

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร สนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz.” ผู้วิจัยทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรม การเปิดรับฟังรายการและระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)
2. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร (Uses and Gratification Theory)
3. แนวความคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics)
4. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)
5. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน
6. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล
7. Elaboration Likelihood Model
8. แนวความคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
9. แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

ในการสื่อสารนั้น สื่อมวลชนในฐานะของผู้ส่งสาร จะสามารถดำเนินบทบาทสำเร็จดูลงไป ได้เพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน โดยมีปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับสื่อ 4 ประการด้วยกัน จากการสรุปของเมอร์ริลล์และโลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 : 134-135) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ความเหงา สื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2. ความอยากหรืออยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากหรืออยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้

3. ประโยชน์ไร้อภัยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาและไขข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตัวเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองเกิดความสะดักสะบวย หรือ สนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้ในสิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm, 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกข่าว คนอ่านจะเลือกสิ่งที่ให้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward)

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะ บางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

จากปัจจัยพื้นฐานต่างๆเหล่านี้ องค์ประกอบทางด้านสังคม นับเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลทางอ้อม ทั้งสามารถสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา และปลูกฝังทัศนคติ ความคิด รวมทั้งพฤติกรรมต่างๆไปของผู้รับข่าวสารโดยตรง องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ (ชวรัตน์ เข็ชชัย : 2527)

1. สภาพแวดล้อม จะเป็นตัวสำคัญตัวหนึ่งในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ นอกจากนี้ สถาบันการศึกษายังเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา ความคิด ความเชื่อ อันเป็นพื้นฐานของความเปลี่ยนแปลงทางความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออก โดยทั่วไป สภาพแวดล้อมจึงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นตัวกำหนดสิ่งเร้าหรือตัวข่าวสารที่บุคคลควรจะได้รับหรือสนองตอบต่างๆ รวมทั้งการคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่แสดงออกในสถานเหล่านั้นด้วย

2. บทบาทของผู้รับข่าวสาร บทบาทเป็นโครงสร้างเกี่ยวกับพฤติกรรมต่างๆที่สังคมกำหนดขึ้น บทบาทแต่ละบทบาทจะมีรูปแบบของพฤติกรรมเป็นส่วนควบคู่ด้วยเสมอ สำหรับในระบบการสื่อสารแล้ว บทบาทจะเป็นแหล่งปัจจัยซึ่งแหล่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารสามารถที่จะคาดคะเนพฤติกรรมของกันและกันในสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคมที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลได้ตามต้องการ กล่าวคือ หากผู้รับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางสถานภาพและบทบาทอย่างไรกับผู้ส่งข่าวสารหรือแหล่งสาร ความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างกันในบทบาท รวมทั้งพฤติกรรมต่างๆย่อมจะมีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก ค่านิยม และเป้าหมายของกันและกัน

3. **กลุ่มอ้างอิง** เนื่องจากบุคคลแต่ละคนในสังคมมีบทบาทอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ในสังคมที่ซับซ้อนมากๆ บุคคลอาจมีบทบาทต่างๆอยู่ในกลุ่มสังคม มีตำแหน่งหน้าที่ มีพฤติกรรมต่างๆในกลุ่มของคน กลุ่มเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนเป็นแหล่งอ้างอิงของบุคคลที่สังกัด กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ ปทัสถาน (Norm) บทบาท และพฤติกรรมของกลุ่มที่บุคคลสังกัดอยู่ จะเป็นสิ่งชี้พฤติกรรมและความเชื่อของบุคคลที่เป็นสมาชิก ฉะนั้น เราจึงอาจคาดคะเนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารได้จากบทบาทและพฤติกรรมของกลุ่มที่ผู้รับข่าวสารสังกัดอยู่

4. **วัฒนธรรมและประเพณี** การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสภาพวัฒนธรรมและประเพณีของสังคม วัฒนธรรมอย่างหนึ่ง คือ สภาพที่บุคคลมีความเชื่อ มีค่านิยม มีการรักษาวัตถุประสงค์ของ รวมทั้งการแสดงออกร่วมกัน วัฒนธรรมอาจจะแสดงออกมาทางการศึกษา การร้องรำทำเพลง โครงสร้างการดำเนินชีวิตของครอบครัว การปกครอง การศึกษา ฯลฯ ระบบสังคมและวัฒนธรรมที่ผู้รับข่าวสารสังกัดอยู่ย่อมมีส่วนในการหล่อหลอมพฤติกรรม และมีผลกระทบต่อการรับข่าวสารของผู้รับ

5. **ลักษณะทางประชากรศาสตร์** ลักษณะพื้นฐานที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารเป็นอันมาก

6. **การศึกษาและสถานภาพทางสังคม** ทั้งสองสิ่งนี้ ถ้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างประสบการณ์และเป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมีส่วนช่วยให้เกิดทักษะในการอ่าน และความกระหายในการเพิ่มพูนข่าวสาร โดยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974) ยังได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ทางสังคมกับความต้องการในการเปิดรับสื่อไว้ 5 ประเด็น ดังนี้

1. สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้งหรืออันวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียด และแรงกดดัน บุคคลจึงต้องการการผ่อนคลายแรงกดดันโดยการใช้สื่อ

2. สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตระหนักรู้ถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการข่าวสาร และข่าวสารเหล่านั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ

3. สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในชีวิตจริงของบุคคลที่จะสนองความต้องการต่างๆลดน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการเหล่านั้น

4. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยัน หรือเป็นการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว

5. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้

แคทซ์ ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า เราสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางสังคมต่างๆ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว ที่อยู่อาศัยกับความพึงพอใจจากสื่อ เนื่องจากการศึกษาที่ผ่านมาจำนวนมาก ทำให้หลักฐานเชิงประจักษ์เพียงพอที่จะกล่าวได้ว่า เป็นไปได้ที่การใช้สื่อหลายอย่างมีความสัมพันธ์กับกระบวนการและลักษณะทางสังคมเหล่านี้ และแม้ว่ายังไม่มีทฤษฎีใดที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับความพึงพอใจจากสื่อโดยเฉพาะ การศึกษาที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุน (Empirical Support) ก็ควรได้รับการค้นคว้าที่สุ่งนต่อไป

นอกจากปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับสารของผู้รับสารอีกมากมาย ดังที่ วิลเบอร์ แชรรัม (Wilbur Schramm : 1973) ได้กล่าวไว้ว่า

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกอัน จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังแตกต่างกัน เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่คนไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราวต่างๆ

4. การศึกษาและสภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาจะมีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล โดยสภาพร่างกายในที่นี้ หมายถึง สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับข่าวสารที่มีอวัยวะของร่างกายครบถ้วน ประสาทสัมผัสทุกอย่างทำงานได้อย่างปกติ ย่อมอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่บกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส นอกจากนี้ สภาพร่างกายยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญาของคนอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงทางอายุที่สูงขึ้น ระยะเวลาที่ได้รับการศึกษารวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิด ย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบต่อการ โนมน้าวใจ

6. บุคลิกภาพ บุคลิกภาพของผู้รับข่าวสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโนมน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานทางการวิจัยที่แสดงว่าความนับถือตนเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือคั่นคั่นมักได้รับอิทธิพลจากสังคมได้ง่าย และมีความโน้มเอียงที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหาเพื่อที่จะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลจากสังคมนั้นเอง

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับ ถ้าผู้รับข่าวสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่น และมีสมาธิต่อข่าวนั้น สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารจะมีมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ เราจะสังเกตได้อีกว่า อารมณ์ของผู้รับสารนั้นสามารถพิจารณาได้ ทั้งความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารในขณะนั้นเอง และความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) เกี่ยวกับข่าวสารนั้นด้วย

8. ทัศนคติ ถือเป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ กล่าวอีกนัยคือ เป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติทัศนคติของผู้รับข่าวสารเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารหรือการโนมน้าวใจของผู้รับข่าวสารจะแตกต่างกันไป ในทำนองเดียวกันกับการตอบสนองของผู้รับจะเปลี่ยนไปตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร จากการศึกษาวิจัยของ ศิริรัช ศิริกาชะ และ กาญจนนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก
- 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำการปฏิบัติ หรือความคิดเห็นและในการตัดสินใจ
- 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- 1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
- 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใ้การเรียนรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่มุคคล

- 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)
- 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ใจแทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการบันเทิง

- 4.1 การหลีกเลี่ยง หรือ หลีกเลียงจากปัญหาต่างๆ
- 4.2 การผ่อนคลาย
- 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารที่ได้กล่าวในข้างต้น ทำให้ได้ทราบถึงเหตุผลต่างๆในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารแต่ละคน โดยมีกรศึกษาวิจัยของโจเซฟ ฮาร์ โดมินิค

(Dominick, 1990) ที่ได้อธิบายในเรื่องดังกล่าวไว้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการข่าวสาร เพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว, ความรู้ และบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้ เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้ เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิต
- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร้าใจในชีวิตประจำวันลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อคำนิยามใหม่ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมความเป็นกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น
- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น บังเอิญกลับยิ่งมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้ เนื่องจากเวลาที่มืออยู่จำกัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนหรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร ดังเช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพฯ เป็นต้น ที่ประชาชนส่วนใหญ่อาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผลัดจากสังคม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงข้ามกันเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ ตัวอย่างของการผลัดสังคม เช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จสิ้นเพื่อจะไปได้ปรับชมโทรทัศน์

ในการศึกษาสื่อสารมวลชนตามหลักจิตวิทยาทางการสื่อสาร (เสรี วงษ์มณฑา, 2529) มีข้อที่น่าสนใจทำความเข้าใจในเมืองต้น คือ

- มนุษย์สนใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกชักเยอดีให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางที่จะหลบเลี่ยงข่าวสารได้ถ้าต้องการ
- การรับสื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal - directed)
- สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆอีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการ (Needs for Orientation) ของมนุษย์ได้
- มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง จากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ
- มนุษย์เป็นคน เป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

ดังนั้น สื่อในกระบวนการสื่อสารจะมีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ สื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อผู้ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และผู้รับสารจะเปิดรับสารจากสื่อใดหรือไม่ นั่น เป็นผลมาจากสภาวะทางจิตใจ สังคม วัตถุประสงค์ และความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคล ทำให้ผู้รับสารเกิดกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้แตกต่างกันไปด้วย

ผู้รับสารย่อมมีเหตุผลของตนเองในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆคือ (อ่างในสคาวัลซ์ พอใจ, 2536)

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้ เพราะการรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความคิดของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกันกับความสนใจของตนเอง

ในเรื่องกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารนี้ ชาร์ลส แอตกิน (Charles Atkin, 1973) ได้กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditure) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้ารางวัลตอบแทน คือ การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงที่ต้องการสูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้ารางวัลตอบแทนได้รับน้อยกว่า บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) จึงกล่าวได้ว่าบุคคลจะเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มีผลตอบแทน เช่น การได้รับข่าวสาร (Information) หรือความบันเทิง (Entertainment) ที่ต้องการ

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 : 19) สรุปว่า โดยส่วนใหญ่แล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่มีอยู่ และจะหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติกับความสนใจของตน เช่นเดียวกับไรท์ (Wright, Charles R., 1972 : 109) บอกว่า คนจะเลือกรับสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาที่เขาคิดว่าน่าสนใจที่สุดและจะพึงพอใจเมื่อสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเดิมที่มีอยู่

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อ นั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้ (อ้างในลดาวัลย์ พอใจ, 2536)

ไฟรดส์สัน (Freidson) ไรลีย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆก็เพื่อสนองความต้องการของตน ปรากฎการณ์นี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวาบเลส (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็น

ตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ในการเลือกเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟของผู้รับสารแต่ละคนนั้น ย่อมมีปัจจัยหรือกระบวนการต่างๆที่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องอันเป็นสาเหตุที่จะทำให้ผู้รับสารมีการเปิดรับฟังรายการใดแตกต่างกัน ซึ่งในที่นี้ จะต้องอาศัยทฤษฎีและแนวความคิดตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงไว้แล้วในข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุหรือที่มาของพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ตลอดจนการแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่ได้มีการกล่าวถึงไว้หรือไม่ และนอกจากนี้ ยังเป็นการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยว่า การเลือกเปิดรับฟังรายการของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับฟังรายการแตกต่างกันหรือไม่ และพฤติกรรมในการเปิดรับฟังรายการจะมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจที่ผู้รับสารได้รับจากการฟังรายการ หรือจะเป็นไปตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารที่จะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไปอย่างไร

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสาร (Uses and Gratification Theory)

ในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ นั้น ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อก่อนจึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้ แคทซ์ (Katz) ได้แบ่งกลุ่มตามความต้องการลักษณะทาง Cognitive Need, Affective Need, Integrative Need และ Escape Need ซึ่งอาจอธิบายได้ดังนี้

1. Cognitive Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับข่าวสารความรู้ และความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ
2. Affective Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับ ความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่างๆ
3. Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับ ความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ

4. **Escape Need** คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหนีหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

และในการนี้ แคทซ์, บลัมเบอร์ และกูเรวิทซ์ (Katz, Blumler and Gurevitch : 1974) ยังได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักในปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้น สื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิกและการเสริมสร้างความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน ดังนั้น การเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

นอกจากนี้ ในการส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้น จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารอีกหลายประการด้วยกัน ดังนี้ (อ่างในปัทมาวดี หล่อวิจิตร, 2539)

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะเป็นไปได้เพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย
 - 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับคน
 - 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะคิด และค่านิยมของตน
 - 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่

1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เรามั่นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evana, 1962 : 772-782) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่างๆ ว่าจะมีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985 : 171-193) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมา เป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications Map) เวนเนอร์ แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. **Orientational Gratification** หมายถึง การไขข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมอำนาจสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความ ต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือ การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. **Social Gratification** เป็นการไขข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับมาจากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. Para - Social Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือผู้อ่านข่าว หรือการนิยมชมชื่นผู้จัดรายการวิทยุ เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para - Orientational Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

หลังจากที่เราได้ทราบแง่มุมต่างๆของทฤษฎีที่นักสื่อสารหลายคนได้ให้ข้อเสนอและข้อคิดเห็นไว้มากมายแล้ว จากนั้น เราควรที่จะมาศึกษาถึงตัวแปรในทฤษฎีบางตัวที่มีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ด้วย เนื่องจากการแสวงหาความพึงพอใจจากการใช้สื่อ (Gratification Sought) นั้น เป็นจุดที่แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมต่างๆเกิดขึ้นจากแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจจึงมีตัวแปรต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความคาดหวัง (Expectation)

ได้แก่ การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัวหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อ ก็คือ ความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อ

2. ความพึงพอใจจากสื่อ (Gratification)

คำว่า ความพึงพอใจ หรือ ที่แปลมาจากภาษาอังกฤษว่า Gratification เป็นคำที่ควรให้ความสนใจอย่างยิ่งในการศึกษาครั้งนี้ ทั้งนี้ ในภาษาไทยเมื่อเราพูดคำว่า “ ความพึงพอใจ ” จากสื่อเราก็มักจะนึกถึง “ ความพึงพอใจที่เราได้รับจากการเปิดรับสื่อ ” แต่ที่จริงแล้วนั้น ความพึงพอใจจากสื่อ สามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็นด้วยกัน ได้แก่ (Palmgreen and Rayburn, 1985)

1) ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ผลจากความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนการประเมินค่าที่เกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่างๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อนี้ อีกอย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ หรือ Perceived Gratification Obtained

2) ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆ ซึ่งจะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงตามความเชื่อเดิม

สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจจากสื่อ ผู้วิจัยจะสรุปหมายถึงความถึง ความพึงพอใจที่บุคคลนั้นได้รับจากสื่อ หลังจากที่ได้เปิดรับสื่อเรียบร้อยแล้ว (Gratification Obtained) ซึ่งความหมายในประเด็นนี้ จะเน้นถึงผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อ ซึ่งผลที่ได้นี้จะทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจและเกิดการไขประโยชน์จากข่าวสาร ข้อมูลที่ได้รับจากสื่อ นั้น นอกจากนี้ ยังเป็นการทดสอบสมมติฐานว่า ระดับความพึงพอใจที่ผู้รับสารแต่ละคนได้รับหลังจากการเปิดรับผังรายการในข้างต้น จะมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทางประชากรของผู้รับสารแต่ละคนนั้นหรือไม่ ซึ่งจะได้อธิบายในเรื่องแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่อไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics)

ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

1. อายุ

ถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มียามาก ในขณะที่คนที่มียามากจะมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระวังระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มียาน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มียาน้อยจะมีประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านอุปสรรคต่างๆตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มียาน้อย (ประมะ สตะเวทิน, 2533)

ลักษณะการใ้สื่อมวลชนของเด็กและวัยรุ่น เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น ราชการบันเทิง การ์ตูน และเพลงสมัยใหม่ เด็กวัยรุ่นมักนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ สำหรับวัยผู้ใหญ่ นั้น การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยู และหนังสือพิมพ์มีมากพอๆกัน แต่พออายุ 40 ขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง แต่การดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้น (ชวลล เบญจรงค์กิจ, 2534) ซึ่งคนที่มียาน้อยมักจะใ้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆมากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยู คนที่มีอายุน้อยมักจะฟังรายการที่หนักๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหาสังคม คนตรีคลาสสิก ราชการศาสนา รวมทั้งคนที่มียาน้อยมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษา ข่าว และข่าวสารด้วย

2. เพศ

จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่อง ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศแตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่ยืดหยุ่นและเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตามและเป็นแม่บ้านแม่เรือน จากงานวิจัยยังพบอีกว่า ผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน, 2533)

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากดูโทรทัศน์ เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ของเด็กวัยรุ่น พบว่าเด็กวัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่เด็กวัยรุ่นหญิง สนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ ก้าวหน้ามากที่สุด นอกจากนี้ ยังพบว่าผู้อ่านข่าวชายและหญิงมีผลต่อการจำข่าว และความเชื่อถือข่าวของผู้ฟังชายและหญิงด้วย

