการคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1982) ได้วิจัยเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ ด้านการศึกษาพบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์ในเชิงลบ คือความคาดหวังสูงความพึงพอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ-ความพึงพอใจสูง

เวนเนอร์ (L.A. Wenner, 1982) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับ พบว่าความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ เช่น ความรู้ ความบันเทิง จะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

วิทยา เกียวกุล (2538) ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีเพศต่างกันมีการนำสิ่งที่ได้นับจากการชมข่าวโทรทัศน์ไปใช้ประโยชน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

งานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชน

แมคเนลลี และฟอนซีกา (McNally and Fonseca, 1964) พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในข่าวสารการเมืองได้ดีกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีผลต่อการสนใจในข่าวสารการเมือง

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุพัตรา เพชรมณี (2626) ได้ศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่จะดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ และอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน หรือเกือบทุกวัน และปริมาณการรับสื่อทั้งสามประเภทนี้ถือได้ว่านานพอสมควร การรับสื่อโทรทัศน์และวิทยุหันเป็นไปเพื่อการบันเทิงมากกว่าหนังสือพิมพ์ ซึ่งหนังสือพิมพ์นั้นจะหนักไปในการให้ข่าวสารความรู้ และมีบทบาทต่อคนทุกชั้นทุกระดับการศึกษา และทุกอาชีพ รองจากโทรทัศน์

แคลปเปอร์ (Klapper 1960) ได้ศึกษาและสรุปงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับผลหรืออิทธิพลของการสื่อสารมวลชน และสรุปให้เห็นถึงความสามารถของการสื่อสารมวลชนในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลว่า โดยปกติการสื่อสารมวลชนไม่ใช่สาเหตุที่สำคัญเพียงประการเดียวที่ทำให้เกิดผลในผู้รับสารแต่จะทำหน้าที่ร่วมกัน หรือผ่านปัจจัยและอิทธิพลที่เป็นตัวกลางอื่น ๆ มากกว่า และประสิทธิภาพของการสื่อสารมวลชนขึ้นอยู่กับลักษณะต่างๆ ของสื่อสาร แหล่งสาร หรือสถานการณ์ของการสื่อสาร

งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน

สไตเนอร์ (Steiner, 1963) พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงไม่ค่อยนิยมดูโทรทัศน์มาก และยังพบความแตกต่างเกี่ยวกับเนื้อหาที่ผู้รับสารนิยมรับจากสื่อด้วย คนที่มีการศึกษาสูง และมีอายุมากนิยมเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณสุขมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย

ศิริชัย ศิริกายะ (2525) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชน เพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปทุมธานี พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน ขณะเดียวกันยังพบว่า สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์รายวัน เป็นสื่อที่มีผู้นิยมใช้มาก เรียงตามลำดับโดยที่โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มของการได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างมาก

สุมาลี ตั้งจิตต์ศิลป์ (2537) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำกับความ
 รู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมในการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
 พบว่า ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการรักษาคุณภาพแหล่งน้ำไม่แตกต่าง

เทียนฉาย กิระนันท์ (2528) ทำรายงานวิจัยโครงการสำรวจสภาวะทางเศรษฐกิจสังคม และ
 ประชาชนของกรุงเทพมหานครในเรื่องที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อสารมวลชนของคนกรุงเทพ พบว่าโทรทัศน์เป็น
 สื่อที่นิยมที่สุดไม่ว่าจะเป็นรายการใดก็ตาม รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และวิทยุ แต่จะนิยมอ่านหนังสือพิมพ์
 เกี่ยวกับรายการบันเทิง การศึกษา ธุรกิจ อุตสาหกรรม และกีฬา แต่ถ้าเป็นรายการประเภทอื่นจะฟังวิทยุ

กุลชลรัตน์ รัตนสิงห์ (2529) ศึกษาความต้องการรายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับการศึกษาของ
 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ารายการที่มีผู้ฟังมากที่สุดคือรายการเกี่ยวกับความรู้เรื่อง การเมือง ศาสนา
 สุขภาพ และต้องการให้เพิ่มเนื้อหาในเรื่องเกี่ยวกับอาชีพ เช่น งานช่างฝีมือ และอุตสาหกรรมในครัวเรือน
 รายการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีการจัดน้อยแต่ประชาชนฟังมาก รายการบันเทิงที่สนใจคือเพลงไทยสากล
 และเพลงลูกทุ่ง

ศิริชัย ศิริกายะ (2525) ศึกษาเรื่องสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปทุมธานี ในเขตอำเภอ
 คลองหลวง และอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบว่าความมากน้อยของการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับ
 ความแตกต่างของค่านิยม ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจ

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย