

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งที่จะศึกษาเกี่ยวกับ "การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน กับความต้องการของผู้อ่าน" ดังนั้น ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่จะนำมาใช้สนับสนุนการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเรื่องบทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับ "การท่องเที่ยว"

ในเรื่องของแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้มีผู้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวไว้มากมายหลายท่าน แต่ความหมายที่เป็นสากลและนิยมใช้กันโดยทั่วไป กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary)
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary)
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ดังนั้น คำว่า "การท่องเที่ยว" จึงเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง มิได้เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานอย่างที่คนส่วนมากเข้าใจกันเท่านั้น แต่การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา เพื่อหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อติดต่อธุรกิจ ตลอดจนเพื่อเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง ก็นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น (เสรี วงษ์ไพจิตร, 2530)

แต่เดิมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำหรับชนชั้นสูง หรือผู้ที่มีความพร้อมทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมเท่านั้น เนื่องจากต้องเสียค่าใช้จ่ายมาก และการเดินทางยังไม่สะดวกเท่าทุกวันนี้ แต่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่แพร่หลายไปสู่บุคคลทุกระดับ (Mass Tourism) แทบจะไม่จำกัดเพศ วัย และฐานะทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้สาเหตุสำคัญที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกันอย่างกว้างขวาง ได้แก่

- 1) การศึกษาที่สูงขึ้น กระตุ้นให้มนุษย์เกิดความสนใจ และอยากรู้อยากเห็น
- 2) ความเจริญก้าวหน้าในด้านการคมนาคม ทำให้คนเดินทางด้วยความสะดวกและรวดเร็ว
- 3) การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัย ช่วยให้คนได้รู้จักโลกกว้างขวางขึ้น ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้คนอยากไปสัมผัสด้วยตนเอง
- 4) สื่อโฆษณาในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ วีดิโอ ภาพยนตร์ โปสเตอร์ แผ่นพับ เป็นต้น
- 5) ความแออัดของเมืองใหญ่ ทำให้ผู้คนอยากกลับไปหาธรรมชาติ อากาศที่บริสุทธิ์ และสภาพแวดล้อมใหม่ที่สวยงามแปลกตา
- 6) ในปัจจุบันรัฐบาลของประเทศต่างๆ มีการกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัวในเรื่องการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากตระหนักดีว่าการท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประเทศชาตินับประการ

จากสาเหตุต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ เมื่อนำมารวมกับความต้องการสารพัดที่อยู่ในใจมนุษย์ จึงเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวไปยังส่วนต่างๆ ของโลกอย่างกว้างขวาง และเพื่อให้ผู้เดินทางได้รับความสะดวกสบาย จึงได้มีการจัดระบบในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่นักท่องเที่ยวยังไม่เริ่มเดินทาง หรือยังไม่มีความคิดจะเดินทาง ซึ่งในขั้นนี้ จะมีการจัดระบบให้บริการข่าวสาร เพื่อชักชวนให้เกิดการตัดสินใจไปท่องเที่ยว และลำดับต่อมา ก็จะเป็นการจัดระบบการให้บริการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง การพักผ่อน การให้บริการนำเที่ยว ร้านอาหาร บันเทิง สินค้าที่ระลึก รวมทั้งการคุ้มครองในด้านความปลอดภัย ในแต่ละส่วนดังกล่าวนี้สามารถเรียกรวมกันได้ว่าเป็น "บริการท่องเที่ยว (Tourist Service)" ซึ่งเมื่อรวมกับการจัดระบบในส่วนของการบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว เรียกว่าเป็น "อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry)" (สุวรรณชัย สุทธิรักษ์, 2530)

ม.ล. ดุ้ย ชุมสาย และ ญิบพันธ์ พรหมโยธี กล่าวถึง เหตุจูงใจที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยวไว้ดังนี้

เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยว

- 1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน และความบันเทิง
- นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นอุบัตินิการณใหม่ๆ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อสนุกสนานไปกับความอึกทึกครึกโครม และตึกงามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่นๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง

2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน

ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดงานเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร ทั้งนี้ เพื่อขจัดความเหน็ดเหนื่อยล้าทั้งทางกาย และทางจิตใจที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้ หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวเหล่านี้ มักจะเลือกพักในสถานที่ที่มั่นใจได้ว่าสงบจริงๆ เช่น ชายหาดห่างไกลผู้คน หรือบนเขาบนดอยห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของชาติต่างๆ เพื่อเป็นการศึกษาถึงชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยา และสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุ และเทคโนโลยีปัจจุบัน หรือเพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหกรรม และงานฉลองต่างๆ

