

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้เป็นกรอบสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร คุณสมบัติของแหล่งสาร คุณสมบัติของสื่อและคุณสมบัติของสาร นอกจากนี้ ยังได้อาศัยงานวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผู้ศึกษาไว้แล้วเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยด้วย ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

“มนุษย์” เป็นสัตว์สังคมที่จะต้องอยู่รวมกันเป็นหมู่เหล่า และมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน (อริสโตเติล 1995, อ้างถึงใน ดำรงค์ ฐานดี, 2530) โดยที่ “ความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กัน” นั้น ได้แก่ การกระทำของคนหลายคนหรือคนกลุ่มหนึ่งซึ่งมีผลต่อกันและกัน โดยหมายรวมถึงแต่การเป็นคนชนชาติเดียวกัน การนับถือศาสนาและพูดภาษาเดียวกัน หรือมีการดำเนินชีวิตที่คล้ายคลึงกัน ฯลฯ อันเป็นความสัมพันธ์ที่มองเห็นได้ไม่เด่นชัดนัก หรือเป็นความสัมพันธ์ทางอ้อม ส่วนความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันที่สามารถเห็นได้เด่นชัดและถือว่ามีอิทธิพลต่อสมาชิกในสังคมโดยตรง ได้แก่ การติดต่ออย่างมีสัญลักษณ์ของมนุษย์ (Symbolic Interaction) (จิรพรพรณ กาญจนจิตตรา, 2530) หรือการติดต่อสื่อสารนั่นเองซึ่ง Cherry (1978) มีความเห็นว่า ในฐานะที่เป็นสัตว์สังคม มนุษย์ทำการสื่อสารก็เพื่อแบ่งปันข่าวสารระหว่างกัน โดยการแบ่งปันข่าวสารนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน อันจะนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมที่ประสานสอดคล้องกัน คล้ายคลึงกับแนวความคิดของ วุฒิชัย จำนงค์ (2523) ที่ว่า มนุษย์จำเป็นต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน โดยข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจ ยิ่งมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

สำหรับสาเหตุแห่งการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคล ได้มีผู้เสนอไว้ในหลายๆ แนวทาง อาทิเช่น Askin (อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, 2537) ให้ความเห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) โดยความต้องการได้รับข่าวสารนั้น เกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่มีสาเหตุมาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกัน ระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการอยากที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Intrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญ ก็ยิ่งอย่างมีความรู้และความไม่แน่ใจสูง ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ Festinger (1957) ที่ว่า ตามปกติ บุคคลจะมีข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติของตนอยู่ แต่เมื่อใดที่บุคคลได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว ก็เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจ (Cognitive Dissonance) ซึ่งทำให้เกิดการแสวงหาข่าวสาร โดยอาจเป็นข่าวสารใหม่ หรือข่าวสารที่สอดคล้องกันกับทัศนคติที่มีอยู่เดิม

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจอันเกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ส่วน McCombs and Becker (1979) มีความเห็นว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้

2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของตน ซึ่งการรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว

3. ต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น

4. ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) อันได้แก่การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปที่เกิดขึ้นรอบๆ ตัว

5. ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertaining) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

ในขณะที่ ชวรัตน์ เชิดชัย (2523) กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกรับสื่อว่า ประกอบด้วย

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่า ปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ เมื่อไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการได้อยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร
2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ และเมื่อเป็นเช่นนี้ สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ซึ่งปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้ มิใช่เป็นเพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นด้วย
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานของมนุษย์ เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป กล่าวคือ นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับ อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ ของผู้รับสาร จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อและสื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้ เพราะผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

Katz and Others (1975) เสนอว่า ความต้องการในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคลนั้น มีความสัมพันธ์กับสถานการณ์ทางสังคม โดยได้ร่วมกันสรุปถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้งสองเท่าที่มีผู้ศึกษาไว้ว่า ประกอบด้วย

1. สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้งวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียดและแรงกดดัน บุคคลจึงต้องการการผ่อนคลายแรงกดดันด้วยการใช้สื่อ
2. สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตระหนกถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการข่าวสาร และข่าวสารเหล่านั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ

3. สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในอนาคตที่สนองความต้องการต่างๆ ในชีวิตจริงของบุคคลลดน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อทดแทนหรือชดเชยความต้องการเหล่านั้น
4. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว
5. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้

Rosengren (1974) เชื่อว่า ความต้องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในข้อมูลข่าวสารของบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับสังคมที่บุคคลอยู่อาศัยเช่นกัน แต่จุดเริ่มต้นของความต้องการดังกล่าว ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ตามแบบของมาสโลว์* กับลักษณะทั้งภายในภายนอกของบุคคล โดยโครงสร้างของสังคมและสื่อมวลชนเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีรูปแบบของปัญหาและระดับความมากน้อยของปัญหาที่แตกต่างกัน และหาช่องทางแก้ไขปัญหาในลักษณะแตกต่างกันออกไป ปัญหาดังกล่าว ทำให้มนุษย์เกิดแรงจูงใจในอันที่จะแสวงหาความพึงพอใจและหนทางแก้ปัญหานั้น ซึ่งการเปิดรับข่าวสาร ก็คือสิ่งที่มนุษย์กระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้และแนวทางในการแก้ปัญหา ตลอดจนผ่อนคลายความเครียดที่เกิดจากปัญหาที่ตนเผชิญอยู่ บุคคลจึงมีพฤติกรรมในการบริโภคสื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ในรูปแบบต่างๆ กัน ซึ่งอาจทำให้บุคคลได้รับหรือไม่ได้รับความพึงพอใจก็ได้ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นคือ ลักษณะภายใน-ภายนอกของบุคคล และโครงสร้างของสื่อมวลชน รวมถึงโครงสร้างทางสังคม การเมืองและเศรษฐกิจในสังคมที่บุคคลอยู่อาศัย

ในขณะเดียวกัน การที่บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ยังขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) และพันธะผูกพัน (Liability) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) ในกรณีนี้ที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจมาก

* ความต้องการพื้นฐานตามแบบของมาสโลว์ จำแนกออกเป็น 5 ชั้นเรียงลำดับตามความต้องการขั้นพื้นฐานที่เป็นสัญชาตญาณไปจนถึงความต้องการที่ได้จากการเข้าร่วมสังคมกับมนุษย์คนอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย

1. ความต้องการด้านสรีระ (Physiological Needs)
2. ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety Needs)
3. ความต้องการที่จะผูกพันกับสถาบันและเป็นที่ยอมรับ (Belongingness and love Needs)
4. ความต้องการที่จะเป็นที่นับถือยกย่องในวงสังคม (Esteem Needs)
5. ความต้องการสัมฤทธิ์ผลในอุดมคติที่ตนเองตั้งไว้ (Self - Actualization)

แบบจำลองเพื่อการศึกษาปฏิบัติกร แสดงให้เห็นว่า ระบบการสื่อสารอยู่ภายในระบบสังคมขนาดใหญ่ ซึ่งครอบคลุมถึงสังคมของผู้กระทำการสื่อสารทั้งหลาย ตลอดจนกลุ่มที่อยู่แวดล้อมผู้ทำการสื่อสารและโครงสร้างสังคมที่กว้างกว่าทั้งหมด โดยกระบวนการสื่อสารจะได้รับอิทธิพลจากกระบวนการเชิงสังคมเหล่านั้น และยังมีอิทธิพลต่อโครงสร้างสังคมนั้นด้วย สอดคล้องกับความเห็นของ Davison (อ้างถึงใน พัทณี เชยจรรยาและคณะ 2530) ที่ว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบการเลือกเปิดรับสื่อหรือข้อมูลข่าวสารของบุคคลนั้น ได้แก่ สถานภาพในการเป็นสัตว์สังคมของมนุษย์นั่นเอง โดยเขากล่าวว่า บุคคลทุกๆ คนมีความเกี่ยวพันกันอย่างยิ่งต่อสังคมตลอดจนสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว และสภาพแวดล้อมดังกล่าวนี้ เป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อหรือเลือกรับข่าวสารเพื่อจะสนองความพึงพอใจ และเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม

ส่วน Katz (1959) เสนอว่า การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อหรือข่าวสาร มีสาเหตุมาจากความคาดหวังเพื่อแสวงหาความพึงพอใจให้กับตนเอง หรืออีกนัยหนึ่ง การเลือกใช้สื่อ เป็นผลเนื่องมาจากเหตุผลทางจิตวิทยาและความต้องการทางสังคม (The Social and Psychological Needs) ของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ Katz ได้ร่วมกันศึกษาถึงความต้องการด้านจิตวิทยาและสังคมดังกล่าว และได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยที่กำหนดลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารมีที่มาจากจุดกำเนิดทางสังคมวิทยาที่ทำให้บุคคลมีความต้องการพื้นฐานด้านต่างๆ เป็นผลให้บุคคลมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งสารอื่นๆ และนำไปสู่รูปแบบต่างๆ กันของบุคคลในการมีโอกาสได้รับสารจากแหล่งต่างๆ อันก่อให้เกิดผลลัพธ์คือ ความพึงพอใจจากการได้รับการสนองความต้องการ รวมทั้งผลที่ตามมาอื่นๆ ซึ่งมักเป็นผลที่ไม่ได้เจตนาเป็นส่วนใหญ่ โดยสามารถจัดให้อยู่ในรูปของแบบจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

Katz ยังเสนอด้วยว่า เราสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางสังคมต่างๆ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว ที่อยู่อาศัย กับความพึงพอใจจากการใช้สื่อได้ เนื่องจากการศึกษาที่ผ่านมาจำนวนมาก ทำให้มีหลักฐานเชิงประจักษ์เพียงพอที่จะกล่าวว่าเป็นไปได้ที่การใช้สื่อหลายอย่างมีความสัมพันธ์กับกระบวนการและลักษณะทางสังคมเหล่านี้ ซึ่งในขณะเดียวกัน Schramm (1962) ก็ได้เสนอรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปรดังกล่าวไว้แนวทางที่สอดคล้องกับ Katz ดังนี้

1. การศึกษา จากการศึกษาพบว่าผู้ที่มีการศึกษาดี จะหาประโยชน์จากสื่อต่างๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ของตนให้มากขึ้น และจะอ่านหนังสือเป็นจำนวนมาก
2. เศรษฐกิจ ผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีจะให้ความสนใจในการอ่านนิตยสารมาก และจะชอบบทบรรณาธิการ หรือเรื่องราวเกี่ยวกับกิจการบ้านเมือง ปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจและวิชาการ โดยร้อยละ 90 ของผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดี จะนิยมอ่านนิตยสาร
3. วัย ผู้มีอายุมากขึ้นนิยมรับสารที่เป็นทางการมากกว่าการรับสารประเภทบันเทิงและสนใจการบ้านการเมืองอย่างจริงจังกว่าผู้มีอายุน้อย เช่น นิยมฟังรายการข่าวทางวิทยุ ฟังรายการอภิปราย ศาสนา การตอบปัญหา ในขณะที่เด็กวัยรุ่นชอบฟังเพลงที่กำลังได้รับความนิยม
4. เพศหญิงสนใจอ่านหรือฟังหรือชมรายการแม่บ้านและรายการบันเทิง ขณะที่เพศชายนิยมกีฬาทุกชนิด ฯลฯ
5. ศาสนา ในสังคมเดียวกันอาจมีผู้นับถือศาสนาต่างกัน ดังนั้น การเสนอเรื่องราวอันเป็นการขัดแย้งทางศาสนาจึงเป็นสิ่งพึงละเว้น
6. ที่อยู่อาศัย ผู้รับสารในแต่ละท้องถิ่น ในแต่ละภาค ในแต่ละประเทศ ย่อมมีความสนใจในข่าวสารที่ต่างกัน เพราะการดำเนินชีวิตต่างกัน
7. ทักษะคิด ความเชื่อ และแนวความคิดของแต่ละบุคคล ย่อมทำให้บุคคลมีความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกันไป

ทั้งนี้ ในปี 1973 Schramm ยังได้เพิ่มเติมข้อสรุปเกี่ยวกับปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อรูปแบบการเปิดรับหรือแสวงหาข้อมูลข่าวสารของบุคคล ว่าประกอบด้วย

1. ประสบการณ์ โดยประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร กล่าวคือ ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของตน
3. ภูมิหลัง นั่นคือ ภูมิหลังที่แตกต่างกันจะทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม โดยจะเป็นองค์ประกอบที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรม การเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสารต่างกัน

5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตในที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน

6. บุคลิกภาพ นั่นคือ บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวจิตใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ โดยที่สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจในความหมายของข่าวสารก็ได้

8. ทัศนคติอันจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้รับ

ทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น มีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ซึ่งเสนอโดย De Fleur (1966) และได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายถึงพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยมีรายละเอียดคือ

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงมาภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

จากเงื่อนไขเหล่านี้ De Fleur ได้ชี้ให้เห็นว่า ข่าวสารต่างๆ ในสังคมเปรียบเสมือนสิ่งเร้าที่ทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีการตอบสนองต่างกัน รวมทั้งสร้างลักษณะความแตกต่างของบุคคลด้วย ใกล้เคียงกับความคิดเห็นของ Windahl (1979) ที่ว่า ลักษณะต่างๆ ของปัจเจกบุคคล รวมถึงความคาดหวังและการรับรู้เกี่ยวกับสื่อจะนำไปสู่การตัดสินใจของปัจเจกบุคคลว่า จะใช้หรือไม่ใช้เนื้อหาของสื่อมวลชน

แนวคิดต่างๆ ข้างต้น เราอาจสรุปได้ว่า นอกจากรูปแบบของการเปิดรับข่าวสารข้อมูลของผู้รับสารจะเป็นผลจากอิทธิพลของสังคมที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่ รวมถึงความแตกต่างภายนอกของบุคคลแล้ว ยังเป็นผลจากความแตกต่างทางจิตใจของบุคคลเองอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับแหล่งสารและคุณลักษณะของแหล่งสาร

แหล่งสาร หรือผู้ส่งสาร (Source or Sender) คือ บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่ม หรือ เริ่มต้นส่งสารไปให้อีกบุคคลหนึ่ง จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม หรือเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารผ่านช่องทางหนึ่งไปยังผู้รับสาร ฉะนั้น ผู้ส่งสารจึงมีบทบาทในการชี้แนะว่า พฤติกรรมการสื่อสารภายใต้สถานการณ์หนึ่งๆ นั้นจะเป็นไปในรูปร่างใด และมีผลอย่างไร (พัชนี เขยจรรยาและคณะ, 2534) แหล่งสาร หรือผู้ส่งสาร จึงถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบอันสำคัญในกระบวนการสื่อสาร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับหรือไม่เปิดรับสารของผู้รับสาร ตลอดจนมีส่วนกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสารด้วย

พรสิทธิ์ พัฒนนานาวัักษ์ (2534) กล่าวว่า ผู้ส่งสารที่ดีต้องมีความพร้อมในการสื่อสาร กล่าวคือ จะต้องเป็นบุคคลที่มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบในข่าวสาร เข้าใจในวัตถุประสงค์ของการส่งข่าวสาร ควบคุมความรู้สึกและความเชื่อมั่นของตนเองขณะสื่อสารได้ พฤติกรรมการแสดงออกในการสื่อสารสอดคล้องกับเนื้อหาของสาร นอกจากนี้ ยังควรประกอบด้วยปัจจัยที่สนับสนุนประสิทธิภาพทางการสื่อสารอีก 4 ประการดังนี้

1. ทักษะในการสื่อสาร ซึ่งหมายถึง ความชำนาญ หรือความสามารถในการสื่อสารทั้งในทักษะที่เกี่ยวกับการเข้ารหัสสาร การถอดรหัสสาร และการคิด ก่อนที่จะส่งสารผ่านช่องทางการสื่อสารไปยังผู้รับ เพราะทักษะเหล่านี้ช่วยให้ผู้ส่งสารวิเคราะห์จุดประสงค์และความตั้งใจที่ตนจะสื่อสารให้เหมาะสม และพร้อมที่จะไปสู่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทศนคติในการสื่อสาร ทศนคติของผู้ส่งสารมีผลหรือมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของการสื่อสาร ทั้งนี้ เพราะทศนคติดังกล่าวเป็นตัวกำหนดท่าทีของผู้ส่งสารในการสื่อสาร โดยผู้ส่งสารจะประสบความสำเร็จในการสื่อสารเพียงไรขึ้นอยู่กับทศนคติที่มีต่อตนเอง ถ้าผู้ส่งสารมีความเข้าใจและชื่นชอบต่อสารย่อมจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกัน ถ้าผู้ส่งสารมีทศนคติต่อผู้ส่งสารในแง่ดี แรงเสริมของผลการสื่อสารจะยิ่งบังเกิดประโยชน์มากขึ้นด้วย

3. ระดับความรู้ ผู้ส่งสารที่มีความรู้ในเนื้อหาของสาระของเรื่องที่จะสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารดีเพียงใด ความแจ่มชัด ตลอดจนความเข้าใจที่ปรากฏกับผู้รับสารยังมีประสิทธิผลดีเพียงนั้น ทั้งนี้ เพราะผู้ส่งสารสามารถชี้แจง อธิบายโดยไม่สับสนวุ่นวายและความต่อเนื่องต่างๆ ได้อย่างสัมพันธ์กัน

4. สถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรม กล่าวคือ การที่ผู้ส่งสารมีความเข้าใจในสถานภาพในระบบสังคมและวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี ย่อมจะทำให้เขามีอิทธิพลต่อการสื่อสารได้มาก เพราะผู้ส่งสารสามารถปรับใช้หรือดัดแปลงวิธีการสื่อสารให้เหมาะสมต่อการยอมรับของผู้รับสารได้

สำหรับคุณลักษณะภายนอกของผู้รับสารซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้รับสาร คือ ความน่าเชื่อถือในสายตาของผู้รับสารนั้น ได้มีปราชญ์ทางการสื่อสาร สรุปเอาไว้ในแนวทางที่คล้ายคลึงกันว่า คุณลักษณะดังกล่าวขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการคือ ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence or Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ปัจจัยทั้งสองประการนี้ ผู้รับสารต้องมองเห็น (Perceive) ว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ความน่าเชื่อถือนี้ ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบ และได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือไม่ได้มีลักษณะโดด ๆ (Single Characteristic) เหมือนอายุ เพศ แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็น รับรู้และเชื่อ (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2534)

ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) เป็นหัวข้อที่ศึกษาถึงการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อตัวผู้ส่งสารหรือแหล่งข่าวสารในแง่ที่ว่า น่าเชื่อถือหรือยอมรับได้มากน้อยเพียงใด (พีระ จิรโสภณ, 2537) โดยทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร มาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Communication) ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ หรืออีกนัยหนึ่ง การใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือสูงในสายตาของผู้รับ จะบรรลุผลทางการสื่อสารมากกว่าใช้ผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือต่ำกว่า อาทิเช่น ผลการศึกษาของ Weiss (1995) เกี่ยวกับความเชื่อถือได้ของผู้ส่งสารในที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารมวลชน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ผู้รับสารจะเชื่อในสารซึ่งได้รับจากผู้ส่งสารที่เขาคิดว่ามีความน่าเชื่อถือสูงมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนี้ มีมาตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ หรือเมื่อ 2,000 ปีก่อน โดยอริสโตเติลได้ทำการวิเคราะห์ถึงความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร และสรุปว่าความน่าเชื่อถือดังกล่าวเกิดจากลักษณะ 3 ประการของผู้ส่งสารคือ ความเป็นผู้มีสติ ปัญญา ความเป็นผู้มีเจตนาที่ดี และจริงใจต่อผู้รับสาร (Good Will) และ ความเป็นผู้มีลักษณะภายนอกที่ดี (Good Character) โดยเรียกรวมว่า Ethos (McCroskey, 1968) ซึ่งในปัจจุบัน ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ยังคงเป็นเรื่องที่นักนิเทศศาสตร์ให้ความสนใจ และทำการศึกษากันอย่างกว้างขวาง โดยได้ข้อสรุปในแนวทางต่างๆ ดังนี้

Berelson (1954) อธิบายว่า ผู้ส่งสารที่มีคุณลักษณะในการเป็นผู้นำทางความคิด เป็นกลุ่มหนึ่งที่ได้รับการเชื่อถือจากผู้ส่งสาร แม้ผู้ส่งสารเหล่านั้นจะมีได้มีสถานภาพทางสังคมสูงกว่าผู้รับสารแต่อย่างใด ทั้งนี้ เขาได้อธิบายถึงลักษณะเฉพาะของผู้นำทางความคิดไว้ว่า

1. เป็นต้นแบบ (Model) ของสมาชิกในกลุ่ม
2. มักมีสถานภาพทางสังคมสูงกว่าผู้ตามความคิดเห็น
3. ได้รับการถ่ายทอดข่าวสารที่เขาเป็นผู้นำความคิดในเรื่องที่เขาเป็นผู้นำมากกว่าคนอื่น
4. เปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าบุคคลอื่น
5. ได้รับความรู้จากเนื้อหาของสื่อมวลชนที่เกี่ยวกับหัวข้อหรือเรื่องที่เขาได้รับอยู่ดีกว่าสมาชิกที่เป็นผู้ตามความเห็น
6. ในสถานการณ์ที่มีการเลือกตั้ง ผู้นำทางความคิดจะให้ความสนใจกับการเลือกตั้งมากกว่าบุคคลอื่น และมีข้อมูลในการเลือกตั้งดีกว่าบุคคลอื่นๆ และเขารู้สึกว่า เขามีส่วนร่วมในการเลือกตั้งมากกว่าบุคคลอื่นด้วย
7. มักมีการศึกษาสูงกว่าสมาชิกคนอื่นๆ

ส่วน Hovland, Janis and Kelly (1953) ทำการศึกษาถึงความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร พบว่าความน่าเชื่อถือประกอบด้วย ความเชี่ยวชาญ ความน่าไว้วางใจ และความสามารถของผู้ส่งสารในอันที่จะแสดงหลักฐานให้แก่ผู้รับสาร

Bettinghaus (1968) ได้สรุปปัจจัยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารไว้ 3 ประการอันประกอบด้วย

1. ความปลอดภัยหรือความน่าไว้วางใจในผู้ส่งสาร ได้แก่ ลักษณะของผู้ส่งสารที่มีความเป็นมิตร ความไม่เห็นแก่ตัว ความยุติธรรม ความสงบ ความจริงใจ จริยธรรม การให้อภัย เป็นต้น
2. คุณลักษณะของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความประทับใจของผู้รับสารที่มีต่อความสามารถของผู้ส่งสาร เช่น การมีประสบการณ์ มีอำนาจ ความฉลาด ความเชี่ยวชาญของผู้ส่งสาร
3. บุคลิกภาพของผู้ส่งสาร ได้แก่ ความเป็นกันเองกับผู้รับสาร ความคล่องตัวของผู้ส่งสาร ความกระตือรือร้น เป็นต้น ซึ่งอาจแสดงออกมาในลักษณะของการใช้ภาษาที่ให้ความเป็นกันเอง

ซึ่งนอกจากคุณสมบัติข้างต้นแล้ว เขายังกล่าวด้วยว่า สถานภาพก็เป็นตัวกำหนดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารด้วย ในลักษณะดังนี้คือ

1. บุคคลที่เป็นผู้ส่งสารที่มีสถานภาพ หรือเกียรติยศสูงกว่าผู้รับสาร สถานภาพจะทำให้บุคคลนั้นๆ เป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูง
2. บุคคลที่เป็นผู้ส่งสารอาจมีสถานภาพสูงแต่มีความน่าเชื่อถือต่ำ หรือในทางกลับกันอาจมีสถานภาพต่ำแต่มีความน่าเชื่อถือสูง

Berlo (1966) ได้ข้อสรุปจากการศึกษาในเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารว่า มีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารใช้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร คือ

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจ (Safety Factor) อันประกอบด้วยคุณสมบัติคือ
 - ใจดี (Kind)
 - เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย (Congenial)
 - เป็นมิตร (Friendly)
 - ไม่ขัดคอใคร (Agreeable)
 - น่าคบ (Pleasant)
 - สุภาพ (Gentle)
 - ไม่เห็นแก่ตัว (Unselfish)
 - ยุติธรรม (Just)
 - รู้จักให้อภัย (Forgiving)
 - เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (Hospitality)
 - ร่าเริง (Cheerful)
 - มีศีลธรรม (Ethical)
 - อุตุน (Patient)
 - สงบ เยือกเย็น (Calm)
2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) อาทิเช่น
 - มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง (Experienced)
 - ได้รับการฝึกฝน (Trained)
 - มีทักษะ ความชำนาญ (Skilled)
 - มีความสามารถ (Able)
 - มีความฉลาดหลักแหลม (Intelligent)
3. ปัจจัยด้านพลวัตรของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) ประกอบด้วย
 - ความมุทะลุ (Aggressive)
 - รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathic)
 - ตรงไปตรงมา (Frank)
 - กล้า (Bold)
 - กระตือรือร้น (Active)
 - รวดเร็ว (Fast)
 - คล่องแคล่ว (Energetic)

ในขณะที่ Jacobson (อ้างถึงใน สรรค์วี คชาชีวะ, 2527) เน้นถึงศักยภาพในการนำเสนอข่าวสารของแหล่งสารมากกว่า โดยได้วิเคราะห์ความมีพลังของผู้ส่งสารไว้ว่า

1. ผู้ส่งสารที่สามารถครอบครองการสื่อสารได้มากจนแทบจะผูกขาดจะมีอำนาจมากและมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นได้ แสดงว่า ผู้ส่งสารที่สามารถนำเสนอเรื่องที่ต้องการโน้มน้าวใจได้เป็นจำนวนมากย่อมทำให้สารมีพลัง
2. ผู้ส่งสารที่มีข้อมูลมากที่สุดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะเป็นผู้ส่งสารที่มีพลัง จึงกล่าวได้ว่า ถ้าผู้ส่งสารสามารถเสนอเรื่องราวโดยแสดงหลักฐานมากที่สุด สารนั้นจะมีพลัง
3. ผู้ส่งสารที่ให้สัญญากับผู้รับสารได้ในการเสนอข่าวสารตอนที่ผู้รับสารต้องการหรือยังสามารถสนองความต้องการของผู้ส่งสารได้มากเพียงใด ก็ยิ่งจะมีอิทธิพลมากเท่านั้น
4. ในกรณีที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในชีวิตในอดีตและเป็นที่รู้จักหรือได้รับความนิยมจากผู้อื่น จะเป็นผู้ส่งสารที่มีพลัง

ในการประเมินถึงความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น นักวิจัยมักประเมินจากลักษณะหลัก 3 ประการด้วยกัน (พีระ จิรโสภณ, 2537) คือ

1. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) เช่น มีความซื่อสัตย์จริงใจและยุติธรรม ฯลฯ
2. ความเชี่ยวชาญสามารถ (Expertness) เช่น ผ่านการศึกษา ฝึกอบรม มีประสบการณ์ มีความรู้ มีความชำนาญ มีทักษะ ฯลฯ
3. ความคล่องแคล่วกระฉับกระเฉง (Dynamism) เช่น มีชีวิตชีวา ตื่นตัว ไม่น่าเบื่อ เป็นต้น

ทั้งนี้ แหล่งข่าวสารบางคน หรือบางประเภท อาจจะมีลักษณะเด่นในบางด้านเป็นพิเศษ แต่โดยทั่วไปแล้ว สามารถจะเปรียบเทียบได้ว่าแหล่งข่าวสารใดจะมีความน่าเชื่อถือสูงกว่า ก็โดยพิจารณาทั้ง 3 ด้านดังกล่าวรวมกัน อย่างไรก็ตาม นักวิจัยบางท่าน อาจประเมินจากบุคลิกลักษณะด้านอื่น ๆ เพื่อเติม เช่น การคบค้าสมาคมได้ ความสุภาพ เป็นกันเอง ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของ Hovland and Weiss (1951) ยังพบด้วยว่า ระยะเวลาที่ผ่านไปมีผลเกี่ยวข้องกับความเชื่อต่อแหล่งสารกับความคิดเห็นต่อข่าวสาร โดยทำให้ทั้งสองสิ่งไม่มีความสัมพันธ์กันอีกต่อไป กล่าวคือ เมื่อเวลาผ่านไป แหล่งสารอาจไม่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งของผู้รับสารอีกซึ่งก็อาจเป็นเพราะผู้รับสารไม่ได้นำเอาแหล่งสารมาเป็นปัจจัยประกอบในการพิจารณาสารนั้น ๆ อีกต่อไป แต่การค้นพบดังกล่าวนี้ ก็ยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากการวิจัยในระยะต่อมาอย่างเด่นชัด ซึ่งนักวิจัยกล่าวว่า ปรากฏการณ์นี้ อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีความคิดเห็นเฉพาะเรื่องเท่านั้น (พีระ จิรโสภณ, 2537)

แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและคุณสมบัติของสื่อ

สื่อ (Channel หรือ Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารโดยจะเป็นพาหนะหรือตัวกลางในการนำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร หากที่ผู้ส่งสารซึ่งต้องการส่งสารไปยังผู้รับ ไม่มีสื่อเพื่อการส่งสาร การสื่อสารนั้นๆ ก็ย่อมไม่เกิดขึ้น

ชวรัตน์ เชิดชัย (2527) กล่าวถึงสื่อไว้ว่า สื่อคือช่องทางข่าวสาร ซึ่งอาจเป็นคำพูด ตัวอักษร หรืออย่างอื่นซึ่งเป็นคำที่ยืมมาจากระบบการสื่อสารโทรคมนาคมและนำมาประยุกต์ต่างๆ กันในกระบวนการสื่อสาร ดังนั้น สื่อจึงหมายถึงหนทางซึ่งแหล่งข่าวสารใช้สำหรับส่งข่าวสารต่างๆ ไปสู่ผู้รับ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ช่องทางข่าวสารอาจจะถือได้ว่าเป็นทาง (Paths) หรือเป็นพาหนะ (Vehicles) ที่นำข่าวสารจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดหมายปลายทางนั่นเอง

สำหรับการจัดแบ่งประเภทของสื่อที่มนุษย์ใช้ในการสื่อสาร ไม่มีข้อกำหนดหรือหลักเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว เราจึงสามารถจัดแบ่งประเภทของสื่อได้หลายแบบ แตกต่างกันไปตามเกณฑ์ที่ใช้ ส่วนการเลือกและใช้สื่อ มักมีวิธีการแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้รับ ลักษณะของข่าวสารและขั้นตอนในกระบวนการยอมรับของผู้รับสารหากเลือกและใช้สื่อแต่ละประเภทไม่เหมาะสมแล้ว ความสำเร็จของการสื่อสารก็จะเป็นไปได้ยาก (อนันต์ธนา อังกินันท์, 2528)

ในเรื่องคุณสมบัติของสื่อที่มีผลต่อการเปิดรับหรือไม่เปิดรับของผู้รับสารนั้น Askin (อ้างถึงในสุโขทัยธรรมมาราช, 2534) เสนอว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่มีลักษณะดังนี้

1. เป็นสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) หรืออีกนัยหนึ่ง ผู้รับสารจะไม่เปิดรับสื่อที่ตนเองไม่สามารถจัดหา หรือเปิดรับได้
2. เป็นสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ความเชื่อและทัศนคติของตน
3. เป็นสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับได้โดยสะดวก (Convenience) กล่าวคือ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ตนไม่ต้องใช้ความพยายามในการจัดหาหรือเปิดรับมากนัก
4. เป็นสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับอยู่แล้วเป็นประจำ หรืออีกนัยหนึ่ง ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness)

ในขณะที่ผลของการศึกษาโดย Ropper (1967) ชี้ว่า ปัจจัยที่สามารถเป็นตัวช่วยการตัดสินใจของบุคคลในอันที่จะเลือกเปิดรับข้อมูลจากสื่อใดสื่อหนึ่ง ประกอบด้วย

1. ความคมชัดของสื่อในการเสนอเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (Fidelity) ไม่ว่าจะ เป็นในแง่ของการเสนอสัญลักษณ์ทางคำพูด สัญลักษณ์ภาพ สี เสียง และการเคลื่อนไหว
2. ความเร็วในการส่งสาร (Delivery Speed) คือระยะเวลาระหว่างเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้นกับเวลาที่สื่อสามารถนำเสนอต่อกลุ่มเป้าหมาย
3. ความสามารถในการเคลื่อนย้ายของสื่อ (Portability) คือ ความสะดวกในการที่สื่อจะสามารถเคลื่อนไปมาในสภาพแวดล้อม เพื่อครอบคลุมเหตุการณ์และเพื่อเข้าถึงบุคคลที่มีข้อมูล
4. ความสามารถในการทบทวน (Reviewability) คือ ความสะดวกในการที่ผู้รับสารจะทบทวนสารที่ได้รับเพื่อสนองความต้องการของตนเอง
5. ความสามารถในการครอบคลุมเนื้อหาของสื่อ (Coverage) คือ อัตราข้อมูลที่เป็นที่สนใจซึ่งสื่อสามารถนำเสนอต่อผู้รับสาร
6. ความสามารถในการเข้าถึงปฏิริยาตอบสนอง (Accessibility to feedback) คือ ความสะดวกในการที่ผู้รับสารจะแสดงปฏิริยาตอบสนองต่อสารที่ได้รับ

นอกจากนี้ Rao (อ้างถึงใน พัทณี เชยจรรยาและคณะ, 2530) ยังได้เสนอถึงมิติต่างๆ ที่จะช่วยในการประเมินประสิทธิภาพของช่องทาง หรือสื่อ อันอาจจัดเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือของช่องทาง (Channel Credibility) คือความเชี่ยวชาญ และความน่าไว้วางใจของช่องทางในสายตาหรือความรู้สึกของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น จากการวิจัยในสหรัฐอเมริกา พบว่า คนในสังคมซึ่งมีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจสูง มักมองสิ่งตีพิมพ์ว่า น่าเชื่อถือกว่าสื่ออื่นๆ
2. ปฏิริยาตอบสนองจากช่องทาง (Channel Feedback) ได้แก่ โอกาสที่ช่องทางหรือสื่อเปิดให้ผู้รับสารได้ตอบสนองต่อสารในทันทีทันใด หรือได้อย่างเต็มที่ เพื่อให้มีผลกระทบต่อแหล่งสาร เช่น การพูดคุยโต้ตอบ
3. การมีส่วนร่วมในช่องทาง (Channel Involvement) คือ ความพยายามที่จะต้องใช้ประสาทรับรู้ต่าง ๆ ทั้งหมดในการเข้าใจสารหรือข้อมูลที่ได้จากช่องทางการสื่อสารนั้นๆ
4. โอกาสในการใช้ช่องทาง (Channel Availability) คือโอกาสที่จะใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ในบางภูมิภาคอาจจะหาโอกาสใช้ช่องทางบางอย่างได้ยาก เช่น ในเขตที่มีประชากรเบาบางมากหรือมีฐานะยากจน ไม่เหมาะที่จะใช้สื่อโทรทัศน์หรือในเขตที่มีคนอ่านหนังสือไม่ออกเป็นส่วนใหญ่ไม่ควรใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เป็นต้น
5. ความสามารถในการเก็บรักษาสารของช่องทาง (Channel Permanency) คือความคงทนของช่องทางสื่อสารในการถ่ายทอดและรักษาสารเป็นเวลานาน อาทิเช่น หนังสือพิมพ์ จะมีคุณสมบัติในการถ่ายทอดและรักษาสารสูงในขณะที่วิทยุหรือโทรทัศน์มีอายุการถ่ายทอดหรือนำสารเพียงสั้นๆ

6. กำลังการแพร่กระจายสารของช่องทาง (Channel Multiplicative Power) คือศักยภาพของช่องทางในการครอบคลุมพื้นที่ที่ต้องการสื่อสารให้แพร่กระจายขยายออกไปด้วยความเร็วและเวลา ซึ่งสื่อมวลชนสามารถแพร่กระจายสารและทำให้อาสาสมัครนั้นเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมากในเวลาเดียวกัน แต่การสื่อสารแบบซึ่งหน้าจะมีศักยภาพในด้านนี้ต่ำ

7. การเสริมการทำงานของช่องทางอื่น (Channel Complementarily) คือศักยภาพของช่องทางในการเสริมงานด้านการสื่อสารของช่องทางอื่น

รุ่งนภา พิตรปรีชา (2528) กล่าวว่า การสื่อที่จะเข้าถึงผู้รับได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ คือ

1. ความสะดวกของผู้รับในการใช้สื่อ ได้แก่ ความสามารถของสื่อที่จะเข้าถึงผู้รับในที่ใดก็ตาม ไม่ว่าจะห่างไกลเพียงใด และหมายรวมถึงความสามารถของผู้รับที่จะเป็นเจ้าของสื่อ และความสะดวกต่อการใช้สื่อนั้น ๆ เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งนับว่าเป็นสื่อที่ผู้รับมีความสะดวกในการใช้สูง เพราะออกอากาศด้วยคลื่นความถี่ที่มีรัศมีกว้างไกล มีราคาไม่แพง สามารถนำติดตัวไปในที่ต่างๆ ได้โดยสะดวกแม้ว่าจะเป็นเวลาทำงาน

2. ความสามารถในการรับสารได้ทันทีที่ต้องการ คือ ความสะดวกในการเลือกรับสารและรับสารซ้ำ ๆ จากสื่อใด ๆ เมื่อผู้รับต้องการจะทบทวนสารที่ได้รับไปแล้ว เช่น หนังสือพิมพ์ นับเป็นสื่อที่มีความสามารถสูง เพราะผู้อ่านสามารถหยิบมาอ่านได้อีกในทันทีที่ต้องการ และยังสามารถเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดหรือไม่อ่านฉบับใดก็ได้

3. ความรวดเร็วในการส่งสาร คือ ความสามารถในการส่งสารไปยังผู้รับอย่างรวดเร็ว โดยผู้รับสามารถรับสารได้ในขณะที่ผู้ส่งสารกำลังส่งสารอยู่ ณ ต้นทาง เช่น รายการสดต่างๆ เป็นต้น

แนวคิดว่าด้วยสารและคุณสมบัติของสาร

Berlo (1960) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “ สาร ” ไว้ว่า เป็นผลผลิตทางกาย (Physical Product) ของผู้ส่งสาร ซึ่งมีองค์ประกอบที่เข้ามาเกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ส่วน คือ

1. รหัสสาร (Message Code) ได้แก่ กลุ่มของสัญลักษณ์ซึ่งสามารถจะนำมาจัดโครงสร้างให้มีความหมายที่ผู้รับสารเข้าใจได้ ทั้งนี้ การที่รหัสสารจะเกิดขึ้นได้ ต้องมีส่วนประกอบ (Group of Element) และกระบวนการในการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ส่วนประกอบเหล่านั้นมีความหมายขึ้นมา ตัวอย่างของรหัสสาร เช่น ภาษาอังกฤษ ซึ่งมีส่วนประกอบคือ เสียง ตัวอักษร คำ ฯลฯ โดยส่วนประกอบเหล่านี้ได้รับการเรียบเรียงอย่างเป็นระบบให้อยู่ในลักษณะที่มีความหมาย

2. เนื้อหาสาร (Message Content) คือ ส่วนประกอบในตัวสาร ที่ผู้ส่งสารใช้เพื่อการถ่ายทอดสาระ ข้อมูล หรือเจตนาารมณ์ของตน

3. การจัดสาร (Message Treatment) คือ การพิจารณาเลือกสาร จัดโครงสร้างรหัสและเนื้อหาสารซึ่งกระทำโดยผู้ส่งสาร

โดยทั่วไปสารแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. วจนสาร หรือวจนภาษา (Verbal Message or Language) คือสาร หรือภาษาที่แสดงออกในรูปของถ้อยคำ คำพูด หรือตัวอักษร ซึ่งได้แก่ ภาษาพูด ภาษาเขียน เป็นต้น

2. อวจนสาร หรืออวจนภาษา (Nonverbal Message or Language) คือสารหรือภาษาที่ไม่ได้แสดงออกโดยใช้ถ้อยคำ คำพูดหรือตัวอักษรโดยตรง แต่แสดงออกในทางอื่นซึ่งสามารถสื่อความหมายบางอย่างได้เช่นกัน ได้แก่ ระยะเวลาห่างระหว่างบุคคล สายตา น้ำเสียง การแสดงออกทางสีหน้า กริยาท่าทาง การสัมผัส และรูปลักษณะต่างๆ

ความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสาร คือ การทำหน้าที่เร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมาย และมีปฏิกิริยาตอบสนอง การที่ผู้รับสารจะรับสารที่ถูกส่งมาในรูปของสัญลักษณ์ได้หรือไม่ นั้น ขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับมีทักษะในการรับสารมากหรือน้อย ผู้รับสารซึ่งมีทักษะในการรับสารย่อมจะช่วยให้พฤติกรรมกรรับสารเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2528) ในขณะเดียวกัน ลักษณะของเนื้อหาสารเองก็จัดเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการสื่อสารด้วยซึ่ง Schramm (1969) ได้เสนอว่า

1. สารนั้นจะต้องมุ่งถึงผู้รับสารและได้รับความสนใจจากผู้รับสาร โดยการมุ่งสร้างสารให้ผู้รับสารสนใจ ซึ่งจะต้องคำนึงถึงกาลเทศะ การส่งรหัส เป็นต้น

2. สารนั้นต้องมีสัญลักษณ์แสดงถึงความเหมือนกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารเพื่อแลกเปลี่ยนความหมายให้กันและกันได้ทราบชัด ซึ่งมีไม่เพียงแต่คำนึงถึงภาษาในการสื่อสารอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังคงเข้าใจในส่วนของความนึกคิดของผู้รับสารด้วย เพื่อให้สารที่สื่อไปนั้นบรรลุประสิทธิภาพ

3. สารต้องเร้าความต้องการของผู้รับและแนะนำวิธีการที่ผู้รับสารจะได้รับการตอบสนองความต้องการ เช่น การโฆษณาสินค้านอกจากจะเน้นเร้าความต้องการของผู้รับสารแล้ว โดยทำให้เกิดความอยากซื้อ ผู้ส่งสารจะต้องบอกถึงวิธีซื้อหรือสถานที่ที่จะซื้อด้วย

4. สารต้องแนะนำวิธีที่ผู้รับสารที่จะตอบสนองความต้องการของตนตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ของกลุ่ม การที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่อยู่อาศัยรวมกันเป็นกลุ่ม ค่านิยมที่เกิดขึ้นก็จะอิงที่สอดคล้องกับกลุ่มเป็นสำคัญ การสร้างสารที่จะให้มีประสิทธิภาพจึงควรให้สอดคล้องกับครรลองวิถีชีวิตของกลุ่มด้วย

ทั้งนี้ ระดับความรู้และทัศนคติของผู้รับสาร ก็เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารเช่นกัน กล่าวคือ

1. การที่ผู้รับสารขาดความรู้ในเรื่องที่ตนเองจะเป็นผู้รับสาร จะทำให้ไม่สามารถรับสารได้อย่างแจ่มแจ้ง ในทางตรงกันข้าม การที่ผู้รับสารสำคัญผิดว่าจนมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จะทำการสื่อสารมากพอแล้ว ก็อาจเกิดความไม่สนใจ ไม่ตั้งใจที่จะรับสาร หรือเกิดความเข้าใจผิดในสารซึ่งเป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้อง และเป็นอุปสรรคที่ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุผลได้

2. ในกรณีที่ผู้รับสารมีทัศนคติอันไม่พึงประสงค์ต่อการสื่อสาร หัวข้อหัวข้อการสื่อสาร ตลอดจนผู้ส่งสาร ก็ย่อมทำให้การรับสารไม่บรรลุผลได้ โดยอาจทำให้เกิดความรู้สึกไม่อยากจะรับสาร นอกจากนั้น ผู้รับสารก็อาจจะเป็นผู้ตั้งความหวังมากเกินไปในการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ ซึ่งก็อาจทำให้เกิดความรู้สึกไม่สมหวัง ผิดหวัง ไม่ได้ตั้งใจ ซึ่งก็มีผลทำให้เกิดความรู้สึกไม่สู้จะชื่นชมกับการสื่อสารในครั้งนั้นๆ ขึ้นได้ สิ่งเหล่านี้ เป็นอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นกับตัวผู้รับสาร ดังนั้น ในการแสดงบทบาทเป็นผู้รับสาร ผู้รับสารจะต้องเปิดใจให้กว้างและพยายามขจัดอคติหรือความลำเอียงใดๆ ที่จะมีต่อผู้ส่งสาร สาร และสถานการณ์การสื่อสารในครั้งนั้น ทั้งนี้ เพื่อให้การรับสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ สารที่ผู้ส่งสารส่งออกไปยังผู้รับสารยังอาจเป็นอุปสรรคของการสื่อสารได้ หากผู้ส่งสารไม่ได้พิจารณาถึงกำลังความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร หรือไม่ได้คำนึงถึงความยากง่ายในอันที่ผู้รับสารจะตีความสารของตน เช่น ส่งสารที่มีลักษณะยากหรือง่ายเกินไปสำหรับผู้รับสาร ส่งสารที่มีลักษณะซับซ้อนคลุมเครือ ส่งสารโดยมิได้จัดลำดับเรื่องราวอย่างเป็นระเบียบพอ เมื่อเป็นเช่นนี้ วิธีเรียบเรียงและจัดความคลุมเครือของสารจึงเป็นหัวข้อหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากนักนิเทศศาสตร์ อาทิ เช่น Bettinghaus (1980) ได้กล่าวถึงวิธีการจัดเรียบเรียงข้อความสำหรับสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพว่า มักได้แก่การจัดเรียบเรียงในแบบแผนที่ผู้รับคุ้นเคย โดยมีรายละเอียดคือ

1. จัดเรียบเรียงตามตำแหน่งพื้นที่ (Spatial or Geographic Organization) อันได้แก่ การเรียบเรียงองค์ประกอบของสารโดยอาศัยตำแหน่งที่ตั้งของสิ่งที่กล่าวถึงเป็นเกณฑ์
2. เรียบเรียงตามลำดับเวลา (Chronological/Historical Organization) หรือการเรียบเรียงโดยอ้างถึงสภาพการณ์ที่เป็นมาในอดีต แล้วนำไปสู่การคาดการณ์หรือการหาแนวทางยุคที่จะเกิดขึ้นต่อไป
3. เรียบเรียงโดยจัดแบ่งเป็นหัวข้อ (Topical Organization) ซึ่งมักทำโดยหยิบยกประเด็นหลักของสารขึ้นมาเขียนในรูปของวลีหรือประโยคคำถาม อันจะทำให้ประเด็นดังกล่าวชัดเจนมากขึ้น
4. เรียบเรียงโดยวิธีการนิรนัย (Deductive) เป็นการให้เหตุผลตามหลักตรรกวิทยา โดยเริ่มจากการกล่าวถึงสถานการณ์ทั่วไปที่เกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขหนึ่งๆ จากนั้นจึงเสนอสถานการณ์เฉพาะที่ต้องการกล่าวถึง ซึ่งเกิดขึ้นภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน ซึ่งเมื่อใช้หลักตรรกวิทยาก็จะสรุปได้ว่า สถานการณ์เฉพาะจะต้องเป็นไปในแนวทางเดียวกับสถานการณ์ทั่วไปด้วย

5. เรียบเรียงโดยวิธีการอุปนัย (Inductive) ได้แก่ การเสนอสารโดยยกตัวอย่างสถานการณ์ที่มีลักษณะเดียวกันหลาย ๆ ตัวอย่าง แล้วสรุปถึงสถานการณ์เฉพาะที่ต้องการพูดถึงว่า ควรจะต้องเกิดขึ้นหรือเป็นไปในลักษณะเดียวกับตัวอย่างที่ได้หยิบยกขึ้นมา

การเรียบเรียงสารที่ไม่เป็นระเบียบ ความคลุมเครือของสาร นอกจากจะเป็นเหตุให้การสื่อสารมีอุปสรรคแล้ว สารที่มีลักษณะขัดกับระบบความคิด ความเชื่อ และค่านิยมของผู้รับสารอย่างรุนแรงก็อาจจะเป็นอุปสรรคในการสื่อสารได้เช่น เช่น ถ้านำสารซึ่งมีลักษณะให้คุณค่าในเรื่องความเชื่อทางไสยศาสตร์ไปสื่อสารในกลุ่มคนที่มีความคิดในเชิงวิทยาศาสตร์ เชื่อในระบบเหตุผล สารนั้นก็ย่อมจะไม่มี ความหมาย การสร้างสารที่สอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ ค่านิยมของคนในวัฒนธรรมนั้น ก็ย่อมจะทำให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผลได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ลีนา ลิมอภิชาติ (2536) ที่กล่าวว่า ผู้รับข่าวสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มาสสนับสนุนทัศนคติ ความคิด (Perception) ที่มีอยู่ก่อนแล้ว รวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นเช่นนั้น ผู้รับข่าวสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับท่าทีทางจิตใจ (Predisposition) ที่มีอยู่ก่อนแล้ว ข่าวสารที่แสวงหาจึงจะไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อดั้งเดิมของตน (ลีนา ลิมอภิชาติ, 2536)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร

Wilbur Schramm (1964) พบว่าการศึกษามีอิทธิพลต่อความสนใจข่าวสารการเมือง ส่วนอาชีพและรายได้จะมีอิทธิพลต่อเมื่อคนมีการศึกษาต่ำเท่านั้น นั่นคือ ถ้าคนมีการศึกษาสูงแล้ว ไม่ว่าจะอยู่ในอาชีพใด มีฐานะทางเศรษฐกิจอย่างไร ความสนใจข่าวสารทางการเมืองก็จะไม่แตกต่างกัน แต่ถ้ามีการศึกษาต่ำแล้ว การมีฐานะดีขึ้น มีอาชีพที่มีค่านิยมสูงในสังคม จะช่วยเพิ่มความสนใจข่าวสารการเมืองให้กับประชาชนด้วย

McNally and Fondevca (1964) ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารด้านการเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยคออสตาริกัน และพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจไม่มีผลต่อการสนใจข่าวสารทางการเมืองของนักศึกษา

McComb and Mullins (1973) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา การใช้สื่อมวลชน และความสนใจทางการเมือง พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชน และการใช้สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง แต่การศึกษามีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง

เมืองโดยทางอ้อมเท่านั้น คือ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อมวลชน และเพราะการใช้สื่อมวลชนมีมากขึ้นในหมู่ผู้มีการศึกษา จึงทำให้เขาสนใจข่าวสารทางการเมืองไปด้วย แต่ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการศึกษากับความสนใจทางการเมืองโดยไม่ผ่านการใช้สื่อมวลชนนั้นไม่มี ซึ่งชี้ให้เห็นว่า แม้การศึกษาจะเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อมวลชน แต่ก็ไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจทางการเมืองด้วย

เวทย์ ฆโนปัจจัย (2516) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อมวลชน พบว่า มีปัจจัยสำคัญหลายประการที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคล โดยสรุปว่า ปัจจัยทางด้านภูมิศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน กล่าวคือ การกระจายของประชากรในแต่ละภูมิภาคและความแตกต่างในด้านอาชีพของประชากร ไม่มีผลโดยตรงต่อการเปิดรับสื่อมวลชน ส่วนปัจจัยทางประชากรในเรื่องอายุของประชากรในชนบทกับในเมืองนั้น มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ วิทยุและโทรทัศน์ในลักษณะที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อายุของประชาชนในชนบทมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ แต่อายุของประชาชนในชนบทมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับการเปิดรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ศิริชัย ศิริภาวะ (2525) ศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองปนชนบท พบว่า ความมากน้อยในการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังพบด้วยว่า สื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นสื่อที่มีผู้นิยมใช้มากเรียงตามลำดับ โดยที่โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มของการได้รับความนิยมนสูงขึ้นเป็นอย่างมาก

ชลลดา วงศิริชัย (2526) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นเมืองกับการเปิดรับสื่อมวลชนของหัวหน้าครัวเรือนในเขตเทศบาลเมือง จ. ลำปาง พบว่า ผู้มีอาชีพไม่ใช้แรงงานเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้มีอาชีพใช้แรงงาน ผู้มีรายได้แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกัน และผู้มีระดับการศึกษาแตกต่างกันก็มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันด้วย ส่วนปัจจัยด้านระดับความเป็นเมืองและการเลื่อนขั้นทางสังคม มิได้มีส่วนสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน

ธารินี รอดสน (2527) ทำการศึกษาเรื่อง การสื่อสารเพื่อการเจริญพันธ์ โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่าง อายุ การศึกษา รายได้ กับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและการแสวงหาสารสนเทศ เรื่องการเจริญพันธ์จากสื่อมวลชน พบว่า อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชนและการแสวงหาสารสนเทศเรื่องการเจริญพันธ์จากสื่อมวลชน ในขณะที่การศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ

มวลชน และการแสวงหาสารสนเทศเรื่องการเจริญพันธุ์จากสื่อมวลชน ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาสารสนเทศเรื่องการเจริญพันธุ์จากสื่อมวลชน

เสมอสุข อุไรสวัสดิ์ (2528) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารการรับสมัครงานจากสื่อวิทยุและหนังสือพิมพ์ของผู้สมัครเป็นอาสาสมัครรุ่นที่ 26 ของกรมการพัฒนาชุมชน พบว่า

1. เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากวิทยุและหนังสือพิมพ์ และการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากวิทยุ แต่การศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากหนังสือพิมพ์

2. รายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากสื่อวิทยุ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไป และข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากสื่อหนังสือพิมพ์

วรรณพร เนตรอำนาจ (2528) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคล กับการสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานในต่างประเทศ โดยกำหนดให้กลุ่มคนงานที่จะเดินทางไปทำงานในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง จำนวน 225 คน เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารดังกล่าวได้แก่ การศึกษา อาชีพเดิม รายได้เดิม และมูลเหตุจูงใจในการทำงาน ส่วนปัจจัยด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสาร ทั้งนี้ แหล่งข่าวสารแรกของคนงานส่วนใหญ่เป็นสื่อบุคคลมากกว่าสื่ออื่น รองลงมาคือสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์

วิชัย ทิพย์สุวรรณ (2529) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างความทันสมัย การศึกษา รายได้ และประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่ของกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จังหวัดอุบลราชธานี กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 647 คน พบว่า ความทันสมัย การศึกษา รายได้ ประสบการณ์ในตำแหน่งหน้าที่ของกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว

อัจฉราวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2529) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชน กับการพัฒนาลักษณะสมัยใหม่ของเยาวชนในเขตเมืองและเขตชนบท พบว่า เยาวชนไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิง ไม่มีความแตกต่างกันในเรื่องของการเปิดรับสื่อมวลชน

อัจฉรา ธวัชวิบูลย์ผล (2530) ศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารเรื่องการทำหมันชายของผู้รับบริการทำหมันชายที่สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน ในส่วนที่เกี่ยวกับลักษณะทางประชากร เศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรมการสื่อสารเรื่องทั่วไป พบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ ภาพยนตร์ การสื่อสารกับบิดามารดา ญาติพี่น้อง เพื่อ และการสื่อสารกับสื่อบุคคลทั้งหมด การศึกษาก็มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อมวลชนรวมทั้งหมดเช่นเดียวกัน และการศึกษาก็ยังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ส่วนอาชีพมีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับเพื่อน

ทัศนัย สุนทรวิภาค (2531) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยกับการมาท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในพัทยา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรในเรื่องเพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์ อายุ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากนิตยสาร ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองไทยจากหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วีดีโอ โปสเตอร์ แผ่นพับ การจัดนิทรรศการ และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

บุญชัย รัตนวีระประดิษฐ์ (2532) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับข่าวสารเกี่ยวกับกีฬาทางโทรทัศน์ กับความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของเยาวชนในกลุ่มเยาวชนที่เป็นสมาชิกของศูนย์ส่งเสริมกีฬาของศูนย์เยาวชน กรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์ของเยาวชนชาย-หญิง มีความแตกต่างกัน ส่วนการเปิดรับข่าวสารด้านกีฬาทางโทรทัศน์ของเยาวชนที่มีอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ต่างกัันนั้น ไม่มีความแตกต่างกัน

พจมาลย์ ลีลาญะ (2532) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ชาวเกษตร พบว่า เพศชายมีแนวโน้มที่จะเปิดรับหนังสือพิมพ์รายวันมากกว่าเพศหญิง และผู้มีอายุระหว่าง 40-49 ปี จะเปิดรับหนังสือพิมพ์รายวันในระดับสูงกว่าผู้ที่มีอายุต่ำกว่าหรือสูงกว่า ขณะที่ผู้จบการศึกษาในระดับสูงจะเปิดรับวิทยุกระจายเสียงและนิตยสารในระดับสูงกว่าผู้มีการศึกษาในระดับต่ำ ส่วนผู้มีรายได้สูงจะเปิดรับหนังสือพิมพ์รายวันในระดับสูงกว่าผู้มีรายได้ต่ำ นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ชาวเกษตรใช้เวลาในการเปิดรับสารประเภทให้ความบันเทิงมากกว่าข่าวสารเกี่ยวกับเกษตร ซึ่งอาจเนื่องมาจากสื่อมวลชนส่วนใหญ่จะเสนอรายการที่มุ่งเน้นการให้ความบันเทิง

นฤมล มังคลิกุล (2533) ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคมและประชากรกับความต้องการและความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองของประชาชน ในเขต อ. ดำเนินสะดวก จ.ราชบุรี โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้และระดับการ

ศึกษา พบว่า ปัจจัยทั้งหมด คงมีแต่ตัวแปรอาชีพเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในข่าวสารการเมืองและตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการข่าวสารการเมืองได้แก่ ระดับการศึกษาและรายได้

สุภาพงษ์ ระววยทรง (2535) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ และเพศมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ อายุมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางวิทยุ การศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางสื่อมวลชน การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศ นอกจากนี้ การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ยังมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศด้วย

สุวรรณี โพธิศรี (2535) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร และพบว่า ปัจจัยทางด้านอายุ รายได้และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลจากนิตยสาร รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์และโปสเตอร์ อาชีพและรายได้มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารกับครู

สุภารักษ์ จุตระกุล (2537) ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลของการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อการหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่จากงานนิทรรศการต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่อายุแตกต่างกันจะเปิดรับข่าวสารจากนิตยสาร วิทยุ ครู โปสเตอร์ งานนิทรรศการแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่อาชีพแตกต่างกัน จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อร่วมอาชีพ ครู แม่น้ำ พับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่ระดับการศึกษาแตกต่างกัน เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน แม่น้ำ พับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกัน เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ เพื่อร่วมอาชีพ ครู แม่น้ำ พับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ แตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังพบว่า การเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ แม่น้ำ พับ โปสเตอร์ งานนิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการทิ้งขยะแยกประเภทเพื่อหมุนเวียนกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว โปสเตอร์ งานนิทรรศการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน บุคคลในครอบครัว เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมอาชีพ แม่น้ำ พับมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม

สิริพร จิตรักษ์ธรรม (2537) ทำการศึกษาถึงการเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์และนิตยสารด้านธุรกิจของผู้ประกอบการส่งออก พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด รองลงมาได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร/วารสาร และเคเบิลทีวี นอกจากนี้ ยังพบว่า ระดับอายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณการเปิดรับหนังสือพิมพ์ด้านธุรกิจแตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน การเป็นเจ้าของธุรกิจที่ต่างกัน ทำให้ปริมาณการเปิดรับนิตยสาร/วารสารแตกต่างกัน

สุกัญญา นาคสุข (2537) ทำการศึกษาในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนกับความทันสมัยของประชาชนในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าการติดต่อกับสังคมภายนอก อายุ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน แต่เพศชายไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน ส่วนการติดต่อกับสังคมภายนอก ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับความทันสมัย แต่เพศชายและอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความทันสมัย นอกจากนี้ ยังพบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความทันสมัยของกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์

สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ (2531) ศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคและภาพพจน์ของตลาดหลักทรัพย์ พบว่า แหล่งข่าวสารที่นักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์ ให้ความสำคัญมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย บริษัทสมาชิก และบริษัทจดทะเบียน ส่วนข้อมูลที่เสนอโดยสื่อมวลชน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ วารสารทางธุรกิจ ตลอดจนรายการทางวิทยุ โทรทัศน์ ได้รับความเชื่อถือไม่มากนัก แต่กลับเป็นแหล่งข้อมูลที่นักลงทุนเปิดรับข่าวสารในระดับที่สูงที่สุด

ปรากฏ ทวีสุวรรณ และคณะ (2531) ทำการศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย” พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการลงทุนในหลักทรัพย์ของนักลงทุนซึ่งนอกเหนือไปจากเรื่องของผลตอบแทนแล้ว ยังประกอบด้วย

1. การให้ข่าวของบริษัทจดทะเบียน และการให้ข่าวของตลาดหลักทรัพย์ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน รองลงมาประกอบด้วย การซื้อขายของนักลงทุนต่างชาติ เพื่อนหรือคนเล่นหุ้นด้วยกัน ข้อคิดเห็นของโบรกเกอร์ และการซื้อขายของโบรกเกอร์ ตามลำดับ
2. ดัชนีราคาหลักทรัพย์ในต่างประเทศ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ราคาหลักทรัพย์ในตลาดนิวยอร์ก นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่งเห็นว่าดัชนีทุกตลาดมีความสำคัญพอ ๆ กัน และมีเพียงส่วนน้อยที่เห็นว่าดัชนีราคาหลักทรัพย์ตลาดโตเกียวมีความสำคัญ ส่วนตลาดอื่น ๆ ไม่มีผู้ตอบว่ามีความสำคัญ

ชลลดา เสริมนิภารัตน์ (2534) ได้ทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างระบบการสื่อสารของนักลงทุนกับการตัดสินใจซื้อขายหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งได้ข้อสรุปเกี่ยวกับการติดตามข้อมูลข่าวสารของนักลงทุนเพื่อใช้ในการซื้อขายหลักทรัพย์ว่าแหล่งสารที่ผู้ลงทุนเลือกใช้มากที่สุดคือ ข่าวสารที่มาจากแหล่งสารที่เป็นนิติบุคคล ซึ่งได้แก่ ข้อมูลที่เสนอโดยบริษัท บริษัทเงินทุน และตลาดหลักทรัพย์ ทั้งนี้ ข่าวสารที่นักลงทุนต้องการใช้เพื่อประกอบการวิเคราะห์และประเมินหาทางเลือกที่จะซื้อหรือขายหุ้น ประกอบด้วยข่าวสาร 5 ประเภทคือ บทความวิจารณ์หุ้น แนวโน้มดัชนีราคาหุ้น ความเคลื่อนไหวของราคาหุ้น สรุปข้อสนเทศบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ฯ และภาวะความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและการเมือง โดยความเคลื่อนไหวของราคาหุ้นเป็นข่าวสารที่นักลงทุนให้ความสำคัญที่สุด นอกจากนี้ ยังได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ตลาดหลักทรัพย์ฯ ควรปรับปรุงการเสนอข่าวสารให้รัดกุมและรวดเร็วขึ้น ตลาดหลักทรัพย์ฯ ควรเป็นศูนย์กลางของแหล่งสารที่พร้อมจะให้ข้อมูลทุกด้านแก่นักลงทุน และมีรายละเอียดมากพอที่ผู้ลงทุนจะไปใช้วิเคราะห์ประกอบการลงทุน เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนด้วย สำหรับในส่วน of ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมและพฤติกรรมการซื้อขายหลักทรัพย์ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการวิจัย พบว่า นักลงทุนที่ซื้อขายหลักทรัพย์ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ระดับการศึกษาส่วนใหญ่คือปริญญาตรี มีอาชีพโดยส่วนใหญ่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว ทั้งนี้ มากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท และเป็นนักลงทุนประเภทนักเก็งกำไรเป็นส่วนใหญ่ โดยมีประสบการณ์ด้านการลงทุนในหลักทรัพย์โดยเฉลี่ย 2.8 ปี และลงทุนด้วยแรงจูงใจสำคัญ คือ กำไรจากการซื้อขายหลักทรัพย์ ผลตอบแทนที่สูงกว่าดอกเบี้ยเงินฝาก และสิทธิในการจองซื้อหุ้นใหม่ในราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด และส่วนใหญ่ลงทุนในวงเงินต่ำกว่า 500,000 บาท ทั้งนี้ เกณฑ์ในการซื้อหลักทรัพย์ประกอบด้วยสภาพของหลักทรัพย์ ราคาและผลตอบแทน ตามลำดับ

วิจิตร อวิรุทธิ์ (2534) ได้ศึกษาถึงกระบวนการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักลงทุนในชาวต่างประเทศ และแนวโน้มรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารในอนาคต พบว่า ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นองค์กรหนึ่งที่จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นในการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามความต้องการของนักลงทุน ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง ภาวะธุรกิจ อุตสาหกรรม ผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนและบทวิเคราะห์หลักทรัพย์รายตัว ในอนาคต ตลาดหลักทรัพย์ฯ ควรมีการให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี ระหว่างแหล่งข้อมูลทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีองค์กรกลางรวบรวมข้อมูลทั้งหมดไว้ นอกจากนี้ ยังควรมีนโยบายในการให้ข้อมูลแก่ทุกองค์กรอย่างเท่าเทียมกันเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจได้ ในด้านของเนื้อหาข้อมูลควรทันต่อเหตุการณ์ ชัดเจน และมีรูปแบบน่าสนใจ ควรลดบทบาทของข่าวลือ ขจัดปัญหาข่าวภายในอย่างจริงจัง รวมทั้งมีการกรองข่าวสารมากขึ้น ส่วนปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบช่องทางการสื่อสารก็คือ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง และน่าเชื่อถือของข้อมูล ประสิทธิภาพของสื่อ การแข่งขันขององค์กรต่างๆ และค่าใช้จ่ายของสื่อ เป็นต้น

ดาววัลย์ ไทยธัญญพานิช (2536) ทำการศึกษาถึงนโยบายและวิธีการในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษารูปได้ว่า นโยบายสำคัญที่ทำให้ตลาดหลักทรัพย์ฯ นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ ได้แก่ นโยบายหลักในการเป็นศูนย์สารสนเทศที่มีประสิทธิภาพและนโยบายในการเป็นตลาดหุ้นสากลระดับโลก และมีการกำหนดนโยบายเสริมโดยการพัฒนาเปลี่ยนระบบการซื้อขายหลักทรัพย์จากระบบเคาะกระดานมาเป็นระบบคอมพิวเตอร์ นโยบายการสร้างความเท่าเทียมกันในการได้รับข้อมูลการซื้อขายหลักทรัพย์และนโยบายการสนับสนุนให้ผู้ลงทุนได้มีข้อมูลที่เพียงพอต่อการตัดสินใจลงทุน ในด้านปัญหา และอุปสรรคจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์ฯ นั้น พบว่ามีปัญหาหลายประการที่ทำให้การดำเนินนโยบายการสร้างความเท่าเทียมกันทางข้อมูลไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ทางด้านแนวโน้มการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของตลาดหลักทรัพย์จะมีการพัฒนารูปแบบข้อมูลข่าวสารให้มีความน่าสนใจ ถูกต้อง แม่นยำ รวดเร็วขึ้น รวมทั้งจะมีการเผยแพร่ข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์ออนไลน์ไปยังผู้ลงทุนโดยตรงด้วย

สุปราณี เชื้อนเพชร (2536) ศึกษาถึงรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารการตลาดกับนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์ เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของข้อมูลดังกล่าวที่มีต่อนักลงทุน และเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการใช้ข้อมูลข่าวสารกับนักลงทุนของบริษัทสมาชิกตลาดหลักทรัพย์ พบว่า ข้อมูลข่าวสารมีความสำคัญต่อนักลงทุนในธุรกิจหลักทรัพย์เป็นอย่างมากเพราะจะช่วยให้นักลงทุนได้นำมาใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกลงทุน รวมถึงคำนวณราคาที่เหมาะสมของหลักทรัพย์ คาดคะเนช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การลงทุน และลดความเสี่ยงในการลงทุน สำหรับรูปแบบการให้ข้อมูลข่าวสารกับนักลงทุนของบริษัทสมาชิกที่ทำการศึกษา พบว่า บริษัทดังกล่าว มีแหล่งข้อมูลทั้งจากภายในและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลเพื่อให้บริการกับนักลงทุน เนื้อหาของข้อมูลข่าวสารที่นำมาเสนอได้รับการคัดเลือกก่อนเพื่อให้เป็นประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการของนักลงทุนที่แตกต่างกัน จากนั้นจึงส่งผ่านสื่อหรือช่องทางต่างๆ เช่น สื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ โทรศัพท์ ข่าวสารผ่านคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นมักมีสาเหตุมาจากการที่โครงสร้างพื้นฐานของประเทศไม่พร้อม และคุณสมบัติของผู้ส่งสารและสื่อแต่ละชนิดมีข้อจำกัดต่างๆ กัน ตลอดจนภาวะความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาต่างๆ อาทิ ข่าวลือ ซึ่งมีผลกระทบต่อเผยแพร่ข่าวสารเป็นอย่างมาก

แนวคิดและงานวิจัยที่ได้รวบรวมมานี้ ผู้วิจัยจะได้นำไปเป็นกรอบและแนวทางในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการลงทุนกับพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการให้ความสำคัญในเรื่ององค์ประกอบทางการสื่อสารของนักลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งผลของการศึกษาในครั้งนี้ จะได้นำเสนอในบทต่อๆ ไป