

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการ “ ถอดรหัส ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ” ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน
3. ทฤษฎี และแนวความคิดการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ (Uses Gratifications Theory)
4. แนวความคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
5. แนวความคิดเกี่ยวกับข่าว
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

โรเจอร์ และ สเวนนิ่ง (Roger and Svenning , 1969) ศึกษาและขยายแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างขวางออกไปอีกโดยให้นิยามว่า “ สื่อมวลชนนั้น คลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่าน หนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ

สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อ ในการเปิดรับอีกด้วย

ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือ แรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ และความตั้งใจในการใช้ ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่สำคัญ ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Selective Processes) ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (Joseph T: Klapper ,, 1960 : 19-25)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure)

หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิมและพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติและความคิดเห็นเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ก็จะทำให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า “ Cognitive Dissonance ” ซึ่งบุคคลอาจจะลดภาวะความไม่สมดุลนี้ได้โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นเดิมของตน

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

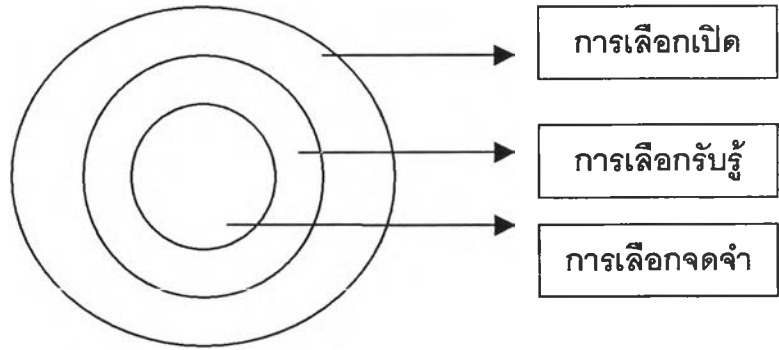
เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือ สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น ดังนั้น ผู้รับสารจะตีความผิดพลาด หรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพอใจ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ เป็นต้น ของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเป็นการช่วยเสริม

ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสารจึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะล้ม สำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งสามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพ กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น



นอกจากพฤติกรรมกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ดังที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm , 1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ ได้แก่

1. **ประสบการณ์** เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของแตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน
2. **การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร** เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวอีกอย่างหนึ่งด้วย จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร
3. **ภูมิหลังที่แตกต่างกัน** เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของหรือเรื่องราวต่างๆ

4. **การศึกษาและสภาพทางสังคม** นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษามีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5. **ความสามารถในการรับสาร** ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน โดยสภาพร่างกายในที่นี้หมายถึง สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับสารที่มีอวัยวะของร่างกายครบถ้วน ประสาทสัมผัสทุกอย่างทำงานได้ปกติ ย่อมอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่บกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส นอกจากนี้ สภาพร่างกายยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญาของคนอีกด้วย การเปลี่ยนแปลงอายุที่สูงขึ้น ระยะเวลาที่ได้รับการศึกษา รวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิดย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและลบต่อการโน้มน้ำหนัก

6. **บุคลิกภาพ** ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้ำหนักและพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานทางการวิจัยที่แสดงว่าความนับถือตนเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือตื่นเต้นมักได้รับอิทธิพลทางสังคมง่าย และมีความโน้มเอียงที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหาเพื่อที่ว่าจะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลทางสังคมนั่นเอง

7. **อารมณ์** สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับ ถ้าผู้รับสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่นและมีสมาธิต่อข่าวนั้น สัมฤทธิผลของการสื่อสารจะมีมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น

8. **ทัศนคติ** เป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือ สิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การส่งข่าวสาร

หรือการโน้มน้ำหนักใจของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไป ในทำนองเดียวกันกับการตอบสนองของผู้รับจะเปลี่ยนไปตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดเลือกรับสื่อซึ่งเมอร์ริลล์ และโรเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein , 1971 : 134-135) ได้สรุปไว้ว่า มีปัจจัยหลายประการที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลหนึ่งบุคคลใดได้มีการใช้สื่อ ดังนี้

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่าโดยปกติบุคคลไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม บุคคลจะมีการรวมกลุ่มกันอยู่เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะเอื้ออำนวยให้ แต่ถ้าไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง บุคคลก็จะอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงแล้วคนบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าสื่อบุคคลด้วย เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมแก่ผู้รับสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์และเมื่อเป็นเช่นนี้ สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ซึ่งปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มีสาเหตุเป็นเพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self – Aggrandizement) เพราะมนุษย์ต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งเพื่อเสริมสร้างบารมีของตนเอง เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางด้านไหน ก็ล้วนแล้วแต่จะสามารถหาได้จากสื่อมวลชน วิลเบอร์ แชรรัมม์ (Wilbur Schramm , 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่าคนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) โดยผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสาร ที่มาสนับสนุนความคิดเห็นที่มีอยู่ก่อน (Preconceptions) แล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ ดังนั้น ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้อง

กับท่าทีทางจิตใจที่มีอยู่ก่อนหน้านั้นแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อของตน

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทักษะคติ ความคาดหวัง ความกลัว เป็นต้น ของผู้รับสาร จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อแล้ว สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

แม็คคอมบ์ส และ เบ็คเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่างๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบๆ ตัว
5. ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertaining) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

แนวคิดการเปิดรับข่าวสาร ชี้ให้เห็นว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน และจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองสนใจและเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จากแนวคิดนี้จะช่วยให้เราสามารถอธิบายพฤติกรรมกาารเปิดรับ

รายการ “ ถอดรหัส ”ว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีจุดมุ่งหมาย และการเลือกเปิดรับสารแตกต่างกันไปตามที่ตนเองต้องการ

การแสวงหาข่าวสาร

การแสวงหาข่าวสาร คือ กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสารนิเทศข้อมูลและข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตนทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงานและการเรียนรู้ พฤติกรรมเช่นนี้เริ่มขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษาและวิเคราะห์เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงต้องการความรู้เพิ่มเติม (Krikelas , 1983 : 5)

วิลเบอร์ ชแรมมส์ (Wibur Schramn, 1973 : 65) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effect) และผลที่จะได้รับ (Promise of Reward) ซึ่งตั้งเป็นสูตรว่า

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งที่คาดหวัง (Expectation of Reward)}}{\text{ความพยายามที่จะได้มา (Effect Required)}}$$

จากสูตรที่กำหนดโดยชแรมมส์ (Schramn) นี้จะเห็นได้ว่าบุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารที่อยู่ใกล้ตัวหรือเป็นประโยชน์ต่อตนเองและหาได้ง่าย แต่สูตรนี้ในบางครั้งก็ยังมีตัวแปรอื่นที่จะต้องนำมาพิจารณาอีก เช่น ประสบการณ์ ภูมิหลัง ความสามารถ สภาวะแวดล้อมในด้านต่างๆ เป็นต้น

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin, 1973 อ้างใน พีระ จิรโสภณ, 2532) กล่าวว่า การจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนหรือการทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนี้ แต่ถ้าผลตอบแทนได้น้อยกว่าบุคคลก็อาจเพิกเฉยต่อข่าวสารนั้น และถ้าการเปิดรับข่าวสารนั้นทำให้เกิดพันธะผูกพันตามมา เช่น เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ ก็อาจจะใช้วิธีการหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้ง เราอาจจำใจต้อง

รับข่าวสารนั้นต่างๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำๆ ากๆ ในโทรทัศน์ เนื่องจากไม่อยากเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหมุนไปช่องไหน ๆ ก็เจอแต่โฆษณา เลยต้องจำใจดูต่างๆ ที่ไม่ชอบ

ดาโนฮิวส์ และ ทิปตัน (Donohew & Tipton , 1978 : 26) ได้กล่าวว่า วิธีการแสวงหาข่าวสารของบุคคลนั้น เกิดจากความสนใจข่าวสารแล้วนำมาเปรียบเทียบกับความรู้สึกในจิตใจของตนเอง ถ้าข่าวสารนั้นสอดคล้องกับทัศนคติของตนก็จะติดตามค้นหารายละเอียดต่อไป แต่ถ้าข่าวสารนั้นขัดแย้งกับทัศนคติ บุคคลจะเลิกให้ความสนใจหรือหันเหความสนใจไปรับข่าวสารอื่นในอีกกรณีหนึ่งถ้าบุคคลได้ทบทวนเนื้อหาของข่าวสารอีกครั้งหนึ่งและเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีความเป็นไปได้ที่จะสอดคล้องกับทัศนคติก็อาจจะกลับมาให้ความสนใจต่อข่าวสารนั้น แต่ถ้าไม่เห็นด้วยก็จะปฏิเสธไม่รับข่าวสารนั้นอีกต่อไป บางครั้งอาจปรับความคิดที่แตกต่างจากทัศนคติเดิมที่มีอยู่บ้าง ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิดและจิตใจของตนให้สามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์หรืออิทธิพลของข่าวสารที่ตนปฏิเสธนั้น

สำหรับกรณีที่บุคคลมีความคิดเห็นสอดคล้องกับข่าวสารนั้น ก็จะมีการจัดลำดับความสำคัญก่อนหลังและพยายามเข้าถึงเพื่อการรับข่าวสาร เมื่อได้รับข่าวสารนั้นมาแล้ว อาจจะมีการกระทำเกิดขึ้น 2 ลักษณะ คือ ถ้ายอมรับข่าวสารก็จะนำไปประเมินกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ ซึ่งจะไปสู่การปรับเปลี่ยนจินตภาพของบุคคลนั้น แต่ถ้าไม่ยอมรับข่าวสารที่ได้มาก็อาจจะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งอื่นเพิ่มเติม จนเมื่อได้รับข่าวสารจากแหล่งอื่นแล้ว ตนเองยอมรับจึงจะนำไปประเมินกับผลประโยชน์ที่จะได้รับและไปสู่การปรับเปลี่ยนจินตภาพ หรือข่าวสารนั้นอาจช่วยเสริมหรือตอกย้ำทัศนคติที่มีอยู่เดิมให้หนักแน่นยิ่งขึ้น

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับที่ประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใดๆ ด้วย

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน

ความหมายของสื่อมวลชน

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาที่ใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่า สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ (ประมะ สตะเวทิน, 2540 : 134-135)

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971 : 145) ได้กล่าวถึง สื่อมวลชนว่า หมายถึงสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

ชาร์ลส์ อาร์ ไวท์ (Charles R. Wright , 1986) ได้กล่าวว่า การสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารที่มุ่งไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกัน และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สารถูกส่งไปยังประชาชนทั่วไป เพื่อให้ถึงประชาชนผู้รับสารได้รวดเร็วในเวลาเดียวกัน และสารนั้นมีลักษณะที่ไม่ยั่งยืน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ ผู้ส่งสารมักจะดำเนินการภายใต้องค์การที่ลับซับซ้อนซึ่งมีค่าใช้จ่ายมหาศาล

หน้าที่ของสื่อมวลชน

แฮโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Laswell , 1948: 37-51) ได้กล่าวถึงหน้าที่สำคัญ 3 ประการของสื่อมวลชน คือ

1. สอดส่องระวังระไวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the Environment) หมายถึง การแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่งๆ หน้าที่ในด้านนี้ก็คือ การรายงานข่าว หรือการแจ้งข่าวสาร

2. ประสานส่วนต่างๆ ในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองสิ่งแวดล้อม (Correlation of the Parts of Society in Responding to the Environment) หมายถึง การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าว ทำการวิเคราะห์และเสนอแนะว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้นๆ หน้าที่ในด้านนี้ก็คือ การแสดงความคิดเห็นหรือการชักจูงใจ

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลังๆ (Transmission of the

Social Heritage from One Generation to the Next) หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมคงอยู่ต่อไป หน้าที่ด้านนี้ คือ การให้การศึกษา

ต่อมา ชาร์ล อาร์ ไรท์ (Charles R. Wright, 1959 : 16) ได้เพิ่มเติมหน้าที่ ประการที่ 4 ของสื่อมวลชน คือ

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) หมายถึง การเผยแพร่การแสดง, ดนตรี และศิลปะเพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่ประชาชน

เดนิส แมคควอล (Denis McQuail, 1983 : 71-83) กล่าวถึง หน้าที่ของสื่อมวลชนตามความคิดของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเผยแพร่ ได้แก่ นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์ นักการสื่อสารการเมืองและธุรกิจ นักบรรณาธิการ เป็นต้น ซึ่งมีความต้องการให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ต่อไปนี้ให้แก่ตน หรือหน่วยงานของตน

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Information)

- 1.1 เผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับจุดมุ่งหมายและกิจกรรมขององค์การ
- 1.2 ให้ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง
- 1.3 จัดลำดับก่อนหลังตามผลประโยชน์ของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเผยแพร่
- 1.4 ให้ข่าวสารและดึงดูดความสนใจประชาชนในกิจการโฆษณา
- 1.5 ให้การศึกษาโดยตรงและการบรรณาธิการด้านข่าวสารแก่ประชาชน

2. หน้าที่ในการตีความ (Interpretation)

- 2.1 ตีความข่าวสารและเหตุการณ์ตามวัตถุประสงค์ของนักเผยแพร่
- 2.2 สร้างความคิดเห็น ทำการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพพจน์สนับสนุนองค์การ
- 2.3 วิพากษ์วิจารณ์คู่แข่งขององค์การของนักเผยแพร่

3. หน้าที่ในการแสดงออก (Expression)

- 3.1 ให้การสนับสนุนความเชื่อ ค่านิยม อุดมการณ์ หลักการขององค์การ
- 3.2 ช่วยพัฒนาสำนึกในการเป็นสมาชิกขององค์การ เช่น พรรคการเมือง ชนชั้น และกลุ่ม

4. หน้าที่ในการระดมความร่วมมือ (Mobilization)
 - 4.1 กระตุ้นความสนใจ, ความเกี่ยวข้องและความสนับสนุนของประชาชนต่อองค์การ
 - 4.2 จัดแนะนำกิจกรรมแก่สมาชิกขององค์การหรือผู้ตาม (Followers)
 - 4.3 พยายามจูงใจและเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล (การโฆษณาชวนเชื่อ)
 - 4.4 การหาทุน
 - 4.5 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภครายบุคคลโดยการโฆษณาสินค้า

อิทธิพลของสื่อมวลชน

ซิมบาร์โด และไลพ์ (Zimbardo and Leippe, 1991) ได้กล่าวถึงอิทธิพลของการเสนอข่าวสารบ่อยๆ ครั้งไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับ Familiarity ไว้ว่า การที่สารนั้น ๆ มีการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆ ซ้ำกันบ่อยๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสาร อันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่นำเสนอแนะนั้นๆ หากเป็นเนื้อหาในทางดีมีการโน้มน้าวใจให้เกิดการกระทำตามก็จะมีกรปฏิบัติตามคำแนะนำนั้นๆ ในที่สุด

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T.Klapper อ้างใน ประมะ สตะเวทิน 2540 : 142) ได้เสนอแนวความคิด เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ และ พฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่
 - 1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียง ที่จะประพฤติปฏิบัติ อย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตามตัวมาด้วย
 - 1.2 การเลือกผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่

ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็น ก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็น มักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นบุคคลที่ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่ง และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน แต่จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว จากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลาอันสั้น

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยทางสังคมศาสตร์ก็ยังคงมองหาหลักฐานที่แน่ชัดต่อไปว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งจริงหรือ ดังที่เอเวอเรท เดนนิส (Everette Dennis) ได้สรุปว่า “ สื่อมวลชน

“ไม่ได้มีอิทธิพลเหมือนยักษ์ที่มีพลังมหาศาลดังที่เคยคิดกันมาในอดีต แต่สื่อมวลชนก็ไม่ได้มีอิทธิพลเพียงผิวเผิน สิ่งที่จะต้องกระทำก็คือ จะต้องสำรวจและประเมินอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อไป ”

จากแนวความคิดนี้ ได้กล่าวถึงหน้าที่ที่สำคัญของสื่อมวลชนก็คือ การให้ข่าวสารต่างๆ ทั้งความรู้ และความบันเทิง เพื่อเป็นการให้ประสบการณ์ให้กับคนในสังคม และความสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ สื่อมวลชนสามารถที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคนในสังคมได้ งานวิจัยเกี่ยวกับรายการ “ ถอดรหัส ” นี้ จะเป็นการแสดงให้เห็นหน้าที่ที่สื่อมวลชนได้นำเสนอ ในแง่ของความรู้ เจาะประเด็นในเนื้อหาสาระ แสดงความเป็นกลางของสื่อที่ดี รวมทั้งสร้างเสริมทัศนคติ แนวคิด มุมมองใหม่ให้กับผู้ชมรายการ

ทฤษฎี และแนวความคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ มุ่งเน้นที่ความต้องการของผู้รับสาร อันเป็นผลสืบเนื่องจากระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้รับสาร ดังที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่าง คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) , ความต้องการความปลอดภัย (Security Needs), ความต้องการความรัก (Love Needs) , ความต้องการเป็นที่ยอมรับและได้รับการยกย่อง (Self-Esteem Needs) และความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs) แล้วมนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรับรู้นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้คือว่า เราศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความข่าวสารของการสื่อสาร เราศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้ มากกว่าที่จะศึกษาว่าข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไร และจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เรา โดยมาสโลว์ ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของการศึกษาสื่อสารมวลชนตามแบบของทฤษฎีดังต่อไปนี้ คือ (เสรี วงษ์มณฑา, 2523 : 6)

1. มนุษย์สนใจ และแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือ ฟัง มนุษย์มีการเลือก และการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal – Directed)

3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ กัน

ในระยะแรก การศึกษาทฤษฎีนี้เป็นลักษณะของการวิจัยแบบพรรณนา (Descriptive) เพื่อความพยายามในการจัดกลุ่มคำตอบที่ได้จากผู้รับสาร ซึ่งได้มีผู้ริเริ่มมาตั้งแต่ต้นปี 1940 เศษๆ เมื่อเซอร์ซอก (Herzog , 1944) ได้ศึกษาความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน โดยชี้ให้เห็นถึงความพึงพอใจ 3 ชนิดที่มีความสัมพันธ์กับการฟังละครวิทยุ นั่นคือ การปลดปล่อยทางอารมณ์ การคิดเพ้อฝัน (Wishful Thinking) และการได้รับคำแนะนำ ในขณะที่เดียวกัน ลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld , 1950) ได้ศึกษาพบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงทางสื่อมวลชนไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย้ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมั่นใจในการเลือกเสียงเดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น

การค้นพบครั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ทางการสื่อสารมวลชนว่าผู้รับสารมิใช่เพียงฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว เหมือนในทฤษฎีเข็มฉีดยา หากแต่เป็นผู้ตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

ต่อมา แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1973) ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใดๆ โดย แคทซ์ (Katz) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้งสาม ได้แก่

1. Mode คือลักษณะของความต้องการ เช่น

1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น

- 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
- 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ
 - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ด้านอารมณ์
 - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
 - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 สังคม รัฐบาล
 - 3.5 ขนบประเพณี วัฒนธรรม
 - 3.6 โลก
 - 3.7 สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1973) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆ เพื่อสนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้ดังนี้ คือ 1.1, 2.4, 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงสัมพันธ์กับครอบครัว และถ้าผนวกข้อ 1.2, 2.4, 3.1 หมายถึง ความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตัวเอง ซึ่งก็คือ ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภาวะความเป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิง จะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

จากการนำข้อความซึ่งความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความ มาสร้างมาตรวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual's Needs Salience) โดยใช้มาตรวัด 4 ระดับ คือ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก (4) ไม่สำคัญเลย ทั้งนี้ให้ชาวอิสราเอลเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้จัดลำดับของความแตกต่างนี้ ซึ่งแคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1973) ค้นพบว่า ความต้องการเกี่ยวกับตนเอง และความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่น และสิ่งอื่นๆ ถูกจัดความ

สำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบตัวที่สาม กลุ่มอ้างอิง (Reference) ซึ่งได้แก่ ตนเอง และบุคคลอื่นๆ และสิ่งอื่นๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคลต่างกลุ่มกัน

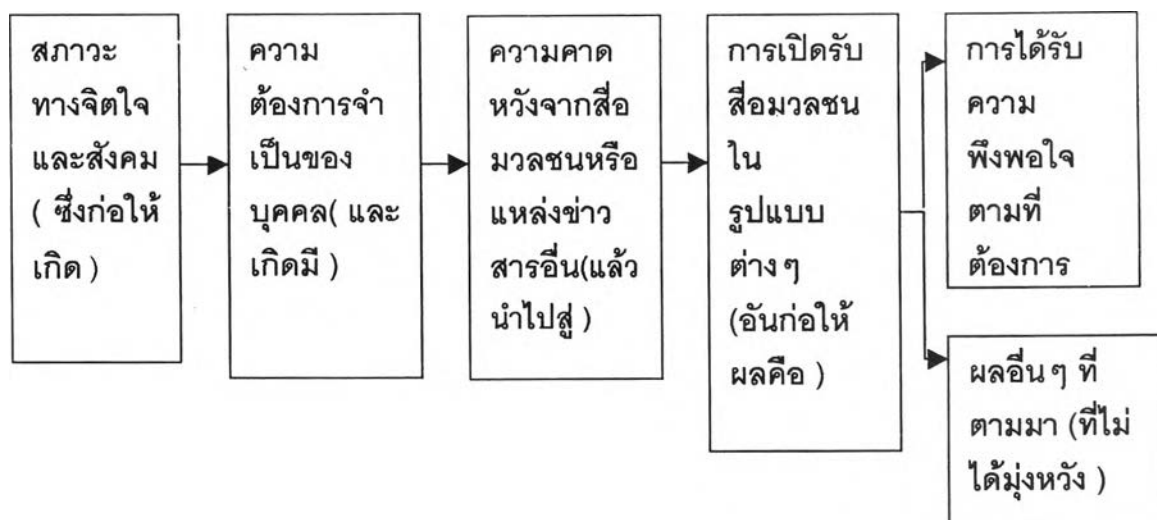
นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1973) ยังได้วัดระดับความพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ กันโดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือสร้างมาตรวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตรวัดความพอใจ เช่น “โทรทัศน์” สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสาร ความเป็นไปในโลกได้อย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย นอกจากนี้ยังมีคำถามประกอบด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านี้ได้

ถึงแม้ผลการวิจัยจะพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์จากแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ อาทิ ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็จัดอันดับว่า สื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้องการต่างๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสันโดษ ไม่มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่นๆ จะเห็นว่าสื่อมีประโยชน์อย่างสูงในการสนองความพึงพอใจของผู้รับสาร

แคทซ์ (Katz) ได้สรุปแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจว่า คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน (Katz and Other, 1974)

องค์ประกอบต่างๆ ทั้ง 7 ประการ ที่แคทซ์และคณะ (Katz and Other) กล่าวไว้ สามารถสรุปความหมายได้ว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนสื่อแต่ละประเภท จะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้าย คือ ความพอใจ ที่ได้รับจากการใช้สื่อ จะต่างกันออกไปด้วย แบบจำลองดังกล่าว สามารถแสดงให้เห็นเป็นแผนภาพได้ดังนี้ (Katz and Other อ้างถึงใน ยุกต เบญจรงค์กิจ, 2534 : 88)

แบบจำลอง ของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ



คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจจะยกตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชน โดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ คือ คนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุกๆ วัน ก็อาจมีผลอื่นๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิด การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือ เปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จิระ-โสภณ , 2532 : 635)

จากนั้น การศึกษาวิจัยในระยะต่อๆ มา ดำเนินรอยตามแนวทางของ แคทซ์ (Katz) ในความพยายามที่จะค้นหาเหตุผล หรือแรงจูงใจ หรือความต้องการที่คนบริโภคสื่อ จนกระทั่งพัฒนามาเป็นชุดตัวแปรของความ ต้องการ หรือความพึงพอใจในการสื่อหลายรูปแบบ แต่ส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ดังที่ บลัมเมอร์ และคณะ (Blumler and Others, 1972) ได้จำแนกชุดตัวแปรออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ความเพลิตเพลิน (Diversion) ซึ่งอาจออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อ เพื่อหลบหนีปัญหาประจำวัน และช่วยในการผ่อนคลายทางอารมณ์
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับครอบครัว

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เช่น การอ้างอิง การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเสริมความเชื่อที่มีอยู่

4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น ติดตามการรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ในสังคม และโลกภายนอก จากสื่อมวลชน

ความต้องการข่าวสาร หรือการแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่อยู่เดิมแล้ว ยังเป็นความต้องการบริโภคนสาร เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงด้วย ดังที่แมคควอลและคณะ (McQuail and Others อ้างในศิริชัย และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531 : 110-112) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชน ได้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- (1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
- (2) เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็นและการตัดสินใจ
- (3) สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- (4) เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง
- (5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่ตนเอง

- (1) ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- (2) ให้รูปแบบทางพฤติกรรม
- (3) มีค่านิยมร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม
- (4) เข้าใจตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- (1) มองเห็นสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- (2) เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับคนอื่นที่ประสบปัญหาเดียวกัน หรือรู้สึกที่ตัวเราเป็นส่วนหนึ่งที่จะเข้าไปแก้ปัญหาของสังคม
- (3) นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- (4) ใช้แทนเพื่อน
- (5) ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม

(6) สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

- (1) หลีกหนีหรือหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ
- (2) ผ่อนคลายความตึงเครียด
- (3) ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- (4) ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- (5) ปลดปล่อยอารมณ์
- (6) เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ แมคคอมส์ และเบคเคอร์ (McCombs and Becker , 1979 : 51-52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ ดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย หรือ สนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์

คิพเพ็ค และ เมอร์เรย์ (Kipper and Murray , 1980 อ้างใน ศิราณี อนุศิลปชาญ, 2531, 13-14) ยังได้เพิ่มเติมในเรื่อง การใช้สื่อกับการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อ คือจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง เป็นต้น มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่จะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนมาก
2. คนที่ระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย
3. โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่า เป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่เราสนใจ
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

สรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคือ งานของเวนเนอร์ (Wenner, 1982) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะเวนเนอร์ (Wenner) ได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratification Map) สรุปได้ว่า เวนเนอร์ (Wenner) แบ่งความพึงพอใจออกเป็นกลุ่ม คือ

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratification) ใช้เพื่ออ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออก ได้แก่ การติดตามข่าว (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance)
2. เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อการชกแจงใจ เป็นต้น

3. กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratifications) เพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏการณ์ในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ (Para-Orientalional Gratifications) เพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

ปาล์มกรีน เวเนนอร์ และ โรเซนเกรน (Palmgreen, Wenne and Rosengren , 1985: 14) ได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

1. ผู้รับสารมีความกระตือรือร้น
2. การใช้สื่อของผู้รับสารส่วนใหญ่ถูกมองว่ามีเป้าหมาย (Goal Directed)
3. สื่อแต่ละชนิดมีการแข่งขันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ
4. ผู้รับสารเชื่อมโยงความต้องการของตนในการเลือกใช้สื่อ
5. การบริโภคสื่ออาจบรรลุความพึงพอใจได้แตกต่างกัน
6. เนื้อหาของสื่อเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจได้อย่างถูกต้องเสมอไป
7. คุณลักษณะของสื่อ (Media Characteristics) เป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองแต่ละครั้งแตกต่างกันออกไป
8. ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองนั้นสามารถมีจุดเริ่มต้นที่เนื้อหาสื่อ การเปิดรับหรือไม่เปิดรับ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีการเปิดรับสื่อเกิดขึ้น

การวิจัยการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจเน้นแนวคิดเกี่ยวกับ Functional Analysis นิยมทำกันโดยใช้ Factor Analysis ซึ่งเป็นสถิติที่ใช้วิธีการของ Multivariate Regression Analysis เพื่อจัดเอาความต้องการต่างๆ (ได้รับการประเมินความสำคัญแล้ว จากผู้ให้สัมภาษณ์) เข้าอยู่ในกลุ่ม (factor) เดียวกันหรือต่างกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์บ่งระดับของความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแต่ละรายกับแต่ละกลุ่ม (factor) กลุ่มใหม่ดังกล่าวจะได้รับการตั้งชื่อใหม่ให้ครอบคลุมเนื้อหาของความต้องการหลายๆ รายการ (ยุกต บัญญัติกิจ , 2534 : 89)

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นนี้ จะเห็นว่าการที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อให้ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจนั้น บุคคลจะต้องมีความคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจที่จะได้รับจากการบริโภคข่าวสารก่อน ดังนั้นการที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับรายการ “ ถอดรหัส ” เพื่อสนองความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับสารแต่ละคน รวมทั้งการนำข้อมูลหรือเนื้อหาที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในลักษณะที่แตกต่างกัน

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

ในการพิจารณาถึงลักษณะของมวลชนผู้รับสารเราสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร (Audience Psychographics or Psychographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่น นิสัยการใช้สื่อมวลชน (Media Habits) ทักษะคิด ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือตนเอง (Self-Esteem) รสนิยม ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมอื่นๆ เช่น นิสัยการซื้อใช้เวลาว่าง เป็นต้น
2. ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร (Audience Demographics or Demographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และภูมิภคานา ลักษณะทางประชากรของมวลชน

การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร

(Demographic Analysis of Audience)

ในทางปฏิบัติเมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จัก และเข้าใจมวลชนผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของตน ผู้ส่งสารจะใช้ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและลักษณะทางด้านประชากรของมวลชนผู้รับสารประกอบกัน ลักษณะทางด้านประชากรจะบอกว่าผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าใด เพศอะไร มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาจะบอกว่าใครนั้น มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารนี้เรียกรวมกันว่า การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More Liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (More Conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (More Idealistic) ใจร้อนกว่า (More Impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (More Optimistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (More Pragmatic) มีความระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุมีประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคเห็นต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย

ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ , ข่าวการบ้านการเมือง, หรือบทบรรณาธิการมากกว่าคนอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนักๆ เช่น ข่าว, การอภิปรายปัญหาสังคม, ดนตรีคลาสสิก, รายการศาสนาไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ คนที่มีอายุมากมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษา, ข่าวและข่าวสารด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

2. เพศ (Sex)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotion) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home-Oriented) นอกจากนั้น การวิจัยหลายชิ้นยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน, 2540)

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status)

ซึ่งหมายรวมถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน, มีประสบการณ์ต่างกัน, มีทัศนคติ, ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลกันโดยทั่วไป และถือครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล ในทำนองเดียวกันคนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก, มีแนวคิด, มีอุดมการณ์, มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกันไป งานวิจัยของ ชรามส์และไวท์ (Schramn and White , 1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารและสังคมอเมริกัน พบว่าผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง แมคเนลลีและคณะ (McNelly and Others ,1968) พบว่าคนมีฐานะดีและมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนที่มีการศึกษาสูงและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หากข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

4. การศึกษา (Education)

การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน, ในยุคสมัยที่ต่างกัน, ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน, ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนั้นตัวครูผู้สอน ก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้ สึกนึกคิดของตัวเองให้กับผู้เรียน ในทำนองเดียวกันที่พ่อแม่ได้สอดแทรก ความคิดของตนให้แก่บุตร ในการอบรมเลี้ยงดูบุตร คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง, มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพ

คนเหล่านี้จะใช้ทั้ง สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อประเภทอื่น

จากแนวคิดนี้สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่ทำให้การเปิดรับรายการ “ถอดรหัส” ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับข่าว

ความหมายของคำว่า “ ข่าว ” อาจแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าแต่ละคนจะให้ความสำคัญแก่สิ่งที่นำมารายงานอย่างไร ทำให้นิยามของข่าวเป็นไปอย่างกว้างขวางตามคุณลักษณะที่ปรากฏในตัวเอง ความพยายามในการให้คำจำกัดความปรากฏออกมาหลายรูปแบบ

ข่าว คือ ข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนต้องการอย่างเร่งด่วนในการแบกรับภาระต่างๆ ในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สถานที่ซึ่งสถานการณ์กำกวม หรือมีทางเลือก หรือต้องกระทำการตัดสินใจ สารสนเทศใหม่ๆ ได้ก็ตามที่กระทบต่อผลผลิตของสังคม คือข่าว ข่าวคือ ข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญต่อบางคน ข่าวเป็นเรื่องที่ไม่มี ความคงทน เหตุการณ์ที่เป็นที่เข้าใจกันแล้วจะทำให้ผู้คนผ่อนคลายความตึงเครียด ข่าวนั้นก็จะหมดความสำคัญลง อย่างไรก็ตาม สารสนเทศที่ได้รับนั้นจะกลายเป็นประวัติศาสตร์ มันอาจย้อนกลับไปได้ได้รับความสนใจจากคนบางกลุ่ม แต่ไม่ใช่จากมหาชน นั่นคือ ไม่เป็นข่าวอีกต่อไป (Shibutani : 1966 อ้างใน พัทณี ,เมตตา และ ภิรนนท์ , 2538 : 88)

ข่าวจะเป็นข่าว ถ้าเป็นเพียงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแต่ไม่มีการรายงาน (Chamley : 1966 อ้างใน พัทณี, เมตตา และภิรนนท์ , 2538 : 87)

การเสนอข่าวทางโทรทัศน์นั้น สามารถที่จะทำให้ประชาชนรับรู้ข่าวสารได้รวดเร็ว ได้ทั้งภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกัน โทรทัศน์จึงนับว่าเป็นสื่อที่มีบทบาทในการเสนอข่าว (ดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2525)

ดวงทิพย์ วรพันธุ์ ได้ให้ความหมายของข่าวโทรทัศน์ ไว้ดังนี้คือ ข่าวสารที่เกิดขึ้นใหม่ น่าสนใจ มีผลกระทบต่อสาธารณชน ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์สามารถสื่อข่าว ราย

งานข่าว ถ่ายภาพ และภาพยนตร์บันทึกภาพได้ เพื่อจัดทำรายการข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา และการวิเคราะห์ข่าว ซึ่งอาจออกอากาศในรูปแบบภาพยนตร์ ภาพการ์ตูนข่าว หรือการอ่านประกอบ (ดวงทิพย์ วรรณัฐ , 2525)

ปมข ศุภสาร (2530) ให้ความหมายของการรายงานข่าวโทรทัศน์ ไว้ดังนี้ คือ รายการที่ผลิตขึ้นโดยใช้รูปแบบของการประกาศอ่านคำบรรยาย การรายงานเหตุการณ์ต่างๆ หลากหลายกันไป การนำเสนอด้วยวิธีเหล่านั้น อาจทำได้ด้วยภาพทั้งหมดหรือบางส่วนหรือปราศจากภาพเหตุการณ์ที่เป็นข่าวก็ได้ ก่อนการนำเสนอข่าวจะมีการแสวงหา รวบรวม จัดและเก็บข้อมูลของเหตุการณ์ในข่าวแต่ละข่าวได้อย่างสมบูรณ์ถูกต้อง จากนั้นจะนำมาเรียบเรียงเป็นเรื่องราว มีเนื้อหาสาระและรายละเอียดของเหตุการณ์ในข่าวนั้นให้เกิดความกระชับชัดเจน และได้ใจความภายในระยะเวลาการนำเสนอที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดและเรียกร้องความสนใจจากผู้ชมให้ชมรายงานข่าวนั้นๆ และเพื่อเป็นการบริการประชาชนด้านข่าวสารอย่างถูกต้องอีกด้วย

คุณสมบัติของข่าว

1. ความถูกต้อง (Accuracy)

ข่าวจะต้องมีความถูกต้อง เทียงแท้แน่นอนในเรื่องต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชื่อ นามสกุล อายุ บุคคล สถานที่ เวลา ตัวสะกดต่างๆ

2. ความสมดุล (Balance)

ความสมดุลเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของการรายงานข่าว ความสมบูรณ์ของข่าวอยู่ที่การเสนอข้อเท็จจริงที่สมดุล เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ได้ ความสมดุลนี้มีได้หมายถึง การเสนอรายละเอียดทุกบททุกตอน แต่ต้องเน้นในเรื่องการเลือกข้อเท็จจริงที่เป็นผลของเหตุการณ์อย่างถูกต้อง

3. ความเป็นกลาง (Objectivity)

หมายถึง การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ หรือ ใสความคิดของผู้เขียน ควรพยายามเสนอข่าวที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมให้มากที่สุด พยายามไม่เอาใจตัวเองเข้าไปผูกพันกับเหตุการณ์ หรือรายงาน

4. กะทัดรัดและชัดเจน (Concise and Clear)

ข่าวที่ดีควรมีรูปแบบการเขียนที่กระชับแจ่ม โดยใช้ภาษาที่สั้น รัดกุม อ่านแล้วเข้าใจ

ทันที การเขียนข่าวที่ดีต้องเขียนอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน ภาษา และความหมายและต้องมีความสมดุลในตัวของมันเอง (Balance and Fair)

5. ทันต่อเหตุการณ์ (Recentness)

ข่าวที่มีคุณค่าต้องปัจจุบัน เกิดขึ้นเร็วๆนี้ เมื่อวานนี้ หรือวันนี้ ข่าวบางข่าวอาจไม่จำเป็นต้องมีเหตุการณ์เกิดขึ้นก็อาจนำมารายงานได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมถูกต้อง กับกาลเวลาปัจจุบันได้ (ดวงทิพย์ วรพันธุ์, 2532)

ลักษณะของข่าว

โดยทั่วไปข่าวจะมีลักษณะที่แตกต่างได้ 2 ประเภท คือ ข่าวที่เกิดขึ้นทันทีทันใด (Spontaneous News) และข่าวที่มีการวางแผน (Planned News) ข่าวที่เกิดขึ้นทันทีทันใดเป็นเรื่องของเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับไฟไหม้ แผ่นดินไหว อุบัติเหตุ ฆาตกรรม และการจับกุม เป็นต้น ส่วนข่าวที่มีการวางแผน ได้แก่ เหตุการณ์ที่มีการจัดเตรียมและวางแผนมาก่อน เช่น ข่าวการประชุม การอภิปราย การตัดสินคดี การประชุมแถลงข่าว การประชุมการได้วาที่เป็นต้น ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้จะมีการจัดเตรียมโดยบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์การผู้จัดทำข่าวซึ่งเป็นที่มาของแหล่งข่าวต่างๆ

ระดับของข่าว

การตัดสินว่าข่าวใดควรจะนำเสนอ ได้พิจารณาคูณค่าของสถานการณ์ของข่าว โดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ Hard News และ Sofe News

Hard News หมายถึง ข่าวสารซึ่งมีความสำคัญหรือมีความรีบด่วนเป็นอันดับแรกต่อคนเป็นจำนวนมาก อาทิเช่น ข่าวเกี่ยวกับรัฐบาล การเมือง เศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การศึกษา เป็นต้น บางครั้งสาระของข่าวสารยากแก่การรับรู้และทำความเข้าใจ แม้จะเป็นข่าวที่มีความสำคัญก็ตาม

Soft News เป็นข่าวที่มีความสำคัญอันดับรองลงมา ปกติข่าวประเภทนี้ให้ความน่าสนใจมากกว่าข่าวประเภท Hard News เพราะแม้ว่าข่าวจะไม่มีมีความสำคัญต่อผู้รับสารมากนัก แต่เป็นข่าวที่มีชีวิตชีวา อ่านง่าย เกี่ยวกับเรื่องทั่วไปของมนุษย์ให้ผลทางอารมณ์แก่ผู้อ่านทันที

อย่างไรก็ตาม ระดับของข่าวผู้สื่อข่าวมิใช่ผู้เดียวที่กำหนดลงไปว่าเป็น Hard News หรือ Soft News จะต้องพิจารณาถึงความสำคัญของข่าวแต่ละข่าว และผู้รับสารเป็นหลักด้วย (ชวรัตน์ เชิดชัย , 2521 : 8-9)

องค์ประกอบของข่าว

ข่าวที่ดีควรมีองค์ประกอบในประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ความสด (Immediacy) หมายถึง ความรวดเร็ว ในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ให้ผู้รับสารได้ทราบทันที ทันควัน คือนับจากระยะเวลาของเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นกับการรายงาน ข่าว ควรเป็นไปอย่างรวดเร็ว ยิ่งรายงานเร็วเท่าไร คุณค่าของความสดของข่าวจะมีมากขึ้น

2. ความใกล้ชิด (Proximity) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้กับตัวผู้รับสาร ทั้งด้าน ระยะทาง เวลา และความคิด ถ้าใกล้มากก็จะมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่เกิดไกลออกไป ความใกล้ชิดอาจเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางจิตใจ ความคิด สถานที่ หรือบุคคล ซึ่งมีความผูกพันทางใดทางหนึ่งกับผู้รับสาร

3. ความเด่น (Prominence) ครอบคลุมถึงความเด่นของบุคคล สถานที่ หรือเวลาของ เหตุการณ์ หรือบุคคลในเหตุการณ์ เช่น ช่วงเวลาของการเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร ช่วงเวลา ของการโยกย้ายเปลี่ยนตำแหน่ง นายกรัฐมนตรีเดินทางไปต่างประเทศ เป็นต้น เหตุการณ์ใดที่มี องค์ประกอบของความเด่นดังกล่าวมาก มักได้รับความสนใจในคุณค่าเชิงข่าวสูง ได้รับการ วิจารณ์ตัดสินใจให้ลงพิมพ์ก่อนเสมอ

4. ความผิดปกติ (Unusualness) โดยธรรมชาติของมนุษย์แล้ว มักสนใจต่อสิ่งใดก็ตามที่ แปลก หรือไม่เคยเห็นมาก่อน เช่น แม่คนหนึ่งให้กำเนิดลูกแฝดถึง 8 คน หรือ เด็กอายุ 5 ขวบ สามารถคำนวณเลขหลักล้านได้ภายในห้าวินาที เป็นเรื่องที่ไม่เกิดขึ้นบ่อยนัก คนจึงอยากรู้ในรายละเอียดมากกว่าเหตุการณ์ปกติ เหตุการณ์ประเภทนี้ลงหนังสือพิมพ์เป็นครั้งคราวแล้วแต่ว่าจะ เกิดขึ้นเมื่อใด

5. สิ่งที่มนุษย์สนใจหรือเป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ (Human Interest) สิ่งที่เกิดขึ้นกับ มนุษย์ด้วยกันเอง หรือเกิดขึ้นกับสิ่งมีชีวิตในโลก องค์ประกอบข้อนี้เป็นเรื่องราวของความสัมพันธ์ ทางอารมณ์ จิตใจ เกี่ยวกับความเป็นอยู่ของมนุษย์โดยทั่วไป เป็นเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้รับสารเกิด ความรู้สึกร่วมไปกับบุคคลในข่าว เช่น ความรู้สึกสะท้อนอารมณ์ เห็นใจ เข้าใจ สงสาร อยากรู้มีส่วนช่วยเหลือ ถ้าเหตุการณ์ทำนองเดียวกันนี้ เกิดกับตนเองแล้วควรทำอย่างไร หรือเป็นเหตุ

การณืที้อาจมีโอกาศเกิดขึ้นกับทุกคนได้ เช่น ชาวแต่นองผู้หิวโหย ชาวแม่ฆ่าลูกเพราะความรัก เป็นต้น

6. ความขัดแย้ง (Conflict) ชาวส่วนใหญเกิดจากความขัดแย้งไม่ลงรอยกันระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย เช่น ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ทางอุดมการณ์ ทางความคิด ทางเพศ ความขัดแย้งมีคุณค่าทางข่าวสูง เพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์อยากรู้ อยากทราบถึงสาเหตุของความขัดแย้ง กระจายทีจะติดตามถึงทีสุด ตัวอย่างเช่น ชาวฆาตกรรมทีเกิดขึ้น จากความขัดแย้งทางด้านผลประโยชน์ เช่น ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างพรรคการเมือง เป็นเหตุการณ์ทีสร้างความสนใจได้เสมอ

7. ความลึกลับซับซ้อน (Suspense) เป็นเหตุการณ์ทีเกิดขึ้นแล้ว ยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่าง หรือยังไม่สามารถเสาะหาสาเหตุทีแท้จริง มักกระตุ้นให้สงสัยใคร่ติดตามจนถึงทีสุด เช่น ชาวเกี่ยวกับฆาตกรรมลึกลับซ่อนเงื่อน ต้องเสาะแสวงหาหลักฐานพยาน ผู้สื่อข่าวต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง ละเอียดลออ และคลี่คลายปมจนหายสงสัย หรือคลายความน่าสนใจ ซึ่งทำให้ชาวนั้นอ่อนคุณค่าลง ทีจะทำให้การวินิจฉัย ทีจะทำให้การวินิจฉัยคุณค่าตกอยู่ในลำดับรองๆลงไป

8. ความกระทบกระเทือน (Consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ทีเกิดกับมวลชน อาจเป็นผลกระทบทางความเป็นอยู่ การครองชีพหรือทางสังคม ผลกระทบกระเทือนนี้ อาจเกิดโดยทางตรงหรือทางอ้อม เช่น การปรับภาษี มีผลกระทบต่อรายได้ของประชาชนผู้มีรายได้น้อย ไฟไหม้ย่านสลัมทำให้คนขาดทีอยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ชาวอุทกภัย ภัยพิบัติ เป็นต้น

9. ความก้าวหน้า (Progress) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าข่าว โดยเฉพาะการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ย่อมมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งสิ้น มนุษย์ย่อมมีความสนใจอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้น เช่น การรายงานความก้าวหน้าทางการแพทย์ การค้นพบการวิจัย เพราะความก้าวหน้าทางวิทยาการย่อมมีผลต่อความหวังใหม่ในชีวิตของประชาชนด้วย

10. เพศ (Sex) ในโลกนี้สิ่งมีชีวิตทั้งหลายมีอยู่เพียง 2 เพศ ชายและหญิง ความสนใจในเพศตรงข้ามจึงเป็นธรรมชาติของมนุษย์และสัตว์ จัดเป็นเรื่งทีใกล้ตัวมากที่สุดทีว่าได้ ความผิดปกติทางเพศ หรือพฤติกรรมเบี่ยงเบนจึงมักได้รับความสนใจเป็นพิเศษ องค์ประกอบข้อนี้มิได้หมายถึง เฉพาะเรื่งราวระหว่างหญิงและชายเท่านั้น แต่รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆทางสังคมด้วย เช่น การต่อสู้เพื่อแก้กฎหมายทีเสียเปรียบของสตรี การเรียกร้องความเสมอภาคระหว่างหญิงกับชาย เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป ข่าวเป็นรายงานของเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่มีความสำคัญและน่าสนใจ เป็นที่ติดตามของประชาชนโดยทั่วไป รายการ “ถอดรหัส” จึงเป็นรายการหนึ่งที่หยิบยกประเด็นของข่าวที่ประชาชนให้ความสนใจ มาตีแผ่และเจาะลึกในหลายแง่มุม เพื่อนำเสนอประเด็นปัญหาให้ประชาชนมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ โดยมีพื้นฐานอยู่ที่ความถูกต้องแม่นยำ และทันเหตุการณ์ของเนื้อหาข่าว รวมไปถึงความเป็นกลางในการนำเสนอ

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

โจเซฟ แคลปเปอร์ (Joseph Klapper, 1960) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้สื่อของแม่บ้านชาวอเมริกัน ถึงการเลือกรับฟังรายการละครวิทยุ พบว่า การฟังรายการละครวิทยุตอบสนองความต้องการโดยการระบายอารมณ์ และทำให้ได้เรียนรู้ชีวิต และวิธีการที่จะจัดการกับปัญหาชีวิตของตน

ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน พบว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง ความพึงพอใจต่ำ หรือ ความคาดหวังต่ำ ความพึงพอใจสูง

โรนัลด์ (Ronald J. Compisie, 1980) ศึกษาถึงผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 รายการ เพื่อจัดรวมเป็น 7 กลุ่ม และตีความหมายของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่นๆ ได้ผลคือ มี ผู้ชมที่ชมเพื่อ 1. ความบันเทิง 2. เป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ชมเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่จะดู 4. นำไปใช้ประโยชน์ ในการติดต่อกับคนอื่น พูดคุยกับเพื่อน 5. ชมเพื่อการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงปัญหา ลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย หรือ ไม่มีอะไรจะทำ 7. ชมเพื่อช่วยแก้ปัญหาชีวิต หรือให้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคล หรือสะท้อนความเป็นจริงในสังคม วิจัยนี้เพื่อศึกษาถึง ผู้ชมโทรทัศน์ชมเพื่อสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

ปาล์มกรีน เวนเนอร์ และเรย์เบิร์น (Palmgreen, Wenner and Rayburn, 1981) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ระหว่างความคาดหวัง กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์ โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ชมในเมืองเล็กซิงตัน รัฐเคนตักกี มาจำนวน 327 คน ผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังจะได้รับประโยชน์ ในด้าน ความต้องการรู้ข่าวสารทั่วไป เพื่อประกอบการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ เพื่อความบันเทิง เพื่อการติดต่อระหว่างบุคคลและปฏิภพิรียาจากสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ดังกล่าว

รูบิน (Rubin, 1981) ทำการวิจัยเกี่ยวกับ การใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้ชมซึ่งเป็นผู้สูงอายุ พบว่า การดูรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความตั้งใจที่จะได้รับประโยชน์ในแง่ต่างๆ จากโทรทัศน์ เช่น ผู้ที่มีความตั้งใจจะติดตามข่าวสารการเมือง จะเลือกดูรายการที่เสนอสาระต่างๆ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจจะใช้สื่อเพื่อมาเวลากับการดูรายการโทรทัศน์ด้วย

กัลโลเวย์ และ มีค (Galloway and Meek, 1981) ได้ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้รับสารในรูปแบบจำลองความคาดหวัง โดยใช้แบบสอบถามนักศึกษา 30 คน จากการวิจัยพบว่า ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ และมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ การบริโภคสื่อจะให้ผลเป็นการรับรู้ถึงความพึงพอใจ ซึ่งจะมีอิทธิพลไปในทางที่จะเสริม หรือเปลี่ยนแปลงการรับรู้

เวนเนอร์ (Wenner , 1986) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง หรือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจในด้าน ฝ้าสังเกตเพื่อติดตามข่าวสาร , ด้านความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ , การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล, ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม รวม 12 รายการ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างจากผู้ชมทางโทรทัศน์ รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจด้านต่างๆ ดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์ กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มี ความสัมพันธ์ กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

งานวิจัยภายในประเทศ

นฤมล มังคลิกุล (2534) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคม และประชากร กับความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความต้องการข่าวสารการเมือง และความต้องการข่าวสารการเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง

ยุบล เบญจรงค์กิจ (2534) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต ความต้องการ และการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของผู้ชม เพื่อศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ระหว่างการณในชีวิต และการเปลี่ยนแปลงความต้องการเช่นว่านี้ ยังเป็นผลให้การชมรายการโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไปด้วย นั่นคือ การนำเอาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตของบุคคล มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของการใช้สื่อโทรทัศน์ด้วย

อรรพรรณ วิจักขณะ (2534) ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ พบว่า นิสิต นักศึกษา อ่านหนังสือพิมพ์ เพราะ ต้องการทราบข่าวสารและเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวัน บางส่วน ส่วนการชมรายการโทรทัศน์จะเป็นไปเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเพื่อติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ นอกจากพบว่า นิสิต นักศึกษา ได้นำเนื้อหามาสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และสื่อมวลชนเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรม ในระดับพอสมควร

ภัทณิดา พันธุมเสน (2536) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ของนักเรียนในโรงเรียนสตรีรัตนบุรี พบว่า นักเรียนมีการเปิดรับสื่อมวลชนในปริมาณที่สูง สื่อที่เปิดรับมาก คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง เป็นต้น โดยตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์มากที่สุด รองมาคือความมั่นใจ ความรู้ และ ต้องการหลีกเลี่ยงสภาพความเป็นจริงชั่วคราว

ชูศักดิ์ รวงสวัสดิ์ (2537) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ รูปแบบเนื้อหาของรายการมอต่าง มุมกับทัศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมอต่างมุมทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย โดยช่อง 11 เพื่อทราบทัศนคติ ความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจ และการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ของประชาชนผู้เข้าชมรายการมอต่างมุม พบว่า คุณลักษณะประชากรไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าชมรายการมอต่างมุม ยกเว้นด้านเพศ และอาชีพซึ่งจะมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในทางบวก และต่อการเข้าร่วมรายการมอต่างมุม นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สนใจเข้าร่วมรายการ จะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และนำไปขยายผลทำให้ความนิยมและความสนใจของผู้ชมนั้นมีมากขึ้นตามลำดับ

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ได้ศึกษา การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ลักษณะประชากร ด้าน เพศ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน สวนผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

วิยดา เกียวกุล (2538) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากร ด้าน เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับ การเปิดรับรายการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ได้ศึกษาถึง ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ” ของผู้ชม พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับ ทัศนคติในการรับชม และลักษณะทางประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการ รวมทั้ง พฤติกรรมการเปิดรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาการออกอากาศ

พรเพ็ญ พยัคฆาภรณ์ (2539) ได้ศึกษา การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ของผู้สูงอายุไทย พบว่า เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ต่างกัน มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน รวมทั้งเพศ ต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนต่างกัน และการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางลบกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

รัตนา เคะธนาชัยกุล (2539) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน กับความทันสมัย ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และฐานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน

ชนิษฐา สง่างวศิวจิตร (2540) ได้ทำการศึกษาถึง การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรด้าน เพศ การศึกษา และรายได้ ต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันต่างกัน และการเปิดรับรายการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ รวมทั้งการเปิดรับรายการประเภทเกมโชว์ ละคร สารความรู้และตลกตลอดรายการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ระดับปานกลาง

นิลาวัลย์ พาณิชย์รุ่งเรือง (2540) ได้ศึกษาถึง ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9,11) พบว่า เพศ อายุ การศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความเชื่อถือและความพึงพอใจในรายการข่าวภาคค่ำฯ ในขณะที่อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อความเชื่อถือ แต่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจในรายการข่าวภาคค่ำฯ

ธิตติมา อุ่นเมตตาดิจิต (2541) ได้ศึกษาถึง ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการฟุตบอลไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่า ผู้ชมจะติดตามชมรายการมาประมาณ 3-4 เดือน ลักษณะการชมรายการจะเป็นการตั้งใจชมแต่ไม่ได้จดบันทึกเนื้อหารายการ นอกจากนั้นลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการ นอกจากนี้พบว่าความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อรายการ และการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจต่อรายการ

นิชดา เตรียมชัยศรี (2542) ได้ศึกษาถึง การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet ของ พนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารผ่านระบบเครือข่าย Intranet

ลำยอง ดวงคำ (2542) ได้ศึกษาถึง พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ พบว่า พฤติกรรมการชมรายการ มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเนื้อหามาใช้ประโยชน์ในการสอน อาจารย์ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการสอน และคณะที่สังกัด แตกต่างกัน มีการนำเนื้อหาจากรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการสอนไม่แตกต่างกัน