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ๆ ของโลก เช่น กีฬาโอลิมปิก การแข่งขันฟุตบอลโลก เป็นต้น รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้นๆ เช่น การไปเล่นสกีในฤดูหนาว การเล่นเรือใบในหน้าร้อน และในฤดูกาลอื่นๆ ที่เหมาะสม นักท่องเที่ยวก็จะเข้าไป ตกปลา ซี่ม้า หรือแม้แต่ขับรถเล่นโดยไม่มีจุดหมายปลายทาง เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ

อันที่จริงแล้ว การท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจไม่น่าจะนับเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะชาติปัจเจกที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยว แต่ที่เป็นข้อเท็จจริงอยู่นั้น นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เจียดเวลา และจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวแท้ๆ ด้วย ซึ่งอาจเป็นเวลาว่างจากการปฏิบัติธุรกิจประจำวัน หรือถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีก 2-3 วัน เป็นต้น

6) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา

ในสมัยปัจจุบัน มีองค์การ คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศมากมาย ที่มักจะมีการเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา อยู่เป็นประจำ ซึ่งได้ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวจากคนกลุ่มนี้มากมาย และองค์การ IUOTO (International Union of Official

Travel Organization เห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนาไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง จากสถิติของ IUOTO ปรากฏว่าในปี ค.ศ. 1967 มีการประชุมประเภทต่างๆ ระดับโลกถึง 3,500 แห่ง และการประชุมดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยที่ในการจัดระเบียบวาระการประชุมแต่ละครั้ง เกือบจะไม่มีกรยกเว้นที่ผู้จัดจะต้องมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าประชุม และผู้ติดตามกลายเป็นนักท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ

วาฮับ (Wahab) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว หรือที่เรียกว่า สันมรดกทางการท่องเที่ยว ว่ามี 2 ประการคือ (Wahab, 1975)

- 1) สันมรดกตามธรรมชาติ ได้แก่ลมฟ้าอากาศ ลักษณะภูมิประเทศ สัตว์ ป่าเขา ทะเล น้ำตก เป็นต้น
- 2) สันมรดกที่คนสร้างขึ้น เพื่อจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว และเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสะดวกสบาย ได้แก่
 - สันมรดกการท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และศาสนา
 - โครงสร้างฐานรอง (Infrastructure) ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ถนนหนทาง ที่พัก ร้านอาหาร
 - โครงสร้างเหนือฐานรอง (Superstructure) ได้แก่ สิ่งที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น แต่ไม่ถึงกับเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น บ่อนคาสิโน ในท์คลับ ห้องประชุมสัมมนา เป็นต้น
 - วิธีการดำรงชีวิตของคน ซึ่งรวมถึงท่าทีความรู้สึกของประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความยิ้มแย้มแจ่มใส ความมีน้ำใจ ความพร้อมที่จะช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ฮัดแมน ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นมูลเหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ต่างๆ ไว้ดังต่อไปนี้

มูลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว

1. ปัจจัยผลักดัน

คือ สภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันนี้ มีสาเหตุต่างๆ คือ

1.1 ความอยากรู้อยากเห็น

สิ่งนี้อาจจะถือว่าเป็นแรงผลักดันภายในที่เห็นได้ชัด เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณในการอยากรู้อยากเห็นเรื่องต่างๆ ที่ตนเองยังไม่รู้ ดังนั้น การเดินทางท่องเที่ยว ก็เป็นการสำรวจโลกใหม่ เพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

1.2 ความพึงพอใจ

การเดินทางท่องเที่ยว และความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็น ได้สร้างความสุข ความพึงพอใจให้กับบุคคล ดังนั้น การท่องเที่ยว ก็คือความพยายามที่จะแสวงหาความสุขให้กับตนเองนั่นเอง

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)

คือ สภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูด ใ้ใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดเหล่านี้ ได้แก่

2.1 ลักษณะภูมิประเทศ

ได้แก่ลักษณะทางภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หรือทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ประกอบกับสภาพทางภูมิอากาศ เช่น อากาศสดชื่น อากาศเย็นสบาย ซึ่งรวมเรียกว่า ลักษณะภูมิกายภาพที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

2.2 สภาพอื่นๆ

ได้แก่ การจัดกิจกรรมต่างๆ ขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ถ้าท่าंगไกลและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าไปถึง ความต้องการในการเดินทางก็จะลดน้อยลง รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร สถานบริการ สถานที่นันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก และปัจจัยพื้นฐานต่างๆ เช่น ระบบการสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภค ในแหล่งท่องเที่ยวก็มีความจำเป็นอย่างยิ่ง และที่สำคัญก็คือ ความประทับใจในการให้บริการของพนักงานบริการ และการต้อนรับอย่างเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น เป็นต้น

จากการศึกษาของแดนน์ (Dann) ได้กล่าวถึงสาเหตุของการท่องเที่ยวไว้ โดยแยกพื้นฐานการจูงใจออกเป็น 2 แนวทาง คือ

1. การท่องเที่ยวเกิดขึ้นเพราะมนุษย์แสวงหาสิ่งที่คล้ายกับเป็นการให้รางวัลตัวเอง หรือเพื่อต้องการจะรับรู้ในวัฒนธรรมอื่นๆ หรือเพื่อความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และผ่อนคลายจากความตึงเครียด

2. การท่องเที่ยวเกิดขึ้น เพื่อเป็นการหลีกเลี่ยงจากความจำเจของสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวัน หรือหลบหนีจากปัญหาความวุ่นวาย ความลำบากใจ แม้ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยงชั่วคราวก็ตาม

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดที่ยกมาข้างต้น อาจจะสรุปถึงมูลเหตุจูงใจ หรือสาเหตุของการท่องเที่ยวได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของสิ่ง 2 สิ่ง ซึ่งในที่นี้จะขอใช้คำว่า "ปัจจัยภายใน" หมายถึงสาเหตุหรือมูลเหตุจูงใจที่มาจากตัวบุคคลเองที่ต้องการพักผ่อน หรือเพื่อความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว และคำว่า "ปัจจัยภายนอก" หมายถึง สาเหตุหรือปัจจัยที่มาจากภายนอก ซึ่งปัจจัยภายใน

นอกนี้เอง ที่ทำให้เกิดความต้องการด้านการท่องเที่ยวขึ้นมา เช่นจากการเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นถึงความสวยงาม และสิ่งดึงดูดใจต่างๆ ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของหนังสือพิมพ์รายวัน กับความต้องการของผู้อ่าน ได้ทำการศึกษาถึง แนวโน้มในการท่องเที่ยวของคนไทยในช่วงปีรณรงค์โครงการ Amazing Thailand ในประเด็นเกี่ยวกับ ความบ่อยครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศในช่วงรอบปีที่ผ่านมา รวมถึงเรื่องความนิยมกับแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ของไทย และความนิยมลักษณะการท่องเที่ยวแบบต่างๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)

แนวทางศึกษาในเรื่อง การใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ทฤษฎีนี้เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร และเชื่อว่าผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อ และรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสาร ที่เน้นในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2528)

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีนี้อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) กล่าวไว้ คือความต้องการทางร่างกาย ความต้องการปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรู้ตัวเอง ที่เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์เราเรียนมาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้ เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่ถูกยึดเยียดข่าวสาร

เสรี วงษ์มณฑา (2523) ได้สรุปการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของ "ทฤษฎีการใช้เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ" ดังนี้

1. มนุษย์สนใจและแสวงหาข่าวสารด้วยตนเองไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง และมนุษย์มีการเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเอง จากความสนใจ และแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ กัน

แคทซ์และคณะได้ให้คำอธิบายว่าผู้รับสารแต่ละคนมีสภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน จึงมีความต้องการต่างๆ รวมถึงความต้องการมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมของตน และความต้องการได้รับความบันเทิงแตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังจากแหล่งข่าวหรือสื่อมวลชนว่าจะสามารถสนองความต้องการเหล่านั้นได้อย่างพึงพอใจ และมีการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน ซึ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจตามต้องการ หรือผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

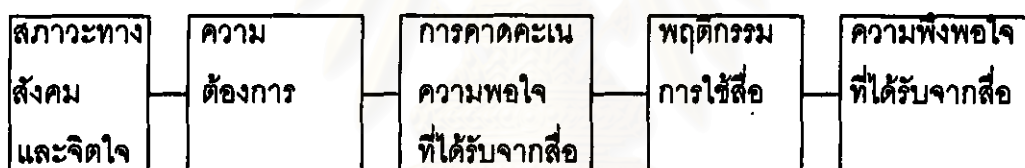
แคทซ์และคณะ (1973) ได้สร้างมาตรฐานวัดความต้องการทางด้านจิตวิทยา และสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในด้านต่างๆ ได้แก่

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ ได้แก่
 - ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - ต้องการให้ลดน้อยลง
 - ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งภายนอก ได้แก่
 - การติดต่อเพื่อรับข่าวสารความรู้
 - การติดต่อเพื่อความพอใจ หรือเพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
 - การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์มีการติดต่อด้วย ได้แก่
 - ตนเอง
 - ครอบครัว
 - เพื่อนฝูง