3. การศึกษา

มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องได้ชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการสื่อสารต่างกันไป เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงก็จะมีความสนใจในข่าวสารกว้างขวาง แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆจะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ หรือผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ มากกว่าวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นต้น

4. ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

ซึ่งหมายรวมถึงอาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมแตกต่างกัน มีประสบการณ์แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน งานวิจัยของชรามม์ และ ไวท์ (Schramm and White, 1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารในสังคมอเมริกัน พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักเป็นผู้ที่นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิชมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง แม็คเนลลีและคณะ (McNelly and Others, 1968) พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะเช่นนี้ ก็สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษา คือ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้นมักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่ารายการโทรทัศน์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นเนื้อหาความบันเทิง (ตูบตเบญจรงค์กิจ, 2534)

จากแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ได้กล่าวในข้างต้น จะเห็นได้ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีลักษณะความสนใจ ความเชื่อ ความชอบ ทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างๆแตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงได้นำแนวคิดดังกล่าว เพื่อทดสอบสมมติฐานว่า นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟและมีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการแตกต่างกันไป ความทฤษฎีข้างต้นนี้ หรือไม่

4. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories)

เมลวิน แอล เคอเฟลอร์ (De Fleur, 1970) ได้ให้แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลไว้ 4 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล (Individual Differences Theory) บังคับเกี่ยวกับค่านักบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากทางการสื่อสาร ตามแนวทฤษฎีความไม่สอดคล้องทางความคิดในค่านักพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจเลือกรับข่าวสารอาจมีสาเหตุมาจากการที่บุคคลนั้นๆมีสิ่งสะสมอยู่ในตัวของบุคคลมาตั้งแต่เกิด (Predisposition) แตกต่างกัน ทำให้มีโครงสร้างทางบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน เช่น ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์เรียนรู้บรรทัดฐานของกลุ่ม ฯลฯ ลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคลนี้จะมีผลสำคัญต่อการกำหนดแบบการรับรู้หรือการเรียนรู้ของมนุษย์เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และข่าวสารที่แตกต่างกันตามทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลในแง่สร้างการเรียนรู้หรือการย้ำในสิ่งที่เขาอยู่แล้ว

2. ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม กล่าวว่า บุคคลในกลุ่มเดียวกันย่อมจะเปิดรับสารและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาของข่าวสารที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากความใกล้ชิดสนิทสนมผูกพันของกลุ่ม ฉะนั้น สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลต่อกลุ่มคนเหล่านี้ก็ต่อเมื่อส่งมาในลักษณะที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลภายในกลุ่มแบบไม่เป็นทางการ มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร นักสังคมวิทยาชาวชนบทเชื่อว่า เครือญาติของชาวนามีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ และชาวชนบทที่มีความผูกพันทางสังคมอย่างแน่นแฟ้นกับเพื่อนบ้าน ผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเผยแพร่ข่าวสาร และการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมของบุคคลในสังคมนั้น ในกรณีเช่นนี้ สื่อมวลชนจะมี

อิทธิพลต่อคนได้ในลักษณะ ทฤษฎีการสื่อสารสองขั้นตอน (Two - Step Flow Theory) ซึ่งต้องอาศัย อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) เขาร่วมด้วย

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางสังคม กล่าวว่า พฤติกรรมของบุคคลอาจขึ้นอยู่กับบรรทัดฐาน และสภาพแวดล้อมทางสังคม ถ้าสื่อมีเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม สื่อมวลชนอาจเพียงย้ำบรรทัดฐานเดิม และสร้างบรรทัดฐานใหม่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ฉะนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่ทางอ้อม 3 ประการ คือ 1) สื่อมวลชนจะส่งเสริมสนับสนุนหรือย้ำบรรทัดฐานทางสังคมให้ดำรงอยู่ตลอดไป 2) สื่อมวลชนจะสามารถสร้างความรับผิดชอบให้เกิดขึ้นในสังคม 3) สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่แต่ต้องใช้เวลา

จากทฤษฎีกลุ่มสังคม มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในแง่ที่ว่า ความสัมพันธ์ทางสังคม บรรทัดฐานทางสังคม จะมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจที่ผู้รับสารจะได้รับจากการเปิดรับข่าวสารนั้นหรือไม่ อย่างไร และความแตกต่างกันในแต่ละบุคคล รวมทั้งการจัดประเภททางสังคมนั้น จะมีผลทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างกัน เป็นไปตามหลักทฤษฎีที่ได้กล่าวไว้ อย่างไร

5. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชน

สื่อ [Media] เป็นหนทางหรือวิถีทางที่จะนำข่าวสารไปสู่ผู้รับ หรืออาจกล่าวได้ว่า สื่อ คือ พาหนะที่นำข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ สื่อมวลชน [Mass Media] และสื่อบุคคล [Personal Media] (เสถียร เขชประทีป, 2528)

สื่อมวลชน [Mass Media] หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้ส่งสารซึ่งอาจจะเป็นบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคล สามารถจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชน [Mass Communication] เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารต้องเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มที่ที่มีความหลากหลายและมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องเคยรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สิ่งที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น [Visual Transmitter หรือ Visual Media] เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ฯลฯ สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง [Audio Transmitter] เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง [Audio-Visual Transmitter] ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ประมะ สตะเวทิน 2533 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมคนต่าง ๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติ ปฏิบัติอย่างไรอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิกเมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักจะสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือเลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นและการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการ ที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มค่านิยมพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว จากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์ เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสมมิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ในทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz.” นั้น ตัวสื่อมวลชนเองสามารถเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ นิสิตนักศึกษาเกิดพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการได้ โดยจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารได้มากน้อยแค่ไหน นั้น คงจะต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆของผู้รับสารเองด้วย ดังนั้น ในการวิจัยจะทำให้ทราบว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารได้มากน้อยเพียงใด คงจะต้องพิจารณาในผลการวิจัยต่อไป

6. แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) เป็นแบบแผนการสื่อสารแบบดั้งเดิมในสังคมมนุษย์ ก่อนหน้าที่จะมีการสื่อสารมวลชนแบบเต็มรูปแบบ คือ การใช้ระบบการติดต่อบุคคลด้วยปากเปล่า ในปัจจุบันแม้ว่าการสื่อสารมวลชนจะมีบทบาทมากขึ้น แต่ยังคงต้องยอมรับอยู่ว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลยังมีความสำคัญและมีบทบาทแฝงอยู่ในสังคมไม่ว่าจะเป็นสังคมใหม่หรือสังคมที่กำลังพัฒนา เพียงแต่จะมีอิทธิพลในระดับต่างกันเท่านั้น (มัชจานา มาศมาลย์, 25--: 29)

ความสำคัญและความจำเป็นของการสื่อสารระหว่างบุคคล พงจะประมวลได้ดังนี้ (มาลี สุนธิ เกษตรวิริน, 2527 : 483)

1. เพื่อต้องการคนฟังพาอาศัย
2. เพื่อเป็นที่ยอมรับนับถือซึ่งกันและกัน
3. เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ไว้วางใจ ในเรื่องราวต่างๆซึ่งกันและกัน
4. เพื่อขอและให้ความช่วยเหลือ ความร่วมมือและเป็นส่วนร่วมในหมู่คณะ
5. เพื่อวินิจฉัย สั่งการ ประสานงาน และควบคุมงานให้ได้ผล
6. เพื่อให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ

ในทางจิตวิทยาเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคล ยังมีความสำคัญนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น คือ เป็นกระบวนการที่สร้างอิทธิพล ความนึกคิด และเป็นกลไกหรือปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาบุคคลหรือหน่วยงาน (อ่างโน กมลฉวีภูฏ พลวัน, 2534 : 16)

ปรมะ สตะเวทิน (2533) ได้กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว [Person-to-Person] กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและฝ่ายผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนกันได้โดยตรง ในขณะที่คนหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคน 2 คน เช่น การพูดคุยระหว่างกัน 2 คน การเขียนจดหมายถึงกัน และการใช้โทรศัพท์คุยกัน เป็นต้น ในทำนองเดียวกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลก็สามารถเกิดขึ้นได้ในกลุ่มย่อย ซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไปรวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน เป็นต้น

การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้ ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถโต้ตอบกันได้ทันที ให้ประโยชน์ในแง่ที่ทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว และเป็นที่ยอมรับกันว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของบุคคลมากกว่าการสื่อสารมวลชน โดยซาสซาร์สเฟลด์ และเมนเซล [Lazarfeld and Menzel, 1968] ได้ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพว่า

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้รับฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟังเป็นไปได้อากกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ตนไม่สนใจได้ง่าย

2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้ากัน เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนาได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อคิดเห็นและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

จากทฤษฎีด้านลักษณะทางประชากร กลุ่มสังคม และสื่อมวลชนในช่วงต้น ล้วนแต่สามารถเป็นปัจจัยที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการและระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการมีความแตกต่างกันตามแนวความคิดที่ได้อกล่าวไว้ข้างต้น รวมทั้ง แนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล ที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้รับสารในการเลือกเปิดรับข่าวสาร ซึ่งสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะมีความสอดคล้องตามทฤษฎีสื่อบุคคลที่ได้อกล่าวไว้หรือไม่ คงจะต้องพิจารณาจากผลการวิจัยต่อไป

7. ELABORATION LIKELIHOOD MODEL

Elaboration Likelihood Model หรือแบบจำลอง ELM นี้ ผู้ที่เป็นเจ้าของแบบจำลอง คือ Petty และ Cacioppo (O'Keefe, Daniel J. 1994) ซึ่งศึกษาแนวคิดนี้มากในช่วงทศวรรษ 1980 เป็นการคิดแบบขยายรายละเอียดให้เป็นเส้นต่อเนื่อง (Continuum) และการโน้มน้าวใจก็อาจเกิดขึ้น ณ จุดใดจุดหนึ่งบนเส้นต่อเนื่องนี้ แบบจำลอง ELM แยกความแตกต่างระหว่าง 2 เส้นทางอันนำไปสู่ระดับที่แตกต่างในการโน้มน้าวใจ คือ

1. เส้นทางหลัก (Central Route) ผู้การโน้มน้าวใจ หมายถึง กระบวนการพิจารณาขยายความเนื้อสารที่เป็นไปอย่างสูงมาก เรียกเป็นภาษาวิจัยว่า Elaboration Likelihood is very high คือมีการคิดในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสารอย่างใคร่ครวญถี่ถ้วน จะมีการตรวจสอบข้อมูลในสาร ข้อโต้แย้งในสาร สาระอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น อาจจะมีการทบทวนความจำบางส่วน ต้องผ่านกระบวนการคิดอย่างรอบคอบก่อน จึงจะสามารถโน้มน้าวใจได้

2. เส้นทางริม (Peripheral Route) ผู้การโน้มน้าวใจ หมายถึง กระบวนการพิจารณาขยายความเนื้อสารเป็นไปต่ำมาก กล่าวอีกนัยหนึ่ง ผู้รับสารอาจถูกโน้มน้าวใจโดยไม่ได้ใช้

สมองไตร่ตรองมาก (Less extensive issue - relevant thinking) เช่น อาจจะถูกโน้มน้าวใจด้วยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารแทนที่จะเป็นความเจ็บคัมหรือความสลับซับซ้อนของสาร

ปัจจัยที่มีผลต่อความมากน้อย (Degree) ในการคิดขยายรายละเอียดของสาร มีตัวแปร 2 ตัวที่มีผู้ศึกษาคือ

1. แรงจูงใจ (Motivation) ของผู้รับสารในการที่จะคิดให้ละเอียดลึกซึ้งขึ้นไป
2. ความสามารถ (Ability) ของผู้รับสารในการที่จะคิดให้ละเอียดลึกซึ้ง

