

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความต้องการข้อมูลข่าวสาร การเลือกใช้สื่อของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี กรณี ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้” ในครั้งนี้ มีแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดังนี้

- แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
- ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล
- แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
- ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- แนวความคิดเรื่องสื่อและช่องทางการสื่อสาร
- แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศ
- ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นั้น ปรมะ สตะเวทิน¹ ได้กล่าวว่า เมื่อผู้ส่งสารต้องการรู้จักและเข้าใจมวลชนผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายผู้ส่งสารจะใช้หลักทางจิตวิทยาและลักษณะทางด้านประชากรประกอบกัน โดยลักษณะทางด้านประชากรจะบอกว่าผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าไร เพศอะไร นับถือศาสนาใด มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยา จะบอกว่าใครนั้นมีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร โดยมีสมมติฐานว่า ผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาค้ำยคลึงกัน โดยผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตนเองเช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะและประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร

¹ ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2546), น. 105.

นอกจากนี้ ยูปล เบ็ญจรงค์กิจ² ได้กล่าวว่าแนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกัน การสื่อสารนับว่าเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลมีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน เชื่อว่าพฤติกรรมสื่อสารจึงน่าจะแตกต่างกันด้วย อย่างเช่น การเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากร ย่อมมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มแม่บ้านมักฟังวิทยุและดูโทรทัศน์มากกว่าเปิดรับสื่ออย่างอื่น โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่

1. เพศ การศึกษาด้านจิตวิทยาพบว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของเพศทั้งสองไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักมีจิตใจที่อ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ และถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ส่วนผู้ชายจะใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่า³ ในส่วนของการเปิดรับสื่อเพศหญิงจะใช้เวลาการฟังวิทยุและดูโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย ในการดูโทรทัศน์เพศชายมักดูข่าว และกีฬา และมักเกิดขณะพักผ่อน เพศหญิงมักดูโทรทัศน์พร้อมกับการทำงานอื่น⁴

2. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผู้รับสารและเกี่ยวข้องกับ ความสนใจและพฤติกรรมในการรับข่าวสาร โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ใจร้อน และมองโลกในแง่ดี ขณะที่คนอายุมากมักมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้าย และยังมีโอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนี้ คนที่มีวัยต่างกันมักจะมีความต้องการที่ต่างกันไปด้วยเช่น คนในวันกลางคนและคนมีอายุมากขึ้นจะคิดเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่คนหนุ่มสาวสนใจเรื่องการศึกษา ความยุติธรรม และความเสมอภาคในสังคม ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนคนที่มีอายุมากจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ในขณะที่คนอายุน้อยมักแสวงหาความบันเทิงมากกว่า⁵

² ยูปล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 65.

³ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2546), น. 114.

⁴ ยูปล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 69.

⁵ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 113-114.

3. รายได้ รายได้ย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ตลอดจนความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน นอกจากนี้ คนที่มีรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีรายได้ต่ำ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ ฟังหรือดูข่าวการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

4. อาชีพ คนที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมองโลก มีแนวคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน เช่น คนที่รับราชการมักคำนึงถึง ศักดิ์ศรี เกียรติภูมิ ส่วนคนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้การมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถที่จะหาซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน ซึ่งคนที่อาชีพต่างกันล้วนแล้วแต่มีความคิดทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน⁶ นอกจากนี้อาชีพยังเป็นตัวกำหนดเวลาและสถานที่ของการใช้สื่อของบุคคลอีกด้วยเช่น แม่บ้านย่อมมีโอกาสใช้สื่อที่บ้านแต่สำหรับผู้รับสารที่ทำงานนอกบ้านการใช้สื่อก็ย่อมมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป⁷

5. ระดับการศึกษา การศึกษาที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก มีความเข้าใจสารได้ดีแต่คนเหล่านี้มักเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ รวมทั้งคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และสื่อที่ใช้มักจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ส่วนคนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภท วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์⁸

6. ศาสนา การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารทั้งใน ด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ศาสนายังมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการดำเนินชีวิตตลอดชีวิต อีกด้วย คนที่นับถือศาสนาแตกต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน⁹

⁶ เรื่องเดียวกัน, น. 115-116.

⁷ กาญจนา แก้วเทพ, การวิเคราะห์สื่อ : แนวคิดและเทคนิค, พิมพ์ครั้งที่ 2 (กรุงเทพมหานคร: เอดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด, 2542), น. 181.

⁸ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 116-117.

⁹ เรื่องเดียวกัน, น. 117-118.

นอกจากนี้ โรบินสัน (Robinson)¹⁰ ได้กล่าววาระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารโดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการใช้สื่อและมีความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือกลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ทางด้านข้อมูลสารคดีและจะเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้เพิ่มขึ้นโดยการใช้อินเทอร์เน็ต

เซียร์ส และ ฟรีดแมน (Sears and Freedman)¹¹ ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของบุคคล และพบว่ากลุ่มตัวแปรด้านบุคคลที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนที่ดีที่สุดคือ ระดับการศึกษาและระดับชั้นทางสังคม ซึ่งตัวแปรตัวหลังนี้ใช้ระดับตำแหน่งหน้าที่เป็นเครื่องชี้วัด

กรีนเบิร์ก (Greenberg) และ कुमार่า (Kumara)¹² ศึกษาพบว่าระดับการศึกษา และรายได้ครอบครัว มีความสัมพันธ์กับเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ใน 5 ประเทศคือ ฟินแลนด์ ญี่ปุ่น คอสตาริกา เม็กซิโก และสหรัฐอเมริกา โดยตัวแปรทั้ง 2 เป็นตัวแปรที่มาก่อนของเวลาที่ใช้ในการฟังรายการวิทยุและยิ่งตัวแปรทั้ง 2 ร่วมกันจะสามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้เวลาฟังวิทยุได้มากกว่าตัวแปรแต่ละตัวโดด ๆ

ชอย (Choi) และ เบ็คเกอร์ (Becker)¹³ กล่าวไว้ในรายงานผลการศึกษาศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อของเขาว่ามีการศึกษาหลายชิ้นที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าการศึกษามีผลในทางบวกต่อการใช้อินเทอร์เน็ต และมีผลทางลบต่อการใช้อินเทอร์เน็ต นั่นคือยิ่งคนมีการศึกษาสูงจะยิ่งอ่านหนังสือมาก และยิ่งมีการศึกษาต่ำยิ่งดูโทรทัศน์หรือฟังวิทยุมาก

¹⁰ John P. Robinson, "Mass Communication and Information Diffusion," in Current Perspectives in Mass Communication Research, edited by Kline and Tichenor (London: Sage Publications, 1972), p. 77.

¹¹ David O. Sears and Jonathan L. Freedman, "Selective Exposure to Information: A Critical Review," Public Opinion Quarterly 31 (1967):194-213.

¹² Bradley S. Greenberg and Hideya Kumara, "National Sample Predictors of Mass Media Use," Journalism Quarterly 45 (1968):641-647.

¹³ Hyeon Cheol Choi and Samuel L. Becker, "Media Use, Issue / Image Discrimination, and Voting," Communication Research 14 (June 1987):273.

แม็คเนลลี และคณะ (McNelly and others)¹⁴ พบว่าคนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการศึกษาในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้มีรายได้สูงมักเป็นคนมีการศึกษาสูงและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมัก ถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ และตำแหน่ง หน้าที่การงานมักทำให้มีกิจกรรมและงานสังคมมากมาย

กาญจนา แก้วเทพ¹⁵ กล่าวว่า มิติทางเศรษฐกิจจะเป็นตัวกำหนดการเข้าถึงสื่อต่าง ๆ โดยคนที่มีฐานะร่ำรวยจะมีโอกาสใช้สื่อได้หลายหลากกว่า เช่นผู้สูงอายุที่มีฐานะดี จะมีกิจกรรม หลายแบบและใช้สื่อหลายแบบ เช่น อ่านหนังสือพิมพ์ เล่นอินเทอร์เน็ต ท่องเที่ยวเข้าสมาคมกับ เพื่อนฝูง ดูโทรทัศน์ดูภาพยนตร์ แต่ผู้สูงอายุที่มีฐานะยากจนอาจมีกิจกรรมดูโทรทัศน์อย่างเดียว

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory)

เดอเฟลอร์ (Defleur)¹⁶ ได้ดัดแปลงหลักการเชิงกลไกของ สิ่งเร้าและการตอบสนอง โดยเล็งเห็นว่า สมาชิกผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันด้านจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือการตีความหมายข่าวสาร จากสื่อแตกต่างกันไป เดอเฟลอร์ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางด้านจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างด้านชีวภาคหรือร่างกายของแต่ละ บุคคลแต่ส่วนใหญ่แล้วมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป อย่างกว้างขวาง

¹⁴ J.T. McNelly, R. Bush, and M.E. Bishop, "Cosmopolitan media usage in the diffusion of International affair news," *Journalism Quarterly* 45 (1968):349-358.

¹⁵ กาญจนา แก้วเทพ, "ผู้รับสารในการสื่อสาร," ใน *ทฤษฎีและพฤติกรรมทางการสื่อสาร*, หน่วยที่ 4 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546), น. 108.

¹⁶ Melvin Defleur, *Theories of Mass Communication*, 2nd ed. (New York: David McKay Co., 1970), pp. 119-122.

4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคลที่แตกต่างกัน

ความแตกต่างดังกล่าวเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสาร กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับข่าวสาร ดังนั้นข่าวสารจากสื่อมวลชนจึงมิได้มีการคัดสรรเพราะผู้รับสารมีภูมิคุ้มกันหรือมีเครื่องกั้นกรองข่าวสารต่าง ๆ ทำให้ผลหรือการตอบสนองอาจไม่สอดคล้องกับเป้าหมายของข่าวสารเสมอไป ซึ่งข่าวสารต่าง ๆ ในสังคมเปรียบเสมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกันรวมทั้งการสร้างลักษณะความแตกต่างของบุคคล

ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร¹⁷ กล่าวว่าพฤติกรรมกรรมการสื่อสารแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันไปเนื่องจากปัจจัย 3 ประการ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล บุคคลแต่ละคนจะมีความแตกต่างเฉพาะตัวอย่างมากในด้านโครงสร้างจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นผลมาจากการอบรมเลี้ยงดูและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิดและทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้ เรียนรู้และการจูงใจ คนเราแต่ละคนจะสร้างรูปแบบแห่งความคิดเห็น ความเชื่อ ทัศนคติ รวมทั้งค่านิยมขึ้นมาภายใน และประกอบเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล ซึ่งปัจจัยนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของมนุษย์โดยอย่างยิ่งการเลือกเปิดรับ การเลือกรับรู้ และการเลือกจดจำ

2. ปัจจัยทางด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามีความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องกับสมาชิกในกลุ่มสังคม ทำให้มีประสบการณ์และมีส่วนร่วมในการกำหนดขอบข่ายการรับรู้ของกันและกัน การตัดสินใจที่จะแสดงพฤติกรรมใด ๆ รวมถึงพฤติกรรมทางการสื่อสารจึงพยายามคล้อยตามกลุ่ม ทั้งในแง่ของความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้ตนเองเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร พฤติกรรมกรรมการสื่อสารมีปัจจัยทางด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารเป็นเงื่อนไขอยู่ด้วย มีการนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการของคนมาจัดแบ่งแยกบุคคลเข้าไว้กลุ่มเดียวกัน ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

¹⁷ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, “ปัจจัยเงื่อนไขแห่งพฤติกรรมการสื่อสาร,” ใน พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร, หน่วยที่ 1 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2542), น. 21-27.

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

การสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งทำให้เกิดความสับสนในสังคม จึงต้องอาศัยการสื่อสารเพื่อรับทราบเรื่องราวต่าง ๆ ในสังคม อย่างเช่นเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นเหตุการณ์ที่มีหลายแง่มุมและมีการนำเสนอที่แตกต่างกันไป ในการรับทราบข่าวสารเหล่านี้บุคคลแต่ละคนนั้นจะมีรูปแบบในการเลือกเปิดรับข่าวสารขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ

แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker)¹⁸ ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับไว้ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือบุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเมื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักมีการกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสารนั้นก็คือกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) โดยผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ความความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ซึ่ง Klapper¹⁹ ได้อธิบายกระบวนการเลือกสรรข่าวสารไว้เป็นขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) คือแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น เลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุ หรือ โทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง

¹⁸ Samuel L. Becker, Discovering Mass Communication (Illinois: Scott Foresman and Company Glenview, 1978), p. 124.

¹⁹ Joseph T. Klapper, The Effects of Communication (New York: The Free Press, 1960), pp. 19-25.

นอกจากนี้การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ หลายประการ เช่น ทักษะคิด บุคคลมักแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ เพราะถ้าได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่จะเกิดความไม่สบายใจ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น เช่น ด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคล อีกด้วย

2. การรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ไปตามเจตนาของผู้ส่งนั้นหมด เนื่องจากผู้รับสารแต่ละคนตีความหมายข่าวสารที่แตกต่างกัน ซึ่งความหมายของข่าวสารอยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ สภาวะร่างกาย สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) ผู้รับสารมีแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะบางส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคิด ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่ต้องการ ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเอง เห็นว่าน่าสนใจ

แม็คลloyd (McLeod)²⁰ กล่าวว่า ตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทเนื้อหาที่แตกต่างกัน

การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ การมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Medium) ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักไม่ให้เกิดผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นและเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจง ในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในหนังสือพิมพ์ความถี่ของการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ความถี่ของการรับฟังรายการข่าววิทยุ เป็นต้น

²⁰ McLeod and O' Keefe, "Socialization Perspective," in Current Perspective in Mass Communication Research edited by Kline and Tichenor (London: Sage Publication, 1972), p. 123.

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm)²¹ ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับของผู้รับสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใดที่แตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมจะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวของข่าวสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการเปิดรับสารของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เกิดความหมายของข่าวสารได้หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับสารและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent D. Ruben)²² ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการทั้งความต้องการทางกายและใจ ความต้องการระดับสูงและต่ำยอมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเราเพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการเพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ
2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and value) ทัศนคติคือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน

²¹ Wilbur Schramm, "Channels and Audiences," in Handbook of Communication (Chicago: Ran McNally College Publishing Company, 1973), pp. 121-122.

²² Todd Hunt and Brent D. Ruben, Mass Communication: Producers and Consumers (New York: HarperCollins College Publishers, 1993), pp. 52-55.

ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งในการเลือกใช้สื่อ การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายหรือการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย และกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อ การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายหรือการเลือกจดจำ เพื่อตอบสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษาที่มีอิทธิพลต่อเราในการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมายและเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้น

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) บุคคลจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การรับสารของผู้รับสารนั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสไตล์ในการสื่อสารของเราคือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพวะ (Context) คือ สถานที่ บุคคลและเวลา ที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสารสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสารการมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลโดยตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายหรือการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างใด การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเราและการที่คิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งรายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง เลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ผู้รับสารแต่ละคนจะมีการเลือกรับสื่อที่แตกต่างกันไปซึ่ง จอห์น เมอร์ริลล์ และ ราล์ฟ โลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein)²³ ได้สรุปปัจจัยที่ทำให้แต่ละบุคคลเลือกรับสื่อแตกต่างกัน โดยมีปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ

²³ John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, Media Message and Men: New Perspective in Communication (New York: David McKay Company, 1973), pp. 134-135.

1. ความเหงาม เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าปกติคนเราไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสนวิตกกังวล หวาดกลัว และเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มกันเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถที่จะติดต่อกับผู้อื่นโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการได้อยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ปกติมนุษย์อยากรู้อยากเห็นสิ่งที่ใกล้ตนเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ไกลตัวมากที่สุดตามลำดับ ทั้งที่เป็นวัตถุสิ่งของ ความคิดหรือการกระทำต่าง ๆ ของผู้อื่น ซึ่งหากเปรียบเทียบกับสื่อต่าง ๆ แล้วสื่อมวลชนสามารถตอบสนองสิ่งเหล่านี้ได้ดีที่สุด

3. ประโยชน์ใช้สอยของตัวเอง (Self-Aggrandizement) มนุษย์เป็นผู้ต้องการแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมีหรือความเด่นของตนเอง เพื่อให้ตนเองได้รับความสะดักสบาย ความปลอดภัยหรือให้ความบันเทิงแก่ตัวเอง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท สื่อแต่ละประเภทจะมีลักษณะเฉพาะบางอย่างที่ไม่เหมือนกันเช่นวิทยุได้ยินเสียงแต่ไม่เห็นภาพแต่โทรทัศน์เห็นทั้งภาพและเสียงเป็นต้น ลักษณะเฉพาะนี้ มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารและใช้ประโยชน์ไม่เหมือนกันผู้รับสารแต่ละคนเปิดรับสื่อที่สนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

นอกจากนี้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารยังเกี่ยวข้องกับการแสวงหาข่าวสารโดย ชาร์ล แอตคิน (Charles Atkin)²⁴ ได้กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัล (Reward value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditure) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจ บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information seeking) แต่ถ้าหากว่าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลย่อมเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่ากรับข่าวสารจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่นทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ ไม่แน่ใจมากขึ้นก็อาจใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information avoidance) หากความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้นบุคคลอาจจะยอมรับข่าวสาร นั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information yielding)

²⁴ Charles Atkin, "Instrumental Utilities and Information Seeking," in New Model for Mass Communication Research (Beverly Hill: Sage Publications, 1973), pp. 234-239.

อย่างเช่น ที่เรายอมดูโฆษณา ก็เพราะว่าหมุนไปช่องไหนก็เจอแต่โฆษณาหรือซีทีวีเปลี่ยนช่อง การต้องการแสวงหาข่าวสารหรือต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้นคือการต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

ความต้องการนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองไม่เห็นความสอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความที่ต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (extrinsic uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ข่าวสารที่ลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงส่วนบุคคลส่วนตัวนั้น แอตคิน เรียกว่า ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงบริโภคนิยม (immediate consummatory gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกเรียกว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ (instrumental utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิง

การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสาร นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่น เช่น เพื่อให้ความรู้ ใช้เป็นแนวทางตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อตอบสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสารหรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้นก็ขึ้นอยู่กับความประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

การที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารนั้น วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm)²⁵ ยังกล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

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

²⁵ Wilbur Schramm, op. cit., footnote 21, p. 200.

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสารประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่น ๆ อีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ตลอดจนสถานะทางสังคมและจิตใจของแต่ละบุคคลด้วย

พรทิพย์ วรภิโจคาทร²⁶ กล่าวว่า สื่อมีคุณลักษณะและรูปแบบที่หลากหลาย ผู้รับสารแต่ละคนจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ยาก ๆ มักจะไม่ได้รับเลือกแต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักเลือกสิ่งนั้นเช่นเดียวกับสื่อผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากเช่นในชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุเพราะสามารถหาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) สอดคล้องกับความรู้ ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือหนังสือพิมพ์สยามรัฐ

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างตามที่ตนสะดวก

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedess) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักเป็นกลุ่มบุคคลที่อายุมาก

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ เป็นลักษณะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดีกว่าราคาถูกสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง

เหตุการณ์กรณีความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นปัญหาที่มีมายาวนาน ประชาชนส่วนใหญ่รับทราบเรื่องราวเหตุการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้น ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มีการนำเสนอข่าวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและในการรับทราบข่าวสารนั้นผู้รับสารแต่ละคนอาจจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามปัจจัยต่าง ๆ ถ้าเราสามารถทราบถึงการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารแล้วเราจะสามารถเลือกช่องทางที่เหมาะสมและเข้าถึงผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะปัญหาความไม่สงบในจังหวัดชายแดนใต้เป็นปัญหาของคนทั้งประเทศต้องอาศัยความเข้าใจในการรับรู้ปัญหาและร่วมกับช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา

²⁶ พรทิพย์ วรภิโจคาทร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2544), น. 292.

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจให้ความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร คือตัวผู้สารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ยูล เบ็ญจรงค์กิจ²⁷ ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจะเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องซึ่งความต้องการ (และที่มาของความต้องการ) แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจที่ติดตามมาจะเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ในการศึกษาอาจจะเจาะศึกษาที่ช่วงใดช่วงหนึ่งก็ได้ โดยพฤติกรรมของมนุษย์ อธิบายได้ว่าเกิดจากความต้องการ (Needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่าง ๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุกด้านของมนุษย์แต่มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่าง เช่น ความต้องการข่าวสารข้อมูลหรือต้องการชดเชยบางสิ่งบางอย่างที่ขาดไปหรือหาไม่ได้ในขณะนั้น เช่น ความต้องการมีการสื่อสารกับผู้อื่น ดังนั้นการบริโภคสื่อจึงเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุลและทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้กับความต้องการของมนุษย์เอง ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนคงอยู่ได้อย่างปกติ

แนวคิดเรื่องความต้องการข่าวสารนั้น พบว่ามนุษย์มีความต้องการบริโภคข่าวสารและมีการเลือกหรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ จึงมีการศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้มนุษย์เกิดความต้องการดังกล่าว มาสโลว์ (Maslow)²⁸ กล่าวว่ามนุษย์มีความต้องการอยากเรียนรู้ (Needs for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาพแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์เรียนรู้มาจากสังคม ซึ่งความต้องการที่จะเรียนรู้นั้นส่วนหนึ่งมาจากความต้องการเปิดรับหรือความต้องการข้อมูลข่าวสารนั่นเอง มาสโลว์ได้ชี้ให้เห็นข้อเท็จจริงของสื่อมวลชนดังนี้

²⁷ ยูล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 68-69.

²⁸ เสรี วงษ์มณฑา, "จิตวิทยาในการสื่อสาร," วารสารธรรมศาสตร์ 4 (เมษายน-มิถุนายน 2533):6.

1. มนุษย์เราจะจงแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูก ยัดเยียด ให้อ่าน ดู หรือ ฟัง และมนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหนีข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2. การใช้สื่อของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3. สื่อมวลชนต้องแข่งกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้น

5. มนุษย์ทุกคนมีความเป็นปัจเจกบุคคลที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

สำหรับการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เริ่มต้นเป็นครั้งแรกเมื่อ เฮอริชอก (Herzog)²⁹ ศึกษาความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังละครวิทยุภาคกลางวัน ในขณะที่เดียวกันการศึกษาลักษณะของสื่อที่มีต่อผู้รับสารเริ่มสื่อเค้าว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ การค้นพบครั้งนี้ทำให้เห็นว่าผู้รับสารนั้นไม่ใช่ผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น โดยผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน

การศึกษาเรื่องความต้องการเกี่ยวกับสื่อหรือเหตุผลในการใช้สื่อมีต้นแบบมาจากผลงานวิจัยของ Katz และคณะ³⁰ โดยเป็นการศึกษาจากข้อมูลที่เก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอลและได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้นด้วยการนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างรวมกันกลายเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ คือ

1. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น

1.1 ต้องการให้เพิ่มขึ้น

1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง

1.3 ต้องการให้ได้มา

2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

2.1 การติดต่อเพื่อรับทราบข่าวสาร ความรู้

2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์

2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ

2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

²⁹ เรื่องเดียวกัน, น. 7.

³⁰ E. Katz., M. Gurevitch, and H. Hass, "On The Use of The Mass for Important Thing," American Sociological Review 38 (1973):164-181.

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- 3.1 ตนเอง
- 3.2 ครอบครัว
- 3.3 เพื่อนฝูง
- 3.4 สังคม รัฐบาล
- 3.5 ชนบประเพณีวัฒนธรรม
- 3.6 โลก
- 3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายในลป

โดย Katz ได้สร้างเครื่องมือเพื่อใช้วัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร และได้สร้างออกมาเป็นข้อความแสดงความต้องการของผู้ใช้สื่อ 35 ข้อความเพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลที่จะใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ ซึ่ง Katz ได้นำเอา 35 ข้อความนี้มาแยกเป็นกลุ่มตามลักษณะของความต้องการ ได้แก่

1. Cognitive Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในตัวบุคคลเหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ
2. Affective Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความพึงพอใจหรือประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมถึงในเรื่องความสวยงามหรือศิลปะต่าง ๆ
3. Integrative Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ
4. Escape Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

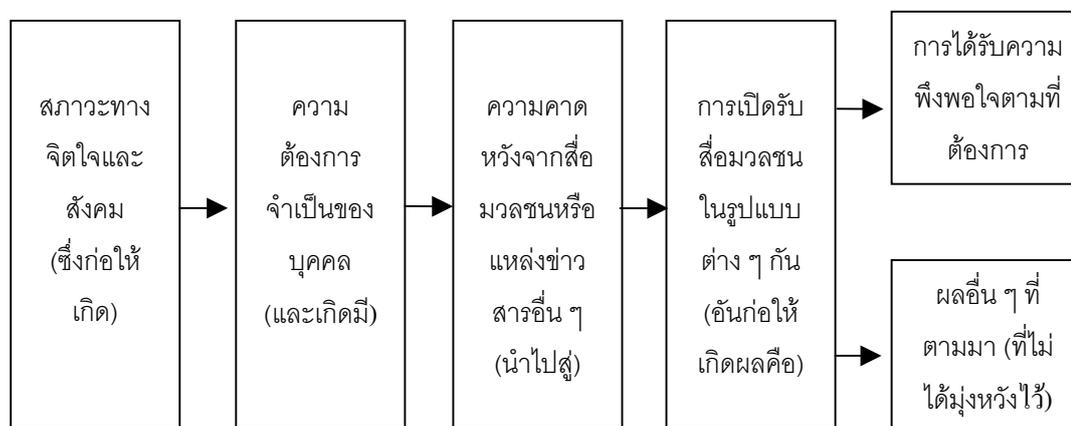
Katz และคณะ³¹ ได้ให้คำอธิบายแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสารดังนี้

แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ นำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

³¹ E. Katz and others, The Uses of Mass Communication Current Perspective on Gratification Research (Beverly Hill: Sage Publication, 1974), pp. 21-22.

ภาพที่ 2.1

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ



แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจเป็นแบบจำลองที่ได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ที่มีความตั้งใจ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน โดยกล่าวได้ว่าสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิดความแตกต่างต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้แตกต่างกันออกไปดังนั้นลักษณะของการใช้ประโยชน์มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไป ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ Katz, Blumler และ Gurevitch³² ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังนี้

1. สถานการณ์ทางสังคมสร้างแรงกดดันและความขัดแย้ง ทำให้ต้องผ่อนคลาย โดยการบริโภคสื่อมวลชน

2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ตระหนักถึงปัญหาซึ่งต้องการความสนใจและข่าวสาร จึงแสวงหาข่าวสาร

³² Katz, Blumler and Gurevitch quoted in Stanley J. Baran and Dennis K.

Davis, Mass Communication Theory: Foundations Ferment and Future (CA: Wadsworth, 1995), pp. 223-224.

3. สถานการณ์ทางสังคมสามารถทำให้หมดโอกาสที่จะได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นตัวแทนหรือตัวเสริม

4. สถานการณ์ทางสังคมทำให้การบริโภคข่าวสารสอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิกและช่วยย้ำความเชื่อทางสังคม

5. สถานการณ์ทางสังคมสามารถกำหนดขอบเขตความคาดหวังที่คล้ายคลึงกับสื่อมวลชน ซึ่งเป็นการสนับสนุนการเป็นสมาชิกทางกลุ่มสังคม

การศึกษาในเวลาต่อมาได้มีการพัฒนาเป็นชุดของตัวแปรความต้องการหรือความพึงพอใจในการสื่อสารหลายแบบแต่ส่วนใหญ่มีความคล้ายคลึงกันอยู่และที่น่าสนใจคือการจำแนกชุดตัวแปรความพึงพอใจของ Blumler³³ ซึ่งเขาได้จำแนกออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) เป็นการใช้สื่อเพื่อหลีกเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา

2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ในสังคม

3. เอกลักษณะของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เป็นการใช้สื่อเพื่อต่อย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อเสริม/สร้างเอกลักษณ์ของตนเอง

4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการเปิดรับสื่อ นอกจากผลงานดังกล่าวแล้ว แมคควอล (McQuail)³⁴ ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการในมุมมองของผู้รับสารที่ต้องการจากสื่อมวลชนดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองสภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมโลก
 - เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อเสนอแนะในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นในการตัดสินใจ
 - สนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจทั่วไป

³³ Jay G. Blumler, "The Social Character of Media Gratifications," in Media Gratifications Research: Current Perspectives, edited by Karl Erick Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen (Beverly Hills: Sage, 1985), p. 50.

³⁴ Denis McQuail, Mass Communication Theory: An Introduction (London: Sage Publication, 1983), pp. 82-83.

- ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาด້วยตนเอง
 - สร้างความรู้สึกที่มั่นคงโดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
 - มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - เพื่อชี้แทนเพื่อน
 - ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม
 - สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
- การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - การผ่อนคลาย
 - ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ และได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - ปลดปล่อยอารมณ์
 - เป็นการกระตุ้นทางเพศ

McCombs และ Becker³⁵ ได้กล่าวถึงเหตุผลในการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนในมุมมองของผู้รับสาร 6 ประการดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวที่จะรู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรจะรู้

³⁵ Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, 1979), pp. 51-52.

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอด ในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความตื่นเต้น (Guidance) เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

McCombs และ Becker ได้อธิบายว่าคนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปและเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อ นั้น ๆ สามารถตอบสนองและสามารถสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล

Rosengren³⁶ ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของคำว่าการใช้สื่อ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratification) นั้นในแง่ที่ว่าประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ก็เป็นได้

อาจกล่าวได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไรจึงจะสนองความพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและความพอใจของตน ฉะนั้นแนวคิดนี้จึงถือเป็นแนวคิดหนึ่งทางการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก³⁷

สำหรับเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ นับว่าเป็นเหตุการณ์ที่สร้างความวิตกกังวลให้แก่สังคมเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องมาจากเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสังคมในหลายด้าน ประชาชนเองในฐานะที่เป็นสมาชิกในสังคมย่อมได้รับผลกระทบไม่ทางตรงก็ทางอ้อม และมีการรับรู้ข่าวสารจากเหตุการณ์ดังกล่าวที่ไม่เหมือนกัน รวมทั้งมีความต้องการข่าวสาร

³⁶ Karl Erick Rosengren, "Used and Gratification: A Paradigm Outlined," in *The Used of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research*, edited by J.G. Blumler and E. Katz (Beverly Hill: Sage, 1974), pp. 269-285.

³⁷ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, "การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษาวิทยาศาสตร์พัฒนาการ," *วารสารนิเทศศาสตร์* 6 (สิงหาคม 2528):32.

ที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยของแต่ละบุคคล การที่ได้ทราบถึงความต้องการที่เป็นแรงผลักดันในการใช้สื่อในรูปแบบต่าง ๆ นับว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งเพื่อการนำเสนอข่าวสาร การเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

แนวความคิดเรื่องสื่อและช่องทางการสื่อสาร

การสื่อสารนั้นเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ซึ่งการสื่อสารจะประสบความสำเร็จและมีประสิทธิภาพได้ต้องมีกระบวนการสื่อสารที่สมบูรณ์ซึ่งกระบวนการสื่อสารประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร (Source) สื่อ (Media) สาร (Message) ผู้รับสาร (Receive) ซึ่งในองค์ประกอบดังกล่าวนี้ สื่อ หรือช่องทางนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการสื่อสาร

กิติมา สุรสนธิ³⁸ ได้ให้ความหมายของช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channel or Media) ว่า ช่องทางเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร ซึ่งอาจหมายถึง พาหนะที่นำหรือพาข่าวสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ดังนั้นช่องทางการสื่อสารจึงอาจหมายถึง ประเภทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ที่รับรู้ความหมายของสิ่งต่าง ๆ อันได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การสัมผัส การลิ้มรส เป็นต้น นอกจากนี้ช่องทางการหรือสื่อยังอาจหมายถึง คลื่นแสง คลื่นเสียง และอากาศที่อยู่รอบ ๆ ตัวเราด้วย

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo)³⁹ และนักทฤษฎีด้านการสื่อสารที่มีชื่อเสียงได้แยกความหมายของสื่อเป็น 3 ประการคือ

1. วิธีการเข้ารหัสและถอดรหัส
2. ตัวนำสาร ได้แก่ วิทยุโทรทัศน์ โทรศัพท์ คลื่นเสียง เป็นต้นอีกนัยหนึ่ง คือพาหะที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร
3. ตัวนำพาหะ ได้แก่ สายเคเบิล หรืออากาศ ซึ่งเป็นตัวกลางนำคลื่นเสียงวิทยุหรือสัญญาณภาพโทรทัศน์ หรือดาวเทียม ซึ่งเป็นตัวกลางรับสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์

³⁸ กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. 34.

³⁹ นภาพรณ อัจฉริยะกุล และ รุ่งนภา พิตรปรีชา, “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร,” ใน สื่อในการสื่อสาร, หน่วยที่ 7 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544), น. 334.

จากการศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารโดยทั่วไปมักแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ช่องทางที่เป็นสื่อบุคคล (Personal Media) และช่องทางที่เป็นสื่อมวลชน (Mass Communication)⁴⁰

สื่อมวลชน

ในการสื่อสารมวลชนนั้น กิติมา สุรสนธิ⁴¹ ได้ให้ความหมายว่า เป็นการสื่อสารข้อมูลข่าวสารอย่างเดียวกันจากองค์กรหรือสถาบันสื่อสารมวลชนไปยังคนจำนวนมากที่อยู่ในสถานที่ต่างกัน และมีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน เป็นการส่งข่าวสารให้คนจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันอยู่ในที่ต่างกันได้รวดเร็วและทั่วถึง จึงต้องใช้สื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพและสมรรถนะสูงในการเข้าถึงคนจำนวนมากโดยสื่อมวลชน อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Media) และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) เช่น หนังสือพิมพ์นิตยสาร หนังสือ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์

คุณลักษณะของการสื่อสารมวลชน

1. ผู้ส่งสารในกระบวนการสื่อสารมวลชนจะมีลักษณะที่ทำเป็นอาชีพ (Professional)
2. ข่าวสาร (Message) ของการสื่อสารมวลชนจะถูกเผยแพร่ออกไปด้วยวิธีการที่รวดเร็วและรวดเร็วต่อเนื่อง (Rapid and Continue) โดยผ่านกลไกของสื่อ ความรวดเร็ว (Rapid) คือความเร็วที่สื่อมวลชนสามารถนำสารผ่านระยะทาง (Distance) และช่วงเวลา (Time) ไปยังผู้รับสารโดยทันทีทันใดเช่นในกรณีสื่อไฟฟ้าอย่างวิทยุ โทรทัศน์ส่วนความต่อเนื่อง (Continue) การสื่อสารมวลชนมักจะส่งหรือถ่ายทอดข่าวสารโดยใช้หลักของการกำหนดเวลา (Schedule) มากกว่าจะเป็นไปตามอำเภอใจ หรือตามสะดวก เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสารรายอาทิตย์ รายปักษ์ หรือรายเดือน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุและโทรทัศน์ จะเห็นความชัดเจนกว่าสื่ออื่น

คุณลักษณะของสื่อมวลชนแต่ละประเภทต่างกัน เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ จะมีข้อดีกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีความรวดเร็วและมีความสวยงามดึงดูดใจมากกว่าแต่มีข้อจำกัดที่สารที่ส่งไป

⁴⁰ รจิตลักษณ์ แสงอุไร, นิเทศศาสตร์เบื้องต้น (กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2530), น. 185

⁴¹ กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 34.

นั้นจะไม่คงทนถาวร (Permanent) และมีลักษณะผ่านเลยไป (Transitory) ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถอ่านใหม่ได้ทำให้มีโอกาสที่จะถูกส่งซ้ำแล้วซ้ำอีกได้มากกว่า

3. ผู้รับสารของสื่อสารมวลชนมีจำนวนมากและมีลักษณะความหลากหลาย (Numerous and Diverse) หรือที่เรียกว่า (Mass Audience) ซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Heterogeneous) และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร

เช่นเดียวกับ พัทรี เที่ยจรรยา และคณะ⁴² กล่าวว่าในสังคมมวลชนสื่อมวลชนนับเป็นแหล่งข่าวสารที่สามารถพิสูจน์และทดสอบได้ถึงแม้ว่าข่าวซึ่งถูกแพร่ออกมาอาจผิดพลาด หรือบิดเบือนความเป็นจริงแต่เราก็สามารถย้อนรอยหาแหล่งข่าวได้ ฉะนั้นสิ่งนี้จึงทำให้สังคมค่อนข้างมั่นใจว่าข่าวที่น่าเสนอทางสื่อมวลชนเป็นความจริงและหากสมาชิกในสังคมรู้ว่าใครเป็นแหล่งข่าวสารก็สามารถระบอคติได้ หรือความพยายามที่จะควบคุมผู้อื่นของแหล่งข่าวนั้นได้ หรือสามารถระบุได้ว่ารายงานข่าวที่ออกมานั้น ถูกตัดทอนหรือถูกบิดเบือนอย่างไร ในการเปรียบเทียบสื่อประเภทต่าง ๆ จะเห็นว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์เหนือกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ในบางลักษณะแต่ด้อยกว่าในบางลักษณะ จากการศึกษาของ ชรามม์ (Shramm) พบว่ายิ่งคนมีการศึกษามากเท่าใด ก็มีแนวโน้มที่จะสนใจสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากเท่านั้น ขณะเดียวกันการศึกษา โรเปอร์ (Roper) พบว่าถ้าถ้าคนถูกจำกัดให้เลือกรับสื่อใดสื่อหนึ่ง โทรทัศน์จะเป็นสื่อที่คนต้องการมากที่สุด และเห็นว่าเป็นสื่อที่น่าเชื่อถือมากที่สุด นอกจากนี้เราอาจเปรียบเทียบสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ตามมิติต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. ความคมชัดในการนำเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (fidelity) ไม่ว่าจะเป็ในแง่การนำเสนอ คำสัญลักษณ์ทางพูด สัญลักษณ์ภาพ สี เสียง และการเคลื่อนไหว
2. ความรวดเร็วในการส่งสาร (delivery speed) คือระยะเวลาระหว่างที่เหตุการณ์เกิดขึ้นกับเวลาที่สื่อสามารถนำมาเสนอต่อมวลชน
3. ความสามารถในการเคลื่อนของสื่อ (portability) คือความสะดวกในการที่สื่อจะสามารถเคลื่อนไปในสภาพแวดล้อมเพื่อครอบคลุมเหตุการณ์และเพื่อเข้าถึงบุคคลที่มีข้อมูล
4. ความสามารถในการทบทวน (review ability) คือความสะดวกที่ผู้รับสารสามารถทบทวนสารที่ได้รับเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
5. ความสามารถในการครอบคลุมเนื้อหาของสื่อ (coverage) คืออัตราข้อมูลเป็นที่น่าสนใจซึ่งสื่อสามารถนำเสนอต่อผู้รับสาร

⁴² พัทรี เที่ยจรรยา และคณะ, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์ (กรุงเทพมหานคร: เพลิดเพลินการพิมพ์, 2538), น. 75.

6. ความสามารถในการเข้าปฏิกิริยาตอบสนอง (accessibility to feedback) คือ ความสะดวกในการที่ผู้รับสารสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสารที่ได้รับ

สื่อมวลชนท้องถิ่น

1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

พิศิษฐ์ ขวาลาววัช⁴³ ได้ให้ความหมายของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นว่า หมายถึง หนังสือพิมพ์ (Community Newspaper) ที่เกิดขึ้นตามความต้องการและสนองตอบผลประโยชน์ของสังคมท้องถิ่นนั้น ๆ โดยตรงไม่ใช่เกิดตามเจตจำนงของใครคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชี้ให้เห็นเข้าถึงเหตุการณ์ ปรัชญาการณณ์ ปัญหา ความรู้สึกนึกคิด ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมของคนท้องถิ่นนั้นโดยแท้ หากมีเรื่องอื่นอยู่บ้างก็เพียงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้กับสังคมท้องถิ่นนั้น ดังนั้นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงเป็นศูนย์รวมปรากฏการณ์ทางสังคมและปรากฏการณ์ทางธรรมชาติทั้งที่เป็นภาวะปกติและผิดปกติวิสัย ภารกิจสำคัญอย่างยิ่งของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ความใฝ่หาคือการทำหน้าที่เปรียบประหนึ่งสถาบันสาธารณะสำหรับท้องถิ่น เรียกร้อง และชี้แนะให้รัฐบาล ให้ความสำคัญถึงปัญหาของท้องถิ่น ให้ข่าวสาร ตรวจสอบ ชี้แนะและเสนอแนะให้ทุกองค์กรส่วนท้องถิ่นได้รับรู้ถึงภัยอันตรายข้อบกพร่องและประโยชน์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่รับผิดชอบในภาคเอกชนและภาครัฐบาล นอกจากนี้ยังต้องมีหน้าที่ในการทำนุบำรุงรักษา ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมวิถ้วาอารามตลอดจนศิลปวัฒนธรรมอีกด้วย

สุรัตน์ นุ่นนนท์⁴⁴ ได้กล่าวถึงบทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไว้ดังนี้

1) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องทำหน้าที่รายงานข่าวความเคลื่อนไหวของท้องถิ่น และเสนอเรื่องราวของท้องถิ่นให้ละเอียดลึกซึ้งกว่า ถึงแม้เรื่องหรือข่าวสารนั้นหนังสือพิมพ์ระดับชาติ จะเสนอออกไปก่อนหน้าแล้วก็ตาม

⁴³ พิศิษฐ์ ขวาลาววัช, การปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมและการผลักดันองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มีอิสระตามรัฐธรรมนูญ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ดับเบิลยูเอ็น พีริ้นติ้ง จำกัด, 2542), น. 6-7.

⁴⁴ สุรัตน์ นุ่นนนท์, “หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยศึกษาจากในอดีต,” ใน คู่มือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ช้อแนะนำจากนักวิชาการ นักบริหารและมืออาชีพหนังสือพิมพ์ (กรุงเทพมหานคร: สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2527), น. 19-20.

- 2) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องรายงานภาวะสินค้าในตลาดท้องถิ่นและเป็นตัวกลางในการโฆษณาสินค้าให้กับพ่อค้าแม่ค้า นักธุรกิจในพื้นที่
- 3) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องช่วยส่งเสริมทางด้านสวัสดิการและการจัดวางโครงต่าง ๆ ในท้องถิ่น
- 4) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องรู้จักยกย่องคุณงามความดีของคนประกอบกิจการเพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่น
- 5) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องสอดส่องการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ของรัฐในท้องถิ่นตลอดจนติดตามการปฏิบัติหน้าที่ของนักการเมืองที่ได้รับการเลือกตั้งจากท้องถิ่นไม่ว่าในระดับชาติหรือระดับท้องถิ่น
- 6) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องช่วยปลุกกระตุ้นความคิดให้คนในท้องถิ่น ช่วยกันแก้ไขปัญหาและส่งเสริมโครงต่าง ๆ ของท้องถิ่น
- 7) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็เหมือนกับสื่อมวลชนอื่น ๆ คือมีหน้าที่ให้การสอนให้ความบันเทิงและแจ้งข่าวสาร
- 8) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องเป็นแรงผลักดันช่วยสร้างความสามัคคีในท้องถิ่น

2. วิทยุชุมชน

วิทยุชุมชนปัจจุบันนับว่าเป็นสื่อที่มีความสำคัญในการสื่อสารของท้องถิ่นและชุมชนต่าง ๆ และมีบทบาทในการพัฒนาประเทศ หลาย ๆ ด้าน และยังเป็นโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม มีข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนนั้น ๆ โดยมีผู้ให้คำนิยาม “วิทยุชุมชน” ต่าง ๆ ดังนี้

วิทยุชุมชน (Community Radio)⁴⁵ เป็นการดำเนินการกระจายเสียงที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนนั้น ๆ เป็นสำคัญโดยไม่เน้นการแสวงหากำไรแต่มุ่งให้บริการด้านข่าวสารความรู้ควบคู่ความบันเทิงตามรสนิยมของแต่ละท้องถิ่นและเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในลักษณะการสื่อสารสองทางหรือรายการที่สามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยมีการใช้ภาษาถิ่นเป็นหลักมีรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ข่าวสารที่เกิดในชุมชน รายการความรู้ (การเกษตร การทำนา ทำสวน ทำไร่ การประมง การเลี้ยงสัตว์ ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย กฎหมายที่จำเป็นสำหรับชาวบ้าน ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาชีวิตประจำวัน การพัฒนาคุณภาพ ฯลฯ)

⁴⁵ บำรุง สุขพรรณ และ สากล ไพเราะ, ทิศทางวิทยุ-โทรทัศน์ กับรัฐธรรมนูญ 2540 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540), น. 174.

กรมประชาสัมพันธ์⁴⁶ ให้คำนิยามวิทยุชุมชนว่า คือรูปแบบการกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่นที่มีกลุ่มเป้าหมายที่แคบและเฉพาะเจาะจง บริหารจัดการโดยคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนจากชุมชนเป้าหมาย ในลักษณะที่เป็นวิทยุของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน จึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชน รวมทั้งสะท้อนปัญหา ความรู้สึกนึกคิดอย่างเสรีของชุมชนเป้าหมาย

สมาคมการสื่อสารด้านการกระจายเสียง (World Association of Communication Radio)⁴⁷ ได้ให้ความหมายวิทยุชุมชนไว้ว่า วิทยุชุมชนตอบสนองต่อความต้องการและให้บริการชุมชน สร้างการพัฒนาชุมชนด้วยมุมมองที่มีความก้าวหน้าในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ วิทยุชุมชนมุ่งมั่นพัฒนาการเป็นสื่อเพื่อประชาธิปไตยภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน ในแง่มุมที่แตกต่างกัน การดำเนินกิจกรรมวิทยุอาจจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมของแต่ละสังคม ดังนั้นวิทยุชุมชนมีลักษณะทั่วไปดังนี้

- 1) การส่งกระจายเสียงกำลังต่ำ
- 2) การควบคุมและการให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง
- 3) มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่เน้นเฉพาะ
- 4) ให้โอกาสผู้ฟังในการเข้าถึงสื่อที่ดีกว่า
- 5) ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและเป็นการปฏิบัติงานของวิทยุชุมชน
- 6) รูปแบบการจัดรายการของวิทยุชุมชนจะแตกต่างไปจากรูปแบบรายการของ

วิทยุระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

นอกจากนี้ จุมพล รอดคำดี⁴⁸ ได้สรุปแนวคิดวิทยุชุมชนจากการศึกษากระบวนการสื่อสารการมีส่วนร่วมดังนี้

⁴⁶ กรมประชาสัมพันธ์, แผนแม่บทการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (พ.ศ. 2542-2544) (กรุงเทพมหานคร: กรมประชาสัมพันธ์, 2542), น. 3.

⁴⁷ World Association of Communication Radio, อ้างถึงใน กิติมา สุรสุนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 181.

⁴⁸ จุมพล รอดคำดี, “วิทยุกระจายเสียงชุมชน (Community Radio) ของประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน,” วารสารนิเทศศาสตร์ 17 (เมษายน-มิถุนายน 2542):22-23.

- 1) ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชนโดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็น ความต้องการร่วมกัน
- 2) วิทย์ชุมชนต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน
- 3) วิทย์ชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชน
- 4) วิทย์ชุมชนต้องยึดแนวทางการเสนอรายการและข่าวของชุมชนเป็นหลักภายใต้แนวคิด ความเชื่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่น เป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารของรายการ
- 5) วิทย์ชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการและสามารถเข้าไปบริหารจัดการหรือปฏิบัติในสถานีได้ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสื่อวิทย์ชุมชน ให้เป็นไปตามแนวคิดและตามความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย
- 6) วิทย์ชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์

สื่อบุคคล

สื่อบุคคล หมายถึง สื่อตัวบุคคลที่นำข่าวข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อแบบตัวต่อตัวหรือแบบเผชิญหน้าหรือมีสื่อเป็นตัวกลางเช่นการพูดโทรศัพท์หรือจดหมาย โดยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่านั้น ผู้รับสารและผู้ส่งสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง ในขณะที่คนหนึ่งเป็นผู้ส่งสาร คนอื่น ๆ เป็นผู้รับสารหรือเป็นทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร เสถียร เชนประทับ⁴⁹ ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบยุควิถีถ้าไม่เข้าใจในสารสามารถไต่ถามเพิ่มเติมได้ในเวลาอันรวดเร็ว ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงแก้ไขสารให้เข้ากับความต้องการและความเข้าใจของผู้รับสารได้ การที่เป็นช่องทางสื่อสารระหว่างบุคคลปฏิบัติตอบสนองหรือปฏิบัติระส่ำระสายสามารถลดอุปสรรคที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือเลือกตีความและเลือกจดจำ
2. สามารถที่จะจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

⁴⁹ เสถียร เชนประทับ, การสื่อสารกับการพัฒนา (กรุงเทพมหานคร: เจ้าพระยาการพิมพ์, 2538), น. 192.

โรเจอร์ส และ สเวนนิ่ง (Rogers and Svenning)⁵⁰ ได้เปรียบเทียบคุณลักษณะสื่อบุคคล และสื่อมวลชนไว้ดังนี้

ตารางที่ 2.1
การเปรียบเทียบระหว่างสื่อบุคคลและสื่อมวลชน

คุณลักษณะทางการสื่อสาร	สื่อบุคคล	สื่อมวลชน
1. ลักษณะของการสื่อสาร	สองทาง (Two-way Communication)	ทางเดียว (One-way Communication)
2. ความเร็วในการส่งสารไปยังคนจำนวนมาก	ช้า	เร็ว
3. ความถูกต้องของสารเมื่อส่งไปยังคนจำนวนมาก	น้อย	มาก
4. ความสามารถในการเลือกผู้รับสาร	มาก	น้อย
5. ความสามารถในการจัดการเลือกผู้รับสาร (Selectivity Processes)	มาก	น้อย
6. โอกาสที่จะสื่อสารกลับ (Feedback)	มาก	น้อย
7. ผล (Effect)	เปลี่ยนทัศนคติของ ผู้รับสาร	เพิ่มพูนความรู้แก่ ผู้รับสาร

สื่ออินเทอร์เน็ต

ปัจจุบันเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ มีการพัฒนาอยู่เสมอเพื่อรองรับการเปลี่ยนในสังคม และเทคโนโลยีสมัยใหม่นี้ ได้เข้ามาเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในสังคมมากขึ้น รวมทั้งกิจกรรมทางด้านการสื่อสารโดยมีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารที่มีการผสมผสานสื่อหลายสื่อไว้ในสื่อเดียว ทำให้การสื่อสารในปัจจุบันเต็มไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว และเกิดสื่อใหม่ ๆ มากมาย อย่างเช่น สื่ออินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นตัวแทนที่ดีที่สุดเมื่อพูดถึงสื่อใหม่ มีคำเรียกต่าง ๆ เช่น ไซเบอร์สเปซ (Cyber Space) โลกเสมือนจริง (Virtual) สังคมเครือข่าย (Network Society) และทางด่วนข้อมูล

⁵⁰ Everett M. Rogers and Lynne Svenning, Modernization Among Peasant: The Impact of communication (New York: Holt Rinehart and Winston, Inc., 1969), p. 125.

ข่าวสาร (Information Superhighway) เหล่านี้มีความเกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ทั้งสิ้น อินเทอร์เน็ต ประกอบขึ้นจากเครือข่ายอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถเชื่อมโยงคนและข้อมูลข่าวสารผ่านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีดิจิทัลและทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างบุคคลขึ้นได้เมื่อคอมพิวเตอร์เชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์ผ่านเครือข่ายการสื่อสารความเร็วสูง การเชื่อมโยงเนื้อหาข้อมูลข่าวสารการสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารก็จะสามารถเกิดขึ้นผ่านสื่อประเภทนี้ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมโยงการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่ม สิ่งตีพิมพ์ในระดับโลกและข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ห้องแชทรูม จดหมายข่าว และหน้าเว็บไซต์⁵¹

อินเทอร์เน็ตมีข้อได้เปรียบที่เด่นกว่าการสื่อสารแบบอื่น 5 ประการ คือ⁵²

1. ทำให้การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคลสะดวกสบายคล่องตัวขึ้นและเป็น การประหยัดเวลามากขึ้น

2. เป็นแหล่งความรู้อันยิ่งใหญ่ เนื่องมาจากมีข้อมูลข่าวสารผลงานวิจัยและโปรแกรม ที่เป็นประโยชน์ต่าง ๆ มากมายหมุนเวียนอยู่ในเครือข่ายทำให้ผู้อ่านสามารถอ่านและศึกษาได้จาก ทั่วโลก

3. เป็นช่องทางกระจายความรู้จากแหล่งหนึ่งไปอีกแหล่งหนึ่ง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน ภายใต้อันรวดเร็ว

4. ในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลกับบุคคล ในระบบจะมีการตรวจสอบการส่งข้อมูล ซึ่งถ้าหากส่งไม่ถึงผู้รับจะมีข้อความแจ้งเตือนผู้ส่งให้ทราบ

5. ช่วยลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเอกสาร

อาจกล่าวได้ว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่จำเพาะเจาะจง มีคุณภาพ มีการศึกษามีสถานภาพทางเศรษฐกิจดี มีกำลังซื้อและยังเหมาะกับกลุ่มนิสิตนักศึกษา อีกด้วย สื่ออินเทอร์เน็ตนั้นมีข้อดีและข้อจำกัดดังนี้⁵³

⁵¹ Terry Flew, New Media an introduction (London: Oxford University Press, 2002), pp. 11-12.

⁵² อีคอนนิวส์, "ไปรษณีย์ด่วนจี๋ E-mail," เครือข่ายโลกไร้พรมแดน ฉบับพิเศษ 6 (กันยายน 2538):49-50.

⁵³ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิตติ, การเขียนในสื่อต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ที.พี. พรินท์ จำกัด, 2542), น. 119-120.

ข้อดีของสื่ออินเทอร์เน็ต

1. สามารถเผยแพร่ถึงคนจำนวนมากทั่วโลกใช้การสื่อสารแบบตัวต่อตัวและแบบ Machine interactivity communication ทำให้ผู้ใช้หันมาใช้สื่อประเภทนี้มากขึ้น
2. อินเทอร์เน็ตให้ข้อมูลที่เป็นจริงมากกว่าและมีคุณภาพกว่าสื่อทั่ว ๆ ไป ทั้งรูปแบบสี เสียง และเคลื่อนไหวได้ด้วย
3. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญในขั้นตอนการใช้สื่อมากกว่าสื่อทั่ว ๆ ไป โดยผู้ใช้เป็นผู้เลือกที่จะดู Website ที่ตนสนใจได้นานและละเอียดเท่าที่ต้องการ โดยไม่จำกัดเวลา
4. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่มีราคาถูกกว่าสื่อทั่ว ๆ ไป เปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าในแง่ของเนื้อหาในการเผยแพร่และความถี่ในการเผยแพร่ผ่านสื่ออื่น ๆ จะมีราคาแพงในขณะที่การจัดทำ Website และข้อมูลให้ทันสมัยนั้นไม่แพงมากนัก
5. อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้ดี
6. อินเทอร์เน็ตสามารถรับ Feedback จากกลุ่มเป้าหมายได้ภายในเวลาอันรวดเร็วและสามารถแสดงสถิติและประเมินผลของผู้ที่เข้ามาใช้ได้อย่างละเอียดเนื่องจากมีข้อมูลแสดงจำนวนผู้เข้ามาใช้

ข้อจำกัดของสื่ออินเทอร์เน็ต

1. จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังอยู่ในหมู่จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้ใช้คอมพิวเตอร์ และมีอุปกรณ์ต่อพ่วง เช่น โมเด็ม และต้องเป็นสมาชิกอินเทอร์เน็ต จึงจะสามารถเข้าไปดูข้อมูลต่าง ๆ ได้
2. ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตอาจประสบปัญหาเกี่ยวกับการใช้คอมพิวเตอร์เช่น ต้องมีความรู้เกี่ยวกับการใช้อินเทอร์เน็ต หรือบางครั้งต้องใช้เวลาในการดาวน์โหลดข้อมูล

แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อการพัฒนาประเทศ

สื่อมวลชนไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนระดับชาติหรือสื่อมวลชนท้องถิ่นล้วนแล้วแต่มีบทบาทสำคัญในสังคมซึ่งสื่อมวลชนควรตระหนักหน้าที่ของตนอยู่เสมอ โดยการนำเสนอข่าวสารแต่ละครั้งย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมในการด้านต่าง ๆ โดย Harold D. Lasswell⁵⁴ ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมไว้ดังนี้

1. หน้าที่ในการเฝ้าสอดส่องตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the Environment) คือ การสอดส่องคอยติดตามเก็บรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อสมาชิกในสังคมและเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกสังคม หน้าที่ด้านนี้คือ การรายงานข่าว (New Reporting) หรือการแจ้งข่าวสาร (To Informing)

2. หน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์และประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of the parts of society) คือ การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยการทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่ามีส่วนใดบ้างในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นโดยการศึกษา วิเคราะห์รายละเอียดของเหตุการณ์อย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ตีความและเสนอแนะว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ หน้าที่นี้เรียกว่าหน้าที่ในการชักจูงชี้นำสังคม (Persuasion)

3. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมไปสู่คนรุ่นต่อ ๆ ไป (Transmission of the social heritage from generation to the next) คือ หน้าที่ในการเผยแพร่ความรู้ สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยมและบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกในสังคมแต่ยุคสมัย เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไปอีกทั้งเป็นการขัดเกลาอบรมทางสังคมด้วย

นอกจากหน้าที่ของสื่อมวลชนต้องปฏิบัติดังที่กล่าวมาแล้วนั้น สื่อมวลชนยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศโดย Wilbur Schramm⁵⁵ ได้เสนอแนวคิดในเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนกับการพัฒนา ไว้ว่าสื่อมวลชนมีศักยภาพในการทำบทบาทเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาประเทศโดยสามารถทำหน้าที่ได้ดังนี้

⁵⁴ Harold D. Lasswell, The Structure and Function of Communication in Society in The Communication of Idea (New York: Harper and Publishers, 1948), pp. 37-51

⁵⁵ Wilbur Schramm, Mass Media and National Development (California: Stanford University Press, 1964), pp. 127-144.

1. สื่อมวลชนทำหน้าที่เปรียบเสมือนยามตรวจสอด (The mass media as watchman) คือการให้ข่าวสารและอธิบายเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่าได้รู้ตหน้าไปเพียงใด รวมทั้งคอยรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ความเป็นไปของสังคมให้ประชาชนได้รับทราบ ทั้งนี้เพราะสื่อมวลชนสามารถรายงานและแจ้งข่าวสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประชาชนได้รับทราบข่าวสารทั่วถึงกันในระยะเวลาอันรวดเร็ว

2. สื่อมวลชนเป็นผู้ก่อให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น ส่งเสริมเกิดความรู้และสร้างเสริมประสบการณ์แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (The mass media can widen horizons) สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาให้ประชาชนได้รู้จักผู้อื่นและสังคมอื่น ทำให้ประชาชนแต่ละสังคมเกิดความรู้สึกเห็นอกเห็นใจซึ่งกันและกัน นับเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเพื่อให้เกิดความปรารถนาที่จะร่วมมือกัน

3. สื่อมวลชนเป็นผู้ชี้แนะประเด็นให้เกิดสิ่งที่น่าสนใจขึ้น (The mass media can focus attention) คือสื่อมวลชนจะเป็นผู้ชี้แนะประเด็นมาทำให้เป็นที่น่าสนใจอันเป็นบทบาทสำคัญที่ทำให้ประเด็นในการพัฒนาเป็นสิ่งที่น่าสนใจต่อประชาชนได้

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspirations) ทั้งในส่วนตัวและเป้าหมายของประเทศชาติ เพื่อให้เกิดความอยากอยู่ดีกินดีหรือแสวงหา วิถีชีวิตที่ดีกว่า การที่คนเราจะพอใจในสิ่งที่มีอยู่จนเกินไป ก็อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ช้า

5. สื่อมวลชนเป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can create a climate for development) คือสื่อมวลชนได้กระตุ้นและให้มโนภาพรวมทั้งความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งก่อให้เกิดความสนใจเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ปัจจุบันว่าควรจะพัฒนามากขึ้นในอนาคต

6. สื่อมวลชนช่วยทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อม ทั้งในแง่ของทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ (The mass media help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices) สื่อมวลชนจะเป็นตัวกระตุ้นในทางอ้อมให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมเดิม กระบวนการตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญนั้นต้องอาศัยสื่อบุคคลเป็นสำคัญ

7. สื่อมวลชนช่วยส่งเสริมการตัดสินใจ โดยผ่านข่าวสารไปยังสื่อบุคคล (The mass media can feed interpersonal channels) คือการกระจายข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไปเพื่อวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับเอาข่าวสารและนำไปถ่ายทอดอีกต่อหนึ่งมีผลทำให้เกิดการตัดสินใจดีขึ้น

8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้กับบุคคลได้ (The mass media can confer status) คือสื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลได้ โดยอาจจะใช้วิธีการยกย่องหรือกล่าวถึง อยู่เสมอเพื่อช่วยสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นแก่ตัวบุคคลและบุคคลนั้นนี้อาจกลายเป็นผู้พัฒนา ประเทศต่อไป

9. สื่อมวลชนสามารถขยายนโยบายของรัฐบาลให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันกว้างขวาง ขึ้นในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่นได้ (The mass media can broaden the policy dialogue) ความคิดเห็นหรือนโยบายของรัฐบาลในการบริหารประเทศ ย่อมเป็นสิ่งที่สร้างความสนใจแก่ ประชาชน โดยเฉพาะท้องถิ่นของตนเอง เมื่อสื่อมวลชนได้ช่วยขยายความหรือถ่ายทอดออกไปแล้ว ประชาชนย่อมแสดงความเข้าใจและพร้อมปฏิบัติตามได้ง่าย

10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติตาม บรรทัดฐาน ทางสังคมได้ (The mass media can enforce social norms) สิ่งใดก็ตามที่ถือว่าการกระทำ ผิดไปจากบรรทัดฐานทางสังคม ถ้ายังไม่นำมาตีแผ่ในหมู่ประชาชนแล้ว ทุกคนในสังคมก็ดูเหมือนว่าจะมีปฏิกิริยาคัดค้านหรือแสดงความไม่เห็นด้วยอยู่ในใจเท่านั้น แต่เมื่อไหร่ที่สื่อมวลชนนำมาตีแผ่สู่สาธารณชน การคัดค้านอย่างออกนอกหน้าก็จะเกิดขึ้นทันที ซึ่งเท่ากับว่าสื่อมวลชนได้ช่วยให้ สังคมอยู่ในกรอบหรือบรรทัดฐานที่วางไว้

11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนรสนิยมที่ดี (The mass media can help form tastes) ในการพัฒนาประเทศ โดยเป็นผู้ช่วยในเกิดการตัดสินใจเลือกในสิ่งที่เป็นการปฏิบัติที่ถูกที่ควร การกระทำบางอย่างอาจเป็นสิ่งที่ไม่ดีสักหน่อย บางสิ่งบางอย่างสามารถบอกได้ว่าสิ่งเหล่านี้เป็นเอกลักษณ์ของชาติ

12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นหรือค่อย ๆ เปลี่ยนบางอย่างให้ มั่นคงขึ้น (The mass media can affect attitudes lightly held, and slightly canalize stronger attitudes) โดยเฉพาะสิ่งแปลกใหม่หรือทัศนคติสังคมสมัยใหม่เข้ามามีส่วนร่วมให้เกิด สภาวะการตัดสินใจว่า จะเป็นตามสมัยนิยมดีหรือยึดของเก่าดี ซึ่งถ้าสื่อมวลชนเสนอแนวทางที่ ดีกว่ามีเหตุผลเพียงพอ ก็อาจมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงได้

13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teachers) คือสื่อมวลชนทำ หน้าที่ให้การศึกษาให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมในการดำเนินชีวิตหรืออาจช่วย เสริมการสอนของครูให้ดีขึ้น ซึ่งเท่ากับว่าเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับข่าวสารความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

พิมพิดา โยธาสมุทร⁵⁶ ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ ความรู้ และทัศนคติ ของชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครต่อการนำเสนอความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของสื่อมวลชน” โดยใช้วิธีการศึกษาแบบผสมวิธี คือเชิงปริมาณและการศึกษาเชิงคุณภาพ จากการศึกษาใช้แบบสอบถามจำนวน 280 คน เป็นประชาชนที่นับถือศาสนาพุทธ 140 คน ศาสนาอิสลาม 140 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-25 ปี รองลงมาคือ 26-35 ปี และการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด

1. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่าลักษณะด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ ศาสนา การศึกษา และอายุไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มิมีการเปิดรับสื่อกระแสรอง (Alternative Media) ประเภทสื่ออินเทอร์เน็ต และวารสาร จุลสารมากที่สุด โดยเปิดรับทุกวัน ในขณะที่สื่อกระแสหลัก (Main Media) ประเภทโทรทัศน์วิทยุ และหนังสือพิมพ์ พบว่าเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างในระดับอายุและการศึกษาอื่น ๆ เปิดรับในอันดับรองลงมาในลักษณะวันเว้นวัน ขณะที่สื่อที่มีการเปิดรับน้อยที่สุดคือ นิตยสารข่าว ผลการสำรวจในเรื่องความเป็นกลางของสื่อมวลชนพบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความเป็นกลางมากที่สุด

2. ความรู้ต่อความรุนแรงในภาคใต้นั้น ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ การศึกษา มีผลต่อความรู้ต่อผู้รับสารต่อข่าวความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คนที่มีระดับการศึกษาน้อย มักมีแนวโน้มเชื่อถือข้อมูลที่ตนเองได้รับ มากกว่าส่วนคนที่มีการศึกษาสูงขึ้นจะมีความคิดหรือมุมมองต่อสังคมในลักษณะที่รอบด้านมากกว่า ส่วนลักษณะด้านประชากรศาสตร์ในเรื่องศาสนา และอายุไม่มีผลทำให้ระดับความรู้ของผู้รับสารต่างกัน

กลุ่มผู้รับสารในผู้ที่นับถือศาสนาพุทธ ทุกคนได้รับความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับความรุนแรงในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้รวมถึงความรู้เกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีของคนใต้

⁵⁶ พิมพิดา โยธาสมุทร, “พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ ความรู้ และทัศนคติ ของชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิมในเขตกรุงเทพมหานครต่อการนำเสนอความรุนแรงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของสื่อมวลชน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 179-203.

และคนมุสลิม จากสื่อมวลชนเป็นที่แรกและเป็นที กลุ่มผู้รับสารในผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม ได้รับความรู้ข่าวสารเกี่ยวกับข่าวสารจากสื่อมวลชนเป็นหลัก ในขณะที่บางคนสอบถามข้อมูลข่าวสารจากบุคคลที่ใกล้ชิด แต่ความรู้เกี่ยวกับศาสนา วัฒนธรรม ประเพณีของคนใต้และคนมุสลิม มาจากภาคศึกษาศาสนาศาสนาวัยเด็ก จากประสบการณ์ที่แวดล้อมตนเองอยู่

วนัสนันท์ มะยูนู⁵⁷ ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนนะของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน กรณีศึกษา สถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้” โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างคือชาวไทยมุสลิมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 21 คน พบว่า ชาวไทยมุสลิมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เนื่องจากเห็นว่า สื่อโทรทัศน์สามารถมองเห็นภาพและเสียงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ เพราะมีเนื้อที่ในการนำเสนอ บทสัมภาษณ์ บทวิเคราะห์จากแหล่งข่าวผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับหลายสาขาอาชีพ ปัจจัยที่ทำให้เปิดรับข่าวสารทางสื่อมวลชนเนื่องจากความรวดเร็วของการนำเสนอ ทันทต่อเหตุการณ์โดยสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวันเช่น ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นข่าวยังขาดการนำเสนอประเด็นข่าวสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของชาวไทยมุสลิม และมีเห็นว่า สื่อมวลชนมักนำเสนอเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับ การแสดงความต่ำต้อย ล้าหลัง ยากจน มีการนำเสนอเกินจริงสร้าง เสนอข่าวมีเกี่ยวกับความรุนแรงโหดเหี้ยม จึงต้องการให้สื่อมวลชนนำเสนอในด้านบวกเช่น การพัฒนา ความคิดสร้างสรรค์ ควบคู่กับการนำเสนอข่าวสารความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์

สุขุม เฉลยทรัพย์⁵⁸ จาก “สวนดุสิตโพล” สถาบันราชภัฏสวนดุสิต ได้สำรวจความคิดเห็น เรื่อง “ตำรวจ ข้าราชการ ครู/อาจารย์ คิดอย่างไรกรณี ภัยภาคใต้” โดยได้สอบถามความคิดเห็นของ ตำรวจ ข้าราชการ และครู/อาจารย์ เฉพาะในเขตภาคใต้ จำนวนทั้งสิ้น 768 คน โดยสำรวจระหว่างวันที่ 5-6 มกราคม 2547 สรุปผลได้ดังนี้ การติดตามข่าวสถานการณ์ในภาคใต้ อันดับที่ 1 ติดตามตลอดเพราะเป็นเหตุการณ์ใกล้ตัวและเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่โดยตรง เป็นเรื่องที่น่าติดตาม เพื่อให้เกิดความระมัดระวังตัว ฯลฯ คิดอย่างไร? ต่อเหตุการณ์ อันดับที่ 1 เป็นเหตุการณ์ที่ไม่น่าจะ

⁵⁷ วนัสนันท์ มะยูนู, “ทัศนนะของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน กรณีศึกษา สถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2549), น. 68.

⁵⁸ สวนดุสิตโพล, “ภัยภาคใต้,” <http://www.dusitpoll.dusit.ac.th/2547/2547_006.html>, 6 มกราคม 2547.

เกิดขึ้นทำให้บ้านเมือง/สังคมเกิดความเดือดร้อนวุ่นวาย คิดว่าสาเหตุของปัญหา คืออันดับที่ 1 เป็นการกระทำของกลุ่มคนที่ไม่หวังดีต่อประเทศชาติ

เรื่อง “คนใต้คิดอย่างไร กรณี ภัยภาคใต้”⁵⁹ ได้ทำการสำรวจ ความคิดเห็นของประชาชนที่พักอาศัยในภาคใต้ จำนวนทั้งสิ้น 1,548 คน โดยสำรวจระหว่างวันที่ 25 – 26 มกราคม 2547 สรุปผลได้ดังนี้ กรณีการฆ่าและทำร้ายพระสงฆ์ในภาคใต้ประชาชนแสดงความคิดเห็นว่า เป็นการสร้างสถานการณ์ให้ดูรุนแรงขึ้น/ต้องการให้เกิดความแตกแยกรู้สึกหวาดกลัว/ไม่มั่นใจต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สาเหตุที่ “คนใต้” คิดว่าทำให้เกิดเหตุการณ์นี้คือกลุ่มแบ่งแยกทางศาสนา/เกิดความขัดแย้งทางศาสนา ผลกระทบจากเหตุการณ์นี้ต่อ “สังคม” คือประชาชนเกิดความหวาดกลัว/ไม่มั่นใจในความปลอดภัยของตัวเอง

เรื่องข่าว “โจรใต้ ในสายตาประชาชนทุกสาขาอาชีพ”⁶⁰ สวนดุสิตโพล ได้สอบถามความคิดเห็นประชาชน ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล จำนวนทั้งสิ้น 1,274 โดยสำรวจระหว่างวันที่ 16-18 กรกฎาคม 2548 สรุปผลได้ดังนี้ การติดตามข่าว “โจรใต้” อันดับที่ 1 ติดตามแทบทุกวัน เพราะ ทุกช่องทุกสื่อมีการนำเสนอเรื่องนี้ตลอด เป็นข่าวที่น่าสนใจ น่าติดตาม มีการนำเสนอทุกวัน ฯลฯ รองลงมาคือ ติดตามทุกวัน ประชาชนเบื่อข่าว “โจรใต้” หรือไม่ อันดับที่ 1 เบื่อ เพราะมีเหตุการณ์เกิดขึ้นทุกวัน, สถานการณ์ที่เกิดขึ้นค่อนข้างรุนแรงจึงไม่อยากรับ, ปร่าปรามไม่ได้แบบเด็ดขาด การนำเสนอข่าว เหมาะสมหรือไม่ อันดับที่ 1 เหมาะสมแล้วเพราะ สื่อได้ทำหน้าที่ฐานะตัวกลางในการเผยแพร่ได้ดีแล้ว มีการนำเสนอที่ชัดเจนทำให้ประชาชนได้ทราบข้อเท็จจริง ฯลฯ ความพึงพอใจในการนำเสนอข่าว อันดับที่ 1 ด้านความรวดเร็วรองลงมาคือด้านเนื้อหาเรื่องราว

⁵⁹ เรื่องเดียวกัน.

⁶⁰ สวนดุสิตโพล, “ข่าว โจรใต้ในสายตาประชาชน,” <http://www.dusitpoll.dusit.ac.th/2548/2548_064.html>, 18 กรกฎาคม 2548.

งานวิจัยเกี่ยวกับความต้องการ

พรนภา แก้วลาย⁶¹ ได้ศึกษาเรื่อง “ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือข่ายททบค : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร” พบว่าสนใจข่าวการเมืองจากโทรทัศน์มากที่สุด ความต้องการข่าวสารและการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ เพื่อติดตามข่าวสารมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ เป็นลักษณะทางประชากรตัวแปรเดียว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟัง เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังมากกว่าเพศหญิง และลักษณะทางด้านประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการข่าวสาร สำหรับความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังนั้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุในเครือข่ายททบค

พรรณพิลาส วีระสุโข⁶² ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า รับทราบข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์มากที่สุดรองลงมาคือ หนังสือพิมพ์เหตุผลในการรับชมจากรายการโทรทัศน์เพราะมีการเสนอที่รวดเร็ว ทันเหตุการณ์ การใช้ประโยชน์ข่าวสาร เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวปัญหาต่าง ๆ การปรับตัวให้เข้ากับภาวะเศรษฐกิจ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความต้องการที่จะรู้ข่าวสารทางการเมืองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ส่วนอายุ การศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากโทรทัศน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากขึ้นมีการเปิดรับข่าวสารการเมืองมากขึ้น ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารทางการเมืองไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง

⁶¹ พรนภา แก้วลาย, “ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือข่ายททบค : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. บทคัดย่อ.

⁶² พรรณพิลาส วีระสุโข, “ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองและการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ.

งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

นันทวัน กิจธนาเจริญ⁶³ ได้ศึกษาเรื่อง “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชน กรุงเทพมหานครในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ” พบว่า ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด คือ ข่าวสารสถานการณ์ทั่วไป เหตุผลในการแสวงหาข่าวสารคือ ต้องการติดตามความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ รูปแบบของข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุดคือการวิเคราะห์แบบเจาะลึก รองลงมาคือรายงานข่าวสถานการณ์ทั่วไป สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน ส่วน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารไม่แตกต่างกัน ประชาชนที่มีเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้แตกต่างกันมีการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารไม่แตกต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความพึงพอใจจากข่าวสารแตกต่างกัน

บัวผิน โตทรัพย์⁶⁴ “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชน ชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)” พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ ระหว่าง 36-40 ปี การศึกษาระดับประถมศึกษา และมีอาชีพเกษตรกร พฤติกรรมการรับฟังคือ ฟังที่บ้าน ความถี่ในการรับฟัง คือ 3-4 วันต่อสัปดาห์ ใช้เวลาวันละ 1-2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่เปิดรับฟังมากที่สุดคือ 15.00-17.00 น. ด้านการใช้ประโยชน์รายการที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำมาใช้ประโยชน์คือ รายการสุขภาพเพื่อประชาชน (อสม.) และใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิงและความเพลิดเพลินในระดับมาก รองลงมาคือเพื่อติดตามข่าวสาร นอกจากนี้พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และความเกี่ยวข้องกับชมรมฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชนชมรมฯ และยังพบว่ารายได้และความเกี่ยวข้องกับชมรมฯ ที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการ

⁶³ นันทวัน กิจธนาเจริญ, “การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจาก ข่าวสารและการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวัน ของประชาชนกรุงเทพมหานคร ในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2541), น. บทคัดย่อ.

⁶⁴ บัวผิน โตทรัพย์, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการ วิทยุชุมชน ชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี),” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. บทคัดย่อ.

วิทยุชุมชนชมรมฯ แตกต่างกันไป สำหรับด้านความพึงพอใจพบว่า อาชีพ รายได้ และความเกี่ยวข้องกับชมรมฯ ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน ด้านพฤติกรรมการเปิดรับฟัง พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับฟังที่แตกต่าง มีการใช้ประโยชน์จากรายการของวิทยุชุมชนชมรมฯ ไม่แตกต่างกัน และพบว่าพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มีเวลาในการรับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาที่มีการติดตามรับฟังที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน

เหตุผลในการตั้งสมมติฐาน

จากแนวคิดด้านประชากรศาสตร์โดย ปรมะ สตะเวทิน⁶⁵ ได้กล่าวว่าเมื่อผู้ส่งสารต้องการรู้จักและเข้าใจมวลชนผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายผู้ส่งสารจะใช้หลักทางจิตวิทยาและลักษณะทางด้านประชากรประกอบกัน โดยมีสมมติฐานว่า ผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาลักษณะคล้ายคลึงกัน รวมทั้ง เดอเฟลอร์ (Defleur)⁶⁶ ได้กล่าวไว้ในทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล ว่าสมาชิกผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันด้านจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างด้านชีวภาคหรือร่างกายของแต่ละบุคคล การถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ และการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดความสนใจในการเปิดรับข่าวสาร จากสื่อแตกต่างกันไป เช่นเดียวกับ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร⁶⁷ กล่าวว่า พฤติกรรมการสื่อสารแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันไป เนื่องจาก ปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล และได้มีการนำเอาลักษณะพื้นฐานบางประการของคนมาจัดแบ่งแยกบุคคลเข้าไว้กลุ่มเดียวกัน ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษาและศาสนาเป็นองค์ประกอบหนึ่งทางด้านลักษณะทางประชากร และความต้องการเป็นองค์ประกอบหนึ่งทางด้านจิตวิทยา ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อกัน ลักษณะทางประชากรของแต่ละบุคคลจึงเป็นตัวแปรที่จะส่งผลผลักดันให้เกิดความต้องการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ กันไป จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมานั้นจึงตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

⁶⁵ ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 114.

⁶⁶ Melvin Defleur, op. cit., footnote 16, pp. 119-122.

⁶⁷ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ และ ภัสวลี นิติเกษตรสุนทร, “ปัจจัยเงื่อนไขแห่งพฤติกรรมการสื่อสาร,” น. 21-27.

สมมติฐานการศึกษาที่ 1.5 อาชีพแตกต่างกันจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.5 คือ

H_0 : อาชีพแตกต่างกันจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 1.6 รายได้แตกต่างกันจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 1.6 คือ

H_0 : รายได้แตกต่างกันจะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ระดับ จะมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

จากการที่ ยูปล เบ็ญจรงค์กิจ⁶⁸ ได้กล่าวว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน การสื่อสารนับว่าเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลมีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน เชื่อว่าพฤติกรรมการสื่อสารจึงน่าจะแตกต่างกันด้วย อย่างเช่น การเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิตตลอดจนการมีเวลาว่างที่ต่างกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ยังเกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องกระบวนการเลือกรับข่าวสาร โดยพบว่าผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่ต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ตามทัศนคติ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น สังคมจิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลสภาวะร่างกาย สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น อีกด้วย ซึ่งกระบวนการเลือกรับสารนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารคุณสมบัติของสื่อก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละกลุ่มมีการเลือกใช้สื่อแตกต่างกันไป โดย พรทิพย์ วรภิจโศคาทร⁶⁹ กล่าวถึงคุณลักษณะและรูปแบบสื่อที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับ เช่น สื่อที่สามารถจัดหามา สื่อที่สอดคล้องและสื่อที่ตนสะดวกเป็นต้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การที่บุคคลมีความแตกต่างกัน จะส่งผลให้มีพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อที่ต่างกันไป ตามลักษณะของแต่ละบุคคล โดยลักษณะทางประชากรเช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการ

⁶⁸ ยูปล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 65.

⁶⁹ พรทิพย์ วรภิจโศคาทร, "ความสำคัญของผู้รับสาร," น. 292.

ศึกษาและศาสนา เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้มีพฤติกรรมทางเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกัน จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นจึงนำตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานการศึกษาที่ 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีแตกต่างกันมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2.1 เพศแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.1 คือ

H_0 : เพศแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2.2 ศาสนาแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.2 คือ

H_0 : ศาสนาแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ศาสนาแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2.3 อายุแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.3 คือ

H_0 : อายุแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ระดับ จะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2.4 ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.4 คือ

H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาแตกต่างกันอย่างน้อย 2 ระดับ จะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2.5 อาชีพแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.5 คือ

H_0 : อาชีพแตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพแตกต่างกัน อย่างน้อย 2 กลุ่ม จะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

สมมติฐานการศึกษาที่ 2.6 รายได้แตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกันโดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 2.6 คือ

H_0 : รายได้แตกต่างกันจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่แตกต่างกัน

H_1 : รายได้แตกต่างกัน อย่างน้อย 2 ระดับจะมีการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างกัน

นอกจากนี้ Katz และคณะ⁷⁰ ได้กล่าวถึง เรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ว่าการใช้สื่อ ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง โดยสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์เกิดความต้องการแตกต่างกัน รวมทั้งยุบล เบ็ญจรงค์กิจ⁷¹ ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะการอธิบายถึงความต้องการ (และที่มาของความต้อการ) แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจ โดยพฤติกรรมของมนุษย์ เกิดจากความต้อการ ซึ่งในการเปิดรับสื่อ นั้นเพื่อสนองความต้อการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคล เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องกระบวนการเลือกรับข่าวสาร ที่ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่นประสพการณ์ ความต้อการ ความเชื่อตามทัศนคติ นอกจากนี้ ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนต์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent D. Ruben)⁷² ได้กล่าวว่าความต้อการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล ทั้งความต้อการทางกายและใจ ความต้อการระดับสูงและต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของบุคคล ดังกล่าวได้ว่าความต้อการเป็นตัวแปรสำคัญในการผลักดันให้บุคคลเลือกใช้สื่อหรือเลือกเปิดรับข่าวสาร โดยบุคคลแต่ละคนจะมีความต้อการที่แตกต่างกันไป ส่งผลถึงเรื่องของพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งทำให้มีการเลือกใช้สื่อที่สามารถตอบสนองความต้อการของตน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าทั้งความต้อการ

⁷⁰ E. Katz and others, op. cit., footnote 31, pp. 21-22.

⁷¹ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 68-69.

⁷² Todd Hunt and Brent D. Ruben, op. cit., footnote 22, pp. 52-55.

และเลือกใช้สื่อนั้นมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น จึงนำตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานการศึกษาที่ 3 ความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

โดยมีสมมติฐานทางสถิติที่ 3 คือ

H_0 : ความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

H_1 : ความต้องการข้อมูลข่าวสารของประชาชนในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อเกี่ยวกับความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้

กรอบแนวคิดการศึกษา