- สังคม รัฐบาล
- ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม
- โลก
- สิ่งอ้างอิงภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 แคทซ์ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (needs) ของบุคคลขึ้น 35 ข้อความ เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ ของบุคคลที่คาดหวังว่า สื่อจะสามารถสนองความพึงพอใจให้ได้ เช่น ความต้องการที่จะติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัวให้เพิ่มมากขึ้น หรือ กล่าวง่าย ๆ คือความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้น หรือก็คือ ความต้องการที่จะหนีให้พ้น (escape) จากสถานะที่เป็นจริงในโลก โดยหันไปใช้สื่อเพื่อได้รับความบันเทิง และช่วยตอบสนองความพึงพอใจในส่วนนี้

องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่อง "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน" ตามที่กล่าวมา แสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้



จากแบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการรับสาร และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างๆ กัน

จากการศึกษาของแม็คคอมบส์และเบ็คเคอร์ (McCombs and Becker) ได้ชี้ให้เห็นว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและการสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้รู้ว่าเกิดอะไรขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่

3. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นเดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
5. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์

McQuail และคณะ (อ้างใน ศิริชัย ศิริภายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531) ได้ศึกษาตัวแปร "ความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชน" ไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
 - เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ
 - สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจของตนเอง
 - เป็นการเรียนรู้ และศึกษาด้วยตนเอง
 - สร้างความรู้สึกที่มั่นคง
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 - ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น
 - มองทะลุภายในตัวเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - ใช้แทนเพื่อน
 - ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. การต้องการความบันเทิง
 - การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
 - การผ่อนคลาย
 - ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ

- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ปลดปล่อยอารมณ์

ในงานวิจัยเรื่อง "การนำเสนอเนื้อหาด้านการท่องเที่ยวของไทยของหนังสือพิมพ์รายวัน กับความต้องการของผู้อ่าน" จึงมุ่งศึกษาที่ความต้องการของผู้อ่านว่ามีความต้องการให้หนังสือพิมพ์เสนอประเด็นเนื้อหาต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ในฐานะที่ผู้อ่านคือตัวจักรสำคัญในการกำหนดความต้องการ (needs) ของตนเอง ว่าต้องการสาร (message) อะไร และในปริมาณมากน้อยเพียงใด

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้น ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จ้างง, 2523)

Cherry กล่าวว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกันนั่นเอง การแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้ จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน (Cherry, 1978)

สำหรับในเรื่องทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selective Process) ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ดังนี้ (Klapper, 1960)

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) คือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ตามความสนใจ และความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา หรือสนองความต้องการของตน เช่น เลือกฟังวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่ง เลือกชมรายการโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง หรือเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) คือ บุคคลเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม และจะหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจ กับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอย หรือไม่

สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม จะทำให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์ หรือเกิดความไม่สบายใจขึ้นได้

3) การเลือกรับรู้ (Selective Perception) คือ บุคคลจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความข่าวสารที่ได้รับ ไปในทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และประสบการณ์ที่มีอยู่ก่อน ในกรณีที่ข่าวสารที่ได้รับมาใหม่ มีความขัดแย้งกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิม บุคคลมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตน และเมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดมาแล้ว ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้น จะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ทั้งนี้เพราะผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามสภาวะของร่างกาย และอารมณ์ในขณะนั้น

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือ หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกให้ความสนใจ และเลือกตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนของที่ต้องการจำเข้าไปเก็บไว้เป็นประสบการณ์ เพื่อจะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป และจะพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย

ชแรมม์ กล่าวว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสาร จะมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม จะเป็นสิ่งหนึ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ เมอร์ดัน (Merton) ไรท์ (Wright) และเวบเพลส (Weple) เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" หมายถึง ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น เป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลที่ผู้รับสารใช้ประกอบการรับข่าวสาร ก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

สรุปได้ว่า การเลือกและแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ ความคิด และความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้วยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงใจด้วย

นอกจากนั้นแล้ว บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างๆ กัน ดังนี้ คือ

- ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน และไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง เกิดเป็นความจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารกับผู้อื่น
- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองของความต้องการของตน
- ประโยชน์ใช้สอย โดยการเปิดรับข่าวสารก็เพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะเป็นเพื่อความรู้อ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ
- สาเหตุเกิดจากตัวสื่อ ซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชี้นำ ทำให้ผู้รับสารต้องการได้รับข่าวสารนั้นๆ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกนอกบ้าน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่งไรนั้น ก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพ และจิตวิทยาส่วนบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องนี้ กล่าวไว้ว่า คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อกระทั่งระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ และการสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม

เนื่องมาจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็น "กลุ่มอ้างอิง (Reference Group)" ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้ายตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคิด และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร

ในที่นี้หมายถึง ลักษณะต่างๆ ของแต่ละบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม ภูมิฐานะ ศาสนา ฯลฯ ซึ่งเราเรียกรวมๆ กันว่า "ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic variables)" (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เป็นแนวทฤษฎีที่ใช้หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากกระตุ้น เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัย

เดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้นๆ หรือ การที่สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัยและพฤติกรรมแตกต่างไปจากผู้ชาย หรือการที่คนมีการศึกษาย่อมมีพฤติกรรมแตกต่างไปจากคนที่ด้อยการศึกษา โดยสรุปก็คือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อ ในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร (Demographic Characteristics Audience)

1. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร เพราะ อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม รวมถึงลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณารักษ์ ชาวกรบ้านการเมือง หรือบทบรรณารักษ์ มากกว่าอ่านเรื่องตลก หรือข่าวบันเทิง ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณารักษ์ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนักๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหาสังคม ดนตรีคลาสสิก รายการศาสนา และไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ คนที่มีอายุมากมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษา และรายการข่าวมากกว่าคนที่มีอายุน้อยด้วย

จากการสำรวจเด็กอเมริกันในช่วงทศวรรษ 1960 ถึง 1990 ของ Nielsen แสดงให้เห็นว่า อัตราการเพิ่มของการดูโทรทัศน์ของเด็กจะถึงจุดสูงสุดเมื่อเด็กอายุประมาณ 12-14 ปี หลังจากนั้นจะค่อยๆ ลดลงตามลำดับ โดยที่ในวัยเด็กและวัยรุ่น เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น รายการบันเทิง การ์ตูน และเพลงสมัยใหม่ และเมื่อถึงวัยรุ่นจะเริ่มลดลง เนื่องจากอาจต้องเรียนหนังสือหนักขึ้น เด็กวัยรุ่นมักนิยมฟังเพลง มากกว่าดูโทรทัศน์ เนื่องจากสามารถทำไปพร้อมๆ กับการทำงานอื่นๆ เช่น การบ้านได้ด้วย สำหรับวัยผู้ใหญ่ขึ้น การเปิดโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์มีมากพอๆ กัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลงเล็กน้อย อาจเนื่องจากสายตาเสื่อมลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุการทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์ก็กลับเพิ่มขึ้นอีกครั้ง ซึ่งคงเนื่องมาจากมีเวลาว่างมากขึ้น และช่วยคลายความเหงา สำหรับหนังสือพิมพ์นั้น คนอเมริกันอายุในวัย 50 อ่านหนังสือพิมพ์ถึง 77 เปอร์เซ็นต์ แต่เมื่อถึงอายุ 65 ปี ปริมาณก็ลดลงอย่างมาก ในวัยหนุ่มสาวเวลาที่ให้กับการอ่านหนังสือพิมพ์ไม่สูงเท่ากับเวลาที่ให้กับการชมโทรทัศน์

และการศึกษาในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมเมือง ซึ่งมีการศึกษาในระดับสูงมากขึ้น การศึกษาในสังคมเมืองมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน

4. การศึกษา (Education)

การศึกษาในสังคมไทยมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน การศึกษาในสังคมเมืองมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน การศึกษาในสังคมเมืองมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน

๕

การศึกษาในสังคมไทยมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน การศึกษาในสังคมเมืองมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน การศึกษาในสังคมเมืองมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน

3. สถานการณ์ทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socioeconomic Status)

๖

การศึกษาในสังคมไทยมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน การศึกษาในสังคมเมืองมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน การศึกษาในสังคมเมืองมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสังคมชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของเนื้อหาและวิธีการเรียนการสอน

2. เพศ (Sex)

วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ คนเหล่านี้จะ ใช้ทั้งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษา สูงมักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อประเภทอื่น

ข้อควรคำนึงประการหนึ่งในการวิเคราะห์การศึกษาของผู้รับสารก็คือ เราจะต้องไม่วิเคราะห์ ความรู้ของผู้รับสารโดยเฉพาะพื้นฐานของการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษาของผู้รับสารเพียงอย่าง เดียวเท่านั้น เพราะการแสวงหาความรู้นั้น สามารถกระทำได้ด้วยตนเองตลอดชีวิตจากแหล่งอื่นๆ นอกเหนือจากสถาบันการศึกษา เช่น จากสื่อมวลชน จากตำรับตำราต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ การ ขาดโอกาสในการได้ใช้ความรู้ก็เป็นสิ่งที่สามารถทำให้ความรู้ ความสามารถของคนลดลงได้

ดังนั้น การสื่อสารซึ่งจัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติ ทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมต่างๆ ไปแตกต่างกัน ทำให้นักวิชาการบางกลุ่มเชื่อว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้ด้วยคำในภาษา หรือการใช้อวัจน ภาษา รวมไปถึงการเลือกใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อต่างๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการจึง น่าจะแตกต่างกันด้วย

4. บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อสังคมในด้านการให้ข่าว สาร ข้อเท็จจริง ความคิดเห็น ความรู้ ตลอดจนความบันเทิงตามหน้าที่ที่สื่อมวลชนพึงมีต่อสังคม โดยเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ขึ้นเพื่อคนทุกระดับความรู้ ไม่จำกัดผู้อ่าน และสามารถอ่านได้ทุกเวลาและ ทุกสถานที่ หนังสือพิมพ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจอย่างกว้างขวาง มีทั้งการรายงาน ข่าวต่างๆ สารคดี นวนิยาย บทความ ภาพประกอบข่าว ภาพประกอบเรื่อง ภาพการ์ตูน เป็นต้น นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์ยังเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับทราบและแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้อย่าง กว้างขวาง จึงมีผู้กล่าวว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถใช้เป็นกระจกเงาที่สะท้อนให้เห็นว่า สังคมนั้น มีแนวความคิด และพฤติกรรมโดยส่วนรวมเป็นอย่างไร

หน้าที่ของสื่อมวลชน

Harold Lasswell (1948) นักรัฐศาสตร์ซึ่งบุกเบิกทำการวิจัยด้านการสื่อสารมวลชนได้กล่าว ถึงหน้าที่สำคัญ 3 ประการของสื่อมวลชน ได้แก่

1.หน้าที่ในการพิทักษ์ไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the environment) หมายถึง หน้าที่ในด้านการสังเกตและติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม เท่ากับสื่อมวลชนทำหน้าที่เก็บรวบรวม และการรายงานข่าว (News reporting) หรือการแจ้งข่าวสาร (Informing) ที่ควรแก่การสนใจไปสู่สมาชิกในสังคม เพื่อให้ตระหนักถึงภัยอันตราย และมองเห็นโอกาสหรือช่องทางต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคม

2.หน้าที่ในการหาความสัมพันธ์ในส่วนต่างๆ ของสังคม(Correlation of the parts of society) หมายถึง การทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่า มีส่วนใดในสังคมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยการศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ในการตีความ และอธิบายขยายความเข้าใจให้แก่สมาชิกในสังคม ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้มีปฏิกิริยาได้ตอบสนองเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้น เท่ากับสื่อมวลชนทำหน้าที่ชักจูงใจ (Persuasion)

3. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of the social heritage) หมายถึง หน้าที่ในการสืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกของสังคมในช่วงยุคสมัยหนึ่ง ไปสู่สมาชิกในยุคสมัยต่อไป เพื่อเป็นการอบรมให้สมาชิกใหม่ของสังคมได้เรียนรู้บทบาท และสถานภาพทางสังคม เป็นหน้าที่ด้านให้การศึกษา (Educational function) ของสื่อมวลชน

ต่อมา McQuail และคณะ (1972) รวมทั้ง Wright (1986) ได้เสนอหน้าที่หลักสำคัญเพิ่มเติมอีก 1 ประการ ถือรวมเป็นหน้าที่ประการที่ 4 ของการสื่อสารมวลชน คือ

4.หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) หมายถึง หน้าที่ในการสร้างสรรค์ความสนุกสนาน เพลิดเพลินให้แก่สมาชิกในสังคม เพื่อการพักผ่อน และลดความตึงเครียดจากสภาพการณ์ต่างๆ ที่แต่ละคนประสบอยู่ในสังคมสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม หน้าที่ประการสุดท้ายนี้มีไข่มุกให้ความสนุกสนานเพียงด้านเดียว แต่ควรมีความรู้ที่น่าสนใจสอดแทรกอยู่

Wilbur Schramm (1964) ได้อธิบายว่า สื่อมวลชนจะทำหน้าที่สร้างความตื่นตัวให้บุคคลทั่วไปเกิดความสำนึกในมาตรฐานของชีวิตทางสังคมด้านต่างๆ โดยเฉพาะในสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลง สื่อมวลชนจะทำหน้าที่ให้ความรู้ และชักจูงใจประชาชนให้เกิดความรู้ และความเข้าใจในด้านต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และในส่วนของหนังสือพิมพ์ Schramm กล่าวว่า หนังสือพิมพ์คือสื่อมวลชนประเภทหนึ่งซึ่งเกิดขึ้นมาจากฝีมือของคนในสังคมนั้น เพื่อสนองความต้องการด้านต่างๆ ในสังคมมนุษย์ ซึ่งโดยทั่วไป สื่อมวลชนมีหน้าที่สำคัญต่อสังคมหลายประการ กล่าวคือ