ทั้งความสามารถและแรงจูงใจนี้ ต้องไปด้วยกันเสมอ การคิดขยายรายละเอียดในระดับสูงจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าผู้รับสารมีแรงจูงใจจะคิดแต่ขาดความสามารถ หรือในทางตรงกันข้ามผู้รับสารมีความสามารถจะคิดแต่ขาดแรงจูงใจ

1. ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจที่จะคิดขยายรายละเอียด

1.1 ความผูกพันของผู้รับสาร (Receiver Involvement) คือประเด็นของสาร เช่น ผู้รับสารอาจจะเป็นผู้สูงอายุ จะมีความสนใจหรือรู้สึกว่สารเรื่องโรคคอเรสเทอรอล ความดันโลหิตสูง เบาหวาน โรคหัวใจ เหล่านี้เกี่ยวข้องกับตนมาก ผู้รับสารเหล่านี้ก็จะมีแรงจูงใจที่จะคิดขยายรายละเอียดเมื่อได้รับสารเหล่านี้

1.2 แหล่งสารหลายแหล่งซึ่งเสนอข้อโต้แย้งหลากหลาย เมื่อมีแหล่งสารหลายแหล่ง ประเด็นข้อโต้แย้งมีหลากหลายยิ่งขึ้น เมื่อนั้นแรงจูงใจที่จะคิดขยายรายละเอียดก็จะมีมากขึ้น แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า แหล่งสารเหล่านี้ต้องเป็นอิสระต่อกัน จึงจะมีอิทธิพลต่อการเสริมแรงจูงใจ ถ้าแหล่งสารนั้นถูกมองว่าสมรู้ร่วมคิดกัน แม้จะมีประเด็นข้อโต้แย้งหลากหลาย ก็จะไม่ลดแรงจูงใจของผู้รับสาร

1.3 ความต้องการใ้รู้ (Need for Cognition) หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดชอบและมีความสุขกับการที่จะได้คิด บุคคลประเภทนี้จะมีความคิดที่ว่า ฉันทชอบงานที่มีทางแก้ปัญหาใหม่ๆ หรือฉันทชอบงานที่ไขหัวคิดเขอะๆ สำหรับคนประเภทนี้ แรงจูงใจจะมาจากกาที่ได้คิดซึ่งผิดกับคนที่ไม่ต้องการคิดอะไรมากในการทำงาน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการคิดขยายรายละเอียด ความสามารถนี้จะถูกจำกัดได้ด้วยปัจจัย 2 อย่าง คือ

2.1 สิ่งหันเหความสนใจ (Distraction) ในการทดลองสิ่งหักเหความสนใจจะทำให้ผู้รับสารไม่มีเวลาคิดขยาดความสารในรายละเอียด สิ่งหันเหเหล่านี้ ได้แก่ การให้ผู้รับสารได้รับฟังสารและมีเสียงบีบบีบคังขัดจังหวะเป็นช่วงๆ หรือขณะที่ผู้รับสารดูสารอยู่ก็จะมีแสงไฟสาดไปสาดมา หรือให้ผู้รับสารจดบัญชีที่มีเลขทศนิยมสองตำแหน่ง หรือให้ผู้รับสารคอยดูว่าแสงไฟส่องไป ณ จุดใดข้างบนฉากที่ขึงไว้ สิ่งหันเหเหล่านี้จะทำให้ผู้รับสารไม่สามารถใช้สมองใคร่ครองจนละเอียด ทำให้ไม่สามารถคิดอย่างลึกซึ้งได้ อันนำไปสู่การไม่ถูกโน้มน้าวใจ หรือถูกโน้มน้าวใจโดยปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่มาจากการใช้สมองใคร่ครองใคร่ครวญ หรือถูกโน้มน้าวใจให้มีที่ทําเป็นปรปักษ์น้อยลงกับจุดยืนที่ตนไม่ได้สนับสนุน เพราะสิ่งหันเหทำให้ไม่มีเวลาคิดต่อต้านมากนัก

2.2 ความรู้ดั้งเดิม (Prior Knowledge) ผู้รับสารบางคนที่มีพื้นความรู้ลึกซึ้งเกี่ยวกับสารที่ได้รับก็ย่อมมีความสามารถที่จะคิดใคร่ครวญได้อย่างละเอียดละออ เขาก็ย่อมจะถูกโน้มน้าวใจหรือไม่ถูกโน้มน้าวใจได้มากขึ้น

I. ตัวแปรที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจกับสถานะที่มีการคิดขยาดรายละเอียดสูง (High Elaboration) : เส้นทางหลัก (Central Route) สู่การโน้มน้าวใจ

1. สารที่สนับสนุนทัศนคติและสารที่ตรงข้ามกับทัศนคติของผู้รับสารภายใต้สภาพการณ์ที่มีการคิดขยาดรายละเอียดสูง (นั่นคือ ผู้รับสารมีความผูกพันกับสารมาก) ถ้าสารตรงกับใจหรือทัศนคติของผู้รับสาร สารนั้นจะกระตุ้นให้เกิดความคลั่งคลายถึงกับผู้ส่งสาร นั่นคือ ถูกโน้มน้าวใจ และในทางตรงข้าม ถ้าสารนั้นตรงกันข้ามกับจุดยืนหรือทัศนคติ (Counterattitudinal Message) ของผู้ส่งสาร ผู้รับสารก็จะเกิดอาการไม่ชอบใจ

2. ข้อโต้แย้งเฉียบคมภายในสาร (Strength of Argument) ยิ่งสารกระตุ้นหรือท้าทายความคิดของผู้รับสารเท่าใด ผู้รับสารก็จะคิดถึงประเด็นต่างๆ ในสารนั้น และถ้าสารนั้นเสนอข้อโต้แย้งที่ขาดน้ำหนักก็ย่อมจะโน้มน้าวใจได้น้อย แต่ถ้าวสารนั้นเสนอหลักฐานดี ข้อมูลเพียบพร้อม ผู้รับสารก็จะถูกโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนทัศนคติได้

II. ตัวแปรที่มีผลต่อการโน้มน้าวใจกับสถานะที่มีการคิดขยาดรายละเอียดต่ำ (Low Elaboration) : เส้นทางริม (Peripheral Route) สู่การโน้มน้าวใจ หรือที่เราเรียกว่าหลักสามัญสำนึกหรือหาคำตอบด้วยตัวเอง (Heuristic Principles) หลักสามัญสำนึกนี้มี 3 หลักที่ศึกษากัน คือ

1. หลักความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Credibility Heuristic) หลักนี้อธิบายว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะโน้มน้าวใจผู้รับสารได้ และในสภาพการณ์เช่นนั้น การคิดขยายรายละเอียดจะอยู่ในระดับต่ำ เช่น ผู้ส่งสารเป็นนักวิชาการทางคานรัฐศาสตร์มาพูดเปิดประเด็นในเรื่องการเมือง ผู้รับสารก็จะเกิดความเชื่อถือผู้ส่งสารผู้นั้นแล้วเนื่องจากผู้ส่งสารนั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญทางคานนั้นจริงๆ เป็นต้น มีการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าผู้รับส่งสารมีความผูกพันในสารสูงมากขึ้นเท่าใด ผลของความน่าเชื่อถือของผู้รับสารจะลดลงเท่านั้น

2. หลักความชอบ (Liking Heuristic) หลักนี้อธิบายได้ว่าผู้รับสารชอบผู้ส่งสารจึงทำให้ถูกโน้มน้าวใจได้ ยิ่งผู้รับสารชอบผู้ส่งสารมากขึ้นเพียงใด ผู้รับสารก็จะถูกโน้มน้าวใจได้มากขึ้นเพียงนั้น เช่น คีเจราขการกรีนเวฟชักชวนให้กลุ่มผู้ฟังรายการร่วมบริจาคโลหิต ก็มีแฟนรายการจำนวนมากมาร่วมบริจาคโลหิต จะเห็นว่า เมื่อผู้รับสารมีความชอบในตัวผู้ส่งสารอยู่แล้ว การโน้มน้าวใจก็ง่ายขึ้นไปได้ง่ายขึ้น

3. หลักความเห็นชอบจากกลุ่ม (Consensus Heuristic) หลักนี้มีแนวคิด ถ้าคนอื่นๆ เชื่อสารนี้แล้ว สารนี้น่าจะจริง ผู้รับสารก็จะถูกโน้มน้าวใจโดยอาศัยกลุ่มเป็นตัวตัดสินใจ เช่น กลุ่มวัยรุ่นเมื่อเพื่อนในกลุ่มของตนฟังรายการหนึ่งเป็นประจำ ก็จะมีผลให้คนอื่นๆ ในกลุ่มหันมาฟังรายการนั้นด้วย เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป เราต้องมองการคิดขยายรายละเอียดเป็นเส้นยาวต่อเนื่อง (Continuum) ถ้าผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะคิดขยายรายละเอียดมากขึ้น ผลกระทบของเส้นทางริมที่มีต่อผู้รับสารจะลดลง ผลกระทบจากการคิดขยายรายละเอียดที่เกี่ยวกับประเด็นของผู้รับสารจะเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ต้องระวังด้วยว่าแบบจำลอง ELM ไม่ได้เสนอว่า ความแตกต่างในความเชียบคมของข้อโต้แย้งจะไม่ก่อให้เกิดผลอะไรเลยในกรณีที่มีการคิดขยายรายละเอียดต่ำ หรือ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะไม่ก่อให้เกิดผลอะไรเลยในกรณีที่มีการคิดขยายรายละเอียดสูง

ในกรณีงานวิจัยครั้งนี้ การคิดขยายรายละเอียดของตัวผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญมากในการสร้างความน่าเชื่อถือในข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ตลอดจนการยอมรับในแหล่งสาร ผู้ส่งสาร และตัวสาร เพื่อก่อให้เกิดความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้เกิดการโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตามจุดมุ่งหมายของทางราชการได้ โดยมีการเปิดรับข่าวสารจากทางราชการและมีความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับจากการฟังรายการ ตลอดจนนำข่าวสารที่ได้นี้ ไปก่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติได้ ซึ่งจะช่วยตอบสนองตรงตามแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมซึ่งจะได้นำมาปฏิบัติในหัวข้อต่อไป

8. แนวความคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ความหมายของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

นิวัติ เรืองพานิช (2528) ให้ความหมายว่า การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากรอย่างฉลาดให้เป็นประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุดและนานที่สุด ทั้งนี้ต้องสูญเสียทรัพยากรโดยเปล่าประโยชน์น้อยที่สุด และจะต้องกระจายการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรโดยทั่วถึงกันด้วย ฉะนั้น การอนุรักษ์จึงไม่ได้หมายถึง การเก็บรักษาทรัพยากรธรรมชาติไว้เฉยๆ แต่ต้องนำทรัพยากรมาใช้อย่างถูกต้องตามกาลเทศะ (Time and Space) อีกด้วย

เกษม จันทรแก้ว (2530) ให้ความหมาย การอนุรักษ์ หมายถึง การเก็บรักษา สงวน ซ่อมแซม ปรับปรุง และการใช้อย่างสมเหตุสมผลต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อจะเอื้ออำนวยให้คุณภาพสูงสุดในการสนองความเป็นอยู่ของมนุษย์ตลอดไป

วิชัย เทียนน้อย (2533) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การนำทรัพยากรธรรมชาติ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และยืดอายุการใช้งานให้ยาวนานที่สุด แต่มิได้หมายความว่า จะเก็บรักษาสิ่งเหล่านี้ไว้โดยมิได้นำมาใช้ประโยชน์

แนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

สำหรับในประเทศไทย ขบวนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เริ่มประมาณ พ.ศ. 2513 เมื่อกลุ่มบุคคลในอาชีพต่างๆรวมตัวกันเข้าเป็นสมาคม ได้หันมาสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อม เช่น นิคมไพรสมาคม สมาคมอนุรักษ์ศิลปะและสิ่งแวดล้อม ประกอบกับขบวนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและนิเวศวิทยาของนิสิตนักศึกษา ได้ก่อตัวขึ้นในสถาบันการศึกษาต่างๆทั่วประเทศและมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง (นาท คัมภีร์วิรุฬห์, 2528)

เกษม จันทรแก้ว (2530) ได้เสนอแนวคิดไว้ 6 ประการ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้ได้ผล ซึ่งพอสรุปดังนี้

1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติในสิ่งแวดล้อมแต่ละแห่ง จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จะมีผลต่อสิ่งแวดล้อม ในอันที่จะทำให้เกิดประโยชน์และโทษต่อมนุษย์ที่อยู่ในแต่ละสิ่งแวดล้อมนั้นๆ

2. รักษาทรัพยากรธรรมชาติที่จำเป็นและหาขาดความระมัดระวังและตระหนักเสมอว่า การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มากเกินไปจะไม่ปลอดภัยต่อสภาวะแวดล้อม
3. รักษาทรัพยากรธรรมชาติที่ทดแทนได้ โดยให้อัตราการผลิตเท่ากับอัตราการใช้
4. ประชากรเป็นปัจจัยที่ทำให้สภาวะแวดล้อมเปลี่ยน ดังนั้น จึงควรมุ่งถึงอัตราการเกิดและการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรตลอดเวลา
5. ปรับปรุงวิธีการในการผลิตและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง พยายามค้นคว้าสิ่งใหม่ๆ เพื่อให้เพียงพอต่อการใช้ของประชากร
6. ให้การศึกษาแก่ประชาชนให้เข้าใจความสำคัญและหลักการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การให้การศึกษาที่นั่นอาจเป็นไปได้ทั้งในและนอกโรงเรียนให้เหมาะสมกับวัยและคุณวุฒิ

โดยสรุปแล้ว แนวความคิดที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่กล่าวไปแล้วนั้น เมื่อนำมาวิเคราะห์ถึงปัญหาของสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นในทั่วทุกมุมโลก ทำให้ตระหนักชัดเจนว่าถึงเวลาแล้ว ที่ทุกคนในทุกส่วนของโลกจะต้องร่วมมือกันและแสวงหาวิธีการ ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่างๆ เอาไว้ด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่การดำรงชีพของมนุษย์อย่างมีคุณภาพ (Raymond Dasmann อ้างใน ชาวลิต หมั่นนุช, 2536 : 85)

หลักทั่วไปของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

กรมพลศึกษา (2529) ได้เสนอแนวทางในการอนุรักษ์ทรัพยากรที่เป็นสิ่งสวยงามตามธรรมชาติและสาธารณสมบัติไว้ดังนี้

1. ไม่ทำลายทรัพยากรสิ่งสวยงามและสาธารณสมบัติ ทั้งโดยตั้งใจและการรู้ทำไม่ถึง
2. หาโอกาสบำเพ็ญประโยชน์ด้วยการร่วมกันทำความสะอาด กำจัดวัชพืชที่ทำความสกปรกรกรุงรังแก่สถานที่เหล่านั้น
3. ให้ความร่วมมือแก่ทางการ ในการอนุรักษ์ทรัพยากร ตลอดจนสาธารณสมบัติของชาติ
4. ช่วยประชาสัมพันธ์หรือเผยแพร่ให้ผู้อื่นได้ตระหนักและร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสาธารณสมบัติ

แนวทางในการแก้ไข ป้องกัน และบำรุงรักษาระบบสิ่งแวดล้อม

โสภณ สุภาพงษ์ (2535 : 233-234) ได้ให้ข้อเสนอสำหรับแก้ไขปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อมด้วยสื่อองค์กรพัฒนาเอกชน ดังต่อไปนี้

9. แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เสมอสุข อุไรสวัสดิ์ (2528) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการรับสมัครงานจากสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์ของผู้สมัครเป็นอาสาสมัครรุ่นที่ 26 ของกรมการพัฒนาชุมชน พบว่า ราชโด มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากสื่อวิทยุ

วินัย ทิพย์สุวรรณ (2528) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จ.อุบลราชธานี ได้ชี้ให้เห็นว่า ราชโดเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์

ทัศนัย สุนทรวิภาค (2531) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพัทยา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรในเรื่องเพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์

พจนาลัย สีละดูวะ (2532) พบว่า เทศพาณิชย์มีแนวโน้มที่จะเปิดรับวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์มากกว่าเพศชาย

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ คลื่นพิเศษ F.M. SCA โดยมีการจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ราชโด และระดับการศึกษา สุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่ใช้บริการรถประจำทางของ ข.ส.ม.ก. เป็นประจำ จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า อาชีพ ราชโด และอายุที่แตกต่างกัน ก็จะมี ความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

วันทนีย์ แสนภักดี (2533) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ทั้งเวลาในการเปิดรับสื่อและความตั้งใจในขณะที่เปิดรับสื่อของนักศึกษาสาขาวิชาศิลปศาสตร์ การศึกษา และวิทยาศาสตร์ ไม่แตกต่างกัน, ความพึงพอใจที่ได้รับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชนของนักศึกษาในสาขาวิชาต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ, พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนในค่านระะเวลาในการเปิดรับน้อย ปานกลาง มาก ไม่มีความสัมพันธ์กันกับสาขาวิชาที่เรียน และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กันกับความพึงพอใจ

อุษา จันทร์ประกาศ (2535) ศึกษาเรื่องการไขปริศนาและความพึงพอใจของผู้พึงรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี พบว่า เทศบาลและเทศบาลเมืองมีการไขปริศนาและความพึงพอใจจากการฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน จังหวัดจันทบุรี ไม่แตกต่างกัน

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรและพฤติกรรม การเปิดรับชม กับทัศนคติ การไขปริศนาและความพึงพอใจของผู้ชมรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรายการ, ระดับการศึกษาและรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการ, พฤติกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาการออกอากาศของทางรายการ

ฉัตรพร ทานิช (2539) ศึกษาเรื่องการไขปริศนาและความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษานักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า วิทยุชุมชนและหญิงมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และการไปชมคอนเสิร์ตของวิทยุแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 โดยวิทยุหญิงเปิดรับสื่อมากกว่าวิทยุชาย , การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร และการไปชมคอนเสิร์ตของวิทยุที่มีรายได้ของครอบครัวแตกต่างกันนั้น ไม่แตกต่างกัน และ วิทยุที่มีสถานภาพทางครอบครัว และรายได้ของครอบครัวต่างกัน มีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องไม่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย