

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้  
อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนเยอะเป่า” ได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมา  
ศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ดังนี้

- ทฤษฎีการใช้เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
- ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ
- แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการข่าวสาร
- ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
- ทฤษฎีการเลือกและการแสวงหาข่าวสาร
- ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
- แนวคิดเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์
- แนวความคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนเยอะเป่า
- งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Use and Gratifications Theory)

แนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratification's Approach) เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร และเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนเอง การศึกษาใน  
แนวนี้นี้ เป็นการศึกษาที่เน้นในด้านการศึกษาผู้รับสาร (Audience Analysis) เนื่องจากผู้  
รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ มีความสำคัญต่อ  
ความสัมฤทธิ์ผลการสื่อสาร เพราะการสื่อสารจะสัมฤทธิ์ผลเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ  
การที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจในสารนั้นได้มากน้อยเพียงใด

เมื่อการศึกษาหันมาศึกษาโดยเน้นตัวผู้รับสารหรือประชาชน ในแง่ที่ว่าต้องการ  
อะไร จากสื่อประเภทไหน และสารนั้นไปตอบสนองความต้องการของตนเองได้อย่างไร

ซึ่งแนวทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Perspective) ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์มีส่วนเกี่ยวข้องกับเชิงหน้าที่ต่อกัน (Carey and Kreiling, 1986) คือมีความเกี่ยวข้องกันอย่างเป็นระบบทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจรและอธิบายอีกว่าพฤติกรรมมนุษย์นั้นเกิดจากความต้องการของแต่ละคนที่มีมาต่าง ๆ กันไป

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้มีข้อสรุปดังต่อไปนี้

1. มนุษย์มีความสนใจและแสวงหาข่าวสารไม่ได้ถูกยึดเยียดให้อ่าน ดู ฟัง มนุษย์มีการหลบลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมาย (Goal Direct)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน (เสรี วงษ์มณฑา, 2523)

ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์จึงอาจอธิบายได้ว่า เกิดขึ้นจากความต้องการ Needs ซึ่งเป็นความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาต่าง ๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่า การใช้สื่อมวลชนนั้นไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุก ๆ ด้านของมนุษย์ แต่ก็เป็นที่น่าสนใจว่าจะต้องมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่าง ตัวอย่างเช่น ความต้องการข่าวสารข้อมูล หรือการเปิดรับสื่อมวลชน อาจเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องขาดเซียบางสิ่งบางอย่างที่ขาดไปหรือหาไม่ได้ในขณะนั้น เช่น ความต้องการมีการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่น ดังนั้นการบริโภคสื่อจึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุล และทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดีขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เอง ที่จะรักษารูปแบบและพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบของชีวิตของตนคงอยู่ได้อย่างปกติ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534: 84)

แคทซ์และคณะได้ให้คำอธิบายแบบแผนการใช้สื่อ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจไว้ดังนี้ (Katz and others, 1974)

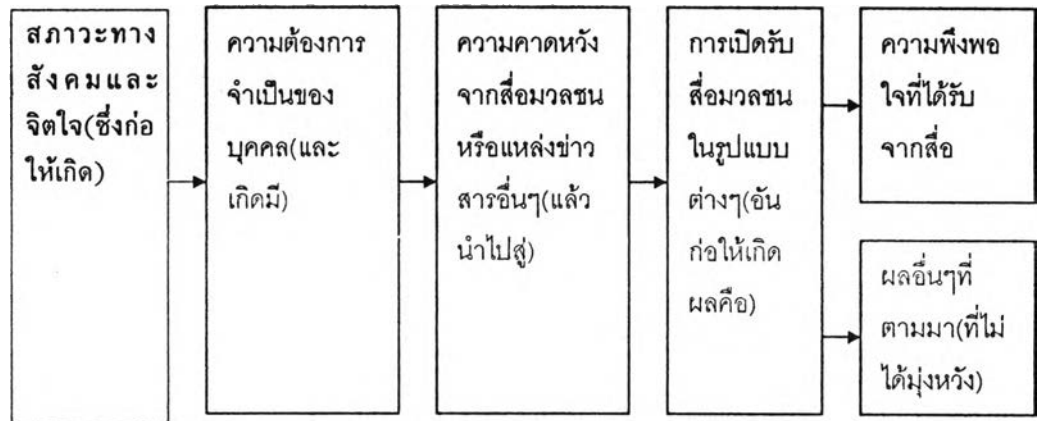
แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

- 1.) สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งจะก่อให้เกิด
- 2.) ความต้องการและจำเป็นของบุคคล และเกิดมี
- 3.) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
- 4.) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
- 5.) การได้รับความพึงพอใจที่ต้องการและ
- 6.) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมา อาจแสดงให้เห็นตามแบบจำลอง ดังนี้

### แผนภาพที่ 1

#### แบบจำลอง องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ



ที่มา ดร.พีระ จิโรโสภณ, “เรื่องทฤษฎีการสื่อสารมวลชน”, หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11, หน้า 635.

จากแบบจำลองข้างต้นจะสรุปแนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลได้ว่า

1. บุคคลได้รับแรงดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคมทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่าง ๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างปัจเจกบุคคลต้องตระหนักในปัญหาจึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมากดังนั้นสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่าง ๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิกและการเสริมย้ำความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน การเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

โดยแนวความคิดนี้ สามารถอธิบายได้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นที่แตกต่างกันออกไปของบุคคล และเกิดมีความคาดหวังหรือการ

คาดคะเนความพอใจที่ได้จากสื่อหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนหรือแหล่งสารอื่น ๆ ในรูปแบบและโอกาสที่มีความแตกต่างกันออกไปยังผลที่ตามมา คือ การได้รับความพอใจตามที่ต้องการและผลอื่น ๆ ที่อาจไม่ใช่ผลดังที่มุ่งหวังไว้ ทั้งหมดนี้เป็นตรรกะที่อยู่เบื้องหลังการพิจารณาตรวจสอบถึงเรื่อง “การใช้สื่อและความพึงพอใจ” ตามแบบจำลองของแคทซ์ (Katz) และคณะ ดังนั้นทฤษฎีหรือแบบจำลองนี้จึงเป็นการอธิบายพึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่า มีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการสนองความพึงพอใจของมนุษย์

จึงอาจกล่าวได้ว่า บุคคลสามารถอธิบายถึงความสนใจหรือแรงจูงใจของตนเองในเรื่องต่าง ๆ ได้ต้องพิจารณาถึงความเกี่ยวข้องและความแตกต่าง ระหว่างทฤษฎีนี้กับแบบอย่างในการดำรงชีวิตของหมู่คณะหรือคนส่วนใหญ่ในสังคม

สำหรับข้อตกลงพื้นฐานล่าสุดได้แก่งานของโรเซนเกรน (1974) ซึ่งนำหลักการบางอย่างที่สำคัญในงานที่มีอยู่ก่อนมาผนวกกับประเด็นสำคัญ ๆ จากงานของหลาย ๆ คน ได้แก่ แคทซ์ เกอริวิทซ์และแฮช (1973) แมคเคเวลและคณะ (1972) โรเซนเกรน และวิตาลท์(1972)

*ข้อตกลงพื้นฐานของโรเซนเกรน สรุปได้ดังนี้*

(1) ผู้รับสารเป็นผู้กระทำซึ่ง (2) ส่วนใหญ่ใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย (3) และมีการเปรียบเทียบกับแหล่งอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ (4) ดังนั้นเมื่อผู้รับสารเชื่อมโยงความต้องการของตนเข้ากับทางเลือกในการใช้สื่อ (5) การใช้สื่อจึงสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจได้ในหลายระดับ (6) แม้ว่าไม่สามารถทำนายรูปแบบของความพอใจได้อย่างเที่ยงตรงโดยอาศัยเนื้อหาของสื่อเพียงอย่างเดียว (7) เนื่องจากลักษณะเฉพาะของสื่อสามารถทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับที่แตกต่างกันในโอกาสต่าง ๆ (8) การได้รับความพึงพอใจอาจเกิดจากเนื้อหา เกิดจากการเปิดรับสื่อ หรือสภาวะแวดล้อมทางสังคมในขณะที่เปิดรับสื่อ

*ตัวแปรสำคัญในทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ*

เนื่องจากกระบวนการศึกษาความพึงพอใจในการใช้สื่อ มีตัวแปรจำนวนมากที่เกี่ยวข้องในการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนเยอะเปื้อน จะได้กล่าวถึงตัวแปรบางประการที่มีความสำคัญและจำเป็นต้องทำความเข้าใจเพื่อนำไปประยุกต์ใช้

### 1. ความพึงพอใจจากสื่อ

เมื่อเราพูดถึงความพึงพอใจจากสื่อมักจะนึกถึง “ความพึงพอใจซึ่งเราได้รับจากการเปิดรับสื่อ” แต่ที่จริงแล้วในความพึงพอใจจากสื่อสามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็นด้วยกัน ได้แก่

1.1 ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification sought) เป็นการมองในแง่ผลของความเชื่อ หรือความคาดหวังของบุคคลตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้กันได้อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่าง ๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่ออย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อหรือ perceived gratification obtained

1.2 ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (gratification obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อ หรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิม

ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อกล่าวถึงระดับความพึงพอใจของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนเยอะเปื้อน ผู้วิจัยจะหมายถึงระดับของความพึงพอใจที่ผู้อ่านแสวงหาจากสื่อ (gratification sought) หรือความพึงพอใจที่ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ซึ่งเสียนเยอะเปื้อนคาดว่าจะได้รับจากสื่อ (perceived sought obtained) เนื่องจากความหมายในประเด็นนี้เน้นถึงการเป็นผู้กระทำของผู้รับสาร (active audience) ซึ่งแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ตามแรงจูงใจของตนเอง (motivational nature) และแนวคิดของนักจิตวิทยาหลายคนที่เชื่อว่าความสุขของมนุษย์เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ และความต้องการที่มีอยู่นี้เองจะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม

### 2. ความคาดหวังและการประเมินค่า

ความคาดหวัง (expectancy) ได้แก่ การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อ

สื่อก็คือ ความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ความพึงพอใจแก่ตนและเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อนั้น ส่วนการประเมินค่า (Evaluation) ได้แก่การประเมินผลจากหน้าที่หรือคุณสมบัติของสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในทางบวกหรือลบ (Palmgreen and rayburn, p.62) ทั้งความคาดหวังและการประเมินค่าจะนำไปสู่การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ

### 3. ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับความพึงพอใจ

แคทซ์กล่าวโดยทั่วไปว่า ไม่เป็นการยากนักที่จะอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ต่าง ๆ ทางสังคมกับการแสวงหาความพึงพอใจของบุคคล ตัวอย่างเช่น การอธิบายว่าบุคคลที่มีโอกาสติดต่อทางสังคมน้อย เป็นโสด หย่าร้าง หรือแม่บ้านซึ่งใช้เวลาว่างส่วนมากอยู่กับบ้านคนเดียว มักจะแสวงหาความสัมพันธ์ทดแทนโดยใช้สื่อ อย่างไรก็ตามในอีกระดับหนึ่งเป็นเรื่องค่อนข้างยากที่จะจำกัดประเภทของความสัมพันธ์ดังกล่าวลงไปอย่างเฉพาะเจาะจง แคทซ์กล่าวว่า เท่าที่มีผู้ศึกษาไว้พอสรุปได้ 5 ประการดังนี้

- 1) สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้งหรือวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียดและกดดัน บุคคลจึงต้องการผ่อนคลายโดยการใช้อสื่อ
- 2) สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึก ตระหนักถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการข่าวสารและข่าวสารนั้นก็ได้มาโดยการเปิดรับสื่อ
- 3) สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในชีวิตจริง ของบุคคลที่จะสนองความต้องการต่าง ๆ ลดน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้อสื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการเหล่านั้น
- 4) สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้อสื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว
- 5) สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดความคาดหวัง เกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้

6) โครงสร้างของสื่อและพฤติกรรมเปิดรับสื่อ แม้ว่าหลักสำคัญในทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจจะเน้นที่ผู้รับสารเป็นสำคัญแต่เรื่องโครงสร้างของสื่อก็เป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญ ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างของสื่อเป็นสิ่งที่ตอบรับ ก่อแรงจูงใจ หรือการแสวงหาความพึงพอใจโดยตรง และการเชื่อมโยงกันระหว่างการแสวงหาความพึงพอใจของบุคคลกับโอกาสหรือทางเลือกในการใช้สื่อทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของบุคคล

ทั้งนี้ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบ่งเป็น 2 ระดับการวิเคราะห์ในแนวทางเดียวกันกับโครงสร้างของสื่อ กล่าวคือ ระดับการวิเคราะห์ด้านปริมาณ หรือ (media consumption) กับปริมาณเนื้อหาที่ใช้ (use volume) และระดับการวิเคราะห์ด้านคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วยทางเลือกใช้สื่อ (media performance) กับขอบเขตของเนื้อหาที่ใช้ (use profile)



## ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

แนวทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action / Motivation Perspective) แนวทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อนี้ใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสาร ด้วยหลักการเดียวกันกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้วย คือเน้นการใช้สื่อที่ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่อัลเฟรด ชูทซ์ (Alfred Schutz, 1972) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำอะไร จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการกระทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานการณ์ที่ใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

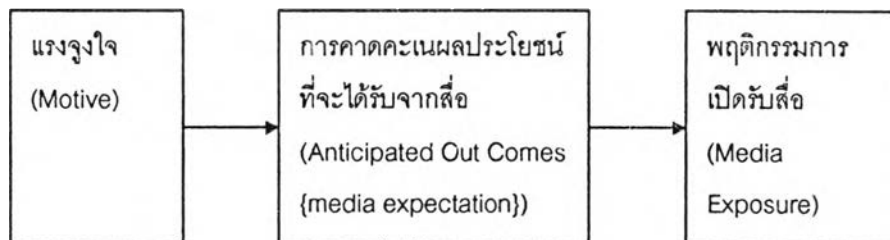
แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการคือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา
3. ทฤษฎีนี้มีสิ่งสำคัญคือเรื่องของอนาคต อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นนั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร

McQuail และ Gurevitch (1974) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทฤษฎีนี้ว่า ในการนำแนวทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (immediate benefits) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (delayed benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

## แผนภาพที่ 2

แสดงแบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



จากแนวคิดที่กล่าวมาสามารถนำมาอธิบายตัวแปรความคาดหวังของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ ๆ ได้เนื่องจากความต้องการให้ได้มาซึ่งข่าวสารจากสื่อ

### ความต้องการข่าวสาร (Information Needs)

การศึกษาเรื่องความต้องการเกี่ยวกับสื่อหรือเหตุผลในการใช้สื่อนั้น มีต้นแบบมาจากงานวิจัยของ แคทซ์และคณะ (Katz and other, 1973) ซึ่งเป็นการศึกษาจากข้อมูลที่เก็บจากผู้ใช้อีโคโนมิคสในประเทอิสราเอล เขาได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น (The Social and Psychological Needs) ด้วยการนำองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบมารวมกัน กลายเป็นความต้องการในด้านต่าง ๆ คือ

1. **Mode คือ แบบหรือลักษณะความต้องการเช่น**
  - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
  - 1.2 ต้องการให้ลดลง
  - 1.3 ต้องการให้ได้มา
  
2. **Connection คือลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของมนุษย์ต่อสิ่งภายนอกคือ**
  - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
  - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
  - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
  - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
  
3. **Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ได้แก่**
  - 3.1 ตนเอง
  - 3.2 ครอบครัว
  - 3.3 เพื่อนฝูง
  - 3.4 สังคม รัฐบาล
  - 3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
  - 3.6 โลก
  - 3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้ แคทซ์และคณะ ได้นำมาสร้างข้อความแสดงความต้องการ (needs) ของบุคคลขึ้น 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลที่สื่อสนองความพอใจให้ได้ข้อความที่สร้างขึ้นได้จากการรวบรวม 3 องค์ประกอบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เช่น ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว หรือกล่าวง่าย ๆ คือ ความต้องการที่ใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน ความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตัวเองหรือความต้องการที่หลีกเลี่ยง (escape) จากสถานะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิงจะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

การศึกษาวิจัยในระยะต่อมาได้ดำเนินรอยตามแนวทางของแคทซ์ ในความพยายามที่จะค้นคว้าหาเหตุผลหรือแรงจูงใจหรือความต้องการที่คนบริโภคสื่อ จนกระทั่งพัฒนาเป็นชุดของตัวแปรความต้องการหรือความพึงพอใจในการใช้สื่อหลายแบบ แต่ส่วนใหญ่แล้วมีความคล้ายคลึงกันอยู่และที่น่าสนใจคือ การจำแนกชุดตัวแปรความพึงพอใจของบลัมเลอร์ (Blumler, 1985) ซึ่งจำแนกออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. *ความเพลิดเพลิน (Diversion)*  
ซึ่งจะออกมาในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำและเพื่อผ่อนคลายอารมณ์
2. *มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation)*  
เช่นการใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น เพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว
3. *เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Person Identity)*  
ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Person Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น
4. *ติดตามข่าวสาร (Surveillance)*  
(ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ อังโน ชิบ จิตนิยม, 2534:14)  
ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนที่แมคควอล (McQuail) และคณะสร้างไว้และได้ปรับปรุงขึ้นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสารดังนี้

1. *ความต้องการสารสนเทศ*
  - 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก
  - 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็นในการตัดสินใจ

- 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
  - 1.4 ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
  - 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคลอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
    - 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
    - 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
    - 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
    - 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
    - 3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
    - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น
    - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
    - 3.4 ใช้แทนเพื่อน
    - 3.5 ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม
    - 3.6 สร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
    - 4.1 การหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงปัญหาต่าง ๆ
    - 4.2 การผ่อนคลาย
    - 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
    - 4.4 ไม่มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาว่างให้หมดไป
    - 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
    - 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากผลการวิจัยต่าง ๆ ชี้ให้เห็นว่า การอ่านหนังสือพิมพ์ การรับฟังวิทยุ และการชมรายการโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับเหตุผล 6 ประการ คือ (เสรี วงษ์มณฑา, 2529 อ้างถึงในชิบ จิตนิยม, 2534: 15)

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหว

และสังเกตการณ์รอบตัวที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังจะเกิดขึ้นเพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. **เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance)** ในการปฏิบัติให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบของสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. **เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Participated Communication)**
4. **เพื่อความตื่นเต้น (Excitement)** เพื่อสร้างความรู้สึว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังจะเกิดขึ้นด้วย
5. **เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement)** ช่วยเสริมความคิดให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
6. **เพื่อความบันเทิง (Entertainment)** เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

ผลของการสื่อสารมวลชนในแนวทฤษฎีนี้ จึงขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อที่มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชน ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใช้ข่าวสารสนองตอบความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่างกัน

## พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร และการสื่อสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมมีความจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น ความต้องการของตน รวมทั้งเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความเข้าใจซึ่งกันและกัน

ความต้องการการสื่อสารของมนุษย์นั้น เนื่องมาจากความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดก็จะมีความต้องการข่าวสารเพิ่มขึ้นเท่านั้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานสี่ประการของมนุษย์ คือต้องการรู้ในเหตุการณ์ ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง และต้องการข่าวสารนั้นเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้ตนเอง (Charles K. Alkin, 1973)

โดยผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและข่าวสาร ตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อ นั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ ดังนี้ (ชวรัตน์ ชิดชัย, 2523)

1. *ความเหงา* เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสนวิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ เมื่อไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. *ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ* ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ดั่งนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย

3. **ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggrandizement)** โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสุขสนานบันเทิง

4. **ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป** นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อและสื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไปทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

### ทฤษฎีการเลือกและการแสวงหาข่าวสาร

วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schram, 1973) กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารดังนี้

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

จากสูตรนี้จะเห็นได้ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อยเช่นข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัว สามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสาระประโยชน์ต่อตนเอง ในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่นอีก เช่น ประสบการณ์ต่างกัน ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร สถานภาพ ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย



กระบวนการเลือกเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เราซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบด้วย การกลั่นกรอง 3 ชั้นดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2535)

1. **การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)** หมายถึงการที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น เลือกฟังวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่ง เลือกชมโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง หรือ เลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างมาก และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทักษะคิดเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ของเฟสติงเจอร์ (Festinger, 1975) ที่กล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจ ที่ไม่สมดุลหรือความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” ดังนั้น เมื่อบุคคลใดจะตัดสินใจเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบ บุคคลนั้นก็ย่อมที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

2. **การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)** เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น เช่น การลดค่าเงินบาท บางคนมองว่าดีแต่บางคนมองว่าเป็นผลเสีย

3. **การเลือกจดจำ (Selective Retention)** เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเองและมักจะลืมในสิ่งที่ตนไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า จากงานวิจัยของ ออลพอร์ต และโพสแมน (Allport and Postman) ที่ศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง พบว่าผู้รับสารมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่นไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอด

ชาร์ลส แอตคิน (Charles Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (reward value) กับการลงทุนลงแรง (expenditures) และพันธะผูกพัน (liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (information ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่า การรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่นทำให้เกิดความไม่พอใจ หรือไม่สบายใจ ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (information avoidance) อย่างเช่น ที่เรายอมดูโฆษณา ก็เพราะว่าหมუნไปช่องไหนก็เจอแต่โฆษณา หรือซีเกียจเปลี่ยนช่อง การต้องการแสวงหาข่าวสารหรือต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้นคือ ต้องการได้รับข่าวสารหรือต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (information) และความบันเทิง (entertainment)

ไฟรด์สัน (Friedson) โรลีย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตน ปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน (Merton) ไวท์ (Wright) และแวนเพลส (Waples) เรียกว่าพฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสารหมายถึงผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารสื่อใดนั้นเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับข่าวสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

สรุปได้ว่า การเลือกและแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทาง

อื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงใจด้วย การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร หรือเฉยเมยต่อข่าวสาร ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

### การวิเคราะห์ผู้รับสาร

ผู้รับสาร (Receiver) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของกระบวนการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งสารหรือแหล่งข่าวสารไม่สามารถส่งข่าวสารไปถึงผู้รับสารแล้ว ก็เปรียบเสมือนว่าผู้ส่งสารพูด (หรือเขียน) กับตนเองนั่นเอง (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสาร ส่งสารออกไปแล้วมีผู้รับสารกล่าวคือ เมื่อมีผู้เขียนก็ต้องมีผู้อ่าน เมื่อมีผู้พูด ก็ต้องมีผู้ฟัง ในการส่งสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอเพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร หากผู้รับสารเข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ประสบความสำเร็จ ในทางตรงกันข้ามหากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ล้มเหลว ดังนั้น ผู้ส่งสารจะต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจะต้องเตรียมตัวเตรียมสารเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารของตน เพื่อให้สารเป็นที่เข้าใจของผู้รับสารซึ่งการจะทำเช่นนั้นได้ผู้ส่งสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ 2 ประการคือ (ปรมะ สตะเวทิน, 2529)

1. เพื่อทราบว่าใครเป็นผู้รับสารเป้าหมายของเรา ผู้รับสารเหล่านี้มีลักษณะอย่างไร มีความต้องการอย่างไร มีความสนใจอะไร มีความรู้ขนาดไหน มีทัศนคติและค่านิยมอย่างไร จะตีความหมายของสารอย่างไร จะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสารอย่างไร

2. เมื่อเราทราบว่าผู้รับสารเป้าหมายของเราเป็นใครแล้ว เราจะได้วางแผนล่วงหน้าเพื่อเตรียมปรับการสื่อสารของเราให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมายนั้น ๆ ดังนั้น การวิเคราะห์ผู้รับสารจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสาร เพื่อการวางแผนในการสร้างสารให้เหมาะสมและรู้วิธีการที่จะส่งสารนั้นไปยังผู้รับสาร การรู้วิธีก็คือ ต้องรู้ความต้องการของผู้รับสารและปรับสารและวิธีการส่งให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร จำนวนของผู้รับสารอาจจะตั้งแต่คนเดียว 2-3 คน กลุ่มย่อยจนกระทั่งใหญ่ จำนวนร้อย จำนวนพัน จำนวนหมื่น หรือแม้กระทั่งเป็นจำนวนหลายล้าน เช่นการสื่อสารมวลชนใน

กรณีที่ได้รับสารมีเป็นจำนวนมาก วิธีวิเคราะห์ลักษณะผู้รับสารที่ดีที่สุดคือการศึกษา ลักษณะทางประชากรเช่น จำแนกตามอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา และศาสนา เป็นต้น (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2530)

### ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร มีดังนี้

#### 1. อายุ

อายุเป็นลักษณะประการหนึ่งที่ใช้วิเคราะห์ผู้รับสาร รายงานจากการวิจัยพบว่า คนเราเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจ หรือถูกโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจจะน้อยลง นอกจากนั้นอายุยังเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม กล่าวคือ โดยทั่วไปแล้ว คนหนุ่มสาวมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีว่าคนสูงอายุ ผู้ที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติ มีความรอบคอบ สุขุมระมัดระวังมากกว่าคนหนุ่มสาว สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะคนที่มีอายุผ่านประสบการณ์มากผ่านความยากลำบากและความผิดหวังในชีวิตมาแล้ว เพราะฉะนั้นการดำเนินชีวิตปัจจุบันควรมีอัตราการเสี่ยงน้อยที่สุดหรือไม่มีเลย(รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 2530)

นอกจากนั้นกลุ่มคนที่อายุต่างกันลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง แต่คนที่มีอายุน้อย มักจะสนใจเรื่องตลก ข่าวกีฬา หรือ ดนตรีสมัยใหม่ เป็นต้น

#### 2. เพศ

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายอันได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ นอกจากนั้นรายงานจากการวิจัยพบว่า ผู้หญิงมักถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิง ผู้หญิงเป็นเพศที่หยิ่งถึงจิตใจของคนได้กว่าผู้ชาย ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำมากกว่าผู้หญิง และผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

#### 3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกริยาอย่างมาก ต่อ ปฏิกริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมี วัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้น ฐานทางครอบครัวต่างกัน ย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่าง กัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน เช่น คนที่รับราชการมักคำนึงถึงยศถาบรรดาศักดิ์ และคนทำงานเอกชนมัก จะคำนึงถึงรายได้

นอกจาก ครอบครัว อาชีพ และรายได้ ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาท สำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคนตลอด จนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น คนมีฐานะดีมัก จะใช้สื่อมวลชนมาก และคนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอย ก้ากับค่านิยม ทักษะคิดความคิด และพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่นคนจีน มีความคิดว่ามีลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น

#### 4. การศึกษา

คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการ ศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และ ความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมาก เพราะ คนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่มักเป็นคนไม่ค่อยเชื่อ อะไรง่าย ๆ โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ แต่ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมัก จะใช้สื่อประเภท วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ ฯลฯ

ข้อควรคำนึงในการวิเคราะห์การศึกษาของผู้รับสาร คือ จะต้องไม่ยึดถือ เฉพาะพื้นฐานการศึกษาที่ได้จากสถาบันการศึกษาของผู้รับสารเท่านั้น เพราะการแสวง หาความรู้ นั้น สามารถกระทำได้ด้วยตนเองตลอดชีวิตจากแหล่งอื่น ๆ เช่น จากสื่อมวลชน จากตำรับตำราต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนั้นการขาดโอกาสในการใช้ความรู้ก็เป็นสิ่งที่ สามารถทำให้ความรู้ ความสามารถของคนลดลงได้ เช่นการวิเคราะห์ผู้รับสารที่เป็นชาว

ชนบท ซึ่งไม่มีโอกาสได้อ่านหนังสือต่อหลังจากที่ออกจากโรงเรียน ก็อาจจะลืมการอ่าน การเขียนไปแล้ว เป็นต้น

### 5. ศาสนา

การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ของผู้รับสารที่มีอิทธิพล ต่อตัวผู้รับสารทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคน และกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย กล่าวกันว่าศาสนามีอิทธิพลต่อ ความคิดเห็นของคน ทั้งในด้านความเชื่อทางศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ความเชื่อทาง เศรษฐกิจและความเชื่อทางการเมือง ซึ่งจะเห็นได้ว่าคนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความ คิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป (ปรมะ สตะเวทิน, 2529)

วิธีการในการวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสารดังกล่าวอาจ ทำได้โดยอาศัยประสบการณ์ การสังเกต และความคุ้นเคยของผู้ส่งสารตลอดจนอาศัย หลักการและทฤษฎีทางจิตวิทยาและสังคมศาสตร์ ที่อธิบายถึงลักษณะหรือธรรมชาติของ คนโดยทั่ว ๆ ไป นอกจากนี้ก็ทำได้โดยการสำรวจผู้รับสารโดยตรง

### การประเมินผู้รับสาร

การประเมินผู้รับข่าวสาร เป็นวิธีวิเคราะห์หรือวัดผู้รับข่าวสารอีกแบบหนึ่ง แต่ เป็นการวิเคราะห์หลังจากที่ได้ออกข่าวสารไปแล้ว เป็นความพยายามของสื่อมวลชนเพื่อ จะเรียนรู้เกี่ยวกับผู้รับสารให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เช่น จำนวน ลักษณะ และความสนใจ เป็นต้น ข้อมูลที่ได้มาจากการประเมินจะเป็นประโยชน์ต่อสื่อมวลชนทั้งทางตรงและ ทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะช่วยให้สื่อสารที่จะให้บริการเนื้อหา หรือรายการแก่ผู้รับ สารได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในอนาคต

การประเมินผู้รับสารนั้นอาจดูได้ในหลายลักษณะ เช่น ดูการเปิดรับสื่อ การใช้ เวลา กับสื่อชนิดต่าง ๆ ความสนใจลักษณะข่าวสาร หรือลักษณะรายการที่ชื่นชอบ เป็นต้น การประเมินผู้รับสารนั้น อาจแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (กิติมา สุรสนธิ, 2530)

1. **การวิเคราะห์ส่วนประกอบผู้รับสาร (Audience Composition)** เป็นการศึกษาถึงประเภทและจำนวนของผู้รับสื่อ เป็นการประเมินรูปแบบของความสนใจ การศึกษาวิธีนี้จะให้ข้อมูลหลายอย่าง เช่น แนวโน้มการโยกย้ายการเปิดรับจากสื่อชนิดหนึ่งไปสู่อีกชนิดหนึ่ง ประเภทของผู้รับสารของสื่ออย่างหนึ่งในเวลาต่างกันโดยแยกเป็น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา รวมทั้งชนิดของเนื้อหาที่เหมาะสมกับสื่ออย่างหนึ่งในลักษณะหนึ่ง

2. **การวิเคราะห์การใช้และการสนองความต้องการของผู้รับ (Gratification research)** จุดมุ่งหมายของวิธีการนี้ก็เพื่อหาเหตุผลเบื้องหลังรูปแบบของการใช้และความสนใจของผู้รับที่มีต่อสื่อต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้ทฤษฎีต่าง ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมมาประกอบการอธิบายด้วย

3. **การศึกษาเฉพาะกรณีเป็นการศึกษาเฉพาะเรื่องเฉพาะสื่อ** ซึ่งจะทำได้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับการเรื่องนั้น ๆ ชัดเจนมากยิ่งขึ้นเช่น การประเมินรายการและการใช้เครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์ เป็นต้น

### **การวิเคราะห์และประเมินผู้อ่านหนังสือพิมพ์**

หนังสือพิมพ์สื่อมวลชนที่มีความสำคัญอย่างมากในการเสนอข่าวและความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในแต่ละสังคม หนังสือพิมพ์จึงเปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนให้เห็นว่าสังคมมีแนวคิดอย่างไรมีพฤติกรรมโดยส่วนรวมเป็นอย่างไร หนังสือพิมพ์เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งสำหรับการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน เพราะเป็นแหล่งรวมของข่าวสารด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นในชีวิตประจำวันโดยครอบคลุมทั้งข่าวภายในและต่างประเทศรวมทั้งแนวความคิดใหม่ บทความสารคดีต่าง ๆ และผลงานวิจัยทางด้านวิทยาศาสตร์

ด้วยเหตุนี้หนังสือพิมพ์ที่จัดพิมพ์ขึ้นควรได้รับการวิเคราะห์และประเมินรูปแบบเนื้อหาเพื่อให้ได้ลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่ดีมีประโยชน์ต่อผู้อ่าน และจะต้องมีการ

วิเคราะห์และประเมินผู้อ่านด้วย จึงจะได้หนังสือพิมพ์ที่สอดคล้องกับความต้องการและตรงตามรสนิยมของผู้อ่าน (ทัศนีย์ ชาติไทย, 2528)

### **ความหมายของผู้อ่าน**

ผู้อ่าน คือ ผู้รับสารหรือจุดหมายปลายทางของสาร

ผู้อ่าน หมายถึง ผู้ที่รับข่าวสารจากแหล่งสาร

ผู้อ่าน เป็นจุดมุ่งหมายปลายทางที่สารส่งถึง อาจเป็นบุคคลธรรมดาที่กำลังดู หรืออ่านข่าวสาร หรือเป็นสมาชิกของกลุ่ม เช่น ผู้อ่านหนังสือพิมพ์

ผู้รับข่าวสารหนังสือพิมพ์ ซึ่งรับข่าวสารด้วยการอ่านเรียกว่า “ผู้อ่าน” (กิติมา สุรสนธิ, 2530)

### **ประเภทของผู้อ่านหนังสือพิมพ์**

ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ผู้รับข่าวสารเฉพาะกลุ่ม ผู้รับข่าวสารประเภทนี้แม้จะอยู่กระจัดกระจาย แต่ประกอบด้วยบุคคลแต่ละคนที่มีความสนใจร่วมกัน เป็นเหตุให้บุคคลเหล่านี้กลายเป็นสมาชิกผู้รับข่าวประเภทเดียวกัน เช่น ผู้อ่านที่อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับที่มีข่าวการเมืองมากแสดงว่าเป็นผู้ที่สนใจข่าวการเมืองเช่นเดียวกับผู้อ่านคนอื่น ๆ ที่อ่านฉบับเดียวกัน (ทัศนีย์ ชาติไทย, 2528)

### **ความสำคัญของผู้อ่านหนังสือพิมพ์**

การมีส่วนร่วมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ มีความสำคัญต่อการจัดทำหนังสือพิมพ์ ดังนี้ (ทัศนีย์ ชาติไทย, 2528)

1. การตรวจสอบหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ซึ่งเป็นสถาบันสาธารณะ ย่อมสามารถถูกตรวจสอบโดยผู้อ่าน ซึ่งจะทำให้หนังสือพิมพ์มีความรู้สึกรับผิดชอบต่อหน้าที่แต่ละบทบาทในการที่จะเป็นปากเสียงแทนประชาชนส่วนรวม โดยผู้อ่านจะเป็นผู้ตรวจสอบหนังสือพิมพ์ทั้งในด้านอุดมการณ์ นโยบาย ข่าว การเสนอข่าว วิชาชีพหนังสือพิมพ์



2. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นข่าว ผู้อ่านจำนวนมากต้องการแสดงทรรศนะอันแท้จริงของตนไปยังหนังสือพิมพ์ บางครั้งมีความคิดเห็นสอดคล้องกับหนังสือพิมพ์ บางครั้งความคิดเห็นไม่ตรงกับหนังสือพิมพ์ ซึ่งผู้อ่านจะแสดงทรรศนะของตนออกมาให้ปรากฏทรรศนะของผู้อ่าน มีตั้งแต่ระดับปัญญาชนจนถึงผู้ใช้แรงงาน

การแสดงความคิดเห็นของผู้อ่านจะช่วยเสริมให้มีการอภิปรายในประเด็นและมิติต่าง ๆ ให้ละเอียดขึ้นเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้และเผยแพร่ความรู้ไปยังคนอื่น ๆ รวมทั้งตัวสื่อมวลชนเองด้วย

3. การแสดงความนิยมต่อหนังสือพิมพ์ การที่ผู้อ่านได้เขียนจดหมาย บทความ และโทรศัพท์มายังกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ เป็นส่วนหนึ่งในการแสดงให้เห็นความนิยมที่ผู้อ่านมีต่อหนังสือพิมพ์ฉบับนั้น หนังสือพิมพ์ฉบับที่ได้รับความนิยมจะมียอดการจำหน่ายสูง และผู้อ่านต้องการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเป็นจำนวนมาก

4. การแจ้งเบาะแสสำหรับหาข่าวเพิ่มเติม ผู้อ่านที่ได้ข้อมูลหรือเบาะแสดของข่าวซึ่งบางครั้งข่าวนั้นมีความสำคัญมาก ผู้อ่านจะบอกเบาะแสดข่าวที่ตนทราบให้กับหนังสือพิมพ์ จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยสอดส่องดูแลความเป็นไปของบ้านเมือง ผู้อ่านจึงเป็นผู้มีส่วนร่วมในการหาข่าวและช่วยเหลือสังคมส่วนรวม

#### ประโยชน์การวิเคราะห์และประเมินผลผู้อ่านหนังสือพิมพ์

การมีส่วนร่วมของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือพิมพ์ทำให้ปฏิภริยาของผู้อ่านที่มีต่อหนังสือพิมพ์โดยผู้จัดทำหนังสือพิมพ์จะได้รับประโยชน์ 2 ประการ คือ (ทัศนีย์ ชาติไทย, 2528)

1. การสร้างแนวลักษณะของหนังสือพิมพ์ การแสดงทรรศนะของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ จะได้ทราบความต้องการของผู้อ่านโดยหนังสือพิมพ์จะเลือกแนวความคิดที่เห็นว่าดี ถูกต้อง และเหมาะสมที่จะนำไปปฏิบัติ หนังสือพิมพ์จึงสามารถปรับแนวลักษณะของหนังสือพิมพ์เป็นไปตามความต้องการของผู้อ่านอย่างแท้จริง หนังสือพิมพ์

ต้องคำนึงถึงรสนิยมและความต้องการของผู้อ่านเป็นเงื่อนไขที่จำเป็นที่หนังสือพิมพ์ทุกฉบับต้องกระทำอยู่ตลอดเวลา เพราะผู้อ่านคือหัวใจสำคัญของหนังสือพิมพ์

2. **การยกระดับคุณภาพของหนังสือพิมพ์** การมีส่วนร่วมของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่ให้แนวคิดและทรรศนะของผู้อ่าน ทำให้เกิดความรู้ระหว่างผู้อ่านด้วยกัน และคนทำหนังสือพิมพ์ที่จะยกระดับคุณภาพของหนังสือพิมพ์ทั้งด้านเนื้อหาสาระ และรูปแบบ ทั้งนี้เนื่องจากหนังสือพิมพ์ต้องมีการตรวจสอบซึ่งกันและกัน ระหว่างผู้อ่านและผู้ผลิต ซึ่งจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรรศนะความคิดเห็น ความเข้าใจ ปรับไปสู่แนวทางที่ดีขึ้น โดยหนังสือพิมพ์นำเอาข้อเสนอแนะข้อแนะนำที่ดีมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลง เพื่อยกระดับคุณภาพของหนังสือพิมพ์ และยกระดับผู้อ่านได้ด้วย

### แนวความคิดเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์

สื่อสิ่งพิมพ์ (Printed Materials) หมายถึงการที่คนนำวัสดุอุปกรณ์ไปประดิษฐ์ให้เป็นไปตามกำหนด ทำให้เกิดการสื่อสารบอกกล่าวเรื่องราวได้ตามต้องการมีวิวัฒนาการในการใช้กลไกเครื่องมือทำให้ขยายผลเป็นสื่อมวลชนแขนงหนึ่ง (เกษม จันทรน้อย, 2537: 83)

คุณสมบัติของสื่อสิ่งพิมพ์มี 7 ประการคือ (นันทริกา คุ่มโพธิ์โรจน์, 2535: 1-2)

1. ผู้อ่านจะอ่านเมื่อไร ตอนไหนก็ได้ตามความต้องการและความพอใจ
2. มักจะอ่านซ้ำหรือทบทวนความจำเมื่อพิจารณาให้ถี่ถ้วน หรือต้องการความเพลิดเพลน เมื่อต้องการอ่านอีกเมื่อไรก็ได้
3. มีเนื้อที่มากจึงมีโอกาที่จะถ่ายทอดความรู้ความนึกคิดหรือเสนอเรื่องราวได้มากมายและละเอียดละออตามความต้องการ
4. มีลักษณะคงทนถาวร เก็บไว้เป็นหลักฐานได้สะดวกแก่การใช้ไม่ต้องใช้เครื่องช่วย
5. ราคาถูก จ่ายเงินซื้อเฉพาะครั้งแรกเท่านั้น จะอ่านสักกี่ครั้งก็ได้ สิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่ถ่ายทอดความคิด ความรู้สึกจากบุคคลหนึ่งหรือหลายคนไปสู่บุคคลอื่น หรือพร้อมกันเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ เรียกว่ามวลชน

6. สร้างความเชื่อถือได้ง่าย ผู้อ่านมักจะเกิดความเชื่อถือในเนื้อหาเรื่องราวที่ได้พิมพ์ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในลักษณะของ ข่าว บทความ สารคดี ข้อคิดเห็นต่าง ๆ

7. มีโอกาสใช้ศิลป์ในการจัดหน้า และการพิมพ์ให้เกิดความสวยงาม นำอ่านด้วยเทคนิคใหม่ ๆ ช่วยในการเผยแพร่ความคิดเห็นได้ผล และชวนให้คนอ่านง่าย

สื่อสิ่งพิมพ์จำแนกได้เป็น 2 ประเภท (พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2530: 103) คือ

1 สิ่งพิมพ์ที่ต้องอาศัยหรือผ่านสื่อมวลชน ในการเผยแพร่โดยถือว่าเป็นสื่อมวลชน (Mass Media) ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร

2 สิ่งพิมพ์ที่ไม่ต้องอาศัยหรือผ่านสื่อมวลชน กล่าวคือเป็นสื่อที่สถาบันสามารถควบคุม (Controlled Media) ทั้งในด้านการผลิตและเผยแพร่ ได้แก่ จุลสาร วารสารภายใน วารสารลูกค้า จดหมายข่าว แผ่นพับ แผ่นปลิว รายงานประจำปี ป้ายประกาศ หรือโปสเตอร์ เป็นต้น

### หนังสือพิมพ์

สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์จัดได้ว่าเป็นสื่อมวลชนที่เก่าแก่ที่สุดแขนงหนึ่งที่มีบทบาทและมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของมนุษย์เป็นอย่างมาก นอกจากจะเป็นสื่อที่คงทนถาวรแล้ว ข้อความที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ยังใช้เป็นเอกสารอ้างอิงทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการของสังคม โดยการรายงานความเคลื่อนไหวในสังคม ภาระหน้าที่หลักของหนังสือพิมพ์จึงอยู่ที่การสื่อข่าวความเคลื่อนไหวจากจุดหนึ่งไปสู่สาธารณชน มีลักษณะเป็น “สื่อ” ของข่าวสาร นอกจากการรายงานข่าวแล้วยังประกอบด้วยคอลัมน์ความคิดเห็นอื่น ๆ ส่วนมากเป็นทัศนะเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นข่าวทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนคอลัมน์ที่ไม่เกี่ยวเนื่องกับข่าวเลยก็อาจถือเป็นเพียงส่วนประกอบส่วนหนึ่งของหนังสือพิมพ์ในการให้ความรู้แก่ผู้อ่าน คำว่า “หนังสือพิมพ์” ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความหรือความหมายของหนังสือพิมพ์ว่า เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีชื่อจำหน้าเช่นเดียวกันและออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไปมีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตามมีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม ดังนั้นหนังสือพิมพ์ในที่นี้จึงหมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีชื่อจำหน้าเช่นเดียวกัน โดยอาจจะออกเป็นรายวัน สองวัน สามวัน ห้าวัน เจ็ดวัน ฯลฯ ก็ล้วนแล้วแต่หมายถึงหนังสือพิมพ์แทบทั้งสิ้น (ฉอาน วุฒนิธรรมรักษา, 2530: 5)

### บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่สนองตอบความต้องการของสังคม มีบทบาทสำคัญในการให้คุณและโทษต่อผู้อ่าน จึงต้องมีความรับผิดชอบต่อการพัฒนาการ ความคิด จิตใจ หนังสือพิมพ์เปรียบเสมือนเข็มทิศส่องทางให้แก่สังคมเป็นกระจกสะท้อนสังคม (มาลี บุญศิริพันธ์, 2531: 3-4)

### บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์มี 4 ประการคือ

1. **ให้ข่าวสาร** ถือเป็นหน้าที่หลักที่จะต้องแสวงหาข้อมูลที่เป็นจริง (Facts) มารายงานให้ประชาชนได้ทราบการรายงานข่าวจำเป็นต้องให้ข้อเท็จจริงแก่ผู้อ่านให้สมบูรณ์ครบถ้วนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อผู้อ่านจะได้รับทราบเหตุการณ์ทั้งหมดอย่างถูกต้อง สามารถวินิจฉัยเหตุการณ์ได้ด้วยตนเองต่อไป
2. **ให้ข้อเสนอแนะ** หน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะหรือการชี้แนวทางต้องไม่ใช่การเสนอแนะในรายงานข่าว เพราะข่าวนั้นเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงล้วน ๆ การเสนอแนะ การแสดงความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือต่อข่าวที่ได้รับการรายงานไปแล้วกระทำโดยผ่านทางคอลัมน์อื่น ๆ เช่น บทบรรณาธิการ บทวิจารณ์ บทความ เป็นต้น
3. **ให้ความบันเทิง** หมายถึง ความบันเทิงที่ผู้อ่านจะได้จากการอ่านเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด และพักผ่อนสมองไปในเวลาเดียวกัน
4. **เป็นสื่อโฆษณา** หน้าที่ส่วนนี้ดูเหมือนจะหลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับสื่อมวลชนในสังคมทุนนิยมและสังคมประชาธิปไตย เพราะสภาพการแข่งขันทางธุรกิจค้าหนังสือพิมพ์จึงเป็นสื่อที่สามารถให้ข่าวสารเป็นสื่อกลางนำเสนอสินค้าธุรกิจให้ผู้อ่านได้มีโอกาสเลือกซื้อหรือตัดสินใจได้ทางหนึ่ง

## สื่อสิ่งพิมพ์ในการดำรงชีวิต

สื่อสิ่งพิมพ์มีส่วนช่วยให้การดำรงชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากยุคที่ปราศจากสิ่งพิมพ์ มนุษย์สามารถเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เพื่อนำไปประกอบอาชีพด้วยการเรียนรู้จากหนังสือ อาศัยการถ่ายทอดจากตำรับตำราต่าง ๆ เป็นเครื่องชี้้นำในการทำงาน มนุษย์เลียนแบบกันได้ด้วยอาศัยสื่อสิ่งพิมพ์เป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ ตลอดจนวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาสังคมในแง่มุมต่าง ๆ ซึ่งจะเห็นได้อย่างชัดเจนจากสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์ที่แสดงออกถึงความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ด้วยการให้ข่าวสารความรู้และการวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องชีวิตความเป็นอยู่และปัจจัยอื่นที่เป็นส่วนประกอบในการดำรงชีวิตของมนุษย์ให้มีความสุขสมบูรณ์ คือ การมีชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินการมีสุขภาพที่สมบูรณ์ และมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นต้น ปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตมีอยู่มากมาย อาทิ ปัญหาทางสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ความไม่เป็นระเบียบของสังคม ปัญหาชนบทและปัญหาอื่น ๆ ที่สื่อสิ่งพิมพ์มีส่วนช่วยชี้แนะแนวทางแก้ไขปัญหา

นอกจากนี้ ยังมีการเสนอเนื้อหาเพื่อการดำรงชีวิตที่มีทั้งเรื่อง การเมือง เศรษฐกิจ ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการค้าจุนทางจิตใจ เช่น ต้องการพักผ่อนหย่อนใจได้รับความบันเทิง มีงานอดิเรกทำในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการตกต่ง บ้านเรือน การออกกำลังกาย การเล่นกีฬา หรือการดูกีฬา สื่อสิ่งพิมพ์สามารถให้ข่าวสารและแนะนำในเรื่องการพักผ่อนหย่อนใจในทางต่าง ๆ ได้ ดังจะเห็นได้ว่าสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์และนิตยสารจะมีเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ วิดีโอ และดนตรีเป็นต้น สื่อสิ่งพิมพ์เหล่านี้จะเสนอข่าวสารและแนะนำให้ชมให้ฟัง เพื่อช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทโปสเตอร์ก็อาจมีข้อความชักชวนทางด้านการพักผ่อนหย่อนใจเช่น การโฆษณาภาพยนตร์ และการแสดงดนตรี เป็นต้น (สุรัตน์ นุ่มนนท์, 2528)

## ข้อจำกัดในการใช้สื่อสิ่งพิมพ์

### 1. ความสามารถในการอ่าน

มนุษย์ไม่สามารถอ่านหรือเห็นสิ่งพิมพ์ที่ออกมาเผยแพร่ได้ทั้งหมด และความจำแต่ละคนต่อสิ่งที่ตนอ่านก็ไม่เท่ากัน จึงทำให้มนุษย์ได้รับความรู้จากสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ

ไม่เท่าเทียมกันเช่น การอ่านหนังสือพิมพ์รายวันนั้นทุกคนไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวกัน ขึ้นอยู่กับการเลือกซื้อและหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับก็มีเนื้อหาที่ต่างกัน นอกจากนี้บางคนอาจไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์ เพราะไม่สนใจที่จะอ่าน หรือไม่มีความสามารถจะซื้อมาอ่าน หรือถิ่นที่อยู่ห่างไกลทำให้การรับรู้เรื่องราวแต่ละคนไม่เท่าเทียมกัน แม้แต่หนังสือพิมพ์รายวันฉบับเดียวกัน แต่คนก็มีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป บางคนอาจจะอ่านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์เป็นบางส่วน บางคนอาจจะอ่านทั้งฉบับ เป็นต้น

## 2. เจ็อนไซของเวลา

หนังสือพิมพ์รายวันมีความรวดเร็วมากที่สุดในด้านการเสนอเหตุการณ์ที่ปัจจุบันทันด่วนเน้นความรวดเร็วเป็นพิเศษ ในขณะที่นิตยสารจะมีความล่าช้าในเรื่องการเสนอข่าวสารมากกว่าหนังสือพิมพ์รายวัน

## 3. การเลือกสรรการตีพิมพ์

หนังสือพิมพ์รายวันมีหน้าที่จำกัด แต่มีข่าวบทความเนื้อหาอื่น ๆ ในแต่ละวันมากมาย จึงเป็นหน้าที่ของบรรณาธิการที่จะทำการคัดเลือกเรื่องที่เห็นว่าน่าสนใจนำเสนอต่อผู้อ่านรวมถึงการตัดทอนเนื้อหาบางส่วนออกไป ผู้อ่านจึงถูกจำกัดความรู้ด้วยการเลือกสรรตีพิมพ์ของสำนักพิมพ์ของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่าง ๆ

นอกจาก การเลือกสรรแล้วยังต้องมีการจูงใจในการอ่านของผู้อ่านอีกด้วย สำหรับหนังสือพิมพ์รายวันผู้อ่านอาจจะเลือกซื้ออ่านโดยวิธีการดูจากพาดหัวข่าว การเล่นตัวอักษร การเสนอภาพเด่นในหน้าหนังสือพิมพ์ ปกติแล้วผู้อ่านจะอ่านหนังสือพิมพ์แทบไม่ถึงครึ่งหน้าของจำนวนเนื้อที่ทั้งหมด จึงต้องมีสิ่งที่กระตุ้นสายตาผู้อ่านให้มากที่สุดไม่ว่าจะเป็นการพาดหัว การจัดหน้า การเขียนเรื่องให้ตื่นเต้น เป็นต้น

## 4. รูปแบบของเนื้อหาที่อ่าน

นอกจาก สำนักพิมพ์และกองบรรณาธิการมีส่วนตัดสินใจในการคัดเลือกเรื่องที่จะให้กับผู้อ่าน และผู้อ่านแต่ละคนตัดสินใจอ่านตามความสนใจและความพอใจของแต่ละคนแล้ว สภาพแวดล้อมก็มีส่วนช่วยในการอ่านเช่นกัน เพศ ก็เป็นข้อกำหนดในการอ่าน ผู้ชายให้ความสนใจเรื่องของข่าวสารบ้านเมืองเศรษฐกิจและกีฬามากกว่าผู้หญิง ในขณะที่ผู้หญิงให้ความสนใจในเรื่องของแฟชั่น เรื่องการครัวมากกว่าผู้ชาย วัย ในวัยผู้ใหญ่อาจให้ความสนใจข่าวสารบ้านเมือง เด็กวัยรุ่นสนใจเรื่องความบันเทิง อาชีพนักธุรกิจให้ความ

สนใจเรื่องการบ้านการเมืองและเศรษฐกิจมากกว่าบันเทิง ในขณะที่ผู้ใช้แรงงานสนใจเรื่องใกล้ตัวเช่น เรื่องค่าแรง ปัญหาค่าครอบครัว

สถานะทางสังคมก็เป็นเครื่องกำหนดในการอ่าน ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีและสังคมสูงรักจะเลือกอ่านสิ่งพิมพ์จำพวกนิตยสารต่าง ๆ ได้นอกเหนือจากการอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน เช่น อ่านนิตยสารทางธุรกิจ นิตยสารทางด้านการบริหาร และนิตยสารประเภทส่งเสริมบุคลิกภาพ เป็นต้น นักธุรกิจและผู้ที่มีการศึกษาสูงนอกจากอ่านหนังสือพิมพ์รายวันเพื่อรับทราบข่าวสารแล้ว ยังอ่านเนื้อหาต่าง ๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจในการดำเนินอาชีพที่เป็นอยู่และเพื่อชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง

รูปแบบของเนื้อหาที่อ่านนั้นวิเคราะห์ได้ว่าอ่านเพื่อรับทราบข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อก่อให้เกิดความคิด เนื้อหาที่อ่านนั้นก็แตกต่างกันไปด้วยหนังสือพิมพ์รายวันจึงมีรูปแบบของเนื้อหาที่อ่าน 5 รูปแบบคือ

4.1 เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจการสาธารณะ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมืองในประเทศ เศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมข่าวสารและเรื่องราวจากต่างประเทศ เรื่องราวต่าง ๆ เหล่านี้มักเป็นเรื่องที่ทำให้เกิดการคาดคิดไม่เห็นผลทันที ผู้อ่านรูปแบบนี้ต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการอ่านสูง

4.2 เนื้อหาที่มนุษย์ให้ความสนใจ เกี่ยวกับอาชญากรรม ความตื่นเต้น ความรัก ความทุกข์โศก ความผิดประหลาดของมนุษย์และสัตว์ การอ่านเรื่องราวทำนองนี้ก่อให้เกิดผลตอบสนองสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อ่านทันที เนื้อหาทำนองนี้ไม่จำกัดเฉพาะข่าวสารเพียงอย่างเดียว เนื้อหาที่เป็นบทละครจากวิทยุโทรทัศน์ที่ดีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์รายวันก็เป็นเนื้อหาที่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้อ่านโดยฉับพลันเช่นกัน

4.3 เนื้อหาด้านการ์ตูน แบ่งได้ 2 แบบ คือ การ์ตูนในรูปแบบของความบันเทิงและการ์ตูนขำๆให้เกิดความคิด

4.4 เนื้อหาด้านภาพ ที่ปรากฏอยู่ในหน้าข่าวหรือภาพโฆษณา

4.5 เนื้อหาด้านโฆษณา ช่วยให้อ่านตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

เนื้อหาด้านการ์ตูน ภาพ และโฆษณา ไม่ต้องการผู้อ่านที่มีศักยภาพสูงแต่อย่างไรเพราะอ่านและดูง่ายที่สุด

### 5. การเข้าไปมีส่วนร่วมในสื่อสิ่งพิมพ์

ลักษณะการเป็นเจ้าของหนังสือพิมพ์ตกอยู่ในอาณัติของกลุ่มคนจำนวนน้อย ประชาชนไม่สามารถทำสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ได้ง่ายเพราะขาดเงินลงทุนจึงทำให้การแสดงออก เพื่อแสดงความคิดเห็นของตัวเองถูกจำกัด



### แบบจำลองในการศึกษา (Study Model)

จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปเป็นแบบจำลองได้ดังนี้



## แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำหนังสือพิมพ์ชิงเสียนเยอะเป่า

หนังสือพิมพ์รายวันชิงเสียนเยอะเป่า จัดตั้งขึ้นโดยพี่น้องชาวจีนที่ได้รับการยอมรับอย่างสูง โอวปุ่นโฮ้ว และโอวปุ่นป้า ในสมัยนั้นชื่อของพวกเขาโด่งดังคู่ไปกับยาหม่องตราเสือ และเขาก็ยังเป็นผู้คิดค้นและเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ยาตรา “เสือ” อันมีชื่อเสียงทั่วโลก การขยายตัวเข้ามาในธุรกิจหนังสือพิมพ์ เริ่มขึ้นในปี 2472 เมื่อพวกเขาได้ออกหนังสือพิมพ์ ชิง จิว เยอะเป่าในสิงคโปร์ หลังจากนั้นไม่นานเครือข่ายหนังสือพิมพ์ภายใต้ชื่อ “ชิง” หรือ ”ดาว” ก็ได้ก่อตั้งขึ้นมา โดยมีจำนวนหนังสือพิมพ์ 3 ฉบับในประเทศจีน 3 ฉบับในฮ่องกง 4 ฉบับในสิงคโปร์และ 2 ฉบับในมาเลเซีย โดยมี ชิงเสียนเยอะเป่าจัดเป็นฉบับน้องใหม่ที่สุด

หนังสือพิมพ์ชิงเสียนเยอะเป่าฉบับแรกถือกำเนิดขึ้นในวันที่ 1 มกราคม 2493 49 ปีผ่านไปจนกระทั่งถึงวันนี้ ความริบเร่และความท้าทายในแต่ละวันที่ต้องผลิตหนังสือพิมพ์ให้ออกได้ตามเวลาอย่างไม่เปลี่ยนแปลง แต่เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ลดส่วนที่เป็นงานหนักๆ ในด้านการพิมพ์ลงได้มาก ไม่มีอีกแล้วตัวอักษรที่ผลิตจากตะกั่ว การพิมพ์ระบบออฟเซตและเครื่องพิมพ์คอมพิวเตอร์กลายเป็นเรื่องธรรมดา

ในปี 2514 มร.ลี เอ็ก ซิม (หรือคุณลี สันติพงศ์ไชย) และมิสซิส โอ้วเซ็งชิน (คุณสุรีย์ สันติพงศ์ไชย) ธิดาของคุณโอ้วปุ่นป้า ได้เข้ามาเป็นเจ้าของและบริหารกิจการหนังสือพิมพ์ชิงเสียนเยอะเป่า

นับแต่นั้นมา ภายใต้การบริหารงานของประธานกรรมการชิงเสียนเยอะเป่าได้เติบโตอย่างมั่นคง จนกระทั่งกลายเป็นหนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนที่เป็นที่รู้จักและมีผู้อ่านมากที่สุดในประเทศไทยในปัจจุบัน

ถ้าไม่นับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา จุดมุ่งหมายของชิงเสียนเยอะเป่ายังคงเดิม เช่นที่ผ่านมามีเหมือนสมัยที่หนังสือพิมพ์ฉบับแรกออกมาจากแท่นพิมพ์ในปี 2493 นั่นก็คือ เพื่อบำเพ็ญตน เป็นหูเป็นตาให้กับผู้อ่าน โดยการรายงานข่าวที่เที่ยงตรงจับใจของทุกๆ เรื่องที่มีผู้สนใจในทุกๆ เช้า ชิงเสียนเยอะเป่าจะทักทายผู้อ่านด้วยข่าวที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ เตรียมพร้อมให้ทันกับสิ่งที่เกิดขึ้นในโลก

การเงินและธุรกิจ ทำให้หันเหเหตุการณ์ด้วยข่าวสังคม และตื่นตื่นกับการแข่งขันกีฬาแล้ว สุด และอื่นๆ อีกมากมาย

สำหรับผู้อ่านของซิงเสียนเยอะเป๋าได้ถือเอาซิงเสียนเยอะเป๋าเป็นที่มาของข้อมูล เกี่ยวกับข่าวระดับโลก ข่าวชุมชนชาวจีน ข่าววิเคราะห์และเจาะลึกทางเศรษฐกิจและแนวโน้มธุรกิจของประเทศ ซึ่งมีผลต่อความเป็นอยู่และการดำเนินธุรกิจของพวกเขา

ทุกวันนี้ หนังสือพิมพ์ซิงเสียนเยอะเป๋าดำเนินงานภายใต้การบริหารงานของ ประธานกรรมการ คุณลี สันติพงศ์ไชย พนักงานจำนวนกว่า 200 คนของซิงเสียนเยอะเป๋า ต่างมีวัตถุประสงค์ร่วมกันในการตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน ตลอดจนบริษัท โฆษณา และเจ้าของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยืนยันให้เห็นว่าซิงเสียนเยอะเป๋ายังคงเป็น หนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีนที่ใหญ่ที่สุดและเป็นที่รู้จักมากที่สุดในประเทศไทยตลอดไป

#### คอลัมน์ต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ซิงเสียนเยอะเป๋า

หนังสือพิมพ์ซิงเสียนเยอะเป๋าในปัจจุบันจะมีจำนวนหน้าไม่ต่ำกว่า 28 หน้าต่อวัน โดยจะมีคอลัมน์ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### *ข่าวต่างประเทศ (รวมข่าวประเทศจีนด้วย)*

ซิงเสียนเยอะเป๋าจะอยู่แนวหน้าในการรายงานความเจริญก้าวหน้าและแนวโน้มด้านต่าง ๆ ทั่วโลก เพื่อให้ผู้อ่านก้าวทันเหตุการณ์ในโลกที่รุดหน้าไปด้วยวิทยาการในปัจจุบัน

#### *ข่าวเฉพาะประเทศจีนและไต้หวัน*

#### *ข่าวในประเทศ*

มีจุดยืนคือ การนำเสนอข่าวอย่างเป็นกลางและชัดเจนตรงไปตรงมา ไม่คลุมเครือหรือเต็มไปด้วยการคาดเดา รวมไปถึงอย่างครบครันในทุกรูปแบบของชีวิตและเหตุการณ์ในเมืองไทย และสามารถแยกออกเป็นหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

- ชำวงการเมือง
- ชำวงเศรษฐกิจ
- ชำวงการตลาด
- ชำวงหลักทรัพย์
- ชำวงอาชญากรรม
- ชำวงธุรกิจ (ภูมิภาค)

ชำนเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ในชุมชน-สมาคม และองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับคนไทยเชื้อสายจีน

ชำนในด้านอื่น ๆ ได้แก่

- ชำนสตรีและครอบครัว
- การศึกษา
- เด็กและเยาวชน
- นวนิยาย
- สุขภาพ
- กีฬา
- บ้านเทิง
- ท้องเที่ยว
- สก๊ปชำนต่างประเทศ ฯลฯ

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Palmgreen and Rayburn (1976) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์โดยการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ว่ารายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อเป็นเพื่อนแก้เหงา และเพื่อความบันเทิงพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง มีความสัมพันธ์กันเชิงลบคือความคาดหวังสูงความพึงพอใจต่ำหรือมีความคาดหวังต่ำแต่มีความพึงพอใจสูง

เวนเนอร์ (Wener, 1986) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในด้านความต้องการ ฝ้าสังเกตเพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance) ด้านความบันเทิงพักผ่อนหย่อนใจ (Entertainment Diversion) การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Utility) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม (Parasocial Interaction) รวม 12 รายการ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างจากเมืองไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

แกลโลเวย์และมี้ค (Galloway and Meek, 1981) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแบบจำลองที่คาดหวังการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของผู้รับสารโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลนักศึกษาวิชาการสื่อสารจำนวน 30 คนของมหาวิทยาลัยแมคเคอร์ พบว่านักศึกษาชมโทรทัศน์เพราะมีความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจ

ชนิตา พลศรี (2529) ศึกษาถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ซึ่งเป็นการศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อพิเศษโดยการศึกษาระดับความคาดหวัง และความพึงพอใจที่เยาวชนได้รับจากการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์กับกลุ่มตัวอย่าง 440 คน โดยการใช้แบบสอบถามกับเยาวชนที่เข้าชม วัดค่าความคาดหวังของเยาวชนที่จะได้รับ พฤติกรรมการชม

นิทรรศการและความพึงพอใจที่ได้รับพบว่า ในด้านความคาดหวังประโยชน์ตามลำดับความสำคัญคือต้องการมีความรู้รอบตัวกว้างขึ้น ต้องการเป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล ต้องการดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ และต้องการได้รับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ส่วนความพึงพอใจที่ได้รับเยาวชนส่วนมากได้รับความพึงพอใจตามลำดับคือ มีความรู้กว้างขวางขึ้น ได้ดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ เข้าใจวิชาที่เรียนในห้องเรียนได้ดีขึ้น เป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผลและได้รับความรู้ทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้

นฤมล มังคลิกุล (2533) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมประชากรกับความต้องการ และความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชนในเขตอำเภอดำเนินสะดวก ผลการวิจัยปรากฏว่าตัวแปรอาชีพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมือง และอย่างไรก็ตามความต้องการข่าวสารการเมืองก็มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

วันทนีย์ แสนภักดี (2533) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชนและความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครหรือยูธยา เป็นการศึกษาความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน ความคาดหวังพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครหรือยูธยา พบว่า ความคาดหวังพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ และความต้องการรับรู้ทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ทำการศึกษาถึงความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุขบทรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ F.M.SCA โดยมีการจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา สุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่ใช้บริการรถประจำทางของขสมก. เป็นประจำ จำนวน 200 คน พบว่า ผู้โดยสารเพศชายและหญิงมีความเห็นความคาดหวังและความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ซึ่งเหมือนกันกับอาชีพ รายได้ และอายุที่ต่างกันก็ จะมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่างกันด้วย นอกจากนี้ในกลุ่มผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับที่ต่างกัน

อรณี ผุ่จวรณรต์น (2536) ศึกษาควมสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับความคาคหวังประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการธรรมะทางโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานครพบว่า เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพทางครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ความคาคหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการธรรมะทางโทรทัศน์ การเปิดรับและความคาคหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการธรรมะทางโทรทัศน์

โศภณ เงินสวัสดิ์ (2536) ศึกษาเรื่องความต้องการข่าวสารทางธุรกิจของนักธุรกิจรุ่นใหม่พบว่า นักธุรกิจรุ่นใหม่มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนจากหนังสือพิมพ์ธุรกิจและหนังสือพิมพ์รายวันมากที่สุด รองลงมาคือโทรทัศน์กับวิทยุ สำหรับความต้องการข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความสนใจใช้ประโยชน์และต้องการปรับเนื้อหาข่าวในด้านการเงิน การธนาคารมากที่สุด

จากผลวิจัยที่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับความคาคหวังและความพึงพอใจตลอดจนการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ จะพบผลการวิจัยที่สอดคล้องกันว่า ความคาคหวังว่าจะได้รับประโยชน์ในด้านต่าง ๆ จากสื่อ เป็นปัจจัยทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ นั้น และยังพบว่าความคาคหวังจากการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อ ซึ่งผลการวิจัยเหล่านี้พบว่าสอดคล้องกับทฤษฎีความคาคหวังและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