1. ให้ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม
2. เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นของประชาชนต่อประเด็นขัดแย้งในปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบกระเทือนต่อประชาชนที่อยู่ในสังคม
3. เป็นแหล่งให้ความรู้แก่ประชาชน เท่ากับเป็นแหล่งเพิ่มพูนปัญญา อันนำมาซึ่งความก้าวหน้าของตนเองและสังคม
4. ให้ความบันเทิง เพื่อให้ประชาชนได้พักผ่อนทางด้านจิตใจ คลายความตึงเครียด และให้ความสนุกสนาน
5. ให้บริการทางธุรกิจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการค้าขายและเศรษฐกิจของสังคม

นันทวัน สุชาติ (2520) กล่าวว่า หนังสือพิมพ์มีหน้าที่ตามความคาดหวังของสังคม ดังนี้

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (To inform) ถือเป็นหน้าที่สำคัญอันดับแรกของหนังสือพิมพ์ที่จะต้องเสาะแสวงหาข้อเท็จจริงที่ถูกต้องสมบูรณ์ มีพยานหลักฐานอ้างอิงได้เสมอ เพื่อนำเสนอแก่ผู้อ่านอย่างเที่ยงธรรมตามความเป็นจริง ไม่บิดเบือนทั้งโดยอคติส่วนตัว หรือมุ่งประโยชน์ทางการค้า

2. ช่วยกระตุ้นให้ประชาชนตื่นตัว (To alert) โดยดำรงฐานะคล้ายคนยามที่คอยตรวจสอบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อนำเสนอแก่ผู้อ่านในทันทีที่เกิดเหตุการณ์สำคัญ เพื่อให้ประชาชนตื่นตัว และไม่ประมาท

3. ช่วยตีความหมายของข่าว (To interpret) สืบเนื่องจากความซับซ้อนของข่าวสารที่เกิดขึ้น ทำให้มีความจำเป็นที่นักหนังสือพิมพ์จะต้องช่วยอธิบายความหมายของข่าว เนื่องจากการบอกว่ามีอะไรเกิดขึ้นเท่านั้นยังไม่พอ แต่นักหนังสือพิมพ์ต้องนำข้อเท็จจริงนั้นมาเขียนทัศนะในการมองข่าวตามประสบการณ์เฉพาะของตน เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น มีความหมายอย่างไร

4. ช่วยให้การศึกษแก่ผู้อ่าน (To educate) ถือเป็นหน้าที่ที่มีความสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะสำหรับสภาพสังคมที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังห่างไกลจากข่าวสารความรู้ต่างๆ หนังสือพิมพ์ที่ดีจึงถือเป็นเหมือนครูของผู้อ่าน สามารถให้การศึกษานอกระบบ โดยการจัดแบ่งเนื้อหาไปตามความสนใจของผู้อ่าน

5. ช่วยนำผู้อ่าน (To lead & to persuade) หนังสือพิมพ์สามารถแสดงความเป็นผู้นำทางความคิดเห็น ที่คอยชี้แนะผู้อ่านให้คิด และกระทำ หรือละเว้นในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แต่ทั้งนี้ การ

แสดงออกซึ่งความคิดเห็นส่วนบุคคล จะต้องขึ้นอยู่กับความรับผิดชอบต่อผลสะท้อนที่จะเกิดขึ้นในสังคมด้วย

6. จัดเวทีของการแสดงความคิดเห็น (To provide a forum) การดำรงรักษาความเป็นกลางหรือการปฏิบัติหน้าที่อย่างปราศจากความลำเอียงในเหตุการณ์ที่มีปัญหาขัดแย้ง ถือเป็นคุณสมบัติอันจำเป็นยิ่งที่ต้องปลูกฝังให้เกิดขึ้นเป็นเบื้องต้น นักหนังสือพิมพ์ต้องใจกว้าง และยุติธรรมในการที่จะเสนอเวทีโต้แย้ง เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ต่างทัศนะกัน

7. ให้สิ่งบันเทิงใจ (To inspire) หนังสือพิมพ์มีโอกาสที่จะช่วยลดช่องว่างทางเศรษฐกิจและสังคม โดยการชักนำให้สังคมรู้จักถึงการแบ่งปันช่วยเหลือผู้ประสบทุกข์ยาก ด้วยการเป็นสื่อกลางในการนำปัญหาสาธารณประโยชน์ทางการกุศล และขณะเดียวกันก็แสดงว่า นักหนังสือพิมพ์มิใช่เป็นเพียงผู้ไปขุดคุ้ยความชั่วร้ายของสังคมมาตีแผ่เท่านั้น หากยังสามารถทำงานที่เป็นการสร้างสรรค์ และจรรโลงสังคมให้น่าอยู่ยิ่งขึ้น

8. ให้ความบันเทิง (To entertain) จะเห็นว่าหน้าที่หนังสือพิมพ์ในการให้ความบันเทิงนั้น มีบทบาทเด่นชัดมากขึ้นในปัจจุบัน สาเหตุอาจเป็นด้วยการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจสิ่งพิมพ์ การแข่งขัน และความตึงเครียดในสังคมที่มีมากขึ้นทุกวัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

โรบินสัน (Robinson : 1972) พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีการใช้สื่อ และมีระดับความรู้เรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ข้อมูลเรื่องสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นด้วยการใช้สื่อมวลชน (อ้างใน ไปรยา ตันตวงศ์, 2541)

ชอย และเบ็คเกอร์ (Choi and Becker : 1987) กล่าวไว้ในรายงานผลการศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อของเขาว่า มีการศึกษานหลายชิ้นที่ผ่านมาซึ่งแสดงให้เห็นว่าการศึกษามีผลในทางบวกต่ำกว่า

การใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และมีผลในทางลบต่อการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ นั่นคือคนยิ่งมีการศึกษาสูงจะยิ่งอ่านหนังสือมาก และคนยิ่งมีการศึกษาต่ำ ก็จะมีดูโทรทัศน์หรือฟังวิทยุมาก (อ้างใน ไปรยา ตันติวงศ์, 2541)

การศึกษาวิจัยของ Longwood Research Group สำหรับการท่องเที่ยวในแคนาดา จัดทำโดยรัฐบาลแคนาดา โดยการสัมภาษณ์ประชากรสหรัฐ อายุตั้งแต่ 16 ปี ขึ้นไป ประมาณ 1000 คน ในแต่ละรัฐ รวม 9 รัฐ โดยมีเกณฑ์การเลือกผู้ให้สัมภาษณ์ คือจะต้องเป็นครัวเรือนที่เคยเดินทางท่องเที่ยวแบบค้างคืนใช้เวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ใน 36 เดือนที่ผ่านมา ผลการวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลที่ผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ใช้ในการช่วยตัดสินใจวางแผนการเดินทาง ได้แก่ แหล่งข้อมูลจากสื่อมวลชน คือหนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ จากประสบการณ์ของผู้อื่นคือ เพื่อนฝูงและญาติมิตร จากธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ จากบริษัทนำเที่ยว สายการบิน สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว และวารสารการท่องเที่ยว เป็นต้น (จุลสารการท่องเที่ยว, 2533)

งานวิจัยภายในประเทศ

จากงานวิจัย “โครงการวิจัยตลาดท่องเที่ยวในประเทศไทย” โดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวคนไทยคือ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ทะเล และเกาะแก่งต่างๆ รองลงมาคือ แหล่งท่องเที่ยวแถบภูเขา อุทยานแห่งชาติต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวในเมือง สำหรับงานเทศกาลและแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก (จุลสารการท่องเที่ยว, 2533)

ทัศนัย สุนทรวิภาค (2531) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวพหุขา พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรในเรื่องเพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วีดีโอ โปสเตอร์ แผ่นพับ การจัดนิทรรศการ และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

วัฒน์ ภูวทิศ (2538) วิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย โดยเปรียบเทียบความถี่ รูปแบบ ขอบข่ายเนื้อหา บทบาทในการนำเสนอเนื้อหา และประเภทของวัฒนธรรมที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยของหนังสือพิมพ์ในช่วงก่อน และหลังประกาศปฏิรูปองค์วัฒนธรรมไทย พบว่าหนังสือพิมพ์สยามรัฐ นำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทย

มากที่สุด รองลงมาได้แก่ เคลินิวส์ มติชน ผู้จัดการรายวัน ไทยรัฐ และข่าวสด โดยที่ในช่วงก่อน รณรงค์หนังสือพิมพ์แสดงบทบาทในการเป็นผู้แจ้งข่าวสารมากที่สุด และหลังรณรงค์จะมีบทบาทเป็นผู้ให้การสนับสนุนและร่วมมือ

เดือนรัตน์ รัตนศิริ (2533) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงตอนล่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารเผยแพร่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงตอนล่าง จากสื่อบุคคล รองลงมาได้แก่สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น ปรากฏว่าการเปิดรับสื่อบุคคลและการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมภายนอก มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงตอนล่าง ส่วนการเปิดรับสื่อมวลชน ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และฐานะทางเศรษฐกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการไปท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงตอนล่าง

โสภภาพร สุทธิศักดิ์ (2539) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อบุคคล เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ ตามลำดับ สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรีนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี

พิชญ์สินี แสงขำ (2537) ศึกษาการสื่อความหมายในการจูงใจนักท่องเที่ยวผ่านเนื้อหาในแผ่นพับ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อแผ่นพับ พบว่าเทคนิควิธีการจูงใจสามารถทำได้โดยการสร้างสรรค์งานผ่าน สี ภาพประกอบ การจัดหน้า ตัวอักษร เพื่อให้เกิดการรับรู้และเกิดความรู้สึกที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่พฤติกรรมในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย