

การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้าน
กฎหมายทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร



นางสาว บารณี อุปลลา

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2547

ISBN 974-53-1284-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

INFORMATION SEEKING , KNOWLEDGE , AND USE OF LAW EDUCATION TV
PROGRAMS AMONG BANGKOK PEOPLE



Miss Baranee Uppala

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of

Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2004

ISBN 974 – 53 – 1284 – 3

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการ
ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาว บารณี อุปลลา

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิโรโสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโฆษิต)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. จิตรารมณีย์ สุทธิวรเศรษฐ์)

บารนี้ อุปลา : การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้าน
กฎหมายทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (INFORMATION SEEKING ,
KNOWLEDGE, AND USE OF LAW EDUCATION TV PROGRAMS AMONG BANGKOK
PEOPLE)

อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ พัทธี เขยจรรยา , 153 หน้า . ISBN 974 – 53 – 1284 – 3

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาเปรียบเทียบการแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์
จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน
รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานครจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
ครั้งนี้มีจำนวน 415 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจง
ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย T – Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบ ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
แบบเพียร์สัน ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows

ผลการวิจัย พบว่า

กลุ่มตัวอย่างมี การแสวงหาข่าวสารอยู่ในระดับสูง มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายในระดับปานกลาง และมี
การใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1. ลักษณะทางประชากรทางด้านระดับการศึกษา และรายได้มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารจาก
รายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์
2. ลักษณะทางประชากรทางด้านอาชีพ และระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย
จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์
3. ลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ อายุ อาชีพและระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้
ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์
4. การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับ
กฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้าน
กฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร แต่ความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ
6. ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้าน
กฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ภาควิชา.....การประชาสัมพันธ์.....

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....

ปีการศึกษา.....2547.....

ลายมือชื่อ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4685083828 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEY WORD : INFORMATION SEEKING / KNOWLEDGE / AND USE OF LAW EDUCATION TV PROGRAMS / PEOPLE

BARANEE UPPALA : INFORMATION SEEKING , KNOWLEDGE , AND USE OF LAW EDUCATION TV PROGRAMS AMONG BANGKOK PEOPLE . THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA , 153 pp . ISBN : 974 – 53 – 1284 – 3

The purposes of this research are to study the subject of information seeking , knowledge and use of law education a TV programs among Bangkok people . The study also compares differences in information seeking , knowledge , and use , as well as the relationship between information seeking , knowledge , and use of different people . The samples were 415 people in Bangkok . Questionnaires were used to collect data , and Frequency , percentage , Mean , T – Test , One - Way ANOVA Analysis of Variance and Pearson ' s Product Moment Correlation Coefficient were used for the analysis of the data . The SPSS Program was used for data processing .

The results found that the law education programs showed viewers have a high level of information seeking , moderate knowledge level , and a high level of use of law terms .

The results of the hypothesis are :

1. Differences in education and income were revealed in information seeking .
2. Differences in occupation and education were revealed in knowledge of Law .
3. Differences in sex , age , education , and occupation revealed no differences in use of Law .
4. Information seeking is not correlated with knowledge .
5. Information seeking positively correlated with use of law knowledge , but at a low level .
6. knowledge is not correlated with use of law .

Department... Public Relations.....

Student ' s signature.....

Field of study...Development Communication

Advisor ' s signature.....

Academic year.... 2004.....

Co – advisor ' s signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัย ใคร่ขอกราบขอบพระคุณ รศ. อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชษิต ประธานกรรมการสอบ และ รศ.ดร.จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ กรรมการ สอบ วิทยานิพนธ์ ในการให้คำแนะนำ ต่าง ๆ รวมทั้ง รศ.พัชนี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และแนะนำผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

ผู้ให้ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ บริษัท ไทยเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อาจารย์วันชัย สอนศิริ และอาจารย์ประมาณ เลืองวัฒนะวณิช ที่ให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำวิจัยทางด้านกฎหมาย , พิธีกร (คนหัวหอม) และทีมงานคนหัวหอม ทุก ๆ คน ที่อนุญาตให้ผู้วิจัยได้เข้าไปเยี่ยมชมและดูการทำงานของ กองถ่ายรายการได้ รวมทั้ง ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ที่ให้คำปรึกษาและแนะนำด้าน SPSS แก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณ ปะป๊า – มะม๊า ผู้มีพระคุณที่สุดในชีวิต ซึ่งให้การสนับสนุนด้านการเงินและคอยเป็นกำลังใจให้ลูกในยามที่ลูกเหนื่อยและท้อแท้ , คุณยาย ที่คอยถามว่าจะกลับบ้านเมื่อไร , ก้อย น้องสาว ผู้คอยช่วยเหลือให้คำแนะนำ และเป็นทีปรึกษาอย่างดี ในเรื่อง ต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกฎหมาย ญาติพี่น้องทุกคน ที่คอยถามไถ่ว่าเมื่อไรจะจบ เป็นการให้กำลังใจผู้วิจัยอีก รูปแบบหนึ่ง

รวมทั้งเพื่อน ๆ อีกหลายคน เริ่มจาก จัน เพื่อนรัก ที่จะเจอกันทุกครั้งที่ดีใจและทุกซีใจ เพื่อน ๆ Dev. Comm. บอด อ้อม ขวัญ โชดา แนน นุ้ย อบ แดงโม บุ่ม ที่คอยช่วยเหลือ รัปฟัง ดูแล ให้กำลังใจ และแนะนำ รวมทั้งตักเตือนในทุก ๆ เรื่อง ทั้ง การเรียน และเรื่องส่วนตัว พี่นุช พี่ห้องภาคที่น่ารักคอยช่วยเหลือ และบอกขั้นตอนในการทำวิทยานิพนธ์

เพื่อน ๆ ธรรมศาสตร์ กีบ กีบ (เล็ก) ขวัญ เบญญ หญิง หรั่ง ยู่ย บาส ที่คอยช่วยแจกแบบสอบถามให้ และคอยไปเที่ยวเป็นเพื่อนยามเหงา ทอมมี่ ที่คอยดูแล และช่วยเหลือ เคี้ยวเชิญ เวลาผู้วิจัยเหนื่อยล้า และท้อแท้ ขอบใจมากนะ

เพื่อน ม.ปลาย และม.ต้น ทุกคน ที่ยังคบหา และให้กำลังใจกันจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งผู้ที่ตอบแบบสอบถามทุก ๆ ท่าน ที่เสียสละเวลาในการทำแบบสอบถาม

ผู้วิจัยซึ่งใจ ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ที่ให้ความช่วยเหลือจนทำให้มีความสำเร็จในวันนี้ เป็นเกียรติประวัติให้กับครอบครัว อุปลา ได้ชื่นชมต่อ ๆ ไป

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....		จ
กิตติกรรมประกาศ.....		ฉ
สารบัญ.....		ช
สารบัญตาราง.....		ญ
สารบัญรูปภาพ.....		ฐ
บทที่		
1.	บทนำ	
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	10
	ปัญหาคำถามการวิจัย.....	10
	สมมติฐานในการวิจัย.....	11
	ขอบเขตของการศึกษา.....	11
	นิยามศัพท์.....	11
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2.	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
	1. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร.....	14
	2. ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร.....	18
	3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้.....	22
	4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน.....	30
	5. แนวคิดและทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	39
	6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	48
	- งานวิจัยด้านการแสวงหาข่าวสาร.....	48
	- งานวิจัยแนวคิดเกี่ยวกับความรู้.....	50
	- งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	53

บทที่	หน้า
3. ระเบียบวิธีวิจัย	60
ประชากรที่ใช้ในการวิจัย.....	60
กลุ่มตัวอย่าง.....	60
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	61
วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	61
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	62
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
การทดลองใช้เครื่องมือ.....	63
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
เกณฑ์การให้คะแนน.....	65
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	67
การประมวลผลข้อมูล	69
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	70
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	72
- ผลการวิเคราะห์การแสวงหาข่าวสารของประชาชนจากรายการ.....	76
- ผลการวิเคราะห์ความรู้ของประชาชนของประชาชนจากรายการ.....	86
- ผลการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์ของประชาชนจากรายการ.....	89
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	92
5. สรุปผลการวิจัย	107
- การวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	108
- การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน	110
อภิปรายผลการวิจัย.....	114
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	131
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	132

	หน้า
รายการอ้างอิง	134
ภาคผนวก	143
ประวัติผู้เขียน	153



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	72
2. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	73
3. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	74
4. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	74
5. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	75
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความบ่อยครั้ง.....	76
ในการชมรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย	
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการชม.....	77
รายการ “ คนหัวหมอ ”	
8. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการ.....	77
ชมรายการ “ หัวหมอจ้อข่าว ”	
9. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการ.....	78
ชมรายการ “ ร่วมมือร่วมใจ ”	
10. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการ.....	79
ชมรายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ”	
11. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร.....	80
จากรายการ “ คนหัวหมอ ”	
12. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร.....	81
จากรายการ “ หัวหมอจ้อข่าว ”	

13.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร.....	82
	จากรายการ “ ร่วมมือร่วมใจ ”	
14.	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร.....	83
	จากรายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ”	
15.	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามวัตถุประสงค์....	84
	ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย	
16.	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลำดับ.....	85
	ความสนใจในประเด็นปัญหา	
17.	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับ.....	86
	การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย	
18.	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้.....	87
	ของประชาชน	
19.	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ของประชาชน.....	89
20.	แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตาม.....	90
	การใช้ประโยชน์ของประชาชน	
21.	แสดงจำนวน ร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการใช้ประโยชน์.....	92
22.	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการแสวงหาข่าวสารจากรายการ.....	92
	ของผู้ชมที่มีเพศต่างกัน	
23.	วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสาร.....	93
	จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีอายุต่างกัน	
24.	วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสาร.....	94
	จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	
25.	วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสาร.....	95
	จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน	
26.	วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสาร.....	95
	จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน	
27.	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ของกลุ่มผู้ชมที่มีเพศต่างกัน...	96

	หน้า
28. วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้ระหว่าง..... ผู้ชมที่มีอายุต่างกัน	97
29. วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้ระหว่าง..... ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	98
30. วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้ระหว่าง..... ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน	99
31. วิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้ระหว่าง..... ผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน	100
32. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากรายการ..... ของกลุ่มผู้ชมที่เพศต่างกัน	101
33. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์..... จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีอายุต่างกัน	101
34. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์..... จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน	102
35. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์..... จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน	103
36. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์..... จากรายการระหว่างผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน	103
37. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการแสวงหาข่าวสาร..... กับความรู้ของประชาชน	104
38. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างการแสวงหาข่าวสาร..... กับการใช้ประโยชน์ของประชาชน	105
39. แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างความรู้กับ..... การใช้ประโยชน์ของประชาชน	104

สารบัญรูปร่าง

รูปร่างที่		หน้า
1.	แบบจำลองการอธิบายความพึงพอใจของกรีนเบอร์ก.....	42
2.	แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ....	43



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

“กฎหมาย” มีความหมายว่า กฎที่สถาบันหรือผู้มีอำนาจสูงสุดในรัฐตราขึ้น หรือที่ เกิดขึ้นจากจารีตประเพณีอันเป็นที่ยอมรับนับถือ เพื่อใช้ในการบริหารประเทศ เพื่อใช้บังคับบุคคล ให้ปฏิบัติตาม หรือเพื่อกำหนดระเบียบแห่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือระหว่างบุคคลกับรัฐ

กฎหมายไทยมีวิวัฒนาการมานาน เช่นเดียวกับกฎหมายของประเทศอื่น ๆ ก่อนที่ประเทศไทย จะใช้ระบบประมวลกฎหมาย ไทยก็มีกฎหมายใช้เป็นของตนเองเช่นกัน โดยอยู่ในรูปของ กฎหมายจารีตประเพณี ซึ่งได้ถูกปฏิบัติสืบต่อกันมาจนยอมรับว่าเป็นกฎหมายไทยในที่สุด และก็ได้มีการบันทึกไว้เป็นลายลักษณ์อักษรในเวลาต่อมา

ประเทศไทยเริ่มมีกฎหมาย ตั้งแต่ยุคสุโขทัย สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน กฎหมายไทยได้ถูก สืบต่อกันยาวนานตราบจนทุกวันนี้ แม้ว่าปัจจุบันมีการจัดทำประมวลกฎหมายและร่างกฎหมาย ใหม่ ๆ จำนวนมากมาย ซึ่งในการร่างกฎหมายไทยนั้น ได้รับอิทธิพลทั้งจากกฎหมายภาคพื้นยุโรป อาทิ กฎหมายอังกฤษ กฎหมายฝรั่งเศส รวมทั้งจารีตประเพณีเดิมของไทยด้วย และได้รับการ แก้ไขให้มีความสอดคล้องกับสังคมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

การเปลี่ยนแปลงทางด้านกฎหมายในสังคมไทยที่สำคัญอีกช่วงหนึ่งก็คือ การเปลี่ยนการ ปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ มาเป็นการปกครองในระบบประชาธิปไตย เมื่อปี พ.ศ. ๒๔๗๕ มีการประกาศใช้รัฐธรรมนูญ มีกฎหมายที่ทันสมัยถูกตราขึ้นใหม่ ๆ ตลอด เช่น กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา หรือที่เกี่ยวกับกฎหมายการค้าระหว่างประเทศ เป็นต้น

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมอยู่ร่วมกันเป็นหมู่ เป็นเหล่า ความเจริญของสังคมมนุษย์นั้นยิ่งทำให้ สังคมมีความ สลับซับซ้อน ตามลักษณะของมนุษย์แล้ว ย่อมชอบที่จะกระทำสิ่งใด ๆ ตามใจ ชอบ ถ้าหากไม่มีการ ควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์แล้ว มนุษย์ก็จะกระทำในสิ่งที่เกินขอบเขต

ยิ่งสังคมเจริญขึ้นเพียงใด ก็ย่อมมีความจำเป็น ที่จะต้องมีมาตรฐานในการกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ ที่จะต้องถือว่าเป็นมาตรฐานอันเดียวกันนั้นก็ยังยิ่งมี มากขึ้น เพื่อให้บังคับเป็นการทั่วไปแก่ทุกคน ในลักษณะของกฎเกณฑ์และข้อบังคับต่าง ๆ ซึ่งจะกำหนดวิถีทางการปฏิบัติตนในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่เกิดจนตาย กฎเกณฑ์และข้อบังคับหรือวิธีการควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์มีการพัฒนา และมีวิวัฒนาการต่อไป อย่างไม่หยุดยั้ง ดังนั้นเราจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่ากฎหมายไม่มีความจำเป็น และเกี่ยวข้องกับชีวิตคนเรา

ประโยชน์ของกฎหมายอาจจะแบ่งออกได้เป็นหลาย ๆ ข้อ ทั้งสามารถนำเอากฎหมายมาแยกแยะ ประโยชน์ดังนี้

1. **สร้างความเป็นธรรม** หรือความยุติธรรมให้แก่สังคม เพราะกฎหมายเป็นหลักกติกาที่ทุกคนจะต้องปฏิบัติเสมอภาค เท่าเทียมกัน เมื่อการปฏิบัติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเอาเปรียบคนอื่น ขาดความ ยุติธรรม กฎหมายก็จะเข้ามาสร้างความยุติธรรม ยุติข้อพิพาทไม่ให้เกิดการเอาวัดเอาเปรียบกันดังที่เราเรียกกันว่ายุติธรรม สังคมก็จะได้รับความสุขจากผลของกฎหมายในด้านนี้
2. **รู้จักสิทธิหน้าที่ของตนเองที่จะปฏิบัติต่อสังคม**
3. **ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ** เช่น การเป็นที่ปรึกษาทางกฎหมาย การเป็น ทนายความ อัยการ ศาล ทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยต่างฝ่ายต่างช่วยกันรักษาความถูกต้อง ความยุติธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม
4. **ประโยชน์ในทางการเมืองการปกครอง** เพราะถ้าประชาชนรู้กฎหมายก็จะเป็นการเสริมสร้างความมั่นคงของการปกครอง และการบริหารงานทางการเมือง การปกครอง ประโยชน์สุขก็จะตกอยู่กับประชาชน
5. **รักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง และศีลธรรมอันดีของประชาชน** เพราะกฎหมาย ที่ดีนั้นจะต้องให้ความคุ้มครองแก่ประชาชนเท่าเทียมกัน ประชาชนก็จะเกิดความผาสุกปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันรอบคอบ รับผิดชอบต่อบุคคลอื่น และต่อประเทศชาติ

จะเห็นได้ว่า กฎหมายมีประโยชน์และมีความจำเป็นอย่างมาก ต่อประชาชนทุก ๆ คนในสังคม แต่เป็นการยากอย่างยิ่งที่ชาวบ้านธรรมดา ๆ คนหนึ่งที่มีการศึกษาน้อยและอาศัยตามชนบท จะมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายที่ปัจจุบันยังมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ในชีวิตประจำวัน

สุภาชิตทางกฎหมายได้กล่าวไว้ว่า “ คนไม่รู้ กฎหมายไม่เป็นข้อแก้ตัว ” เป็นหลักที่ว่าบุคคลใดจะแก้ตัวว่าไม่รู้กฎหมายเพื่อให้หลุดพ้นจากความผิด ตามกฎหมายมิได้ ทั้งนี้ ถ้าหากต่างคนต่างอ้างว่าตนไม่รู้กฎหมายที่ทำไปนั้น ตนไม่รู้จริง ๆ เมื่อกล่าวอ้าง อย่างนี้คนทำผิดก็คงจะรอดตัว ไม่ต้องรับผิด ไม่ต้องรับโทษกัน ก็จะเป็นการปิดหูปิดตาไม่ยอมรับกฎหมาย และถ้าใครรู้กฎหมายก็จะต้องมีความผิด รู้มากผิดมากรู้่น้อยผิดน้อย แต่จะอ้างเช่นนี้ไม่ได้เพราะถือว่าเป็นหลักเกณฑ์ของสังคมที่ประชาชนจะต้องมีความรู้ เรียนรู้กฎหมาย เพื่อขจัดข้อปัญหาการขัดแย้ง ความ ไม่เข้าใจกัน ด้วยวิธีการที่เรียกว่า กฎเกณฑ์อันเดียวกันนั้นก็คือ กฎหมาย นั่นเอง

ใครจะรู้ว่าอ้างว่ากล่าวอ้าง ที่กล่าวว่า “ เขาไม่รู้กฎหมาย ” นี้ ล้วนแล้วแต่เป็นความจริง พวกเขาไม่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจริง ๆ คำว่ากฎหมายมันห่างจากความรู้ ความเข้าใจของชาวบ้านมากเกินไป

เหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้นได้จริง และบ่อยครั้งในสังคมไทย มีประชาชนจำนวนมากที่ขาดความรู้ ความเข้าใจทางด้านกฎหมาย ไม่เว้นแม้แต่ผู้ที่มีการศึกษาสูงบางครั้งก็ขาดความรู้ทางด้านนี้ เพราะกฎหมายเป็นเรื่องที่เข้าใจยาก หนังสือกฎหมายแต่ละเล่มก็หนามาก มีข้อกฎหมายหลายพันข้อ กฎหมายต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องก็มีมากมายหลายฉบับ เช่น กฎหมายรัฐธรรมนูญ กฎหมายแรงงาน กฎหมายภาษีอากร กฎหมายแพ่ง กฎหมายอาญา และอื่น ๆ อีกมากมาย เรียกได้ว่าคนที่สนใจและเรียนทางด้านนี้จริง ๆ ถึงจะเข้าใจกฎหมายอย่างถ่องแท้ ถ้าเป็นประชาชนธรรมดาคงต้องทำความเข้าใจยากสักหน่อย อีกทั้งกฎหมายก็สามารถค้นหาได้ไปตามเหตุการณ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดความสับสนได้ง่ายในการนำไปใช้ประโยชน์ จึงเกิดสำนักงานทนายความต่าง ๆ มากมายในประเทศเพื่อให้ความรู้ทางด้านกฎหมาย ซึ่งก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการและมีค่าใช้จ่ายสูง อีกทั้งยังเข้าถึงประชาชนทั่วไปได้ยาก

ในอดีตได้มีการผลิตรายการที่ให้ความรู้ทางด้านกฎหมาย ใช้ชื่อว่า รายการกฎหมายเพื่อประชาชน ซึ่งนำเสนอทางทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 โดยมี คุณดำรง พุฒตาล เป็นพิธีกรแต่รายการนี้ต้องยุติไปเนื่องจากไม่ค่อยได้รับผลตอบรับที่ดี และอีกหนึ่งรายการ นั่นคือ รายการ “ แฉ้ความ ” ซึ่งนำเสนอทางไอทีวี เริ่มผลิตเมื่อปี 2545 และก็ปิดตัวลง เมื่อปลายปี 2546

ถึงแม้ว่ารายการในอดีตจะไม่ค่อยได้รับความนิยมเท่าที่ควร แต่ในปัจจุบันได้ผลิตรายการใหม่ ๆ ที่ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ซึ่งมีหลาย ๆ รายการที่พยายามหยิบยกข้อกฎหมายที่สำคัญและจำเป็นโดยเฉพาะเหตุการณ์ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตจริง ใส่ข้อกฎหมายเข้าไปเพื่อให้เกิดประโยชน์ มีการสอดแทรกอารมณ์ขัน เพิ่มความสนุกสนานเข้าไป เพื่อให้ชาวบ้านหรือประชาชนทั่วไปเกิดความรู้ ความเข้าใจทางด้านกฎหมายได้ง่ายเพิ่มมากขึ้น ไม่ทำให้กฎหมายดูน่าเบื่ออีกต่อไป ก่อให้เกิดประโยชน์และสามารถนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันได้ โดยผ่านสื่อโทรทัศน์ซึ่งเข้าถึงประชาชนได้ง่าย

รายการต่าง ๆ ที่ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายเหล่านี้ มักมีวัตถุประสงค์ของรายการคล้าย ๆ กัน มีความต้องการไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ อยากให้เรื่องกฎหมายที่ประชาชน หรือชาวบ้านทั่ว ๆ ไปมองว่ามันยาก และไม่เข้าใจ เป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย เพราะว่าปัจจุบันนี้ไม่ว่าจะทำอะไร ก็มีกฎหมายแทรกอยู่ ทุก ๆ วงการ เรียกได้ว่า มีอยู่ในชีวิตของเราตั้งแต่เกิดจนถึงตาย แต่คนที่รู้กฎหมายอย่างลึกซึ้งมีแค่หยิบมือเดียว ดังนั้นก็เลยอยากนำกฎหมายมาเปรียบเทียบกับใช้ในชีวิตรประจำวัน เช่น ข่าว หรือเรื่องราวประจำวันให้ชาวบ้านทั่ว ๆ ไป เข้าใจง่ายแบบมีสาระ หรืออาจเรียกได้ว่า เป็นการรู้กฎหมายเพื่อป้องกันตัวเอง และทำให้เรารู้ว่าการกระทำของเราบางอย่างอาจจะเป็นการละเมิดผู้อื่น ซึ่งเราก็ไม่ควรกระทำ (ประมวล เลืองวัฒนธรรม , 2547)

รายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ที่ใช้สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางในการสื่อสารเหล่านี้ปัจจุบันมีอยู่ด้วยกันหลายรายการ ซึ่งแต่ละรายการมีความแตกต่างกันในการนำเสนอรายการ ดังนี้

รายการ “ คนหัวหมอ ” เริ่มผลิตเมื่อปี 2546 ออกอากาศเพียงวันและเพียงคืน ครั้งละประมาณ 5 นาที ทุกวัน จันทร์ – ศุกร์ เป็นรายการที่แสดงเหตุการณ์สมมติ โดยหยิบเอาเหตุการณ์

ที่เกิดขึ้นจริงนำมาแสดงเป็น ละคร เพิ่มความเข้มข้นสนุกสนานเข้าไปในละคร โดยนำเสนอ 2 สถานการณ์ คือ ด้านสถานการณ์ปกติธรรมดา กับด้านที่กฎหมายสามารถพลิกผันได้ไปตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้ชมรายการเกิดความรู้ทั้ง 2 ด้านและไม่สับสนกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

รายการ “ หวังหมอจ้อข่าว ” เริ่มผลิตเมื่อปี 2547 ออกอากาศวันจันทร์ – พุธ เวลา 9.40 – 10.05 น. ซึ่งเป็นรายการสด วิธีการนำเสนอโดยจะหยิบยกข่าวหน้า 1 จำนวน 4 เรื่อง ตามหน้าหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน จะเลือกข่าวที่ประชาชนสนใจเป็นเรื่องเร่งด่วนที่จะต้องทำให้ประชาชนได้รับรู้ โดยเสนอข้อกฎหมายลงไปให้ข่าว ทำให้ประชาชนไม่เบื่อหน่ายกับข้อกฎหมายเพราะเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง และสอดแทรกอารมณ์ขันช่วยให้ข้อกฎหมายน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

รายการ “ ร่วมมือร่วมใจ ” เป็นรายการที่ถ่ายทอดสด เริ่มออกอากาศเมื่อเดือน พฤษภาคม ปี 2547 ออกอากาศวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 15.00 – 16.00 น.ทางไอทีวี ซึ่งทางรายการจะสะท้อนปัญหาสังคมให้เห็นถึงทุกข์ชาวบ้าน ช่วยชาวบ้านในการแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยจะให้ความรู้ด้านกฎหมายควบคู่ไปด้วย เพื่อไม่ให้คนในสังคมเอารัดเอาเปรียบกัน ทำให้สังคมเกิดสงบสุข เพราะประชาชนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

รายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ” เป็นรายการที่ถ่ายทอดสด ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 ออกอากาศทุกวันเสาร์ที่ 2 และ 4 ของเดือน เวลาในการออกอากาศ คือ 11.00 – 12.00 น. ซึ่งสภาพนายความเป็นผู้ผลิตรายการนี้ โดยจะนำนักกฎหมาย 5 ท่าน เป็นผู้ตอบปัญหาในรายการ ประเด็นปัญหาในการนำเสนอ นั้น จะนำมาจากหน้าหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นเรื่องที่ประชาชนให้ความสนใจ รวมทั้งมีการตอบปัญหาทางโทรศัพท์ให้กับประชาชนที่โทรศัพท์เข้ามาถามปัญหาด้วย

ในรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายต่าง ๆ เหล่านี้ ต้องมีผู้ดำเนินรายการที่มีความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะถ้าเป็นนักกฎหมายด้วยจะทำให้รายการมีความน่าสนใจและประชาชนยังมีความเชื่อมั่นในการนำเสนอมากยิ่งขึ้น สำหรับรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ได้มีนักกฎหมาย 2 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ให้ความรู้ ทางด้านกฎหมายได้เป็นอย่างดี และได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบันซึ่ง มีรายการที่ท่านทั้ง 2 ได้ เป็นผู้ดำเนินรายการ ถึง 3 รายการด้วยกัน นักกฎหมายทั้ง 2

ท่าน คือ อาจารย์ประมาณ เลื่องวัฒนะวณิช และ อาจารย์วันชัย สอนศิริ ซึ่งทั้ง 2 ท่านเป็นทั้งอาจารย์ และนักกฎหมายที่ได้รับการยอมรับ มีประสบการณ์ในการเป็นทนายความ มากกว่า 20 ปี อีกทั้งมีความสามารถในการนำเสนอข้อกฎหมายได้เป็นอย่างดี ทำให้ รายการที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และเป็นการช่วยเพิ่มพูนความรู้ให้กับประชาชนเกี่ยวกับกฎหมายได้ เพราะในปัจจุบันนี้กฎหมายเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย ไม่ว่าจะทำอะไรก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับกฎหมายทั้งสิ้น การนำเสนอกฎหมายที่เป็นเรื่องเข้าใจยากผ่านสื่อ ทำให้กฎหมายเข้าใจง่ายและเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลถึงตัวประชาชนผู้ชม ที่จะนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

รายการที่ปรากฏในปัจจุบันและมีผู้ชมมากหรือเป็นที่นิยมล้วนเป็นรายการบันเทิงทั้งสิ้น ดังนั้นการแยกประเภทของรายการ โทรทัศน์ในประเทศไทย จึงอาจแยกได้ดังนี้ (พัทธนันท์ เต็ดแก้ว , 2544)

1. รายการบันเทิงโดยตรง
2. รายการความรู้ผสมผสานกับความบันเทิง ที่เรียกว่ารายการสาระบันเทิง
3. รายการความรู้โดยตรง (รวมทั้งรายการข่าว)

เมื่อคำนึงถึงวัตถุประสงค์หลักในการดูโทรทัศน์ของผู้ชมในปัจจุบัน มีเพียง 2 ประการ คือ เพื่อสาระความรู้ และเพื่อความบันเทิง ฉะนั้นการนำเสนอรายการประเภทสาระความรู้อย่างเดียวคงไม่เพียงพอับความต้องการของผู้ชม ซึ่งต้องการพักผ่อน คลายความตึงเครียดจากสภาพสังคมและเศรษฐกิจของประเทศในปัจจุบัน ผู้จัดรายการจึงพยายามจัดรายการที่เป็นสาระความรู้ นั้นให้ออกมาในรูปแบบให้ความบันเทิงด้วย

จะเห็นได้ว่า ในสังคมที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม บทบาทของสื่อมวลชนต่อชีวิตประจำวันจะเพิ่มขึ้นทุกวัน สื่อมวลชนเป็นแหล่งที่ให้สาระและข่าวสารเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิต การตัดสินใจ การคาดหวังต่อชีวิตมากขึ้นทุกที จนกระทั่งสื่อมวลชนเข้ามาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของประจำวันของคน (ศิริชัย ศิริกาเยะ , 2525)

ถ้าพิจารณาจากการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทยในยุคปัจจุบันจะพบได้ว่า ประชาชนโดยทั่วไปต่างก็มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนจนกลายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวันตามกระแสโลกยุคสังคมข่าวสาร การที่ประชาชนกับสื่อมวลชนมีความเกี่ยวพันกัน

เช่นนี้ สื่อมวลชนจึงได้กลายเป็นสถาบันหลักอย่างหนึ่งของสังคม ทำหน้าที่ในการตอบสนองความต้องการของผู้คนที่มีความสนใจในการติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการแสวงหาความรู้ ความบันเทิง เพื่อที่จะนำเอาข่าวสารเหล่านั้นไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ นอกจากนั้นสื่อมวลชนยังได้แสดงบทบาทของการเป็นสถาบันทางสังคมที่มีภารกิจต่อสังคม โดยการเป็นสื่อกลางของเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการรวบรวมข่าวสาร หรือการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเหล่านั้นสู่สังคม รวมทั้งเป็นเวทีในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นต่อประเด็นปัญหา หรือสถานการณ์ที่ผู้คนในสังคมกำลังให้ความสนใจอยู่ ผลจากการกระทำตามบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนเหล่านี้ จึงได้ส่งผลให้สื่อมวลชนกลายเป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสาร เป็นยามคอยตรวจสอบข้อเท็จจริง เป็นกระจกเงาสะท้อนความรู้สึก นึกคิด รวมทั้งความคิดเห็นของประชาชนไปยังหน่วยงานต่าง ๆ รวมทั้งเป็นที่พึ่งที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประชาชนในสังคม

เห็นได้ว่ารายการเหล่านี้ใช้สื่อเป็นช่องทางในการนำเสนอ เนื่องจาก สื่อ มีอิทธิพลต่อสังคมไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะสื่อ โทรทัศน์ ซึ่งได้ยกฐานะของตนเองเสมือนหนึ่งเป็น เชนจ์เอเจนต์ (Change Agent) เป็นกลไกที่จะเปลี่ยนแปลงสังคม ระบบทางด้านธุรกิจ เป็นระบบหนึ่งที่จะส่งเสริมให้สถานีโทรทัศน์ทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ และการที่โทรทัศน์เป็น เชนจ์ เอเจนต์ Change Agent ก็เพราะ

1. โทรทัศน์เป็นแหล่งที่จะย่อโลกเข้ามาอยู่ใกล้ชิดกัน นั่นคือ ให้ข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ
2. โทรทัศน์ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงปรับตัวของสังคมตลอดเวลาทำให้ประชาชนเกิดแรงบันดาลใจที่จะติดตามค้นหาหาข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น
3. โทรทัศน์ช่วยยกระดับความเป็นอยู่ หรือมาตรฐานการครองชีพของประชาชนทำให้ประชาชนเห็นปัญหาของสังคม และเร่งมือที่จะช่วยกันแก้ไข
4. โทรทัศน์ช่วยสะท้อนข่าวสารข้อมูล ความเป็นอยู่ของประชาชน ให้รัฐบาลได้รับทราบว่ามีปัญหาเกิดขึ้น ณ จุดใด จะได้เร่งปรับปรุงแก้ไข โดยรัฐบาลจะต้องเล็งเห็นบทบาทของโทรทัศน์ ในทางเศรษฐกิจ กล่าวคือ เป็นแหล่งหากิน หรือ เป็นช่องทางที่อยู่ได้ทางธุรกิจ (ประจวบ อินอืด , 2533)

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลมากที่สุดสื่อหนึ่ง ถ้าพิจารณาในแง่ของเทคโนโลยี ก็เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารสมบูรณ์แบบกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ เพราะมีทั้งภาพ สี และเสียง สามารถสื่อไปสู่ผู้รับให้เห็นจริงได้อย่างกว้างขวาง แพร่หลายในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งนำมายืนยันคตินิยมของคนไทยที่ว่า “ สิบปากว่า ไม่เท่าตาเห็น ” จากการที่โทรทัศน์ได้สะท้อนเหตุการณ์ และสิ่งต่าง ๆ ออกมา จึงทำให้โลกแคบเข้า สามารถจะรู้ได้ว่า เกิดอะไรขึ้นในช่วง 24 ชั่วโมงในเสี้ยววนาที ด้วยการพัฒนาระบบเทคโนโลยีการสื่อสาร (วิจิตร ศรีสอ้าน , 2533)

โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่บอกเล่าเรื่องราวได้อย่างชัดเจนที่สุด เพราะสามารถสื่อให้ผู้ชมเห็นได้ทั้งภาพเคลื่อนไหว และได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งจะเข้าถึงผู้ชมได้มากกว่าสื่ออื่น ๆ อันเนื่องจาก สื่อโทรทัศน์เราได้ทั้งฟังและเห็น และได้เห็นภาพที่ไม่ใช่ภาพนิ่ง มีสีสันเหมือนธรรมชาติและชีวิตจริง หรืออาจจะเป็นภาพลวงตาที่จำลองโดยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เรียกกันว่า Multimedia Virtual Reality ดังนั้นคุณภาพในด้านความสามารถของสื่อที่ส่งสื่อเข้าสู่ความสัมผัสของเรานั้น สามารถทำได้ผลที่สุด ถึงขนาดให้ผู้รับสื่อตั้งใจเสียเวลารับสื่อเพิ่มขึ้นมาก และเรียกได้ว่าอยู่ภายใต้อำนาจการจูงใจของสื่อระดับเสพติด ซึ่งที่สำคัญที่สุดก็คือทางทีวีนั่นเอง

จากผลการสำรวจครั้งล่าสุดเมื่อปี พ.ศ. 2546 ของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ ในเรื่องเกี่ยวกับจำนวนครัวเรือนที่ชมและไม่ชมโทรทัศน์ พบว่า ประชากรเฉพาะในกรุงเทพมหานครมีครัวเรือนที่ชมโทรทัศน์ถึงร้อยละ 96 ของครัวเรือนทั้งหมดในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นอัตราที่มากที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่น ๆ และมีแนวโน้มว่าจะเพิ่มขึ้นอีกอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ , 2546) โดยเหตุผลส่วนใหญ่ของการดูโทรทัศน์ก็เพื่อต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน

ด้วยเหตุนี้เอง โทรทัศน์จึงถูกจัดว่าเป็นสื่อเพื่อความบันเทิงเป็นหลัก แต่ก็ยังมีผู้ผลิตรายการทางโทรทัศน์ได้มีการพัฒนา การนำเสนอข่าวสารความรู้ให้มากขึ้นโดยใส่สาระความบันเทิงเข้าไปเพื่อให้รายการมีประโยชน์ต่อผู้ชมมากที่สุดนั่นเอง

ในขณะที่การพัฒนาประเทศได้เริ่มต้นขึ้นและดำเนินไปนั้น หน้าที่ของสื่อมวลชนมิได้เปลี่ยนแปลงเลย สิ่งที่เปลี่ยนแปลงก็คือ ปริมาณของข่าวสาร (เสถียร เขยประทับ , 2534) ซึ่งหน้าที่ของสื่อมวลชนประกอบด้วย

- ก. หน้าทีในการเฝ้ายามหรือหน้าทีในการเสนอข่าวสาร
- ข. หน้าทีในการวางนโยบายหรือหน้าทีในการตัดสินใจ
- ค. หน้าทีในการสอนหรือหน้าทีในการให้ความรู้

โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญ และทรงอิทธิพลมากกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดสาระ ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของสังคมไปให้ผู้คนจำนวนมากรับรู้ได้ในเวลาเดียวกัน โทรทัศน์สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกหมู่เหล่าและมีบทบาทในสังคมเพิ่มมากขึ้นทุกที โดยการแทรกตัวเองเข้าไปในทุกสถาบันย่อยของสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเมือง สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนาและวัฒนธรรม แม้กระทั่งสถาบันครอบครัว และเพื่อน (ขวัญเรือน ไชยอุดม , 2520)

รายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย เป็นรายการที่มีประโยชน์ต่อประชาชน รับผิดชอบต่อสังคม เสนอแต่สิ่งที่ดี ๆ เพื่อให้ประชาชนที่รับชมได้รับสาระ และบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน และมีความคิดสร้างสรรค์ในการที่จะนำเสนอแต่สิ่งดี ๆ ผ่านรายการ เพื่อเป็นการสอนให้ความรู้แก่ประชาชนในอีกรูปแบบหนึ่ง

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า ประชาชนในปัจจุบันยังขาดความรู้ทางด้านกฎหมาย ทั้ง ๆ ที่กฎหมายมีส่วนสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างมากในการพัฒนาประเทศ ประชาชนที่มีความรู้ทางด้านกฎหมายสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อตนเองและต่อสังคมได้ ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการศึกษาวิเคราะห์ว่า ในยุคสังคมข่าวสารนี้ ประชาชนได้มีการแสวงหาข่าวสาร เกี่ยวกับกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย มากน้อยเพียงใด ได้รับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายหรือไม่ และได้นำไปใช้ประโยชน์เพียงใด ซึ่งจะวิเคราะห์กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะเห็นว่าเป็นพื้นที่ที่มีการกระจายของสื่อโทรทัศน์อย่างกว้างขวาง และมีเครื่องรับโทรทัศน์โดยเฉลี่ยต่อประชาชนมากที่สุด ภายได้หัวข้อการวิจัยที่ว่า “ การแสวงหาข่าวสารความรู้ และการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ” โดยนำผลวิจัยที่ได้ไปเป็นข้อมูล ในการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ที่มีคุณภาพและตรงความต้องการของประชาชนอันจะเป็นประโยชน์สูงสุดต่อผู้ชมรายการมากยิ่งขึ้นด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เปรียบเทียบ การแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน
3. เปรียบเทียบ ความรู้ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน
4. เปรียบเทียบ การใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การแสวงหาข่าวสาร กับความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ กับการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัญหานำการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกันหรือไม่
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกันหรือไม่
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกันหรือไม่
4. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ หรือไม่
5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ หรือไม่
6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ หรือไม่

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน
2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน
3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน
4. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์
5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์
6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะ ผู้ชมรายการ “ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย ทางโทรทัศน์ ” จากสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการโดยไม่คิดมูลค่า (Free TV) และเคยชมรายการอย่างน้อย 1 รายการ โดยต้องชมรายการอย่างต่อเนื่อง อย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ซึ่งต้องเป็นประชาชนที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร หมายถึง ผู้ชมรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย ทางโทรทัศน์ ที่อาศัยหรือทำงานอยู่ใน 50 เขตกรุงเทพมหานคร

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้

การแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมาย หมายถึง วิธีการในการแสวงหาข่าวสารโดยวัดจาก ความบ่อยครั้ง วัตถุประสงค์และประเด็น ของผู้ชมในการค้นหาข่าวสารทางด้านกฎหมายจากรายการ ที่ให้ความรู้ทางด้านกฎหมาย

ความรู้ หมายถึง การจดจำ การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย ในประเด็นที่รายการได้นำเสนอผ่านทางรายการ

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากการชมรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายไปใช้ประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง ตามความต้องการของแต่ละบุคคล ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางด้านกฎหมายต่าง ๆ ในสังคม
- ทราบถึงข้อเท็จจริงของเรื่องราวทางกฎหมายที่นำเสนอมากขึ้น
- นำข้อมูลไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ
- ก่อให้เกิดความสนใจต่อประเด็นปัญหาที่อยากรู้
- ทำให้มีโลกทัศน์ที่กว้างไกลขึ้น
- นำสาระในรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นในสังคม
- รายการช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงา
- นำข้อมูลหรือแนวคิดที่ได้มาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน
- นำสาระหรือความรู้ที่ได้รับจากรายการไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่น
- นำความรู้ที่ได้รับมาเป็นแนวทางป้องกันไม่ให้ถูกผู้อื่นมาเอาัดเอาเปรียบ
- เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์

รายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย หมายถึง รายการที่นำเสนอความรู้ทางด้านกฎหมายผ่านสื่อโทรทัศน์ ได้แก่

- รายการ “ คนหัวหมอ ” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- รายการ “ หัวหมอจ้อข่าว ” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3
- รายการ “ ร่วมมือ ร่วมใจ ” ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

- รายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ” ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11
กรมประชาสัมพันธ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปประกอบการตัดสินใจ และวางนโยบายการผลิต รายการให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น
2. เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ ในการปรับปรุงรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย ให้มีความเหมาะสมและมีคุณภาพเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น
3. เป็นแนวทางสำหรับผู้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากหัวข้อการวิจัย เรื่อง “ การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ” จะใช้ทฤษฎีดังต่อไปนี้เป็นกรอบสำหรับการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร (Demographic Analysis of An Audience)
2. ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)
3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)
4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน
5. แนวคิดและทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Approach)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - งานวิจัยด้านการแสวงหาข่าวสาร
 - งานวิจัยแนวคิดเกี่ยวกับความรู้
 - งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร (Demographic Analysis of An Audience)

ในการพิจารณาถึงลักษณะของมวลชนผู้รับสาร เราสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร (Audience Psychographics or Psychographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่นนิสัยการใช้สื่อมวลชน (Media Habits) ทศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือ

ตนเอง (Self-Esteem) รสนิยม ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมอื่นๆเช่น นิสัยการซื้อ และการใช้เวลาว่าง เป็นต้น

2. ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร (Audience Demographics or Demographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และภูมิลำเนา ลักษณะทางประชากรของมวลชน

การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร

ในทางปฏิบัติเมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จัก และเข้าใจมวลชนผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของตน ผู้ส่งสารจะใช้ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและลักษณะทางด้านประชากรของมวลชนผู้รับสารประกอบกัน ลักษณะทางด้านประชากรจะบอกว่าผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าใด เพศอะไร มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาจะบอกว่าใครนั้น มีความรู้สึกอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารนี้เรียกรวมกันว่า “ การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะประชากร ” โดยมีสมมุติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคคล้ายกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More Liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่า (More Conservative) คนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า (More Idealistic) ใจร้อนกว่า (More Impatient) และมองโลกในแง่ดีกว่า (More Optimistic) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า (More Pragmatic) มีความระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก คนที่มีอายุมากมักมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคเห็นต่างๆตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุน้อย

ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวหน้าๆมากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ, ข่าวการบ้านการเมือง , บทบรรณาธิการ มากกว่าคนอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหน้าๆ เช่น ข่าว , การอภิปรายปัญหาสังคม , ดนตรีคลาสสิก , รายการศาสนา ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่ คนที่มีอายุมากมักจะดูรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษา , ข่าว และข่าวสารด้วย (ปรมะ สตะเวทิน , 2540)

2. เพศ (Sex)

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

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status)

ซึ่งหมายรวมถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิภาคของครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิบัติการของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน , มีประสบการณ์ต่างกัน , ที่ทัศนคติ , ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลกันโดยทั่วไป และถือครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล ในทำนองเดียวกันคนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกันไป

งานวิจัยของชแรมม์ และไวท์ (Schramm and White , 1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับของผู้รับสารในสังคมอเมริกัน พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง

แมคเนลลีและคณะ (Mcnelly and Others ,1968) พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนที่มีการศึกษาสูงและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่างๆให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ (ยุบล เบญจรงค์กิจ ,2534)

4. การศึกษา (Education)

การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ ตัวครูผู้สอน ก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วย เพราะผู้สอนได้สอดแทรกความรู้สึนึกคิดของตนให้กับผู้เรียน ในทำนองเดียวกับที่พ่อแม่ได้สอดแทรกความคิดของตนให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดูบุตร คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่อถืออะไรง่าย ๆ ดังนั้นสารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอ คนเหล่านี้จะใช้ทั้งสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัด ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

จากแนวคิดนี้สามารถสรุปได้ว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่ทำให้การแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายนั้นมีความแตกต่างกัน

เนื่องด้วยงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ และต้องการวิเคราะห์คุณลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร (Demographic Characteristics of Audiences) ในที่นี้คือผู้ชมรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดตัวแปรทางด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่จะศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา และรายได้

2. ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking Theory)

เนื่องด้วยการวิจัยสื่อสารมวลชนในระยะเริ่มแรก นักวิจัยส่วนใหญ่มักจะมุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ในระยะหลังมีการศึกษาพบว่าผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำ (Passive) หรือถูกป้อนฝ่ายเดียว แต่มีการกระทำ (Active) หรือมีบทบาทในลักษณะ การเลือกสรร แสวงหาและโต้ตอบข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบ ๆ ตัวในชีวิตประจำวัน ซึ่งแบบอย่างของการแสวงหาข่าวสารนี้มุ่งศึกษาตัวผู้รับสาร (Audiences) มากกว่าที่จะศึกษาตัวสื่อมวลชนหรือผู้ส่งและตัวข่าวสารโดยตรง

ในสังคมปัจจุบันมีข่าวสารที่ผลิตขึ้นมาและเผยแพร่ออกสู่สาธารณชน ในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย จนกลายเป็นเรื่องยุ่งยากต่อผู้รับสาร ในอันที่จะค้นหาข่าวสารให้ตรงกับความต้องการของตนเอง ซึ่งเรื่องนี้ทำให้นักวิชาการสื่อสารเกิดความสนใจ ที่จะศึกษาว่าคนเราจะแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) ตามที่ตนต้องการได้อย่างไร (สอนิต ยมาภัย และรวีวรรณ ประกอบผล , 2528)

สำหรับการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสาร เน้นเรื่องพฤติกรรม การเลือกแสวงหาข่าวสารว่า มีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ว่าทำไมบุคคลจึงเลือก หรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

การแสวงหาข่าวสาร คือ กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสารนิเทศ ข้อมูลและข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตนทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงานและการเรียนรู้ พฤติกรรมเช่นนี้เริ่มขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษาและวิเคราะห์เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงต้องการความรู้เพิ่มเติม (Krikelas , 1983)

ในการแสวงหาข่าวสารของบุคคล สิ่งที่จำเป็นของการค้นหาข่าวสาร ก็คือ แหล่งของข่าวสาร (Chen & Hermon , 1982) ได้จัดแบ่งประเภทของแหล่งข่าวสาร ไว้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ หรือ บุคคลใกล้ชิด เป็นต้น ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เกิดขึ้นจากความคิด และประสบการณ์ของแต่ละปัจเจกบุคคล
2. กลุ่มสถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ห้องสมุด ศาสนา บริษัท ห้างร้านในวงธุรกิจ หรือรัฐบาล
3. สื่อ ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือ รูปแบบสื่ออื่น ๆ เป็นต้น

ชาร์ล แอตคิน (Charles Atkin , 1978) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward value) การลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงตามที่ต้องการสูงกว่าการลงทุนลงแรง เช่น การต้องลงทุนเพื่อให้ได้มาหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้วบุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในกรณีที่มนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าไร ความต้องการในการรับข่าวสารของมนุษย์ก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ต้องการรู้ในเหตุการณ์
2. ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง
3. ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้กับตัวเอง
4. ต้องการข่าวสารเพื่อนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น

ในการนี้ บุคคลแต่ละคนมีขั้นตอน และกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป

แคลปเปอร์ (Klapper , 1960) ได้รวบรวมผลงานวิจัยเกี่ยวกับผลของสื่อและสรุปได้ว่า โดยส่วนใหญ่แล้วคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อ หรือเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการ

เผยแพร่ว่าข่าวสารตรงกับทัศนคติหรือความสนใจตัวผู้รับสาร มากกว่าที่จะศึกษาผู้ส่งหรือตัวสื่อ และตัวข่าวสารโดยตรงมีการศึกษาพฤติกรรมการเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสาร ว่ามีสาเหตุหรือปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนด ทำให้คนเราจึงต้องเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสาร

ชแรมม์ (Schramm ,1973) เป็นผู้หนึ่งที่ทำให้ความสนใจเรื่องนี้ ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสาร ขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และผลที่จะได้ สามารถบรรลุเป้าหมายได้ (Promise of Reward) เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัวข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเองจะแสวงหาได้ง่าย ซึ่งนักวิชาการทางการสื่อสารจะรู้จักกันดีในรูปแบบของสูตรการเลือกรับข่าวสาร ดังนี้

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง (Expectation of Reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้ (Effort Required)}}$$

อย่างไรก็ตาม สูตรดังกล่าวเป็นเพียงหลักการเบื้องต้น หรืออาจเป็นไปได้เฉพาะการเลือกรับข่าวสารบางครั้งเท่านั้น อาจมีสาเหตุอื่นที่ควรพิจารณาอีกหลายประการ เช่น การมีประสบการณ์ต่างกันของผู้รับสาร ความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลัง สถานภาพ ตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่คุณส่งสารต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญต่อผู้รับสารในสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ถ้าจะพิจารณาเฉพาะจากสูตรนี้ จะเห็นได้ว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเลือกรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้ตัวสามารถแสวงหาได้ง่ายและเป็นข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง (อดุชนี วิชาภัย บุณนาค , 2540)

แนวคิดของชแรมม์ได้ไปสอดคล้องกับแอดคิน ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับหลักการต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทน หรือผลประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรงหรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้วบุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่า การ

รับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ความไม่พอใจ ไม่สบายใจหรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสาร (Information Avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่า การรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding)

2. ความต้องการข่าวสารนั้น เกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคล ดังนี้

- การมองไม่เห็นความสอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น และระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้และมีความแน่ใจสูง

- การมองไม่เห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้น ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

3. ความต้องการที่ได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้อง ต้องกันระหว่างสภาวะเป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้นถือว่าเป็นข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงบริโภค (Immediate Consummately Gratifications)

ข่าวสารที่ลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) เรียกว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงขณะเดียวกัน

ข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของบุคคล ความต้องการข้อมูลข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลต้องการข้อมูลข่าวสารหรือไม่แน่ใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งบุคคลจะไม่รับข้อมูลข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียง

บางส่วนเท่านั้น ปัจเจกบุคคลแต่ละคนยังมีขั้นตอนและมีกระบวนการในการเลือกรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน

ผู้รับสารจะเลือกข้อมูลข่าวสารจากสื่อโดยอ้อมเป็นไปตามบทบาทและสภาพการณ์ในสังคมของผู้รับสาร และเหตุผลในการรับสารอย่างหนึ่ง ก็คือ นำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าคุณเป็นส่วนหนึ่งในสังคม การที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อประเภทใด ก็เพื่อตอบสนองความต้องการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการนำไปใช้ประโยชน์ของตนเอง

โดยสรุปแล้ว การแสวงหาข่าวสารและการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงใจด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีนี้ สามารถนำไปวิเคราะห์ผู้รับสารได้ว่า ผู้รับสารมีบทบาทในการกระทำการสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง เพื่อให้มีความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งเน้นบทบาทของผู้รับสารในฐานะผู้ทำการสื่อสาร เช่น เมื่อต้องการข้อมูลข่าวสารก็จะ แสวงหาข่าวสารนั้นด้วยตนเอง และชี้ให้เห็นความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมทางการสื่อสาร เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการ หรือปัจจัยอื่น ๆ ในสังคม มีส่วนทำให้ผู้รับสารทำการแสวงหาข่าวสาร เพื่อให้เกิดความรู้ และนำข้อมูล ความรู้ต่าง ๆ ที่ได้มาใช้ให้เกิดประโยชน์และตอบสนองความต้องการ หรือกล่าวได้ว่า ความต้องการและการเลือกรับสารของแต่ละบุคคล จะส่งผลให้บุคคลมีพฤติกรรมแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกันไป เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ตรงกับความสนใจ และความต้องการของตน

3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

โรเจอร์ (Rogers , 1978) ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า หมายถึง การรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้ จากการตอบสนองสิ่งเร้า (S - R) และจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพทางจิตวิทยา

ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำเป็นที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง เป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะรับรู้ได้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตโดยตรง

ครอนบาช (Cronbach) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า การเรียนรู้เป็นการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมที่ได้รับผลมาจากประสบการณ์ ซึ่งองค์ประกอบของการเรียนรู้มีดังนี้

1. ความสามารถทางสติปัญญาในการเรียนรู้ใด ๆ ก็ตามถ้าผู้เรียนขาดความสามารถทางสติปัญญาอย่างพอเหมาะพอสมทำให้การเรียนรู้ครั้งนั้น ๆ ไม่ได้ผลหรือเรียนรู้ไม่ได้เลย การเรียนรู้สิ่งใดก็ตามจำเป็นต้องคำนึงถึงความสามารถทางสติปัญญาของผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถของเด็กที่มีอายุแรกเกิดจนถึงอายุ 18 ปี จะเป็นช่วงที่มีพัฒนาการทางด้านระดับสติปัญญาอย่างรวดเร็ว เด็กแต่ละคนจะมีพัฒนาการทางสติปัญญาแตกต่างกัน ดังนั้น ทำให้การเรียนรู้ของบุคคลที่มีระดับสติปัญญาแตกต่างกันจะมีการเรียนรู้ที่แตกต่างกันออกไป

2. แรงจูงใจ แรงจูงใจของแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เมื่อแต่ละบุคคลมีแรงจูงใจที่แตกต่างกันออกไปจะทำให้ความจำเป็น ความจำเป็น ความต้องการ เป้าหมาย หรือแรงกระตุ้นของแต่ละบุคคลนั้นมีการรับรู้ที่แตกต่างกันออกไป

แรงจูงใจในการเรียนรู้อาจเกิดได้ด้วยสาเหตุ 2 ประการ คือ

ก. แรงจูงใจเนื่องมาจากตัวผู้เรียน ลักษณะแรงจูงใจประเภทนี้ขึ้นอยู่กับธรรมชาติ ความต้องการ ลักษณะนิสัยของบุคคลนั่นเอง

ข. แรงจูงใจอันเป็นผลเนื่องมาจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่มาบังคับให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เช่น การได้รับการเสริมแรง สถานการณ์ที่น่าสนใจ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจได้ง่าย

3. การจำและการลืม การจำจะมีส่วนช่วยให้การเรียนรู้ประสบผลสำเร็จได้รวดเร็วขึ้น ส่วนการลืมจะเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดการลืมเลือน หรือทำให้การเรียนรู้ไม่เกิดขึ้น ลักษณะการจำเกิดขึ้นเมื่อผู้เรียนได้มีการเรียนรู้ และมีการรับรู้เข้าไปสะสมในสมอง บางครั้งอาจจะมีความรู้สึกทางอารมณ์เข้ามาผสม กลายเป็นความประทับใจ ซึ่งความประทับใจนี้มีผลต่อความจำทั้งสิ้น

4. ความสนใจ ความสนใจจะมีส่วนทำให้ผู้เรียนสามารถ เกิดการเรียนรู้ได้เร็วขึ้น ถ้าผู้เรียนไม่มีความสนใจแล้ว จะทำให้ขาดความตั้งใจ และทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ช้า ๆ ไม่มีประสิทธิภาพ

แพทริก เมียร์ดิก (Patrick Meredith , 1961) กล่าวว่า ความรู้มีองค์ประกอบ 2 ประการ คือ ความเข้าใจ (Understanding) และการคงอยู่ (Retaining) เพราะความรู้หมายถึง ความสามารถจดจำได้ในบางสิ่งบางอย่างที่เราเข้าใจมาแล้ว

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่า ความรู้เป็นพฤติกรรมขั้นต้น ซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จำได้ อาจจะได้โดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

วิชัย วงษ์ใหญ่ (2523) กล่าวว่า “ ความรู้ ” เป็นพฤติกรรมเบื้องต้นที่ผู้เรียนสามารถจดจำได้ หรือระลึกได้ โดยการมองเห็น ได้ยิน ความรู้ในที่นี้ คือ ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ คำจำกัดความ เป็นต้น

ชวาล แพรรัตน์กุล (2526) กล่าวว่า “ ความรู้ ” คือการแสดงออกของสมรรถภาพสมองด้านความจำ โดยใช้วิธีให้ระลึกออกมาเป็นหลัก

เกียรติ วิวิธศิริ (2527) กล่าวว่า การเรียนรู้ในผู้ใหญ่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ 3 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ที่เกิดจากสภาพการณ์ธรรมชาติ (Natural Setting) คือ เรียนรู้จากสภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ตัว
2. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ทางสังคม (Society Setting) มีอยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น การเรียนรู้จากการอ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ เป็นต้น
3. การเรียนรู้จากสภาพการณ์ของการจัดการเรียนการสอน (Formal Institutional Setting) คือ มีผู้แทนจากสถาบัน จัดลำดับการเรียนรู้อย่างมีจุดมุ่งหมายและต่อเนื่อง

ธวัชชัย ชัยจิรฉายากุล กล่าวว่า “ ความรู้ ” หมายถึง การเรียนรู้ที่เน้นความจำ และระลึกได้ที่มีต่อความคิด วัตถุ และปรากฏการณ์ต่าง ๆ เช่น ความจำที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ที่เป็นอิสระแก่กันไปจนถึงความจำในสิ่งที่ยุ่งยากซับซ้อนและมีความหมายต่อกัน

ปกิจ พรหมายน (2531) ได้กล่าวถึง “ ความรู้ ” ไว้ว่า หมายถึง ข้อเท็จจริง กฎเกณฑ์ และ รายละเอียดต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับ รวมทั้งสิ่งที่เกี่ยวกับสถานที่ สิ่งของ และบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต ประสบการณ์ หรือการค้นคว้า การรับรู้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ต้องอาศัยเวลา และมนุษย์ได้มีการเก็บรวบรวมสะสมไว้

การสื่อสารและการเรียนรู้มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด เนื่องจากการสื่อสารเป็นผลมาจากการเรียนรู้ การเรียนรู้เป็นผลอย่างหนึ่งของการสื่อสาร อาจกล่าวได้ว่าเกือบจะเป็นไปไม่ได้เลยที่การสื่อสารจะไม่มีการเรียนรู้

หลักการเรียนรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสาร ได้แก่

1. บุคคลจะมีความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาเรื่องราวใด ๆ ก็ตามจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้นว่า คนหนุ่มสาว จะเรียนรู้ได้เร็วและง่ายกว่าคนแก่ คนฉลาดเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่ซับซ้อนได้ง่ายกว่าคนโง่ เป็นต้น
2. การเรียนรู้มีความสัมพันธ์กับการตอบสนองทางอารมณ์ ทั้งการสรรเสริญ และการลงโทษโดยทั่วไปแล้วการสรรเสริญจะให้ประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการทำโทษ แต่บางครั้งการ ถูกทำโทษก็จะก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีเช่นเดียวกัน ถ้ามีการกระตุ้นอย่างเหมาะสม โดยกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์อย่างรุนแรงเนื่องจากคนเรามากจะเรียนรู้ ภายหลังจากการได้รับความเจ็บปวดเสมอ
3. การแสดงเป็นตัวอย่าง ทำให้เกิดการเรียนรู้ได้ดีกว่าการใช้การพูด เพราะการแสดงถึงวิธีการให้ผู้รับสารเห็นว่า ควรทำอย่างไร เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการให้การเรียนรู้ในเรื่องที่ซับซ้อน
4. ทศนคติที่ผู้รับมีต่อผู้ส่งสาร จะมีผลต่อทศนคติที่มีต่อสารนั้น ด้วยบางครั้งการที่บอกว่า “ ใครเป็นคนพูด ” มีความสำคัญพอ ๆ กับบอกว่า “ พูดว่าอะไร ” อย่างไรก็ตามในระยะยาวตัวสารจะมีความสำคัญมากกว่า

5. ความจำมีความสัมพันธ์กับความใหม่สด เรามักจะจำและมีการตอบสนองต่อข่าวสารที่เพิ่งได้รับสด ๆ และการให้ข่าวสารซ้ำ ๆ กันจะก่อให้เกิดการจดจำและเก็บสารนั้นไว้
6. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดการเรียนรู้ คนเราจะเรียนรู้ได้ดีขึ้นเมื่อได้มีการทดลองทำ
7. การนำเสนอด้วยวิธีแปลกใหม่ ที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการตอบสนองทางอารมณ์สูง จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการเรียนรู้มากกว่าการนำเสนอด้วยวิธีธรรมดา

ความรู้ต่าง ๆ ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้ที่นึกคิด จิตใจของบุคคลต่างกันไป ตามกรอบประสบการณ์ของแต่ละคน จึงทำให้ความรู้มีอิทธิพลต่อความคิด และก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำความรู้นั้นไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

การ์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good , 1973) ได้ให้ความหมายของ “ ความรู้ ” ไว้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (facts) ความจริง (Truth) เป็นข้อมูลของมนุษย์ที่ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้ในเรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่าง ๆ มาสนับสนุนและให้คำตอบต่อข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจ และทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ ด้วย

บิคฮาร์ด เอช มาร์ค (Bickhard H. Mark , 1980) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า “ ความรู้ ” หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนรู้ที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ โดยแบ่งเป็นความรู้ต่อสถานการณ์ หรือ ความรู้ในระดับกว้าง

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร กล่าวว่า ความรู้เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลจะได้รับผ่านประสบการณ์ที่มาจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S - R) แล้วจัดระบบของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำเป็นที่เลือกสรร ที่สอดคล้องกับสภาพจิตใจของแต่ละคน ความรู้เป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตาม ความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้ต่อไป และผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารในเชิงความรู้ทางทฤษฎีการสื่อสารอาจปรากฏได้จากสาเหตุ 5 ประการ คือ

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution)
ผู้รับสารมักแสวงหาข้อมูลจากสื่อมวลชนเพื่อตอบข้อสงสัยและความสงสัยของตน
2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation)
สื่อมวลชนเสนอข่าวสารความรู้ต่าง ๆ เพื่อสร้างทัศนคติเพื่อผลในการยอมรับเรื่องนั้น ๆ
3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting)
เป็นผลกระทบเชิงความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้ประชาชนตระหนักและผูกพันกับประเด็นวาระที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของบุคคลและค่านิยมของสังคมผู้รับสารก็จะเลือกรับสารนั้น
4. การเพิ่มพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System)
การสื่อสารมักกระจายความเชื่อค่านิยม และอุดมการณ์ต่าง ๆ สู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารทราบระบบความเชื่อที่หลากหลายและลึกซึ้งไว้ในความเชื่อของตนมากขึ้นเรื่อย ๆ
5. การรู้แจ้งค่านิยม (Value Clarification)
ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นภาวะปกติของสังคม สื่อมวลชนที่นำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้ประชาชนผู้รับสารเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นแจ้งชัดขึ้น

แหล่งที่มาของความรู้

แหล่งที่มาของความรู้อาจแบ่งออกได้เป็น 5 แห่ง ดังนี้

1. ความรู้ที่พระเจ้าเป็นผู้ให้ (Revealed knowledge) เป็นความรู้อมตะ เป็นที่เชื่อกันว่าความรู้ประเภทนี้จะทำให้คนเป็นนักปราชญ์ได้ ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากคำสอนของศาสนาต่าง ๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นจริงเพราะความเชื่อ ใครจะดัดแปลงแก้ไขไม่ได้
2. ความรู้ที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ (Authoritative Knowledge) เช่น หนังสือ พจนานุกรม การวิจัย เป็นต้น
3. ความรู้ที่เกิดจากการหยั่งรู้ (Intuitive Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตัวเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้อง คือ ความลำเอียง ความสนใจ และความชอบ

4. ความรู้ที่ได้จากการคิดหาเหตุผล (Rational Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตนเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้อง คือ ความลำเอียง ความสนใจ และความชอบ

5. ความรู้ที่ได้จากประสาทสัมผัส (Empirical Knowledge) ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การได้จับต้อง และการสังเกต

ระดับความรู้แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ดังนี้

1. ความรู้ระดับต่ำ ได้แก่ ความรู้ที่เกิดจากการเดาหรือภาพลวงตาทางประสาทสัมผัส
2. ความรู้ระดับธรรมดา ได้แก่ ความรู้ทางประสาทสัมผัส หรือความเชื่อถือที่สูงกว่า แต่ยังไม่แน่นอนเป็นเพียงชั้นอาจเป็นไปได้
3. ระดับสมมติฐาน ได้แก่ ความรู้ที่เกิดจากความคิดหรือความเข้าใจ ซึ่งไม่ได้เกิดจากประสาทสัมผัส เช่น ความรู้ทางคณิตศาสตร์ ความรู้ขั้นนี้ ถือว่า เป็นขั้นสมมติฐาน เพราะเกิดจากค่านิยมและสมมติฐานที่ไม่ได้พิสูจน์
4. ระดับเหตุผล ได้แก่ ความรู้จากตรรกวิทยา เป็นความรู้ที่ทำให้มองเห็นรูปหรือมโนภาพว่าเป็นเอกภาพ

การวัดความรู้

เนื่องจากความรู้ คือ ความสามารถทางพุทธิปัญญา ซึ่งแบ่งได้หลายระดับดังกล่าว ดังนั้นการวัดความรู้ จึงควรวัดความสามารถในทุกระดับ

เครื่องมือที่ใช้วัดความรู้จะต้องอาศัยแบบทดสอบผลสัมฤทธิ์ (Achievement Test) ซึ่งเป็นการวัดความสามารถทางปัญญาและทักษะต่าง ๆ ตลอดจนสมรรถภาพด้านต่าง ๆ ที่ได้รับการเรียนรู้ในอดีต ยกเว้นการวัดทางด้านร่างกาย

ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารทางด้านกฎหมาย โดยผ่านสื่อมวลชนซึ่งเน้นเฉพาะสื่อโทรทัศน์ การจะทราบว่าประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายอยู่ในระดับใด จะต้องทำการประเมินความรู้ คือ การประเมินความเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหาที่เรียนรู้ และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ของประชาชน ซึ่ง บรูม เอส เบนจามิน (Bloom S. Benjamin , 1956)

กล่าวว่า มี 6 ระดับ คือ ระดับระลึกได้ ระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ ระดับการนำไปใช้ ระดับการวิเคราะห์ ระดับการสังเคราะห์ และระดับการประเมินผล ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ระดับระลึกได้ (Recall) เป็นการที่บุคคลเรียนรู้ จดจำเรื่องราว กระบวนการ และแบบแผนได้ สามารถดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้ เช่น เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารเกี่ยวกับกฎหมายจากสื่อมวลชนหรือสิ่งอื่น ๆ แล้วบุคคลนั้นสามารถจำเนื้อหาที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ได้
2. ระดับรวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehensive) หมายถึงว่า บุคคลสามารถเขียนข้อคิดเห็นจากเนื้อหาได้โดยการใช้ถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้ความหมายและเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือคาดคะเนผลได้ ถือเป็นความสามารถของบุคคลในการทำบางสิ่งบางอย่างมากกว่าจำเนื้อหา
3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) มาปฏิบัติในเชิงรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) หมายถึง การที่บุคคลสามารถใช้ความคิดโดยนำความคิดมาแยกเป็นประเภท หรือนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) หมายถึง การนำข้อมูลมาประกอบกับแนวคิดแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Criteria) สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม
6. ระดับของการประเมิน (Evaluation) หมายถึง การที่บุคคลมีความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งกฎเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผลและวัดข้อมูลมาตรฐาน เพื่อดูว่าสิ่งที่นำมาเสนอ มีประสิทธิภาพ

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า การจะเกิดความรู้ได้นั้น ไม่ว่าจะระดับใดก็ย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้ที่นึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับ การแสวงหาข่าวสารของบุคคลเหล่านั้นนั่นเอง รวมไปถึงประสบการณ์และลักษณะทางประชากร (การศึกษา อายุ เพศ ฯลฯ) ของแต่ละคนที่เป็นผู้รับข่าวสาร

4. แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน

ความหมายของสื่อมวลชน

สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้รับสารไปสู่ผู้รับสารที่ประกอบด้วยคนจำนวนมาก ได้อย่างรวดเร็วในเวลาทีใกล้เคียงกันหรือในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปแล้วสื่อที่เรียกว่า สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ (ปรมะ สตะเวทิน , 2540)

โรเจอร์ และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้กล่าวถึง การสื่อสารมวลชนว่า หมายถึง สื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว เป็นการเพิ่มพูนความรู้แพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่พึงปรารถนาได้

ชาร์ลส์ อาร์ ไวท์ (Charles R. Wright) ได้กล่าวว่า การสื่อสารมวลชน คือ การสื่อสารที่มุ่งไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกันและไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สารถูกส่งไปยังประชาชนทั่วไป เพื่อให้ถึงประชาชนผู้รับสารได้รวดเร็วในเวลาเดียวกัน และสารนั้นมีลักษณะที่ไม่ยั่งยืน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ ผู้ส่งสารมักจะดำเนินการภายใต้องค์การที่สลับซับซ้อนซึ่งมีค่าใช้จ่ายมหาศาล

สื่อมวลชน หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลคนเดียว หรือ กลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างจัดกระจายได้ในเวลาอันรวดเร็ว

คุณลักษณะของสื่อมวลชน คือ

1. สามารถเข้าถึงผู้รับหรือกลุ่มเป้าหมายจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว

2. สามารถให้ความรู้และข่าวสารได้ดี
3. สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ไม่ฝืนรากลึกได้

สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชนเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่น ๆ 2 ประการ คือ

1. กลุ่มผู้รับสารจะต้องเป็นกลุ่มชนขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคมหรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่มีความหลากหลายและมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จักหรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชนจะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter or Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio – Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

หน้าที่ของสื่อมวลชน

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

1. สอดส่องระวังระวังเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Surveillance of the Environment) หมายถึง การแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่งๆ หน้าที่ในด้านนี้ก็คือ การรายงานข่าว หรือการแจ้งข่าวสาร

2. ประสานส่วนต่างๆในสังคมเพื่อแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม (Correlation of the Parts of Society in Responding to the Environment) หมายถึง การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดเป็นข่าว ทำการวิเคราะห์และเสนอแนะว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้นๆ หน้าที่ด้านนี้ คือ การแสดงความคิดเห็นหรือการชักจูงใจ

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นหลังๆ (Transmission of the Social Heritage from One Generation to the Next) หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม

และบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมคงอยู่ต่อไป หน้าที่ด้านนี้ คือ การให้การศึกษ

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

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) หมายถึง การเผยแพร่การแสดงดนตรี และศิลปะเพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่ประชาชน

เดนนิส แมคควอล (Dennis McQuail, 1983: 71-83) กล่าวถึง หน้าที่ของสื่อมวลชนตามความคิดของผู้ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการเผยแพร่ ได้แก่ นักโฆษณา นักประชาสัมพันธ์ นักการสื่อสารการเมืองและธุรกิจ นักบรรณารักษ์ เป็นต้น ซึ่งมีความต้องการให้สื่อมวลชนทำหน้าที่ต่อไปนี้ให้แก่ตน หรือ หน่วยงานของตน

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Information)

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

2. หน้าที่ในการตีความ (Interpretation)

- 2.1 ตีความข่าวสารและเหตุการณ์ตามวัตถุประสงค์ของนักเผยแพร่
- 2.2 สร้างความคิดเห็น ทำการประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพพจน์สนับสนุนองค์การ
- 2.3 วิพากษ์วิจารณ์คู่แข่งขององค์การของนักเผยแพร่

3. หน้าที่ในการแสดงออก (Expression)

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

4. หน้าที่ในการระดมความร่วมมือ (Mobilization)

- 4.1 กระตุ้นความสนใจ ความเกี่ยวข้องและความสนับสนุนของประชาชนต่อองค์การ
- 4.2 จัดแนะนำกิจกรรมแก่สมาชิกขององค์การหรือผู้ตาม (Followers)
- 4.3 พยายามจูงใจและเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล (การโฆษณาชวนเชื่อ)
- 4.4 การหาทุน
- 4.5 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคโดยการโฆษณาสินค้า

อิทธิพลของสื่อมวลชน

ซิมบาร์โด และไลเพ้ (Zimbardo and Leippe , 1991) ได้กล่าวถึง อิทธิพลของการเสนอข่าวสารบ่อยๆครั้งไว้ในทฤษฎีเกี่ยวกับ Familiarity ไว้ว่า การที่สารนั้นๆมีการเสนอเนื้อหาผ่านสื่อต่างๆซ้ำกันบ่อยๆ จะทำให้เกิดความคุ้นเคยกับข่าวสาร อันจะก่อให้เกิดความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับ ซึ่งนับว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามเนื้อหาที่น่าเสนอนั้นๆ หากเป็นเนื้อหาในทางดีมีการโน้มน้าวใจให้เกิดการกระทำตามก็จะมีกรปฏิบัติตามคำแนะนำนั้นๆ ในที่สุด

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper อ้างใน ประมะ สตะเวทิน 2540 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆของประชาชนไว้ ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าว ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียง ที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตามตัวมาด้วย

1.2 การเลือกผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือ

ที่ขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจจะไม่ได้ออกไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็น ก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความคิดเห็นมักจะเป็นบุคคลที่ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนทั่วไป จึงเป็นผู้มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น และการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นใดหนึ่ง และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจในมเหยียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน แต่จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นๆไม่เคยมีความรู้หรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใด หรือในระยะเวลายาวอันสั้น

บอลล์ – โรคีสและเดอเฟลอร์ (Ball-Rokeach , S.J.and Defleur , M.L., 1976) กล่าวว่า การสื่อสารมวลชนที่จะมีผลต่อผู้รับสารหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของตัวแปร 3 ตัว คือ ระบบสื่อมวลชน ผู้รับสารและระบบสังคม การที่ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อและการกระทำของผู้รับสารเมื่อใดนั้นขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ (Dependency) ของผู้รับสารที่มีต่อสารจากสื่อมวลชน

นอกจากนั้นเดอเฟลอร์ (Defleur , 1970) ยังได้ เสนอกรอบแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับ อิทธิพลของสื่อต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคล โดยพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นตัวแปรแทรก (Interventing Variables) ระหว่างสื่อที่เป็นตัวกระตุ้น (Stimulus) กับพฤติกรรม การตอบสนอง (Response) โดยแยกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

1. ทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล (The Individual Difference Theory)

ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การที่มนุษย์เรียนรู้และมีสภาพแวดล้อมที่เติบโตขึ้นมาต่างกัน เป็นผลให้เกิดรูปแบบทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ประกอบกันเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน โครงสร้างทางบุคลิกภาพเหล่านี้จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรม แบบของการรับรู้หรือ การเรียนรู้ของมนุษย์ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ตลอดจนการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ตามทฤษฎีนี้ สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลในแง่การสร้าง การเรียนรู้หรือการย้ายในสิ่งที่เขาารู้อยู่แล้ว

2. ทฤษฎีการจัดประเภททางสังคม (The Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้ได้แยกแยะบุคคลไว้ในสังคมออกเป็นกลุ่ม โดยยึดถือเพศ อายุ รายได้ สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมมา รวมเข้าไว้ในกลุ่มเดียวกัน และถือว่ามีโครงสร้างทางสังคม ใกล้เคียงกัน ตัวแปรเหล่านี้มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน รวมทั้งเป็นตัวแปรแทรก ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและปฏิกิริยาตอบสนองที่คล้าย ๆ กัน ฉะนั้นสื่อมวลชนจะมี อิทธิพลต่อกลุ่มคนเหล่านี้ก็ต่อเมื่อส่งมาในลักษณะที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของกลุ่ม

3.ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relationship Theory)

ทฤษฎีนี้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มว่ามีอิทธิพลต่อการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้นำความคิดเห็นในสังคมจะเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการแพร่กระจายข่าวสาร ความคิดและการตัดสินใจยอมรับของบุคคลในสังคมนั้น

4. ทฤษฎีบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (The Cultural Norms Theory)

ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมและเหตุการณ์แวดล้อมในสังคมว่ามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเพราะโดยปกติแล้วบุคคลย่อมประพฤติตามแนวบรรทัดฐานของสังคมและสภาพแวดล้อม สิ่งที่มีเนื้อหาสาระเป็นไปตามบรรทัดฐานอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีผลให้บุคคลคล้อยตามหรือถ้าสื่อมีเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม สื่อมวลชนอาจเพียงย้ำบรรทัดฐานเดิมและสร้างบรรทัดฐานใหม่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ฉะนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่ทางอ้อม 3 ประการ คือ

1. สื่อมวลชนจะส่งเสริมสนับสนุนหรือย้ำบรรทัดฐานทางสังคมให้ดำรงอยู่ตลอดไป
2. สื่อมวลชนจะสามารถสร้างความรับผิดชอบร่วมกันให้เกิดขึ้นในสังคม
3. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงแบบอย่างการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของบุคคล โดยช่วยให้เกิดพฤติกรรมใหม่ แต่ต้องใช้ระยะเวลา

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยทางสังคมศาสตร์ก็ยังคงมองหาหลักฐานที่แน่ชัดต่อไปว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างยิ่งจริงหรือ ดังที่ เอเวอเรท เดนนิส (Everette Dennis) ได้สรุปว่า “ สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลเหมือนยักษ์ที่มีพลังมหาศาลดังที่เคยคิดกันมาในอดีต แต่สื่อมวลชนก็ไม่ได้มีอิทธิพลเพียงผิวเผิน สิ่งที่จะต้องกระทำก็คือ จะต้องสำรวจและประเมินอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อไป ”

อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์

โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญและทรงอิทธิพลกว่าสื่ออื่น ๆ เพราะสื่อโทรทัศน์สามารถถ่ายทอดสาระ ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของสังคมไทยไปให้ผู้คนจำนวนมากได้รับรู้ในเวลาเดียวกัน โทรทัศน์สามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกหมู่เหล่าและมีบทบาทในสังคมเพิ่มมากขึ้นทุกที โดยการแทรกตัวเองเข้าไปในทุกสถาบันย่อยของสังคม ไม่ว่าจะเป็นสถาบันการเมือง

สถาบันเศรษฐกิจ สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา และวัฒนธรรม แม้กระทั่งสถาบันครอบครัว และเพื่อน

ประเภทของอิทธิพลจากสื่อโทรทัศน์

1. อิทธิพลที่มีต่อการดำเนินชีวิต

อิทธิพลทางการบันเทิง รายการบันเทิงเป็นรายการที่มุ่งให้ประชาชนผู้ชมรายการ มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน เป็นการผ่อนคลายความเครียด

อิทธิพลทางการเมือง เป็นแหล่งข้อมูลทางการเมืองสำหรับประชาชนในขณะเดียวกันก็เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดประชามติทางการเมืองของประชาชนสะท้อนกลับไปยังรัฐบาล เป็นเครื่องมือหรือสื่อกลางของรัฐบาลในการถ่ายทอดนโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาล

อิทธิพลทางการขายและโฆษณาสินค้า ช่วยให้นักธุรกิจและเจ้าของโรงงานอุตสาหกรรมขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น เพราะสามารถแสดงสินค้าและสาธิตการใช้งานให้ผู้ชมได้เห็นอย่างจริงจัง

อิทธิพลทางวัฒนธรรม ช่วยในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม คือ ทำหน้าที่ถ่ายทอดความคิดเห็น ความเชื่อ และค่านิยม ในช่วงยุคหนึ่งไปสู่อีกยุคหนึ่ง นอกจากนี้ยังมีบทบาทในการเป็นสื่อในการแสวงหาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยได้อีกด้วย

2. อิทธิพลที่มีต่อการพัฒนา

พัฒนาแนวคิดเพื่อแก้ปัญหา โทรทัศน์สามารถเสนอเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ รายงานให้ประชาชนทราบและเข้าใจ โทรทัศน์จึงมีบทบาทช่วยปลูกให้คนคิด วิเคราะห์ วิจาร์ณ แสดงประชามติ และช่วยกันแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ ตามความเหมาะสม

พัฒนาประชามติ ผู้ชมรายการมีโอกาสตอบสนองผู้ส่งข่าวสาร โดยการเลือกชมรายการที่น่าสนใจมากกว่า และติดต่อสื่อสารถึงองค์กรโทรทัศน์หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบหรืออาจมีการวิจารณ์ติชมผ่านสื่อมวลชนอื่น ๆ เป็นการแสดงประชามติเพื่อการพัฒนาสื่อมวลชน ผ่านการแสดงความคิดเห็น และการให้อัตราความนิยม (Rating) ต่อสถานีโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์แต่ละรายการ

พัฒนาโยบายของรัฐ รัฐจำเป็นต้องกำหนดนโยบายการสื่อสารมวลชนให้ชัดเจนและเหมาะสม ซึ่งอาจมีทั้งการส่งเสริมให้อิสระแก่โทรทัศน์ และในขณะเดียวกันก็ต้องควบคุมการปฏิบัติงานให้อยู่ในกรอบของความชอบธรรม ยุติธรรม ไม่ลิดรอนเสรีภาพและสถานภาพของผู้อื่น

3. อิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ความรู้

ในบรรดาสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการให้การศึกษา โทรทัศน์เป็นสื่อชนิดหนึ่งซึ่งสามารถให้ความรู้แก่ประชาชนได้ทุกรูปแบบ เนื่องจากโทรทัศน์มีลักษณะเด่นดังนี้

- เป็นเครื่องมือที่จะเข้าถึงคนหมู่มากได้พร้อม ๆ กัน โดยสะดวกและประหยัด
- เป็นการผสมผสานส่วนที่ดีที่สุดของวิทยุและภาพยนตร์เข้าด้วยกัน
- เป็นเครื่องมือที่เสนอความคิดเห็นที่สำคัญ สร้างทัศนคติ ให้ข่าวสารที่สำคัญ โดยไม่

จำเป็นว่าผู้รับสารจะต้องมีความสามารถในด้านการอ่าน

- โทรทัศน์ช่วยให้เกิดการปรับปรุงพัฒนาทางสังคมที่สำคัญ
- มีความเป็นปัจจุบันทันด่วนสามารถดึงดูดความสนใจและก่อให้เกิดการเรียนรู้สูง
- โทรทัศน์สามารถนำเอาอุปกรณ์การศึกษาอื่น ๆ ที่เป็นจริง และอื่น ๆ เข้ามาใช้ร่วมกันได้

โดยสะดวก ทำให้ผู้เรียนเข้าใจเนื้อหาได้ดีขึ้น

ในฐานะของสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา โทรทัศน์จึงมีบทบาทโดยตรงต่อการยกระดับการศึกษาของประชาชนในด้านต่าง ๆ ให้สูงขึ้น กล่าวคือ

1. โทรทัศน์มีบทบาทในการแพร่กระจายความรู้ไปสู่คนทุกระดับ ทำให้ประชาชนสามารถนำความรู้ดังกล่าว ไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน
2. โทรทัศน์ช่วยให้ประชาชนเกิดความคุ้นเคยต่อเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับกิจการต่าง ๆ ของสังคมและประเทศชาติ เป็นการกระตุ้นให้คนในชาติเกิดความสามัคคี และสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในกิจการสาธารณะ ได้อย่างมีระเบียบแบบแผน
3. โทรทัศน์ช่วยส่งเสริมให้ประชาชนมีการกินดีอยู่ดี โดยการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านสื่อ แล้วนำไปประยุกต์ตามวิถีทางที่มีความเหมาะสมกับตนเอง ทำให้เกิดการเพิ่มพูนรายได้ และทำให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

จากแนวคิดทางด้านสื่อมวลชนซึ่งเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์นั้น ทำให้สังเกตเห็นว่าสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญและมีประสิทธิภาพอย่างมากต่อประชาชน โดยเป็นสื่อกลางในการให้ความรู้ทางด้านกฎหมายแก่ประชาชนได้เป็นอย่างดี ทำให้ประชาชนได้รับทั้งความรู้ และความบันเทิง งานวิจัยเกี่ยวกับ รายการ “ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ” นี้ จะเป็นการแสดงให้เห็นหน้าที่ที่สื่อมวลชน น่าเสนอโดยได้สอดแทรกความรู้ทางด้านกฎหมาย พร้อมทั้งความบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน โดยนำเสนอผ่านทางโทรทัศน์ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการสื่อสารให้คนหมู่มากได้เข้าใจและเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง

5. แนวคิดและทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Approach)

ความสนใจเกี่ยวกับวิธีการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อช่วงกลางศตวรรษที่ 19 เฮอริซอก (Herzog) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพอใจที่แม่บ้านอเมริกันได้รับจากการฟัง รายการละครวิทยุ พบว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาข่าวของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตน จึงเป็นรากฐานของแนวคิดใหม่ในการสื่อสารที่ว่าผู้รับสาร คือ ตัวจักรสำคัญในการตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก รวมทั้งงานของ ซัชแมน (Suchman) ซึ่งได้ศึกษาถึงมูลเหตุจูงใจในการฟังดนตรีคลาสสิกทางวิทยุกระจายเสียง และงานวิจัยของเบเรลสัน เกี่ยวกับผลกระทบที่มีต่อผู้อ่านหนังสือพิมพ์ เนื่องจากการนัดหยุดงานของพนักงานโรงพิมพ์ทำให้ ไม่มีหนังสือออกจำหน่ายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง (พีระ จิระโสภณ , 2535) ขณะเดียวกัน ลาซาร์สเฟลด (Lazarsfeld) ได้ศึกษาพบว่า อิทธิพลของสื่อที่เคยมีต่อผู้รับสารเริ่มลดน้อยลง

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ศึกษาในเรื่องของผู้รับสารที่แท้ที่เป็นตัวจักรในการเลือกใช้ ประเภทของสื่อ และเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคล โดยอาศัยความต้องการพื้นฐานของตนเองเป็นหลัก คือ ผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร จากสิ่งใด และสารประเภทไหน และสารนั้นตอบสนองความต้องการของเราอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2542)

การศึกษาในแนวทางการใช้ประโยชน์ และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเป็นการมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคม โดยเน้นความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาทฤษฎีจึงเน้นความต้องการ และสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคม และจิตวิทยาของผู้ใช้ และทฤษฎีนี้ยังอธิบายได้ว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ประการที่มาสโลว์กล่าวไว้ อันได้แก่

1. ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์เพื่อความอยู่รอดของชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร อากาศ ที่อยู่อาศัย ยา รักษาโรค ความต้องการนี้หากไม่ได้รับการตอบสนองของมนุษย์ก็จะไม่เกิดความต้องการในลำดับขั้นต่อไป และในสังคมปัจจุบันนี้มนุษย์ก็จำเป็นที่จะต้องพึ่งพาหรือทำงานให้กับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เพื่อที่จะหาทางตอบสนองความต้องการทางร่างกายของตน

2. ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง (Security of Safety Needs) ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยทางร่างกาย เช่น ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ โรคภัย หรือจากภัยต่าง ๆ และความปลอดภัยหรือความมั่นคงทางจิตใจ เช่น ความมั่นคงในอาชีพ

3. ความต้องการทางด้านสังคม (Social or Belonging Needs) ได้แก่ ความต้องการที่จะเข้าร่วม และได้รับการยอมรับในสังคม ความเป็นมิตร และการยอมรับจากเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งความเป็นเจ้าของ

4. ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม (Esteem or Status Needs) ความต้องการนี้มีความสำคัญมากในการทำงาน ได้แก่ ความต้องการในการยกย่องนับถือ ซึ่งจะเกี่ยวกับความต้องการมีชื่อเสียง การมีสถานภาพทางสังคมที่ดี การมีความรู้สึกว่าเป็นบุคคลสำคัญ ได้รับความสนใจเอาใจใส่ และได้รับการระลึกถึงจากบุคคลอื่น และความต้องการมีอิสระ ซึ่งเป็นความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จ ต้องการการสนับสนุน เชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ต้องการความเป็นอิสระ และมีเสรีภาพ

5. ความต้องการที่จะได้เป็นในสิ่งที่ตนเองใฝ่ฝันอยากเป็น (Self Actualization or Self Realization) เป็นความต้องการขั้นสูงสุดของมนุษย์ คือ ความต้องการที่อยากจะทำอะไรให้สำเร็จตามความนึกคิด ภายหลังจากที่มนุษย์ได้รับการตอบสนองความต้องการทั้ง สี่ขั้นอย่าง

ครบถ้วนแล้ว มนุษย์ก็ยังคงมีความต้องการที่สูงขึ้นไปอีก และอยากที่จะสำเร็จสมประสงค์ตามความนึกคิดที่ใฝ่ฝันไว้ทุกอย่าง

การศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดนี้ จึงเป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชนไม่ได้ถูกยึดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือก และหลบหลีกข่าวสารได้ เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ และมีความสำคัญต่อความสัมพันธ์ผลในการสื่อสาร แต่การสื่อสารจะสัมพันธ์ผลเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ การที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจสารนั้นได้มากน้อยเพียงใด

เสรี วงษ์มณฑา (2535) ได้สรุปการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจดังนี้

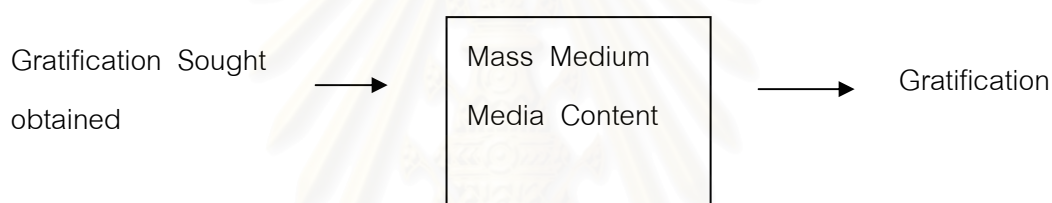
1. มนุษย์สนใจและแสวงหาข่าวสาร 'ไม่ได้ถูกยึดเยียด ให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือกการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal – Directed)
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน

ในปี ค.ศ. 1969 กรีนเบิร์ก และโดมินิก (Greenberg & Dominick) ได้ศึกษาถึงเหตุผลของการเลือกชมโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกา พบว่าการที่บุคคลตัดสินใจเลือกชมโทรทัศน์เนื่องจากเหตุผลต่าง ๆ กัน เช่น เพื่อการเรียนรู้ เพื่อที่จะได้รับทราบความเป็นไปของบุคคลอื่น เพื่อเป็นแนวทางในการแก้ปัญหา เป็นต้น ซึ่งต่อมา กรีนเบิร์ก (1972) ได้ศึกษาถึงโครงสร้างและความพึงพอใจในการรับชมรายการโทรทัศน์ของนักเรียนในกรุงลอนดอน พบว่า พวกเขาเด็ก ๆ มีเหตุผลที่จะเลือกรับชมโทรทัศน์ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. เพื่อฆ่าเวลาหรือใช้เวลาว่าง (To pass time)

2. เพื่อให้ลืมปัญหาหรือเบี่ยงเบนความสนใจ (To forget , as means of diversion)
3. เพื่อการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ (To learn about things)
4. เพื่อการเรียนรู้ตนเอง (To learn about myself)
5. เพื่อการกระตุ้นหรือเสริมความคิดตนเอง (For arousal)
6. เพื่อการผ่อนคลาย (For relaxation)
7. เพื่อการสมาคมหรือสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น (For companionship)
8. เพื่อเป็นงานอดิเรก (As a habit)

จากเหตุผลดังกล่าว กรีนเบิร์ก ได้สร้างแบบจำลองที่อธิบายถึงความพึงพอใจในการแสวงหาข่าวสารในการที่จะเลือกสื่อหรือข่าวสารต่าง ๆ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจที่จะได้รับ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองการอธิบายความพึงพอใจของกรีนเบิร์ก

ต่อมา แคทซ์ (Katz) ได้ให้ความสนใจศึกษาเรื่องนี้อย่างจริงจัง และเป็นคนแรกที่มีความเห็นว่างานวิจัยเกี่ยวกับ “ ผล ” หรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร

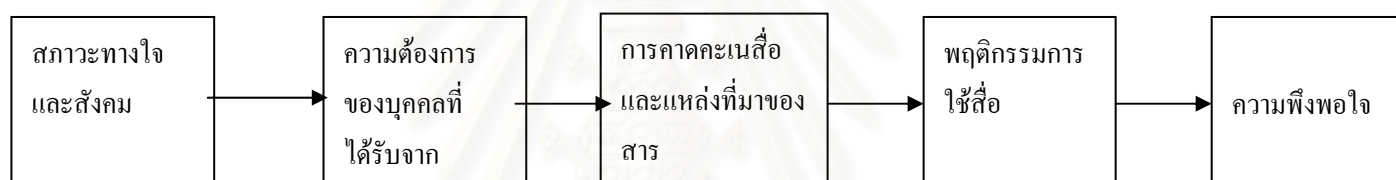
ในการวิจัยการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ แคทซ์ และคณะ ได้ศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล เมื่อปี 1973 ซึ่งการวิจัยครั้งนั้นเป็นการสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะสร้างเครื่องมือในการวัดมากกว่าที่เป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ ผลวิจัย พบว่า ชาวอิสราเอลมีความเห็นว่า ครอบครัวและเพื่อนฝูงเป็นแหล่งสนองความพึงพอใจที่ดีที่สุด ส่วนสื่ออื่น ๆ มีส่วนช่วยในการสนองความต้องการได้บ้าง อย่างไรก็ตาม การศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในงานวิจัยนี้ ก็เป็นแบบของงานในระยะต่อมา ซึ่งแนวทางการศึกษาตาม ทฤษฎีดังกล่าว แคทซ์และคณะได้สรุปไว้ (1974) ดังนี้

การศึกษากการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ

สภาวะของสังคม และจิตใจที่มีผลต่อ ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ การคาดคะเนเกี่ยวกับ สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ ความแตกต่างในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิดความพอใจที่ได้รับจากสื่อและผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับ แนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจตามที่กล่าวมาสรุปเป็นแบบจำลองได้ดังนี้

แบบจำลองอธิบายการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ



ภาพที่ 2 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของ แคทซ์และคณะ (Katz and Others)

แบบจำลองที่แคทซ์และคณะ (Katz and Others) สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่ต่างกันเป็นสาเหตุให้มนุษย์มีความต้องการที่ต่างกันออกไป ซึ่งทำให้แต่ละคนคาดหวังหรือคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภท สามารถสนองความพึงพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันเหล่านี้ จะแตกต่างกันออกไป ขั้นสุดท้าย คือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ ยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ความต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจาก

สื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกเปิดรับรายการต่าง ๆ ทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจ ตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้ ทันสมัย ขณะเดียวกัน ผลจากการบริโภคสื่อมวลชนทุกวัน ก็อาจให้ผลอื่น ๆ ตามมา นอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือ เปลี่ยนลักษณะนิสัย หรือพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน (พีระ จิระโสภณ , 2529)

งานวิจัยในระยะต่อมาได้พยายามหาเหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้คนบริโภคสื่อ โดยได้พัฒนาชุดตัวแปรความพึงพอใจ ซึ่งบลูมเมอร์และคณะ (Blumler and Others , 1972) จำแนกออกมาเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะปรากฏในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำและเพื่อผ่อนคลายอารมณ์
2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุย กับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว เป็นต้น
3. เอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น ติดตามรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ ในสังคม และโลกภายนอกจากสื่อมวลชน

นอกจากนี้ แมคคอมส์และเบคเคอร์ (McCombs and Becker , 1979) ได้กล่าวไว้ใน เรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ ดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหว จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญ และควรจะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนเองต่อสถานะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว

5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

แมคควอล และคณะ (McQuail and other) ได้ศึกษาตัวแปร ความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
- เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ
- สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ
- เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง
- สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ
- มองทะลุภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น

- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - ใช้แทนเพื่อน
 - ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
- การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - การผ่อนคลาย
 - มีวัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - ปลดปล่อยอารมณ์
 - เป็นการกระตุ้นทางเพศ

ส่วน คิปแพ็ค และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray , 1980) ได้นำความคิดของแคทซ์ ไปศึกษา โดยนอกจากจะเน้น เรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย จุดประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้ คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของ ความต้องการใช้สื่อ กับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผล การศึกษาเป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ อายุตั้งแต่ 9 – 11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มอายุมาก จะใช้สื่อเพราะความสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคม และความต้องการ ของตนเอง
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์ จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะ กลุ่มเป้าหมายเห็นว่า สื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและ

เหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย โดยหนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และ ภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึง คุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของ คีพแพ็ค และคณะ สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

นอกจากนั้น งานวิจัยของ เวเนเนอร์ (Lawrence A. Wenner , 1985) เกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) นั้นสามารถแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของ ความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratifications เป็นการใช้นำข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้ จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการ สนทนากับผู้อื่น หรือใช้ข้อมูลเพื่อการชักจูง

3. Para – Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสาร เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ

4. Para – orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลา ให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษา พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ว่าเป็นการสื่อสารที่เกิดจากแรงผลักดันภายในของผู้รับสารเอง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า คือ “ ความต้องการของผู้รับสาร ” เพื่อเป็นการเลือกใช้สื่อเพื่อสนองตอบ ความต้องการด้านต่าง ๆ และนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่ออื่น ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใช้ข่าวสารตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่าง ๆ กัน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2542)

การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เพื่อใช้ในการ อธิบายตัวแปร การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ ที่นำเสนอเกี่ยวกับการส่งเสริมความรู้ทางด้าน กฎหมาย ให้อยู่ภายใต้กรอบแนวคิดที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการแสวงหาข่าวสาร

วรรณพร เนตรอำนวนย (2528) ศึกษาวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานในต่างประเทศ : กรณีศึกษาเฉพาะคนงานที่จะ เดินทางไปทำงานในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา แนวทางการ แสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานของคนงาน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล กับการแสวงหา ข่าวสารเกี่ยวกับงาน

ของคนงานที่ต้องการไปทำงานในต่างประเทศ พบว่า แหล่งข่าวสารแรกจะเป็นสื่อบุคคล มากกว่า สื่ออื่น รองลงมาเป็นสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล อายุต่างกันก็จะมี การแสวงหาข่าวสารไม่แตกต่างกัน การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากแหล่งที่ต่างกัน

ประไพศรี สุทธิโพธิ์ (2539) “ การศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อมาทำงานในเมือง ของแรงงานต่างถิ่นในจังหวัดชลบุรี ” เป็นการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อผลความปรารถนาในการทำงานต่างถิ่น พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูล

ข่าวสารและการศึกษา การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจมาทำงานในเมือง โดยใช้แนวทางในการศึกษา คือ แนววัฒนธรรมศึกษา ผลวิจัย พบว่า แรงงานต่างถิ่นที่มีความปรารถนาในการมาทำงานต่างถิ่นแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างกัน และพบว่า แรงงานต่างถิ่นแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำงานในเมืองจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมากที่สุด เนื่องจากมีความเชื่อถือ และมีโอกาสเข้าถึงมากที่สุด โดยสื่อมวลชนมีบทบาทในการให้ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการน้อยมาก

ประวิณ พัฒนะพงษ์ (2539) “ พฤติกรรมการแสวงหาข่าวและความพึงพอใจต่อข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของกรรมการหมู่บ้าน ” เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ การศึกษา รายได้ โอกาสการเปิดรับสื่อ และค่านิยมทันสมัยกับการแสวงหาข่าวและความพึงพอใจต่อข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของกรรมการหมู่บ้าน อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า โอกาสการเปิดรับและค่านิยมที่ทันสมัยมีความสัมพันธ์กับความสนใจต่อเนื้อหาข่าวสารที่ระดับนัยสำคัญ .05 การศึกษา โอกาสการเปิดรับสื่อและค่านิยมทันสมัยมีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้สื่อที่ระดับนัยสำคัญ .05 และ อายุ โอกาสการเปิดรับสื่อและค่านิยมทันสมัยมีความสัมพันธ์กับจุดมุ่งหมายการเปิดรับข่าวสารที่ระดับนัยสำคัญ .05

เพ็ญทิพย์ จิรพินนุสรณ์ (2539) “ พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและอินเทอร์เน็ตของนักศึกษาและบุคลากรของสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ ” สรุปผลการวิจัยได้ว่า พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ตขึ้นอยู่กับความต้องการข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยจะเลือกสื่อที่สะดวก ใกล้เคียง และใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการได้ข้อมูลตามความต้องการ

อัญชนิ วิชยาภัย บุญนาค (2540) “ การแสวงหาข่าวสาร ทักษะคติ พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ ” เป็นการศึกษาการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ผลวิจัยพบว่า การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีไม่สูงมากนัก คือ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับการแสวงหาข่าวสารนาน ๆ ครั้ง โดยแสวงหาจากข่าวสารประเภทใกล้ตัว และจากสื่อประเภทสื่อมวลชนมากที่สุด และโดยส่วนใหญ่จะไม่ติดตามข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ แสดงว่าคนส่วนใหญ่ไม่เห็นความสำคัญของการแสวงหาข่าวสารมากนัก โดยไม่ได้มองว่าผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องแสวงหาข่าวสาร นอกจากนี้ คนจะแสวงหาข่าวสารที่ไม่ต้องใช้ความพยายามในการเข้าใจมากนัก ผลการวิจัยที่ได้

อาจสืบเนื่องมาจากการที่ผู้บริโภคเห็นว่ามีคามยุ่งยากในการหา จากการศึกษาที่เนื้อหาที่มีลักษณะที่ใกล้เคียง ตัว หรือเป็นนักวิชาการจนเกินไป

นันทวัน กิจธนาเจริญ (2541) ได้ศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ ความพึงพอใจจากข่าวสาร และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรบริโภคในชีวิตประจำวันของ ประชาชนกรุงเทพมหานคร ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า ตัวแปรอายุ และอาชีพ เป็นตัวชี้วัด เรื่องความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร ในภาวะเศรษฐกิจได้ดี ที่สุด รองลงมาคือการศึกษา ทั้งนี้ อายุ อาชีพ และการศึกษาเป็นตัวแปรที่บ่งบอก และเกี่ยวข้องกับสถานะทางเศรษฐกิจของประชาชนได้ในระดับหนึ่ง จึงอาจสรุปได้ว่า การแสวงหา ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับสถานภาพทางเศรษฐกิจของบุคคล

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร โดยส่วนใหญ่ จะศึกษาทั้งสื่อมวลชนและ สื่อบุคคล พบว่า สื่อบุคคลมีส่วนต่อการแสวงหาข่าวสารมากที่สุด เพราะมีความน่าเชื่อถือและมี อิทธิพลมากกว่าสื่อมวลชน และลักษณะประชากรต่างกันก็จะมีกรแสวงหาข่าวสารต่างกันด้วย โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติม เฉพาะผู้ชมรายการทางโทรทัศน์ ที่เกี่ยวข้องกับรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย เท่านั้น

งานวิจัยแนวคิดเกี่ยวกับความรู้

โรบินสัน (Robinson , 1972) ศึกษาวิจัยพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูล ข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ ด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อ

คอร์เซนเนีย , โทโร และกานดิโน (Korzenny , Toro and Gandino , 1987) ได้ศึกษา เกี่ยวกับ อิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ที่มีต่อความรู้ ทศนคติ และความคิดเห็นในด้าน ข่าวต่างประเทศของชาวอเมริกัน พบว่า การเปิดรับข่าวต่างประเทศทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ ในทางบวก กับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของประชาชน และหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับ

ทัศนคติเกี่ยวกับชาวต่างประเทศ ส่วนในด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น เพศ อายุ และ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับชาวต่างประเทศ โดยผู้ตอบคำถามที่เป็นเพศชาย มีความรู้ด้านชาวต่างประเทศมากกว่าผู้ตอบคำถามหญิง และอายุกับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับชาวต่างประเทศ

ต้องฤดี ปุณณกันต์ (2534) ศึกษาการเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอนครหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปริมาณการเปิดรับการสื่อสารจาก สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน แต่ปริมาณการเปิดรับการสื่อสาร จากการ สื่อสารระหว่างบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน พบว่า ปริมาณการเปิดรับการ สื่อสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของ ประชาชน ปริมาณการเปิดรับข่าวสารทั้งจากสื่อมวลชน และจากการสื่อสารระหว่างบุคคลมี ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งของประชาชน

บุญจิระ พุทธิศรี (2541) ได้ศึกษาเรื่อง “ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับ รัฐธรรมนูญ 2540 และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ” ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ ฉบับปี 2540 ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองต่างกัน แต่เพศ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุไม่แตกต่างกัน ส่วนอาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้เพศ ที่แตกต่างกันมีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ไม่แตกต่างกัน และ การศึกษาที่แตกต่างกันมีทัศนคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ไม่แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับ ความรู้เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 แต่การเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540

3. ความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับ รัฐธรรมนูญฉบับปี 2540

4. ทักษะคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

วิศรดา วราลักษณ์ (2542) ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้เรื่องยาเสพติดและการป้องกันยาเสพติดจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ของนักเรียนมัธยมต้นสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ พบว่า การเปิดรับข่าวสารสัมพันธ์กับความรู้เรื่องยาเสพติดและการป้องกันยาเสพติด

รุจิรา คงรุ่งโรจน์ (2543) ศึกษาเรื่อง “ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ของบุคลากรในองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคม ” พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษาและตำแหน่งแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน
2. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน
3. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง และรายได้ แตกต่างกัน มีทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคมไม่แตกต่างกัน
4. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคม มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคม
5. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคมจากสื่อมวลชนไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคม
6. ความรู้เกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคมไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคม
7. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคม ของบุคลากรที่ดำเนินธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคม ภาครัฐและภาคเอกชนมีความแตกต่างกัน

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรู้ นั้น พบว่า การเปิดรับข่าวสารมาก มักจะมีความรู้มากควบคู่กันไป ซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจของบุคคล และลักษณะทางประชากรที่เกี่ยวข้องกับ

การศึกษาก็มีส่วนเกี่ยวข้องกับความรู้ที่บุคคลจะได้รับ โดยพบว่าบุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่น่าสนใจอยู่แล้ว สำหรับในงานวิจัยนี้จะศึกษา การแสวงหาข่าวสารว่ามีความสัมพันธ์กับความรู้หรือไม่

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

แคลปเปอร์ (Klapper ,1960) ได้ศึกษาถึงการตอบสนองของความต้องการ (Gratification) ในการใช้สื่อของแม่บ้านชาวอเมริกัน โดยศึกษาการเลือกการรับฟังรายการละครทางวิทยุ ผลการวิจัยพบว่า การฟังรายการละครทางวิทยุตอบสนองความต้องการโดยการระบายอารมณ์ใน 2 ลักษณะ คือ

- การระบายโดยตรง (Emotional Release) ทำให้อารมณ์ความรู้สึกของบุคคลดีขึ้น หมายความว่าปัญหาที่บุคคลรับฟังมีอยู่นั้น ตัวละครนำไปแสดงบทบาท ทำให้รู้สึกเป็นการนำเอาปัญหาของตนไปแบ่งเบา ทำให้เกิดความผ่อนคลายได้ เป็นหนทางการระบายอารมณ์ได้ดี และช่วยในทางอื่นอีกมาก เช่น รู้สึกว่าตนเองมีกำลังใจดีขึ้นเพราะเขาได้ เรียนรู้ว่าเขาไม่ใช่คนเดียวที่อยู่ในสถานการณ์แบบนั้น และยังได้รับทัศนคติของผู้แสดงที่เขานิยมชมชอบได้ด้วย

- การเรียนรู้ชีวิต (School of life) ผู้หญิงบางคนถือว่า ตนได้เรียนรู้วิธีการที่จะจัดการกับปัญหาของตนจากรายการนั้น ๆ ด้วย

รูบิน (Rubin , 1979) ได้ผลของการวิจัยที่สนับสนุนทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อ โดยเฉพาะการใช้สื่อโทรทัศน์พบว่า การดูโทรทัศน์รายการต่าง ๆ ในผู้ชมที่สูงอายุมีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความตั้งใจที่จะได้รับประโยชน์ในแง่ต่าง ๆ จากโทรทัศน์ เช่น ผู้มีความสนใจจะติดตามข่าวสารทางการเมือง จะเลือกดูรายการที่เสนอสาระต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจใช้สื่อในการฆ่าเวลา กับการดูรายการข่าวทางโทรทัศน์ด้วย

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn , 1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จากกลุ่มตัวอย่างชาย – หญิง รวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่า รายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อเป็นการแก้เหงา และเพื่อ

ความบันเทิง เขาพบว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง – ความพึงพอใจต่ำ หรือ ความคาดหวังต่ำ – ความพึงพอใจสูง

ยูล เบญจรงค์กิจ (Yubol Benjarongkit , 1985) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับงานที่เกิดขึ้นในชีวิตความต้องการ และการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของผู้ชม เพื่อศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ ระหว่างประสบการณ์จากเหตุการณ์ในชีวิต และการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางจิตวิทยา ความเคยชินในการชมรายการโทรทัศน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์พบว่า เหตุการณ์ในชีวิตทั้งหมดที่เกิดขึ้น เป็นผลให้ความต้องการสิ่งแวดล้อมทางสังคมและรายการโทรทัศน์ทั้งหลายเปลี่ยนไป และการเปลี่ยนแปลงความต้องการเช่นนี้ ยังเป็นผลให้การชมรายการทางโทรทัศน์ของบุคคลเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย นั่นเป็นการช่วยอธิบายให้เห็นว่า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตของบุคคลมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้สื่อโทรทัศน์ด้วย

เวนเนอร์ (Wenner , 1986) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังหรือความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) จากการชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในด้านความต้องการ ฝ้าสังเกตเพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance) ด้านความบันเทิง / พักผ่อนหย่อนใจ (Entertainment / Diversion) การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล (Interperson Utility) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม (Parasocial Interaction) รวม 12 รายการ (Statements) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างผู้ชมทางโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจด้านต่างๆ ดังกล่าวจะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

วัชรียา อานามวัฒน์ (2533) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และตอบสนองของความต้องการ พบว่าสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคสื่อโทรทัศน์ คือ กลุ่มเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันมากกว่ากลุ่มเพศชาย และกลุ่มที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันที่แตกต่างกัน

อรวรรณ วิจักขณะ (2534) ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของ นิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของ สื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ พบว่า นิสิต นักศึกษาอ่านหนังสือพิมพ์ เพราะต้องการทราบข่าวสารและเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวัน บางส่วน ส่วนการชมรายการโทรทัศน์จะเป็นไปเพื่อความสนุกเพลิดเพลิน และเพื่อติดตาม รายการที่ตนชื่นชอบ นอกจากนี้พบว่า นิสิต นักศึกษาได้มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชน ประเภท หนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุ และโทรทัศน์ มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และ สื่อมวลชนเหล่านี้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมในระดับ พอสมควร

ชนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) ศึกษาเรื่อง ทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการ หนึ่งในร้อย พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่มี ทศนคติที่ดีต่อรายการ และเห็นด้วยในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับชมจากรายการ และอาชีพมี ความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ตรีรัตน์ นิลรัตน์ (2536) ศึกษาเรื่อง “ การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึง ประโยชน์ในการนำไปใช้ เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ” พบว่า นักศึกษาชอบดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาตลก สนุกสนาน โดยดูร่วมกับ สมาชิกในครอบครัวมากที่สุด นักศึกษาที่มารดามีอาชีพต่างกันมีลักษณะการดูละครโทรทัศน์ ต่างกัน นักศึกษาที่เรียนต่างสาขากัน ภูมิลำเนาต่างกัน อาชีพบิดาต่างกัน รับรู้ถึงประโยชน์ของ ละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาบุคลิกภาพต่างกัน และลักษณะการดู ระดับการติดตามดู ระดับความตั้งใจดูละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการ นำไปใช้พัฒนาตนเองด้านบุคลิกภาพ สติปัญญาและจริยธรรม ส่วนปริมาณการดูละครโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเอง

ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์ (2537) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ รูปแบบเนื้อหาของรายการ “ มองต่าง มุม กับทศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ” ทาง สถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย โดยช่อง 11 เพื่อทราบทศนคติ ความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของประชาชนผู้เข้าชมรายการมองต่างมุม พบว่า คุณลักษณะ

ประชากรไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าชมรายการมอต่างมุม ยกเว้นด้านเพศ และอาชีพซึ่งจะมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในทางบวก และต่อการเข้าร่วมรายการมอต่างมุม นอกจากนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สนใจเข้าร่วมรายการจะนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และนำไปขยายผลทำให้ความนิยมและความสนใจของผู้ชมนั้นมีมากขึ้นตามลำดับ

วิยดา เกียวกุล (2537) การศึกษาเรื่อง “ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ” พบว่า ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกัน ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม (2537) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับชมจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์สำหรับเด็กที่เปิดรับชมมาก 3 อันดับแรก คือ รายการประเภทการ์ตูน เหตุผลที่ทำให้เด็กเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุด คือ ทำให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน ส่วนความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กพบว่า เด็กมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เหตุผลที่สร้างความพึงพอใจ คือ ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน ส่วนด้านการใช้ประโยชน์พบว่า เด็กนำสิ่งที่ได้จากการชมรายการโทรทัศน์ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ในระดับปานกลางโดยนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาสติปัญญาและความสามารถพื้นฐานมากที่สุด

อรณี ผู่จวรรณลักษณ์ (2538) ได้ศึกษาการเปิดรับ การคาดหวังผลประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ ,การคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ , การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา และการคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ จากการเปิดรับรายการธรรมะ ทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา

ณัฐพร พานิช (2538) ได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง : กรณีศึกษา นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ลักษณะทางประชากร การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง โดยศึกษา เฉพาะกรณีนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร โดยพบผลการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้ 1. วัยรุ่นที่มี เพศ ระดับการศึกษา ประเภทของโรงเรียน อาชีพของบิดา สถานภาพทางครอบครัว และรายได้ ของครอบครัวต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องต่างกัน 2. วัยรุ่นที่มีเพศ ประเภทของ โรงเรียน และรายได้ของครอบครัวต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง ต่างกัน 3. วัยรุ่นที่มีเพศ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับ นักร้องต่างกัน 4. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ จากการเปิดรับ สื่อเกี่ยวกับนักร้อง 5. การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้องมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการ เปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง 6. การใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อ เกี่ยวกับนักร้อง

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ได้ศึกษา ทศนคติ การใช้ประโยชน์ “ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ” ผลการศึกษาวิจัย พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับ ทศนคติเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ระดับการศึกษาและรายได้ มี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง รวมถึง พฤติกรรมการเปิดรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบเนื้อหาและระยะเวลา การออกอากาศ

สุกัญญา เพียรธุรกิจ (2539) ศึกษาเรื่อง “ การเปิดรับชมรายการ โทรทัศน์สำหรับสตรี กับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อเสริมสร้างบทบาท ที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรีในเขต กรุงเทพมหานคร ” พบว่า สตรีที่มีลักษณะประชากร ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส แตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีต่างกัน การเปิดรับชม รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการรับรู้ประโยชน์ต่าง ๆ และการเปิด รับชมรายการโทรทัศน์ สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้าง บทบาทหน้าที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี

รัตนา สมบัติวรพัฒน์ (2540) ศึกษาเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการ เปิดรับโทรทัศน์ประเภทรับชมฟรี กับประเภทเสียค่าใช้จ่าย ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มผู้เปิดรับโทรทัศน์ประเภทรับชมฟรี กับประเภทเสียค่าใช้จ่าย มีสัดส่วนในเรื่อง เพศ อายุ และอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ตัวแปรด้านการศึกษาและรายได้โดยรวมของครอบครัว จะมีความแตกต่างกันระหว่างผู้เปิดรับสองกลุ่ม 2. กลุ่มผู้เปิดรับโทรทัศน์ประเภทรับชมฟรีกับประเภทเสียค่าใช้จ่าย มีสัดส่วนในเรื่องความพึงพอใจจากการเปิดรับโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน 3. กลุ่มผู้เปิดรับโทรทัศน์ประเภทรับชมฟรี กับประเภท เสียค่าใช้จ่ายมีสัดส่วนในเรื่องการใช้ประโยชน์จากการ เปิดรับโทรทัศน์แตกต่างกัน

วัชรระ โรจน์เรืองรัตน์ (2542) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเกี่ยวกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1. ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเกี่ยวกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต จากที่ บ้านและประเภทธุรกิจ / สินค้า หรือบริการโฆษณา ทางอินเทอร์เน็ต คือ คอมพิวเตอร์ มากที่สุด 2. ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการโฆษณา ทางอินเทอร์เน็ต 3. ลักษณะทางประชากรของผู้ใช้บริการไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์เกี่ยวกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต 4. พฤติกรรมใช้บริการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ เกี่ยวกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต 5. ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเกี่ยวกับการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตในระดับมาก 6. ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเกี่ยวกับการโฆษณา ทางอินเทอร์เน็ตทำให้โลกทัศน์กว้างไกล

ศรีศรีรินทร์ อากาศ (2543) ได้ศึกษาวิจัยในหัวข้อ การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการ “ ถอดรหัส ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า 1. การเปิดรับรายการ “ ถอดรหัส ” มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ 2. ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ 3. ลักษณะประชากรทางด้านระดับการศึกษาและรายได้ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการ 4. ลักษณะประชากร

ทางด้านระดับการศึกษาและรายได้ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อรายการ

สรุปได้ว่า จากงานวิจัยต่าง ๆ ที่ได้กล่าวอ้างไว้ข้างต้นทั้งงานวิจัยในประเทศและต่างประเทศ ที่เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้น งานวิจัยส่วนมากมักจะศึกษา รายการทางโทรทัศน์ ซึ่งเป็นรายการประเภท บันเทิง เช่น ละคร รายการเหล่านี้จะช่วยทำให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลิน เกิดความพึงพอใจแต่ผู้ชมไม่ค่อยได้รับประโยชน์จากรายการ และพบว่า ลักษณะทางประชากร มีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ สำหรับงานวิจัยนี้ มุ่งจะศึกษา การใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ซึ่งรายการเหล่านี้ เป็นรายการประเภท สารบันเทิง ว่าผู้ชมรายการได้นำความรู้ที่ได้จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายไปใช้ประโยชน์หรือไม่



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการศึกษา การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย ทางโทรทัศน์ ของประชาชน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยในการวิจัยตามหัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชน มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร 50 เขต มีจำนวนทั้งสิ้น 5,897,156 คน แบ่งเป็นเพศชาย 2,848,187 คน เพศหญิง 3,048,967 คน จากกองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ พ.ศ. 2547 ซึ่งรวบรวมโดยกรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย

กลุ่มตัวอย่าง

สำหรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรดังนี้ (อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์ , 2543)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือ ขนาดของประชากร
 e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับให้เกิดได้

การวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนกลุ่มประชากรเป้าหมาย 5,897,156 คน และในการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความคลาดเคลื่อน ที่ 5 % และกำหนดความเชื่อมั่นได้ 95 % และสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{5,897,156}{1 + 5,897,156 (.05)^2}$$

$$n = 400$$

จะได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยอาศัยตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane (1973) โดยการกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ความผิดพลาดไม่เกิน 5 % จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาไม่ต่ำกว่า 400 คน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 415 คน เพื่อป้องกันการผิดพลาดในการเก็บแบบสอบถาม

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ใช้วิธีสุ่มแบบกำหนดจำนวนตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งตามอาชีพ พิจารณาจาก การสำรวจความนิยมของรายการ(Rating) โดยพบว่า กลุ่มอาชีพที่คาดว่าจะมีโอกาจะแสวงหาข่าวสารมากที่สุด ซึ่งช่วงเวลาในการนำเสนอ มักจะเป็นเวลา ตั้งแต่ ช่วงเช้า ถึง เย็น ซึ่งกลุ่มเป้าหมายในการผลิตรายการ มักเป็นคนกลุ่มอาชีพต่อไปนี้

- พ่อบ้าน / แม่บ้าน
- ค้าขาย
- อาชีพอิสระ
- ว่างงาน
- นักเรียน / นักศึกษา
- อื่น -----

โดยกำหนด จำนวนตัวอย่างในแต่ละอาชีพจำนวนเท่า ๆ กัน คือ อาชีพละ 69 คน ทั้งหมด 6 อาชีพ แล้วจำแนกกลุ่มตัวอย่าง 69 คน รวมจำนวน ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นที่ได้จากการเก็บรวบรวม 415 คน

ขั้นตอนที่ 2 ในแต่ละเขตพื้นที่ที่กำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนทั่ว ๆ ไป ตามย่านที่พักอาศัย คอนโด สวนสาธารณะ เป็นต้น ให้ครบตามจำนวนและเงื่อนไขที่กำหนด โดยไปในสถานที่เดียวกัน แต่ ต่างเวลากัน เพื่อจะได้กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร รายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
ตัวแปรตาม การแสวงหาข่าวสาร

สมมติฐานที่ 2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
ตัวแปรตาม ความรู้

สมมติฐานที่ 3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
ตัวแปรตาม การใช้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 4. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย

ตัวแปรอิสระ การแสวงหาข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ตัวแปรตาม ความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ตัวแปรอิสระ การแสวงหาข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ตัวแปรตาม การใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ตัวแปรอิสระ ความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
ตัวแปรตาม การใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 : ข้อมูลลักษณะประชากร (เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้)
- ส่วนที่ 2 : การแสวงหาข่าวสารด้านกฎหมาย
- ส่วนที่ 3 : ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกฎหมาย
- ส่วนที่ 4 : การนำความรู้ทางด้านกฎหมายไปใช้ประโยชน์

การทดลองใช้เครื่องมือ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถาม ดังนี้

1. นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่ง ได้แก่ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย เป็นผู้ตรวจสอบความเกี่ยวข้องของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของการใช้ภาษา (Wording) แล้วนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้เหมาะสมในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Pre – test) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถาม สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการ และคำถามนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่ และหาค่าความเชื่อถือได้โดยวิธี Alpha Coefficient ของ Cronbach

ในการทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม สามารถคำนวณโดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach) ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์ ,2543)

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right)$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อมั่น

k = จำนวนข้อ

V_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

3. เกณฑ์การประเมินระดับความสัมพันธ์ของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ บาร์ท (Bart,1999 : 184) แบ่งระดับของค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ไว้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าสหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
.20 หรือต่ำกว่า	ต่ำมาก
.21 ถึง .40	ต่ำ

.41 ถึง .60	ปานกลาง
.61 ถึง .80	สูง
มากกว่า .80	สูงมาก

ผลการหาค่าความน่าเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม มีรายละเอียด ดังนี้

1. ค่าความเชื่อถือได้ส่วนของการแสวงหาข่าวสาร 0.7860
2. ค่าความเชื่อถือได้ส่วนของความรู้ 0.3925

หลังจากแก้ไขและไปใช้จริงแล้ว นำกลับมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นใหม่อีกครั้ง = 0.7929

3. ค่าความเชื่อถือได้ส่วนของการใช้ประโยชน์ 0.8754

ค่าความเชื่อถือที่ได้ปรับปรุงแล้วอยู่ในระดับสูงและสูงมาก จึงใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้
การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในส่วนของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมทั้งผู้ช่วยวิจัย ซึ่งในการเก็บข้อมูลจะมีการชี้แจงทำความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยก่อนออกไปเก็บข้อมูลในสถานที่จริง โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยจะนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจาก กลุ่มตัวอย่างให้สละเวลาตอบแบบสอบถาม และขอรับคืนทันที ใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลประมาณ 1 เดือน ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 28 กุมภาพันธ์

เกณฑ์การให้คะแนน

1. การแสวงหาข่าวสารด้านกฎหมาย ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ความบ่อยครั้ง วัตถุประสงค์ และประเด็นในการแสวงหาข่าวสารวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสาร โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้
- | | | |
|------------|---|-------|
| มากที่สุด | 5 | คะแนน |
| มาก | 4 | คะแนน |
| ปานกลาง | 3 | คะแนน |
| น้อย | 2 | คะแนน |
| น้อยที่สุด | 1 | คะแนน |

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนระดับ 1.00 – 1.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ 1.50 – 2.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำ
คะแนนระดับ 2.50 – 3.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับปานกลาง
คะแนนระดับ 3.50 – 4.49	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูง
คะแนนระดับ 4.50 – 5.00	หมายถึง	มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูงมาก

2. ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็น กฎหมายที่ได้นำเสนอผ่านทางรายการ ทั้ง 4 รายการ ได้แก่ ประเด็นข่าว เกี่ยวกับกฎหมายที่ประชาชนควรรู้

จากคำถามจำนวน 17 ข้อ (ข้อ 16 – ข้อ 32) ในลักษณะคำถาม 2 ตัวเลือก ถ้าตอบถูกให้ 1 คะแนน ตอบผิดให้ 0 คะแนน แล้วนำมาจัดระดับความรู้ แบ่งเป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากคะแนน ดังนี้

คะแนนระหว่าง	1 – 5	=	มีความรู้ในระดับต่ำ
คะแนนระหว่าง	6 - 11	=	มีความรู้ในระดับปานกลาง
คะแนนระหว่าง	12 – 17	=	มีความรู้ในระดับสูง

เมื่อเทียบจากค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อ พิจารณาจากค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อมีคะแนนระดับ	0.01 – 0.30	=	มีความรู้ในระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อมีคะแนนระดับ	0.31 – 0.65	=	มีความรู้ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยในแต่ละข้อมีคะแนนระดับ	0.66 – 1.00	=	มีความรู้ในระดับสูง

3. การใช้ประโยชน์ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน

น้อย	2	คะแนน
น้อยที่สุด	1	คะแนน

หลังจากนั้น นำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ย แล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนระดับ 1.00 – 1.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับต่ำมาก
คะแนนระดับ 1.50 – 2.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับต่ำ
คะแนนระดับ 2.50 – 3.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง
คะแนนระดับ 3.50 – 4.49	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับสูง
คะแนนระดับ 4.50 – 5.00	หมายถึง	มีการใช้ประโยชน์ในระดับสูงมาก

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS
2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานในการวิจัย มีดังนี้
 - การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้การแจกแจงความถี่เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับ
 - ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้
 - การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย
 - ความรู้ที่ได้จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย
 - การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย
 - การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ได้ตั้งไว้ จำนวน 6 ข้อ ด้วยวิธีการทางสถิติวิเคราะห์ ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ T – Test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่จำแนกตามตัวแปรเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การแสวงหาข่าวสาร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย จำแนกตามตัวแปรอายุ การศึกษา อาชีพและรายได้

สมมติฐานข้อที่ 2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ T – Test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่จำแนกตามตัวแปรเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ความรู้ จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย จำแนกตามตัวแปร อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานข้อที่ 3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

สถิติที่ใช้ คือ T – Test เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยที่จำแนกตามตัวแปรเพศ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย จำแนกตามตัวแปร อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

สมมติฐานข้อที่ 4. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

สถิติที่ใช้ คือ Pearson's Product Moment Correlation ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง การแสวงหาข่าวสาร กับความรู้ จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

สมมติฐานข้อที่ 5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

สถิติที่ใช้ คือ Pearson's Product Moment Correlation ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง การแสวงหาข่าวสาร กับการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

สมมติฐานข้อที่ 6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

สถิติที่ใช้ คือ Pearson's Product Moment Correlation ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ กับการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

การประมวลผลข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ควรดำเนินการในขั้นต่อไป ดังนี้

1. การให้คะแนน และการลงรหัส ในแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามไปเขียนในกระดาษสำหรับลงรหัส (Coding Form) ป้อนข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ต้องการ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ จากข้อมูลที่พิมพ์ออกมา เพื่อตรวจสอบหาความผิดพลาดในการลงรหัส หลังจากนั้นจึงจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ
4. แปลความหมายข้อมูลที่ได้ประมวลผลเรียบร้อยแล้ว เพื่อจัดทำรายงานและสรุปผล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเสนอรายงานผลการวิจัย เรื่อง การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ การใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่าง จำนวน 415 คน ซึ่งจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน โดยการนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ยเพื่อวิเคราะห์

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ตารางที่ 1 – 5)
2. การแสวงหาข่าวสาร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย (ตารางที่ 6 – 17)
3. ความรู้ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้จากการชมรายการส่งเสริมความรู้ ทางด้านกฎหมาย (ตารางที่ 18 – 19)
4. การใช้ประโยชน์จากการชม รายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย (ตารางที่ 20 – 21)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 ทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม โดยใช้สถิติทดสอบ T-Test ในกลุ่มตัวแปร เพศ กับ การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ ยังใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยวิธี One – Way ANOVA ในกลุ่มตัวแปร อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ กับตัวแปร การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ สำหรับทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1- 3 ดังต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 2 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

สมมติฐานข้อที่ 3 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วยวิธี T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA)

2.2 การคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) สำหรับทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 – 6 ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4 การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlation อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 5 การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlation อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานข้อที่ 6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติ Pearson's Product Moment Correlation อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

ผลการวิเคราะห์

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ผลการวิเคราะห์ด้านลักษณะทางประชากร

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ปรากฏผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	156	37.6
หญิง	259	62.4
รวม	415	100.0

จากตารางที่ 1 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศ จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวน 415 คน พบว่า เป็นเพศชาย ร้อยละ 37.6 และเพศหญิงร้อยละ 62.4 โดยเพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	21	5.1
20 – 30 ปี	226	54.5
31 – 40 ปี	72	17.3
41 – 50 ปี	56	13.5
51 – 60 ปี	23	5.5
มากกว่า 60 ปี	17	3.9
รวม	415	100

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่มอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประมาณครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีช่วงอายุระหว่าง 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาประมาณ 1 ใน 5 คือ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.3 และช่วงอายุที่น้อยที่สุดคือ มากกว่า 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.9

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	6	1.4
ม.1 – ม.3 หรือเทียบเท่า	13	3.1
ม.4 – ม.6 หรือเทียบเท่า	27	6.5
อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	50	12.0
ปริญญาตรี	258	62.2
ปริญญาโท	57	13.7
สูงกว่าปริญญาโท	4	1.0
รวม	415	100

จากตารางที่ 3 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.2 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 13.7 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท ซึ่งคิดเป็นเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	69	16.6
อาชีพอิสระ	69	16.6
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	70	16.9
เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	69	16.6
ว่างงาน	69	16.6
อื่น ๆ	69	16.6
รวม	415	100

จากตารางที่ 4 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้จำนวนที่เท่ากันในทุก ๆ กลุ่มอาชีพ โดยคิดเป็น ร้อยละ 16.6 โดยอาชีพอื่น ๆ เป็นอาชีพที่มีเวลาทำงานที่แน่นอน คงที่ เช่น พนักงานบริษัท ข้าราชการ เป็นต้น

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 5,000 บาท	48	11.6
5,001 – 10,000 บาท	129	31.1
10,001 – 20,000 บาท	160	38.6
20,001 – 30,000 บาท	47	11.3
30,001 – 40,000 บาท	18	4.3
มากกว่า 40,000 บาท	13	3.1
รวม	415	100

จากตารางที่ 5 เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือประมาณ 2 ใน 5 คิดเป็นร้อยละ 38.6 รองลงมาคือ 5,001 – 10,000 บาท คือ ประมาณ 1 ใน 3 คิดเป็นร้อยละ 31.1 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ไม่ถึง 1 ใน 10 คิดเป็นร้อยละ 3.1

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ สรุปว่า ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นั้น ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

1.2 ผลการวิเคราะห์ การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องการแสวงหาข่าวสาร โดยวัดจากความบ่อยครั้งในการชมรายการ วัตถุประสงค์ และประเด็นในการชมรายการ ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการชมรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ได้แก่ รายการ " คนหัวหมอ " , " หัวหมอจ้อข่าว " " ร่วมมือร่วมใจ " หละรายการ กฎหมายเพื่อประชาชน ทุก ๆ รายการรวมกัน โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์

ความบ่อยครั้งในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ชมทุกวัน (7 ครั้ง / สัปดาห์)	21	5.1
ชมบ่อยมาก (6 ครั้ง / สัปดาห์)	44	10.6
ชมบ่อย (5 ครั้ง / สัปดาห์)	65	15.7
ชมบ้างนาน ๆ ครั้ง (4 ครั้ง / สัปดาห์)	112	27.0
ไม่ค่อยได้ชม (น้อยกว่า 3 ครั้ง / สัปดาห์)	173	41.7
รวม	415	100

ค่าเฉลี่ย = 2.10 อยู่ในระดับน้อย

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.202

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 2 ใน 5 ชมรายการโดยเฉลี่ย น้อยกว่า 3 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็น ร้อยละ 41.7 รองลงมา คือ ประมาณ 1 ใน 5 ชมรายการโดยเฉลี่ย 4 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 27.0 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีสัดส่วนน้อยที่สุด คือ กลุ่มที่ชมรายการทุกวัน 7 ครั้ง / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 5.1 ส่วนค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการชม อยู่ในระดับน้อย

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมในการชมรายการ " คนหัวหมอ " ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

พฤติกรรมในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ	145	35
ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ	82	19.8
ชมผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร	128	30.8
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	40	9.6
ไม่เคยชมรายการ	20	4.8
รวม	415	100

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการชมรายการ คือ กลุ่มตัวอย่างตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ ชมผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าทางรายการได้นำเสนอเกี่ยวกับหัวข้อกฎหมายในเรื่องอะไร คิดเป็นร้อยละ 30.8 และกลุ่มที่ไม่เคยชมรายการ " คนหัวหมอ " มีสัดส่วนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 4.8

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมในการชมรายการ " หัวหมอจ้อข่าว " ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

พฤติกรรมในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ	82	19.8
ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ	131	31.6
ชมผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร	111	26.7
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	38	9.2
ไม่เคยชมรายการ	53	12.7
รวม	415	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการชมรายการ คือ เลือกชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 31.6 รองลงมา คือ ชมรายการผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าทางรายการ " หัวหมอกจ้อข่าว " ได้นำเสนอกฎหมายเกี่ยวกับเรื่องอะไร คิดเป็นร้อยละ 26.7 และกลุ่มที่เปิดรายการทิ้งไว้เป็นเพื่อนมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.2

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมในการชมรายการ " ร่วมมือ ร่วมใจ " ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

พฤติกรรมในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ	87	21.0
ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ	114	27.5
ชมผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร	105	25.3
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	55	10.6
ไม่เคยชมรายการ	65	15.6
รวม	415	100

จากตารางที่ 9 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมในการชมรายการ คือ เลือกชมรายการเฉพาะประเด็นที่สนใจ คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ชมรายการผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าทางรายการ " ร่วมมือ ร่วมใจ " ได้เสนอเกี่ยวกับหัวข้อกฎหมายในเรื่องอะไร คิดเป็นร้อยละ 25.3 และกลุ่มที่เปิดรายการทิ้งไว้เป็นเพื่อนมีสัดส่วนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.6

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมในการชม รายการ " กฎหมายเพื่อประชาชน " ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์

พฤติกรรมในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ	36	8.7
ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ	48	11.6
ชมผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร	99	23.9
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	68	16.4
ไม่เคยชมรายการ	164	39.4
รวม	415	100

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยชมรายการ " กฎหมายเพื่อประชาชน " คิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมา คือ ชมรายการเฉพาะ ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร คิดเป็นร้อยละ 23.9 และกลุ่มที่ตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการคิดเป็นสัดส่วนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 8.7

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ " คนหัวหมอ "

	แหล่ง / ช่องทางการแสวงหาข่าวสาร *					
	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของผู้อื่น	ผู้อื่นที่กำลังชมรายการ	เปิดเจอโดยบังเอิญ	รายการที่ชมติดต่อกันมา
รู้จักรายการ	335	10	114	86	129	41
	(80.7)	(2.4)	(27.5)	(20.7)	(31.1)	(9.9)
ไม่รู้จักรายการ	80	405	301	329	286	374
	(19.3)	(97.6)	(72.5)	(79.3)	(68.9)	(90.1)
รวม	415	415	415	415	415	415
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักรายการ " คนหัวหมอ " ผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.7 รองลงมา คือ การเปิดเจอโดยบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 31.1 ส่วนช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาน้อยที่สุด ได้แก่ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต มีเพียงร้อยละ 2.4 เท่านั้น

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ " หัวหมोज้อข่าว "

	แหล่ง / ช่องทางการแสวงหาข่าวสาร *					
	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของผู้อื่น	ผู้อื่นที่กำลังชมรายการ	เปิดเจอโดยบังเอิญ	รายการที่ชมติดต่อกันมา
รู้จักรายการ	274	9	81	67	91	47
	(66.0)	(2.2)	(19.5)	(16.1)	(21.9)	(11.3)
ไม่รู้จักรายการ	141	406	334	348	324	368
	(34.0)	(97.8)	(80.5)	(83.9)	(78.1)	(88.7)
รวม	415	415	415	415	415	415
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักรายการ " หัวหมोज้อข่าว " ผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 66 รองลงมาคือ การเปิดเจอโดยบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 21.9 ส่วนช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาน้อยที่สุด ได้แก่ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต มีเพียงร้อยละ 2.2 เท่านั้น

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ " ร่วมมือร่วมใจ "

	แหล่ง / ช่องทางการแสวงหาข่าวสาร *					
	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของผู้อื่น	ผู้อื่นที่กำลังชมรายการ	เปิดเจอโดยบังเอิญ	รายการที่ชมติดต่อกันมา
รู้จักรายการ	277	15	61	62	92	36
	(66.7)	(3.6)	(14.7)	(14.9)	(22.2)	(8.7)
ไม่รู้จักรายการ	138	400	354	353	323	379
	(33.3)	(96.4)	(85.3)	(85.1)	(77.8)	(91.3)
รวม	415	415	415	415	415	415
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักรายการ " ร่วมมือร่วมใจ " ผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือ การเปิดเจอโดยบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 22.2 ส่วนช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาน้อยที่สุด คือ ได้แก่ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งมีเพียงร้อยละ 3.6 เท่านั้น

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ " กฎหมายเพื่อประชาชน "

	แหล่ง / ช่องทางการแสวงหาข่าวสาร *					
	สื่อโทรทัศน์	สื่ออินเทอร์เน็ต	คำบอกเล่าของผู้อื่น	ผู้อื่นที่กำลังชมรายการ	เปิดเจอโดยบังเอิญ	รายการที่ชมติดต่อกันมา
รู้จักรายการ	132	3	44	37	73	23
	(31.8)	(0.7)	(10.6)	(8.9)	(17.6)	(5.5)
ไม่รู้จักรายการ	283	412	371	378	342	392
	(68.2)	(99.3)	(89.4)	(91.1)	(82.4)	(94.5)
รวม	415	415	415	415	415	415
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักรายการ " กฎหมายเพื่อประชาชน " มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.8 รองลงมาคือ รู้จักรายการได้ด้วยการเปิดเจอโดยบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 17.6 ส่วนช่องทางที่กลุ่มตัวอย่าง แสวงหาน้อยที่สุด ได้แก่ ทางสื่ออินเทอร์เน็ต มีเพียงร้อยละ 0.7 เท่านั้น

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

วัตถุประสงค์ในการชมรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย (1-5)	S.D	ระดับในการแสวงหา
1.เพิ่มพูนความรู้ทางกฎหมายให้กับตนเอง	85 (20.5)	165 (39.8)	138 (33.8)	25 (6.0)	2 (0.5)	415 (100)	3.74	0.869	สูง
2.ป้องกันการเอารัดเอาเปรียบจากบุคคลอื่น	83 (20.0)	193 (46.5)	119 (28.7)	18 (4.3)	2 (0.5)	415 (100)	3.81	0.818	สูง
3.ใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิงในการประกอบอาชีพ	42 (10.1)	107 (25.8)	177 (42.7)	75 (18.1)	14 (3.4)	415 (100)	3.21	0.967	ปานกลาง
4.เกิดความรู้รอบตัวมากขึ้น	89 (21.4)	216 (52.0)	92 (22.2)	17 (4.1)	1 (0.2)	415 (100)	3.90	0.784	สูง
5.แนะนำหรือให้ความรู้ทางด้านกฎหมายแก่เพื่อนหรือบุคคลในครอบครัว	54 (13.0)	122 (29.4)	170 (41.0)	53 (12.8)	16 (3.9)	415 (100)	3.35	0.988	ปานกลาง
6.ไม่ให้ตัวเองกระทำผิดกฎหมาย	74 (17.8)	170 (41.0)	134 (32.3)	25 (6.0)	12 (2.9)	415 (100)	3.65	0.938	สูง
7.เกิดความสนุกสนาน	53 (12.8)	122 (29.4)	144 (34.7)	59 (14.2)	37 (8.9)	415 (100)	3.23	1.120	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ โดยรวมในระดับสูง มีวัตถุประสงค์ในการแสวงหา คือ เพื่อต้องการให้ตัวเองมีความรู้รอบตัวมากขึ้น ซึ่งมีระดับในการแสวงหาในระดับสูง รองลงมา คือ วัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมายเพื่อป้องกันการเอาผิดเอาเปรียบจากบุคคลอื่น โดยมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน สำหรับวัตถุประสงค์ที่มีระดับการแสวงหาน้อยที่สุด คือ ใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิงในการประกอบอาชีพ ซึ่งมีระดับในการแสวงหาอยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน และร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลำดับความสนใจ ในประเด็นกฎหมายของเนื้อหาที่น่าสนใจในรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ความสนใจ ต่อประเด็น กฎหมาย	ประเด็นกฎหมาย *						
	กฎหมาย แพ่งและ พาณิชย์	กฎหมาย อาญา	กฎหมาย ภาษี อากร	กฎหมาย แรงงาน	กฎหมาย รัฐธรรมนูญ	กฎหมาย ปกครอง	กฎหมาย ทรัพย์สิน ทาง ปัญญา
สนใจ	321	317	195	219	74	116	133
	(77.3)	(76.4)	(47.0)	(52.8)	(17.8)	(28.0)	(32.0)
ไม่สนใจ	94	98	220	196	341	299	282
	(22.7)	(23.6)	(53.0)	(47.2)	(82.2)	(72.0)	(68.0)
รวม	415	415	415	415	415	415	415
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)

* แต่ละคนตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความสนใจต่อประเด็นกฎหมายทางด้านกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมา คือ กฎหมายอาญา ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 76.4

ตารางที่ 17 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ระดับการแสวงหาข่าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
การแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำมาก	1	0.2
การแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำ	22	5.3
การแสวงหาข่าวสารในระดับปานกลาง	177	42.7
การแสวงหาข่าวสารในระดับสูง	190	45.8
การแสวงหาข่าวสารในระดับต่ำสูงมาก	25	6.0
รวม	415	100

ค่าเฉลี่ย = 3.51 อยู่ในระดับสูง

ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.64

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 45.8 มีระดับการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ในระดับสูง เมื่อพิจารณาโดยเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมีการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมายในระดับสูง

1.3 ผลการวิเคราะห์ความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ได้จากการชมรายการ " ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย "

ซึ่งจำแนกตามตาราง และสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 18 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่ได้จากการชมรายการ

ความรู้ทางด้านกฎหมาย จาก รายการ	จำนวนคนที่ตอบถูก	จำนวนคนที่ตอบผิด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความรู้
1. รัฐมนตรีทุจริตในหน้าที่ ขอให้รับสินบน เมื่อได้โอนทรัพย์สินไปให้ภรรยาตามกฎหมายมีสิทธิ์ยึดทรัพย์สินจากภรรยาคนนั้นหรือไม่	305 (73.5)	110 (26.5)	0.73	0.442	สูง
2. ผู้หญิงข่มขืนผู้ชายมีความผิด ขอให้ข่มขืนหรือไม่	222 (53.5)	193 (46.5)	0.53	0.499	ปานกลาง
3.สามีเป็นเอดส์ภรรยา มีสิทธิ์ฟ้องหย่าได้หรือไม่	302 (72.8)	113 (27.2)	0.73	0.446	สูง
4.หมั้นกันแล้วฝ่ายชายผิดสัญญาไปมีแฟนใหม่ของหมั้นตกเป็นของฝ่ายไหน	397 (95.7)	18 (4.3)	0.96	0.204	สูง
5.สมศรีไปเที่ยวห้าง ได้รับบัตรจอดรถและจอดรถไว้ในห้าง เมื่อกลับมาพบว่ารถของตนหายไป ห้างต้องรับผิดชอบเหตุการณ์นี้หรือไม่	271 (65.3)	144 (34.7)	0.65	0.477	ปานกลาง
6.พนักงานดีเด่นรับแทงหวยได้ดิน จนโดนหัวหน้าไล่ออก เขามีสิทธิ์ได้รับเงินทดแทนจากการถูกไล่ออกหรือไม่	308 (74.2)	107 (25.8)	0.74	0.438	สูง
7.การถ่าย VCD ปี่ของตัวเองไว้ดูเองมีความผิดหรือไม่	277 (66.7)	138 (33.3)	0.67	0.472	สูง

8.ชื่นใจภรรยาที่ไม่ได้จดทะเบียนสมรสผิดหรือไม่	340 (81.9)	75 (18.1)	0.82	0.385	สูง
9. ผลมะม่วงข้างบ้าน หล่นในบ้านเรา เรามีสิทธิ์เก็บผลมะม่วงนั้นมากินได้หรือไม่	146 (35.2)	269 (64.8)	0.35	0.478	ปานกลาง
10.ลูกภรรยาอายุมีสิทธิ์ในมรดกของบิดาที่ให้ใช้นามสกุลหรือไม่	338 (81.4)	77 (18.6)	0.81	0.389	สูง
11.คู่สมรสวิวาห์มาแล้ว 1 ปี พียงหย่าได้หรือไม่	135 (32.5)	280 (67.5)	0.33	0.469	ปานกลาง
12.เก็บสร้อยทองได้บริเวณบ้านพักที่คลื่นยักษ์ สีนามิ ถล่มมีความผิดหรือไม่	236 (56.9)	179 (43.1)	0.57	0.496	ปานกลาง
13.เห็นใจกำลังวิ่งราวทรัพย์เรามีสิทธิ์ที่จะจับกุมใจหรือไม่	322 (77.6)	93 (22.4)	0.78	0.417	สูง
14.ไม่จ่ายค่าเช่าร้าน 2 เดือน เจ้าของร้านมีสิทธิ์ที่จะปิดร้านและยึดทรัพย์สินจากร้านเราหรือไม่	251 (60.5)	164 (39.5)	0.60	0.489	ปานกลาง
15.แท็กซี่ ทิ้งผู้โดยสารไว้กลางทาง มีความผิดตามกฎหมายหรือไม่	326 (78.6)	89 (21.4)	0.79	0.411	สูง
16.เจ้าหนี้เรียกเก็บดอกเบี้ยร้อยละ 5 บาทต่อเดือนมีความผิดหรือไม่	262 (63.1)	153 (36.9)	0.63	0.483	ปานกลาง
17.ใช้ปืนปลอมจี้ชิงทรัพย์มีความผิดหรือไม่	377 (90.8)	38 (9.02)	0.91	0.289	สูง

จากตาราง ที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ที่ได้จากการชมรายการ โดยรวมอยู่ในระดับสูง คำถามที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตอบถูกมากที่สุด คือ หมั่นกินแล้วฝாயชวยมิดสัณญญาไปมีแพนใหม่ของหมั่นตกเป็นของฝายไหนด โดยมีค่าเฉลี่ย 0.96 รองลงมา คือ คำถามที่ว่า ใช้ปีนปลอมจีซิงทรัพย์มีความมิดหรือไม่ โดยมีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 0.91 สำหรับประเด็นคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบผิดมากที่สุด มีคำถามว่า คู่สมรสวิกลจริตมาแล้ว 1 ปี ฟองหย่าได้หรือไม่ โดยมีค่าเฉลี่ย เพียง 0.33 เท่านั้น

ตารางที่ 19 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตาม ความรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากการชมรายการ " ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย "

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
ระดับความรู้ต่ำ	1	0.2
ระดับความรู้ปานกลาง	206	49.6
ระดับความรู้สูง	208	50.1
รวม	415	100

ค่าเฉลี่ย = 11.60 อยู่ในระดับปานกลาง ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 2.00

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มที่มีระดับความรู้สูงและปานกลางใกล้เคียงกัน เพราะว่า ร้อยละของผู้มีความรู้สูงมีมากกว่าผู้มีความรู้ปานกลางเพียงเล็กน้อย

1.4 ผลการวิเคราะห์การใช้ประโยชน์จากการชมรายการ " ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ "

ซึ่งจำแนกตามตาราง และสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 20 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากการชมรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

การใช้ประโยชน์ที่ได้จากการชมรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	รวม	ค่าเฉลี่ย	S.D	ระดับการใช้ประโยชน์
1.เพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางกฎหมาย ๆ ในสังคม	83 (20.0)	220 (53.0)	105 (25.3)	7 (1.7)	0 (0.0)	415 (100)	3.91	0.717	สูง
2.ทราบถึงข้อเท็จจริงของเรื่องราวทางกฎหมายที่น่าเสนอมากขึ้น	72 (17.3)	233 (56.1)	100 (24.1)	10 (2.4)	0 (0.0)	415 (100)	3.88	0.706	สูง
3.นำข้อมูลไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือ	51 (12.3)	158 (38.1)	165 (39.8)	36 (8.7)	5 (1.2)	415 (100)	3.52	0.862	สูง
4.ทำให้เกิดความสนใจต่อประเด็นปัญหาที่อยากรู้	59 (14.2)	222 (53.5)	109 (26.3)	23 (5.5)	2 (0.5)	415 (100)	3.75	0.782	สูง
5.ทำให้มีโลกทัศน์กว้างไกลขึ้น	74 (17.8)	206 (49.6)	116 (28.0)	19 (4.6)	0 (0.0)	415 (100)	3.81	0.778	สูง
6.นำสาระในรายการไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นในสังคม	43 (10.4)	157 (37.8)	170 (41.0)	39 (9.4)	6 (1.4)	415 (100)	3.46	0.856	ปานกลาง

7.ช่วยเป็นเพื่อน คลายเหงา	31 (7.5)	130 (31.3)	161 (38.8)	75 (18.1)	18 (4.3)	415 (100)	3.20	0.965	ปานกลาง
8.นำข้อมูลหรือแนว คิดที่ได้มาประยุกต์ ใช้ใน ชีวิตประจำวัน	69 (16.6)	189 (45.5)	134 (32.3)	21 (5.1)	2 (0.5)	415 (100)	3.73	0.814	สูง
9.นำสาระหรือความ รู้ที่ได้รับจากรายการ ไปเผยแพร่ให้บุคคล อื่น	47 (11.3)	158 (38.1)	159 (38.3)	42 (10.1)	9 (2.2)	415 (100)	3.46	0.900	ปานกลาง
10.นำความรู้ที่ได้รับ มาเป็นแนวทางป้อง กันไม่ให้อีกผู้อื่นเอา รัดเอาเปรียบ	93 (22.4)	216 (52.0)	90 (21.7)	14 (3.4)	2 (0.5)	415 (100)	3.93	0.784	สูง
11.ใช้เวลาว่างให้ เกิดประโยชน์	79 (19.0)	157 (37.8)	139 (33.5)	35 (8.4)	5 (1.2)	415 (100)	3.65	0.923	สูง

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้นำความรู้ที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการป้องกันไม่ให้อีกผู้อื่นเอารัดเอาเปรียบ โดยมีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.93 รองลงมา มีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ กลุ่มตัวอย่างชมรายการเพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางด้านกฎหมาย ต่าง ๆ ในสังคม โดยมีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.91 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการเพื่อช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงา มีจำนวนน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 3.20

ตารางที่ 21 แสดงจำนวน ร้อยละ จำแนกตามระดับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากการชมรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

ระดับการใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการใช้ประโยชน์น้อย	7	1.7
ระดับการใช้ประโยชน์ปานกลาง	132	31.8
ระดับการใช้ประโยชน์มาก	252	60.7
ระดับการใช้ประโยชน์มากที่สุด	24	5.8
รวม	415	100

ค่าเฉลี่ย = 3.66 อยู่ในระดับสูง ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.49

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด มีการใช้ประโยชน์จากการชมรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย คิดเป็นร้อยละ 60.7 โดยอยู่ในระดับสูง

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการแสวงหาข่าวสาร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายของกลุ่มผู้ชมรายการที่มีเพศแตกต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	P
ชาย	156	3.5586	0.6235	1.116	.265
หญิง	259	3.4859	0.6537		

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ชมเพศชาย และเพศหญิง มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ดังนั้นจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 23 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
ไม่เกิน 20 ปี	21	3.2245	0.7006	1.286	.269
20 – 30 ปี	226	3.5405	0.6281		
31 – 40 ปี	72	3.4802	0.6632		
41 – 50 ปี	56	3.5969	0.6061		
51 – 60 ปี	23	3.4348	0.6553		
มากกว่า 60 ปี	17	3.4286	0.7432		
รวม	415	3.5114	0.6423		

จากตารางที่ 23 พบว่า การแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ชมรายการที่มีอายุต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ตารางที่ 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่แตกต่าง
1. ประถมศึกษา	6	3.2619	0.1670	2.525	.021	ไม่พบ
2. ม.1- ม.3 หรือเทียบเท่า	13	3.3407	0.5168			
3. ม.4 – ม.6 หรือเทียบเท่า	27	3.5026	0.4626			
4.อนุปริญญา / ปวส.หรือเทียบเท่า	50	3.7200	0.6375			
5. ปริญญาตรี	258	3.5382	0.6466			
6. ปริญญาโท	57	3.3258	0.7121			
7. สูงกว่าปริญญาโท	4	3.0000	0.2608			
รวม	415	3.5133	0.6427			

จากตารางที่ 24 พบว่า การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ข้อที่ 1 นั่นคือผู้ชมรายการที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ แตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe' แล้วไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ระหว่างผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
1. นักเรียน / นักศึกษา	69	3.5507	0.7662	.693	.629
2. อาชีพอิสระ	69	3.4412	0.6949		
3. พ่อบ้าน / แม่บ้าน	70	3.5111	0.6318		
4. เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	69	3.5633	0.6190		
5. ว่างงาน	69	3.5818	0.4980		
6. อื่น ๆ	69	3.4286	0.6234		
รวม	415	3.5133	0.6427		

จากตารางที่ 25 พบว่า การแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ข้อที่ 1 นั่นคือ ผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีรายได้แตกต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่แตกต่าง
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	48	3.3542	0.5246	2.341	.041	ไม่พบ
2. 5,001 – 10,000 บาท	129	3.6235	0.6561			
3. 10,001 – 20,000 บาท	160	3.4982	0.6428			
4. 20,001 – 30,000 บาท	47	3.5684	0.5810			
5. 30,001 – 40,000 บาท	18	3.4286	0.6929			
6. 40,000 บาทขึ้นไป	13	3.0794	0.9951			
รวม	415	3.5165	0.6442			

จากตารางที่ 26 พบว่า การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีรายได้ต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 นั่นคือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยเดือน แยกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายแตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe' แล้วไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แยกต่างกัน

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างความรู้ของกลุ่มผู้ชมที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	P
ชาย	156	11.6090	2.0369	.052	.959
หญิง	259	11.5985	1.9905		

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ชมเพศชายและเพศหญิง มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางกฎหมาย จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีอายุต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
ไม่เกิน 20 ปี	21	11.8095	2.3155	.529	.754
20 – 30 ปี	226	11.7124	2.0702		
31 – 40 ปี	72	11.5000	2.0140		
41 – 50 ปี	56	11.2679	1.9585		
51 – 60 ปี	23	11.5652	1.4717		
มากกว่า 60 ปี	17	11.5625	1.5041		
รวม	415	11.6063	2.0065		

จากตารางที่ 28 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน ไม่มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีอายุต่างกัน ไม่มี ความแตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่แตกต่าง
1. ประถมศึกษา	6	11.7333	1.4719	3.398	.003	ไม่พบ
2. ม.1- ม.3 หรือเทียบเท่า	13	10.0000	2.4494			
3. ม.4 – ม.6 หรือเทียบเท่า	27	10.8519	2.3810			
4.อนุปริญญา / ปวส.หรือเทียบเท่า	50	11.2200	1.7413			
5. ปริญญาตรี	258	11.7636	2.0199			
6. ปริญญาโท	57	12.0000	1.5468			
7. สูงกว่าปริญญาโท	4	10.2500	2.8722			
รวม	415	11.6024	2.0056			

จากตารางที่ 29 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 นั่นคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe' แล้วไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่ที่แตกต่าง
1. นักเรียน / นักศึกษา	69	12.8261	2.3698	7.323 *	.000	1>2>3>4>5>6
2. อาชีพอิสระ	69	11.4118	2.2006			
3. พ่อบ้าน / แม่บ้าน	70	11.5211	1.7957			
4. เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	69	11.5571	1.7663			
5. ว่างงาน	69	11.0290	1.6624			
6. อื่น ๆ	69	11.2647	1.6982			
รวม	415	11.6024	2.0056			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายของผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe' พบว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย มากกว่า อาชีพอิสระ , พ่อบ้าน / แม่บ้าน , เจ้าของกิจการ / ค้าขาย , ว่างงาน , และอื่น ๆ ส่วนคู่อื่น ๆ นอกจากที่กล่าวแล้วไม่พบความแตกต่าง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 31 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	48	11.0000	2.3789	2.075	.068
2. 5,001 – 10,000 บาท	129	11.8837	2.4161		
3. 10,001 – 20,000 บาท	160	11.3938	1.5904		
4. 20,001 – 30,000 บาท	47	11.7872	1.6410		
5. 30,001 – 40,000 บาท	18	12.1111	1.4907		
6. 40,000 บาทขึ้นไป	13	11.6667	1.3228		
รวม	415	11.5839	1.9950		

จากตารางที่ 31 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ไม่มีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางกฎหมาย ของผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานข้อที่ 3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายของกลุ่มผู้ชมที่มีเพศต่างกัน

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	t	P
ชาย	156	3.6294	0.4939	-1.084	.279
หญิง	259	3.6841	0.5007		

จากตารางที่ 32 พบว่า ผู้ชมเพศชายและเพศหญิง มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางกฎหมาย จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตารางที่ 33 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีอายุต่างกัน

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
ไม่เกิน 20 ปี	21	3.5758	0.5388	1.584	.164
20 – 30 ปี	226	3.7136	0.5076		
31 – 40 ปี	72	3.5442	0.4871		
41 – 50 ปี	56	3.6786	0.4436		
51 – 60 ปี	23	3.5889	0.4460		
มากกว่า 60 ปี	17	3.6080	0.5308		
รวม	415	3.6614	0.4969		

จากตารางที่ 33 พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายของผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางกฎหมาย ของผู้ชมที่มีอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตารางที่ 34 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
1. ประถมศึกษา	6	3.6515	0.3788	1.037	.401
2. ม.1- ม.3 หรือเทียบเท่า	13	3.4965	0.2394		
3. ม.4 – ม.6 หรือเทียบเท่า	27	3.7374	0.3423		
4.อนุปริญญา / ปวส.หรือเทียบเท่า	50	3.7764	0.4588		
5. ปริญญาตรี	258	3.6402	0.5224		
6. ปริญญาโท	57	3.6906	0.5388		
7. สูงกว่าปริญญาโท	4	3.4318	0.1363		
รวม	415	3.6635	0.4982		

จากตารางที่ 34 พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือ การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางกฎหมาย ของผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตารางที่ 35 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P
1. นักเรียน / นักศึกษา	69	3.7418	0.6083	0.982	.428
2. อาชีพอิสระ	69	3.6511	0.5421		
3. พ่อบ้าน / แม่บ้าน	70	3.6492	0.4223		
4. เจ้าของกิจการ / ค้าขาย	69	3.5675	0.5157		
5. ว่างาน	69	3.7062	0.3841		
6. อื่น ๆ	69	3.6671	0.4860		
รวม	415	3.6635	0.4982		

จากตารางที่ 35 พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายของผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นั่นคือการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ของผู้ชมที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ตารางที่ 36 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ระหว่างผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ค่าเฉลี่ย	S.D.	F	P	คู่แตกต่าง
1. ไม่เกิน 5,000 บาท	48	3.6742	0.4791	2.942	.013	ไม่พบ
2. 5,001 – 10,000 บาท	129	3.7562	0.4908			
3. 10,001 – 20,000 บาท	160	3.6699	0.5072			
4. 20,001 – 30,000 บาท	47	3.5184	0.4776			
5. 30,001 – 40,000 บาท	18	3.4697	0.4813			
6. 40,000 บาทขึ้นไป	13	3.3636	0.4979			
รวม	415	3.6647	0.5001			

จากตารางที่ 36 พบว่า การใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายของผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 นั่นคือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่เกิน 5,000 บาท และน้อยที่สุด คือ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการของ Scheffe' แล้วไม่พบคู่ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4. การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ตารางที่ 37 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง การแสวงหาข่าวสาร กับ ความรู้ของประชาชน

	ความรู้ของประชาชน	
	R	P
การแสวงหาข่าวสาร	.088	.072

จากตารางที่ 37 พบว่า การแสวงหาข่าวสารจากรายการ ได้แก่ ความบ่อยครั้งในการชม , ประเด็นในการชม และวัตถุประสงค์ในการชมรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ของประชาชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4 กล่าวคือ ไม่ว่าประชาชนจะแสวงหาข่าวสารจากรายการมากหรือน้อยก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายของประชาชน

สมมติฐานข้อที่ 5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ตารางที่ 38 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง การแสวงหาข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากรายการ

	การใช้ประโยชน์จากรายการ	
	R	P
การแสวงหาข่าวสาร	.520 ***	.000

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 38 พบว่า การแสวงหาข่าวสารจาก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 นั่นคือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการมาก จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการมาก หรือ หากมีการแสวงหาข่าวสารจากรายการน้อย ก็จะมีการใช้ประโยชน์น้อย และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ที่พบ คือ 0.52 แสดงว่า ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงอยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ตารางที่ 39 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ความรู้กับการใช้ประโยชน์จากรายการ

ตัวแปร	การใช้ประโยชน์จากรายการ	
	R	P
ความรู้ของประชาชน	.071	.150

จากตารางที่ 39 พบว่า ความรู้ของประชาชนจากรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 กล่าวคือ ไม่ว่าประชาชนจะมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่ได้จากรายการมากหรือน้อยก็ไม่มี ความเกี่ยวข้องกับการนำความรู้ที่มีไปใช้ประโยชน์



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ

1. เพื่อศึกษา การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ จาก รายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร
2. เปรียบเทียบการแสวงหาข่าวสาร จากรายการส่งเสริมความรู้ ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน
3. เปรียบเทียบ ความรู้ จากรายการส่งเสริมความรู้ ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน
4. เปรียบเทียบ การใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแสวงหาข่าวสาร กับความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ กับการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย ทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (One – Shot Study) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ชมรายการ “ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ” ทางโทรทัศน์ จากสถานีโทรทัศน์ที่ให้บริการโดยไม่คิดมูลค่า (Free TV) และเคยชมรายการอย่างน้อย 1 รายการ โดยต้องชมรายการอย่างน้อยสัปดาห์ละ 2 ครั้ง ซึ่งต้องเป็นประชาชนที่พักอาศัยหรือทำงานอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 415 คน รายงานผลการวิจัยโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ จากรายการ

ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson ' s Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยโดยใช้ T-Test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปร

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวน 415 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20 – 30 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท สำหรับลักษณะทางประชากรที่แบ่งตามอาชีพนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดให้ทุก ๆ อาชีพ มีจำนวนเท่า ๆ กัน จึงไม่มีความแตกต่างทางลักษณะประชากรที่แยกตามกลุ่มอาชีพ

1.2 การแสวงหาข่าวสาร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการแสวงหาข่าวสารในระดับสูง โดยมีความบ่อยครั้งในการชมรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายในลักษณะ ไม่ค่อยได้ชมรายการ (น้อยกว่า 3 ครั้ง / สัปดาห์) รองลงมา คือ ชมบ้างนาน ๆ ครั้ง (4 ครั้ง / สัปดาห์) โดยมีพฤติกรรมในการชมรายการ ความรู้ทางด้านกฎหมายแยกเป็นรายการดังนี้

- รายการ “ คนหัวหมอ ” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการชมรายการ คือ ตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ รองลงมา คือ ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ
- รายการ “ หัวหมอจ้อข่าว ” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการชมรายการ คือ เลือกชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ รองลงมา คือ ชมรายการผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร

- รายการ “ ร่วมมือร่วมใจ ” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีพฤติกรรมการชมรายการ คือ เลือกชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ รองลงมา คือ ชมรายการผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร
- รายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยชมรายการนี้ รองลงมา คือ ชมรายการผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รู้จักรายการเหล่านี้ จากสื่อโทรทัศน์ ยกเว้นรายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ” ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่รู้จักรายการนี้ ส่วนช่องทางที่กลุ่มตัวอย่างแสวงหาข้อมูลน้อยที่สุดในทุก ๆ รายการ คือ สื่ออินเทอร์เน็ต สำหรับวัตถุประสงค์ในการแสวงหาข่าวสารจากรายการ คือ เพื่อต้องการให้ตัวเองมีความรู้รอบตัวมากขึ้น และวัตถุประสงค์รองลงมา คือ เพื่อป้องกันการเอาเปรียบจากบุคคลอื่น และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจต่อประเด็นกฎหมายทางด้านกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มากที่สุด รองลงมา คือ กฎหมายอาญา ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน

1.3 ความรู้ของประชาชน ที่ได้จากการชมรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มที่มีความรู้ทางด้านกฎหมายในระดับสูง รองลงมา คือ ปานกลาง และระดับต่ำตามลำดับ โดยที่กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามเกี่ยวกับ การผิดสัญญา ระหว่างการหมั้นหมายมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้ปืนปลอมจี้ชิงทรัพย์

1.4 การใช้ประโยชน์ จากการชมรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายในระดับสูง โดยกลุ่มตัวอย่างได้นำความรู้ที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการป้องกันไม่ให้ถูกผู้อื่นเอาเปรียบ รองลงมา คือ เพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางด้านกฎหมาย ในสังคม

2. การวิเคราะห์เพื่อ ทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

เพศ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

อายุ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

ระดับการศึกษา

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' แล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

อาชีพ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' แล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

สมมติฐานข้อที่ 2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้ จาการายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

เพศ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จาการายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

อายุ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จาการายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

ระดับการศึกษา

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จาการายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' แล้ว ไม่พบคู่ที่แตกต่าง

อาชีพ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จาการายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 กล่าวคือ อาชีพนักเรียน / นักศึกษา มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย มากกว่า ทุก ๆ อาชีพ ไม่ว่าจะเป็น อาชีพอิสระ , พ่อบ้าน / แม่บ้าน , เจ้าของกิจการ / ค้าขาย , ว่างงาน และอาชีพอื่น ๆ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จาการายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน

เพศ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครทั้งเพศชายและเพศหญิง มีการใช้ประโยชน์ จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

อายุ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

ระดับการศึกษา

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

อาชีพ

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ผู้ชมรายการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 แต่เมื่อทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีการ Scheffe' แล้วไม่พบคู่ที่แตกต่าง

สมมติฐานข้อที่ 4. การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การแสวงหาข่าวสาร จากรายการไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ทางด้านกฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 กล่าวคือ หากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการแสวงหาข่าวสารจากรายการมาก จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการมาก ในทางตรงกันข้าม หากประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครมีการแสวงหาข่าวสารจากรายการน้อย จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการน้อย จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5 และค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

สมมติฐานข้อที่ 6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6

อภิปรายผลการวิจัย

จากสมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสาร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

เพศ

เพศชายและเพศหญิงมีการแสวงหาข่าวสาร จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรีนเบิร์ก และคумаตะ (Greenberg and Kumata , 1968) ที่ได้ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อ ซึ่งพบว่า ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ อาชีพ แต่ละตัวโดยลำพังแล้ว ไม่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อเลย นอกจากนี้ยังได้รับการยืนยันจาก แมคเคลอยด์ และโอคีฟ (McLeod and O'Keefe , 1972) ที่พบว่า การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตัวแปรที่มีอิทธิพลการทำนายพฤติกรรมทางการสื่อสาร โดยตัวแปรทางด้านประชากรส่วนใหญ่มักประสบความสำเร็จ เนื่องจาก ตามทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางพฤติกรรมศาสตร์ การสื่อสารของปัจเจกบุคคล เป็นไปตามกลุ่มทางสังคม ที่ตนสังกัดมากกว่า เพศชายและหญิงจึงไม่มีความแตกต่างในการแสวงหาข่าวสาร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ศรีศรีรินทร์ อาภากุล (2543) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการ “ ถอดรหัส ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับรายการ “ ถอดรหัส ” ของเพศชายและเพศหญิง มีความบ่อยครั้งในการเปิดรับรายการ ไม่แตกต่าง

พรณพิลาส วีระสุขโข (2541) พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว (2544) พบว่า ประชาชนที่มีเพศ ต่างกัน มีการรับชมรายการประเภทสาระบันเทิงไม่แตกต่างกัน

อายุ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าผู้ชมจะมีอายุมากหรือน้อย ก็มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ชิบ จิตนิยม (2534) พบว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการของไอพีซีเคเบิลทีวี

วิยดา เกี้ยวกุล (2537) ที่ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ขนิษฐา สง่างศ์จิตร (2540) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านอายุที่ต่างกัน มีการเปิดรับรายการโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ศรีศรีรินทร์ อากาศ (2543) พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการ “ ถอดรหัส ” ไม่แตกต่างกัน

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว (2544) พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการรับชมรายการโทรทัศน์โดยทั่วไป ไม่แตกต่างกัน

การศึกษา

ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยของ

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm , 1973) ที่กล่าวว่า การศึกษา และสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบที่ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรม การเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสารของผู้รับสาร ทั้งนี้จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา / ปวส. หรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารจากรายการมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในระดับปริญญาโทมีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารจากรายการ น้อยที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

เกศรา ชั่งชวลิต (2544) พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมากกว่ากลุ่มอื่น และผู้ที่มี

การศึกษาในระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารน้อยที่สุด และงานวิจัยของ ยุบล เบญจรงค์กิจ ที่ได้กล่าวว่า เมื่อคนที่มีการศึกษาในระดับสูง ต้องการจัดสรรเวลาในการใช้สื่อให้เหมาะสม มักจะเลือกใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำ มักจะใช้สื่อประเภท วิทยู โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัด ผู้ที่มีการศึกษาสูง มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ จึงเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีศึกษาระดับต่ำกว่ามีการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง อาจเนื่องจากมีเวลาว่างในการแสวงหาข่าวสารมากกว่าไม่ต้องมีการรับผิดชอบในเรื่องการทำงานและกิจกรรมอื่น ๆ รวมทั้งประมะ สตะเวทิน ที่กล่าวว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจในข่าวสารกว้างขวาง แต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สอดคล้องกับวิจัยครั้งนี้ ซึ่งพบว่า การที่ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารจากรายการน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจาก เป็นผู้ที่มีความรู้สูงทำให้ มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูงไม่ค่อยเชื่อคำพูด ของใครง่าย ๆ ต้องมีการพิสูจน์หรือศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ

นันทวัน กิจธนาเจริญ (2541) ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านการแสวงหาข่าวด้านบันเทิงและสันทนา

พรรณพิลาส วีระสุโข (2541) พบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากโทรทัศน์

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว (2544) พบว่า การศึกษาต่างกัน มีการรับชมรายการประเภทสารบันเทิงแตกต่างกัน

อาชีพ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ที่ศึกษา เรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ชมรายการที่มีอาชีพต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

ศรีศรีรินทร์ อาภากุล (2543) ที่พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีการเปิดรับ รายการ “ ถอดรหัส ” ไม่ต่างกัน

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว (2544) พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันมีการรับชมรายการโทรทัศน์โดยทั่วไปไม่แตกต่างกัน

ซึ่งไม่สอดคล้องกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) ของ บอลด์ – โรคิช และเดอเฟอร์ (Ball Rokeach and De Fleur , 1976) ที่ว่า บุคคลจะมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ ทักษะสติ สติปัญญา ความรู้ และความสนใจ นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับสถานภาพทางสังคม และวัฒนธรรมของแต่ละบุคคลด้วย ซึ่งโครงสร้างต่าง ๆ เหล่านี้จะมีส่วนสำคัญต่อการกำหนดพฤติกรรมการรับรู้ หรือการเรียนรู้ของมนุษย์ ในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดจนการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และจากแนวคิดด้านการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะประชากร (Demographic Analysis of An Audience) ที่กล่าวว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย พฤติกรรมที่แตกต่างกัน ยังรวมถึงการเลือกใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ตามความต้องการของแต่ละบุคคล เนื่องจากแต่ละคนที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมมีกิจกรรม การดำเนินชีวิต ตลอดจนการใช้เวลาว่างที่แตกต่างกัน (ยุกต บุญจรงค์กิจ , 2534) การวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าทุก ๆ อาชีพ ต้องใช้กฎหมายในการประกอบอาชีพ ทำให้ประชาชน มีการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมาย อยู่แล้ว ตัวแปรด้านอาชีพ จึงไม่สามารถบ่งชี้ด้านการแสวงหาข่าวสารของประชาชนได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย แตกต่างกัน โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมายจากรายการ มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมาย จากรายการน้อยที่สุด จะสังเกตได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการแสวงหาข่าวสารมาก ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อย ถึงปานกลาง ในการศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารของบุคคลโดยอาศัยตัวแปรรายได้นั้น มักจะดูไปพร้อมกับระดับการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุพัตรา เพชรมณี (2526) พบว่า รายการที่ประชาชนในกรุงเทพ ชอบดูนั้น กลุ่มที่มีรายได้สูงกว่าจะมีอัตราร้อยละที่ดูรายการข่าวสารคดี มากกว่ากลุ่มรายได้ต่ำ ซึ่งจะชอบดูรายการบันเทิง

สุภาพร อัทธกุลวิวัฒน์ (2541) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีความสัมพันธ์กับการแสวงหาข่าวเศรษฐกิจ จากสื่อมวลชน หลังรัฐบาลประกาศค่าเงินบาทลอยตัว

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว (2544) พบว่า ประชาชนที่มีรายได้ต่างกัน มีการรับชมรายการประเภทสาระบันเทิงแตกต่างกัน

สำหรับงานวิจัยนี้ ได้ศึกษารายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ซึ่งรายการเหล่านี้เป็นรายการประเภทสาระบันเทิง นั่นคือ มีทั้งสาระ และความบันเทิงควบคู่กันไปทำให้ผู้ชมเข้าใจง่ายและสอดแทรกความบันเทิงเข้าไปเพื่อให้ผู้ชม มีความสนุกสนานเพลิดเพลิน เหมาะกับผู้ชมที่มีการศึกษาน้อย รายได้น้อยที่สนใจรายการประเภทบันเทิงมากกว่าสาระความรู้ ที่เข้าใจยาก และน่าเบื่อ

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ลักษณะทางประชากร คือ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความแตกต่างกันในการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมายจากรายการ โดยพิจารณาจาก ความบ่อยครั้งในการชมรายการ วัตถุประสงค์ในการชมรายการ

สมมติฐานข้อที่ 2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีความรู้ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

เพศ

เพศหญิงและเพศชายมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ (2539) พบว่า นักศึกษาเพศหญิงและเพศชาย มีความรู้ในเรื่องการไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง ส.ส. ไม่แตกต่างกัน

บุญจิระ พุทธิศรี (2541) พบว่า เพศที่ต่างกันมีความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับ ปี 2540 ไม่แตกต่างกัน

อายุ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มี อายุต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ งานวิจัยของ

ช่อแก้ว ประสงค์สม (2542) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาว ของครูและอาจารย์ระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ครูและอาจารย์ที่มีอายุต่างกัน มีความรู้ เกี่ยวกับโครงการโรงเรียนสีขาวไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษา

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มี ระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายแตกต่างกัน โดย พบว่า ผู้ที่จบระดับปริญญาโท มีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมากที่สุด สำหรับผู้ที่จบระดับม.1 – ม.3 หรือเทียบเท่า มีค่าเฉลี่ยของความรู้เกี่ยวกับกฎหมายน้อยที่สุด อาจเนื่องมาจาก ผู้ชมที่จบระดับปริญญาโทนั้น มีการศึกษาสูง และได้ศึกษาเกี่ยวกับกฎหมาย ทำให้มีค่าเฉลี่ยของความรู้อยู่ในระดับสูง ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ

โรบินสัน (Robinson , 1972) ที่ศึกษา พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูล ข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อ

รุจิรา คงรุ่งโรจน์ (2543) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับ มาตรา 40 กรณีกิจการโทรคมนาคมแตกต่างกัน

พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2544) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับการบริการ E- Banking แตกต่างกัน

อาชีพ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการ แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ชมที่มีอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพ อิสระ , พ่อบ้าน / แม่บ้าน , เจ้าของกิจการ / ค้าขาย , ว่างาน และอาชีพอื่น ๆ แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันมาก อาจเนื่องมาจาก ในโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัย มีการเรียนการสอนเกี่ยวกับกฎหมาย โดยบรรจุไว้ในหลักสูตรสำหรับนักเรียน / นักศึกษา ในปัจจุบัน ทำให้กลุ่มผู้ชมที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีความรู้ทางด้านกฎหมาย ส่วนกลุ่มอาชีพอื่น อาจไม่จำเป็นต้องใช้กฎหมาย ในการประกอบอาชีพ ทำให้มีความรู้ น้อยกว่า กลุ่มอาชีพนักเรียน / นักศึกษา ที่ต้องนำเอาข้อมูลทางด้านกฎหมายไปใช้ในการประยุกต์ในการเรียน หรือการสอบวิชากฎหมาย และรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทั้ง 4 รายการนี้ เป็นรายการประเภทสาระบันเทิง วิธีการนำเสนอจะมีการใส่มุขตลก สนุกสนานเข้าไป ทำให้ผู้ชมที่มีอายุน้อย ๆ เข้าใจได้ง่าย ไม่น่าเบื่อ เกิดความรู้ เหมาะกับอาชีพ นักเรียน / นักศึกษา ซึ่งมีอายุน้อย สอดคล้องกับงานวิจัยของ

จริญญา เจริญสุขใส (2539) พบว่า ปัจจัยด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับความรู ความเข้าใจทางการเมือง โดยกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับความรู้ ความเข้าใจต่างกัน อาจเป็นเพราะอาชีพนั้นมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษา กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาดีย่อมมีโอกาสในการประกอบอาชีพที่ดี

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายจากรายการไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับ ทฤษฎีกลุ่มทางสังคมของ (Social Categories Theory) ของเดอเฟลอร์ (De Fleur) ที่กล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกันด้วย ซึ่งหมายรวมถึง การเปิดรับ ความชอบ และผลของการสื่อสาร สำหรับลักษณะทางสังคมนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา ชาติพันธุ์ เป็นต้น บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมอยู่กลุ่มเดียวกันจะมีพฤติกรรมไปในทางเดียวกัน ถึงแม้ว่า แต่ละบุคคลจะมีความสนใจเฉพาะอย่างที่แตกต่างกันไป และ เกี่ยวข้องกับทฤษฎีการสื่อสาร ที่กล่าวถึงผลกระทบของสารที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งความรู้ที่นั้นเกิดจากสาเหตุหลายประการ กล่าวคือ ความรู้ที่สื่อกระจายเพื่อให้ประชาชนได้มีความรู้ หากตรงกับค่านิยมของสังคมแล้ว ผู้รับสารก็จะเลือกรับ

สารนั้นเอาไว้ และการ์เตอร์ วี กู๊ด (Carter V. Good , 1973) ได้สรุปว่า ความรู้ เป็นข้อมูลของมนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่าง ๆ การที่บุคคลยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผล บุคคลควรจะต้องรู้ในเรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้น เพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่าง ๆ มาสนับสนุนและให้คำตอบต่อข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ชี้แจงให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนักรู้ ความเชื่อ และค่านิยมต่าง ๆ ด้วย

การที่ประชาชนมีรายได้แตกต่างกัน ก็มีโอกาสที่จะมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ได้เหมือนกัน เพราะมีลักษณะทางประชากรที่คล้ายกัน รวมทั้ง ความรู้ทางด้านกฎหมายก็อาจได้มาจากการประสบการณ์การเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ด้วยเหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง

สมมติฐานข้อที่ 3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์ แตกต่างกัน ผลการวิจัยพบว่า

เพศ

เพศหญิงและเพศชาย ไม่มีความแตกต่างด้านการใช้ประโยชน์จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ขนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) พบว่า เพศที่ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย ไม่แตกต่างกัน

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ที่พบว่า เพศต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ จากรายการ “ สนทนา 45 นาที ปัญหา บ้านเมือง ” ไม่ต่างกัน

พรณพิลาส วีระสุข (2541) พบว่า เพศไม่มีความแตกต่างกับการใช้ประโยชน์ ข่าวสารทางการเมือง

อนุชิต มุรธาทิพย์ (2542) ที่พบว่า เพศที่ต่างกันจะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ “ ดีสืบ ” ไม่แตกต่างกัน

ศรีศรินทร์ อาภากุล (2543) พบว่า เพศชายและเพศหญิง ไม่มีความแตกต่างด้านการใช้ประโยชน์จากรายการ “ ถอดรหัส ”

อายุ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ

ขนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย ไม่มีแตกต่างกัน

วิยดา เกียวกุล (2537) ที่ศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการข่าวโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน

นันทวัน กิจธนาเจริญ (2541) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างด้านการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารทุกด้าน ด้านประโยชน์ทั่วไป รวมทั้งด้านการปรับตัวในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ลำยอง ดวงคำ (2542) ที่ศึกษาพบว่า อาจารย์ที่มีอายุต่างกัน มีการนำเนื้อหาสาระของรายการโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนไม่แตกต่างกัน

ศรีศรินทร์ อาภากุล (2543) พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกัน ไม่มีความแตกต่างด้านการใช้ประโยชน์จากรายการ “ ถอดรหัส ”

อาชีพ

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ซึ่งศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ไม่แตกต่างกัน

เมืองยศ จันทรมหา (2539) ได้ศึกษาถึง ความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ “ มั่นนี้ทอล์ค ” พบว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อประโยชน์จากรายการ

นันทวัน กิจธนาเจริญ (2541) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกัน ไม่มีความแตกต่างด้านการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารทุกด้าน ด้านประโยชน์ทั่วไป รวมทั้งด้านการปรับตัวในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

ระดับการศึกษา

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ

ขนิษฐา เบญจาทิกุล (2535) พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ต่อรายการ สารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย ไม่แตกต่างกัน

แต่การวิจัยครั้งนี้ขัดแย้งกับ การศึกษาวิจัย ของ Maxwell E. McCombs and Lee B.Becker ศึกษาไว้ว่า “ มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ” กล่าวคือ ระดับการศึกษาเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เข้าใจเรื่องราวที่นำเสนอให้ชม ดังนั้นการเลือกรับสารย่อมต้องมีสิ่งที่จะสนับสนุนความต้องการที่เพียงพอ ดังการศึกษาของ Robinson ที่ว่า “ ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มที่มีการศึกษาต่างกันจะใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไป สามารถประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ ”

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย แตกต่างกัน โดยผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ชมที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์น้อยที่สุด พิจารณาว่า รายได้เฉลี่ย 5,001 – 10,000 บาท ส่วนมากเป็นกลุ่มผู้ชม ที่มีการศึกษาน้อยกว่าปริญญาตรี พบว่าคนที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างต่ำ จะมีค่าเฉลี่ยของการใช้ประโยชน์มากกว่า คนที่มีรายได้สูงที่มีการชมรายการน้อยกว่า ดังนั้น เมื่อกลุ่มนี้ได้ชมรายการแล้ว ทำให้รู้สึกว่ามี การเปิดรับข่าวสารมาก ทำให้มีความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนทันสมัย (Atkin , 1973) จึงมีการใช้ประโยชน์จากรายการมากกว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูง ซึ่งจะมีรายได้สูงตามไปด้วย กลุ่มนี้มักจะดูรายการโดยพิจารณาอย่างจริงจัง ว่ามีเนื้อหาเจาะลึกเพียงใด มีข้อมูลน่าเชื่อถือหรือไม่ จึงจะเกิดการยอมรับ ทำให้มีการใช้ประโยชน์จากรายการน้อยกว่ากลุ่มแรก และยังคงสอดคล้องกับงานวิจัย ของ

วิยาดา เกียวกุล (2537) ที่ศึกษา พบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีรายได้แตกต่างกันมีการนำไปใช้ประโยชน์และ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์แตกต่างกัน

อนุชิต มรธาทิพย์ (2542) ที่ศึกษาพบว่า ผู้ชมรายการ “ ตีสิบ ” ที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการ “ ตีสิบ ” แตกต่างกัน โดยผู้ชมที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการมากที่สุด

ศรีศรินทร์ อาภากุล (2542) ที่วิจัย พบ ว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีการใช้ประโยชน์ต่อรายการ “ ถอดรหัส ” แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยข้างต้น จะเห็นได้ว่า ประชาชนในฐานะผู้รับสาร จะเป็นผู้เลือกรับสารนั้น ในที่นี้ คือ รายการส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย ซึ่งรายการเหล่านี้ ทำให้ผู้ชมรายการแต่ละกลุ่ม ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน ซึ่งแต่ละคนก็จะมีความต้องการ นำความรู้ที่ได้จากรายการ ไปใช้ประโยชน์แตกต่างกันออกไป ดังเช่นทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ Maslow ได้ศึกษาไว้ คือ มนุษย์มีความต้องการพื้นฐาน 5 อย่าง คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย , ความต้องการความปลอดภัยหรือความมั่นคง , ความต้องการทางด้านสังคม , ความต้องการที่จะได้รับการยกย่องในสังคม , ความต้องการที่จะได้เป็นในสิ่งที่ตนเองใฝ่ฝันอยากเป็น นอกจากนั้น ยังมี ความต้องการอยากเรียนรู้ (Needs for Cognitive) ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากสังคม โดยมนุษย์ที่ไม่ได้ถูกยึดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหนีข่าวสาร มนุษย์ใช้การสื่อสารมวลชนอย่างมีจุดหมาย มนุษย์กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจหรือจากแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน

สมมติฐานข้อที่ 4. การแสวงหาข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับความรู้ ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร จาการายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดย ผู้ชมที่แสวงหาข่าวสารจากรายการไม่ว่าจะมากหรือน้อย ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับความรู้ทางด้านกฎหมายของประชาชน อาจเนื่องมาจาก รายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทั้ง 4 รายการนี้ มีการแสวงหาข่าวสารน้อย พิจารณาจาก ความบ่อยครั้ง และวัตถุประสงค์ในการชมรายการ ยังมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนมากที่ชมรายการนี้น้อย (น้อยกว่า 3 ครั้ง

ต่อสัปดาห์) และผู้ชมบางคนก็ไม่รู้จักรายการบางรายการ อาจเนื่องมาจากเวลาในการนำเสนอ รายการ ไม่อยู่ในช่วงที่เหมาะสม คือ รายการมีการนำเสนอในช่วงที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงาน ทำให้ไม่ค่อยได้ชมรายการเท่าที่ควร และ ข่าวสารและรายการต่าง ๆ ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูง ผลิตรายการใหม่ ๆ ออกมาอย่างมากมาย ทำให้ผู้รับสาร จะต้องเลือกรับข่าวสาร รวมทั้งการนำเสนอเนื้อหาของรายการ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ มีข้อจำกัดทางด้านเวลา เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงในการเผยแพร่ทางสื่อ เพราะโทรทัศน์เป็นธุรกิจ ที่มีการแสวงหาผลกำไร การนำเสนอผ่านสื่อมวลชนให้เป็นรายการที่ดี มีทั้งสาระและบันเทิง พร้อมกับมีเนื้อหาสาระครบถ้วนสมบูรณ์จึงทำ จึงทำให้ไม่สามารถเสนอเนื้อหาทางด้านกฎหมายได้อย่างละเอียด และผลการวิจัยที่ศึกษาแต่ละรายการ ว่าผู้ชมรายการมีพฤติกรรมและการชมอย่างไร พบว่า

- รายการ “ คนหัวหมอ ” ผู้ชมตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ (ตารางที่ 7)
- รายการ “ หัวหมอจ้อข่าว ” ผู้ชมเลือกชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ (ตารางที่ 8)
- รายการ “ ร่วมมือร่วมใจ ” ผู้ชมเลือกชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ (ตารางที่ 9)
- รายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ” กลุ่มตัวอย่างส่วนมากไม่เคยชมรายการ(ตารางที่ 10)

ผู้วิจัยวิเคราะห์เห็นว่า รายการ “ คนหัวหมอ ” ที่ผู้ชมตั้งใจและติดตามชมรายการนั้น แต่รายการมีเพียง 5 นาที ช่วงเที่ยงวันและเที่ยงคืน กลุ่มตัวอย่างที่ได้ชมรายการอาจเป็นอาชีพที่มีช่วงพักกลางวัน และมีการเปิดโทรทัศน์ในที่ทำงาน หรือ เป็นกลุ่มที่กำลังจะเข้านอนช่วงกลางคืน ทำให้ได้ชมรายการนี้ ส่วนรายการ “ หัวหมอจ้อข่าว ” เป็นการหยิบยกข่าวตามหน้าหนังสือพิมพ์ มาเอาประเด็นกฎหมายใส่เข้าไปในข่าว ผู้ชมที่มีการเลือกชมเฉพาะประเด็นข่าวที่ตัวเองสนใจเท่านั้น ไม่ได้ชมตลอดรายการ จึงทำให้รับรู้แต่ประเด็นกฎหมายที่ตัวเองสนใจเท่านั้น ทางด้านรายการ “ ร่วมมือร่วมใจ ” นั้น เป็นรายการที่นำเสนอกฎหมายเข้าไปสอดแทรกในรายการเป็นบางช่วง แต่จะเน้นการให้ความช่วยเหลือผู้ยากไร้หรือผู้ที่กำลังมีปัญหาเกี่ยวกับทางราชการมากกว่า และรายการมีเวลาออกอากาศถึง 1 ชั่วโมงเต็มทุกวันจันทร์ – ศุกร์ ผู้ชมอาจจะไม่ได้สนใจประเด็นกฎหมายที่สอดแทรกเข้าไปในรายการสักเท่าไร สำหรับรายการ “ กฎหมายเพื่อประชาชน ” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยชมรายการนี้ อาจเนื่องมาจาก รายการนี้ออกอากาศทางช่อง 11 ทุกวันเสาร์ที่ 2 และ 4 ของเดือน บางครั้งอาจมีการเปลี่ยนแปลงถ้ามีการถ่ายทอดสดรายการอื่น ๆ ในช่วงเวลานั้น ทำให้รายการไม่ค่อยเป็นที่รู้จักของประชาชนเท่าที่ควร เพราะไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์รายการ ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยชมรายการนี้ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง

การแสวงหาข่าวสาร ของ ชาร์ล แอตคิน (Charles Atkin , 1978) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับ การคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน , การลงทุนลงแรง และพันธะผูกพัน ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูง บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ข่าวสารเป็นประโยชน์ในฐานะเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน และโจเซฟ ที แคปเปอร์ (Joseph T. Klapper , 1960) ที่ได้กล่าวถึงการเลือกรับสารของผู้รับสาร สรุปได้ว่า บุคคลจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง และหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตนเอง ประชาชนจะพยายามตีความตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ

บุญจิระ พุทธิศรี (2541) ได้ศึกษา พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540

ชรินทร์ ต่วนชะเอม (2541) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ “ รักไทยให้ถูกทาง ” ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับโครงการ “ รักไทยให้ถูกทาง ”

พิไล จิรไกรศิริ (2543) พบว่า การเปิดรับข่าวสารด้าน พุทธธรรม จากสื่อมวลชน ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพุทธธรรม เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคม

กล่าวโดยสรุป การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างเลือกรับข้อมูลข่าวสารตามความสนใจ และเป็นข้อมูลที่สนองความต้องการของตนเอง ข่าวสารจากรายการเกี่ยวกับกฎหมายอาจเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างอาจคิดว่า กฎหมายไม่จำเป็นต้องศึกษาหาความรู้จาก โทรทัศน์ สามารถเปิดหนังสืออ่านได้ และยังเป็นเรื่องไกลตัว

สมมติฐานข้อที่ 5. การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ผลจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การแสวงหาข่าวสารจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้ชมรายการที่มีการแสวงหาข่าวสารจากรายการมาก จะมีการใช้ประโยชน์จากรายการมาก ซึ่งพิจารณาจาก ความบ่อยครั้ง และวัตถุประสงค์ ในการชมรายการ ก็จะมีการนำสาระที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ มาก ส่วนผู้ชมรายการที่มีการแสวงหาข่าวสารน้อย ก็จะมีการนำไปใช้ประโยชน์น้อย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ผู้ชมรายการ ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมาย เมื่อได้ชมแล้วได้นำความรู้ที่ได้รับมาใช้เป็น แนวทางในการป้องกันไม่让自己ถูกผู้อื่นเอาเปรียบ มากที่สุด อาจเนื่องมาจาก ในปัจจุบันสังคมเปลี่ยนแปลงไป มีการแก่งแย่งแข่งขัน เอาเปรียบกันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำงาน หรือ การทำกิจกรรมอื่น ๆ กลุ่มตัวอย่างจึงต้องนำความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่ได้จากการดูรายการ ไปใช้ป้องกันตัวเอง ไม่ให้ถูกผู้อื่นเอาเปรียบ ต้องต่อสู้กับคนที่คอยเอาเปรียบตัวเอง เพื่อสังคมจะได้เกิดความยุติธรรมเพิ่มมากขึ้น รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างชมรายการเพื่อเพิ่มพูน ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางด้านกฎหมาย ต่าง ๆ ในสังคม เนื่องมาจาก กฎหมายในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลง เพิ่มเติม บ่อยครั้ง มีกฎหมายใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ชมต้องคอยหาความรู้ใหม่ ๆ มาให้ตัวเองอยู่เสมอ เพื่อทันกับกฎหมายที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งรายการเหล่านี้เป็นรายการประเภทสาระบันเทิง มีการแทรกสาระความรู้ด้านกฎหมาย ทำให้ผู้ชมมีความสนใจติดตามรับชม จึงมีโอกาสได้รับสาระความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ได้ดี และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้เช่นกัน ทำให้ผู้ชมที่มีการศึกษาน้อย ชมรายการนี้ได้เข้าใจกฎหมายและจดจำเนื้อหา ได้ง่ายยิ่งขึ้น รวมทั้งนำไปใช้ประโยชน์ได้มากตามไปด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ

วิยดา เกียวกุล (2537) พบว่า การเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการนำมาใช้ประโยชน์

นันทวัน กิจธนาเจริญ (2541) พบว่า การแสวงหาข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสาร และความพึงพอใจจากข่าวสาร

พรณพิลาส วีระสุโข (2541) พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ข่าวสารทางการเมือง

กรรชรัตน์ หรั่งเพชร (2542) พบว่า การแสวงหาข่าวสารของพนักงานมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารของพนักงาน

อนุชิต มุรธาทิพย์ (2542) พบว่า พฤติกรรมในการชมรายการ “ ดีลิบ ” ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการ “ ดีลิบ ”

ศรีศรีรินทร์ อาภากุล (2543) พบว่า การเปิดรับรายการ “ ถอดรหัส ” ของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์

เกศรา ชั่งชวลิต (2544) พบว่า การแสวงหาข่าวสารของกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขต กรุงเทพมหานคร และปริมาณทลมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2544) พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E – Banking มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์จากข่าวสารเกี่ยวกับบริการ E – Banking

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว (2544) พบว่า การรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระบันเทิง มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารได้ส่งผลให้เกิดการใช้ประโยชน์ การใช้ประโยชน์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่มนุษย์มีประสบการณ์ตรงจากสิ่งนั้น ๆ กล่าวคือ การได้เห็น ได้ยิน และได้ปฏิบัติจริง สอดคล้องกับแนวคิดของ แกริสัน และมากูน (Garrison and Magoon , 1972) ที่กล่าวถึงการที่ใช้ประโยชน์ว่าเป็นกระบวนการกลั่นกรองและตีความในสิ่งที่เราเห็น ได้ยิน สัมผัส ได้กลิ่น หรือได้ชิมรสมา ทำให้ทราบว่าสิ่งนั้นเป็นอะไร มีความหมายอย่างไร มีลักษณะอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องช่วยในการตีความหรือแปลความ และสอดคล้องกับความคิดทางสังคมศาสตร์ของ เคอร์รี่ และ เวด (Curry and Wade , 1968) เกี่ยวกับการเลือกอย่างมีเหตุผลว่า มนุษย์ต่างเลือกประพจน์ ปฏิบัติ หรือตัดสินใจ ในทางที่จะให้ความพึงพอใจสูงสุดแก่ตน ซึ่งความพึงพอใจสูงสุดมิใช่เป็นการบรรลุถึงปริมาณที่มากที่สุด แต่เป็นความชอบและการได้รับประโยชน์ที่มากกว่า และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ แมคควอล และคณะ (McQuail and Other) ที่ได้กล่าวไว้ในเรื่องของตัวแปรของความต้องการข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ว่า ความต้องการสารสนเทศ เป็นความต้องการที่เพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำ ในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ รวมทั้งเพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม นั่นคือ การแสวงหาข่าวสารเรื่องกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย เป็นการแสวงหาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการป้องกันไม่ให้อีกผู้อื่นเอาเปรียบในสังคม เป็นต้น

ดังนั้น การแสวงหาข่าวสารจากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ตรงตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่า ผู้ชมในฐานะผู้รับสาร จะเป็นผู้เลือกที่จะแสวงหารายการที่สนองความต้องการและให้ความพอใจแก่ตนเป็นหลัก ซึ่งการแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ บุคคลแต่ละคนย่อมจะมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป โดยผู้ชมรายการ ใจใจและแสวงหาข่าวสารจากรายการ สมองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่าง ๆ ไม่ได้ถูกยึดเยียดให้ชม มีวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายในการชมรายการ ที่ชัดเจน ในอันที่จะนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ประโยชน์ในการเสริมความคิด และประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ภายหลังจากที่ได้รับชมรายการทางด้านกฎหมายนี้ไปแล้ว

สมมติฐานข้อที่ 6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

ผลการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ไม่มี ความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย กล่าวคือ ไม่ว่าประชาชนจะมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมากหรือน้อย ก็ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์ เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปร พบว่า ความรู้ของผู้ชมรายการ แม้ว่าผู้ชมจะมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายในระดับปานกลาง และการใช้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง ก็ตาม อาจเนื่องมาจากความรู้ของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการศึกษา เล่าเรียน การค้นคว้าหาความรู้โดยไม่ได้มาจากการชมรายการเหล่านี้ และความรู้เกี่ยวกับกฎหมายของประชาชนนั้น อาจจะไม่ได้อำนาจเป็นต่อชีวิตประจำวันหรือไม่เกี่ยวข้องกับ อาชีพการทำงาน หรือ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่ได้นำความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่พวกเขาเมื่อมาใช้ประโยชน์ ดังนั้นความรู้จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ไม่สอดคล้องกับ แนวคิดของ Benjamin S. Bloom (1971) ที่กล่าวว่า ความรู้ก่อให้เกิดความสามารถที่สำคัญ ๆ 6 ด้าน คือ ความสามารถในการจำหรือระลึก เหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้ว ความสามารถในการเข้าใจความสามารถในการนำไปใช้ ความสามารถในการวิเคราะห์ ความสามารถในการสังเคราะห์ และความสามารถในการประเมินค่า และแนวคิดของ Todd Hunt and Brent D . Ruben (1993) ที่กล่าวว่า บุคคลโดยทั่วไปแล้วจะเลือกให้ความสนใจในการใช้ประโยชน์จากข่าวสารโดยใช้ความพยายามใน

การที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นการกระทำจากการเลือกของเราโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ของเรา

สรุปว่า ประชาชนที่มีความรู้เกี่ยวกับกฎหมาย ไม่สัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ อาจเนื่องมาจาก ประชาชนกลุ่มนี้ไม่ได้นำความรู้ของเขาไปใช้ในการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

จากการวิเคราะห์ สรุป และอภิปรายผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นว่า สื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างรวดเร็ว และง่ายดาย ในด้านการแสวงหาข่าวสารของผู้ชมนั้นมีความสำคัญต่อความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเด็นทางด้านกฎหมายของประชาชนที่ได้จากการชมรายการ ในส่วนของการผลิตรายการก็ต้องมีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของการชมรายการให้มากที่สุด เพื่อให้ประชาชนผู้ที่รับชมรายการ นำความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่ได้นำไปใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด จึงจะทำให้ความเกิดความสัมพันธ์ผลในทางการสื่อสารอย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่รู้จักรายการ “ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ” ผ่านทางสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยฝ่ายผลิตรายการต้องเลือกช่วงเวลาที่จะออกอากาศให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของรายการ แต่การประชาสัมพันธ์รายการผ่านทางสื่ออื่น หรือช่องทางอื่น กลับเข้าถึงประชาชนได้น้อย ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนประชาสัมพันธ์รายการ หรือฝ่ายผลิตรายการ ควรใช้สื่ออื่น ๆ ให้มากกว่านี้ โดยขยายแหล่งข่าวสารหรือช่องทางในการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อ วิทยุ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ต โดยต้องประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ อาจเป็น spot โฆษณา ที่มีเนื้อหาไม่จำเจ สามารถดึงดูดผู้ชมได้ และควรร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ในการเข้าร่วมประชาสัมพันธ์ รายการเหล่านี้ ซึ่งผลจากการวิจัย พบว่า มีผู้เปิดรับช่องทางเหล่านี้้น้อยมาก เพื่ออีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารถึงกลุ่มผู้ชม

2. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมรายการ มีความสนใจในประเด็นกฎหมายทางด้านกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มากที่สุด เช่น การทำสัญญา , ซ้ำ - ขาย , หนี้สิน เป็นต้น รวมทั้งประเด็นกฎหมายอาญา ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ดังนั้น ฝ่ายผลิตรายการ ควรเน้นให้มีการนำเสนอประเด็นกฎหมายทางด้านที่ผู้ชมสนใจมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในการรับชมรายการ เพื่อเพิ่มความรู้ในประเด็นกฎหมายที่ประชาชนส่วนใหญ่สนใจ และจะส่งผลต่อการนำไปใช้ประโยชน์ ของผู้ชมรายการ

3. จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมมีความบ่อยครั้งในการชมน้อยมาก (น้อยกว่า 3 ครั้ง / สัปดาห์) ทางผู้ผลิตรายการจึงควรมีการปรับเปลี่ยนเวลาในการออกอากาศ เนื่องจากช่วงเวลากการออกอากาศ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง กลางวัน ซึ่งเป็นช่วงที่ประชาชน ส่วนใหญ่ทำงาน ทำให้ไม่สามารถชมรายการได้ ซึ่งหากย้ายเวลาการออกอากาศ เป็นช่วงเย็นหรือช่วงค่ำ จะทำให้สามารถขยายกลุ่มผู้ชมได้มากกว่าเดิม หรือ มีการนำเสนอรายการซ้ำเนื้อหาเดิมแต่เพิ่มช่วงเวลาในการออกอากาศมากขึ้น เพื่อให้ผู้ชมได้เลือกชมรายการได้อย่างหลากหลาย หรือ ยืดเวลาในการออกอากาศ รายการ ให้มากขึ้น โดยเฉพาะรายการ “ คนหัวหมอ ” ที่มีผู้ชมจำนวนมากแต่รายการนำเสนอเพียงช่วงสั้น ๆ ทำให้ไม่สามารถอธิบายรายละเอียดของกฎหมายได้ชัดเจนเท่าที่ควร ถ้ามีการขยายหรือเพิ่มเวลาในการออกอากาศ จะทำให้รายการสามารถอธิบายรายละเอียดได้อย่างชัดเจน และผู้ชมจะได้เข้าใจได้มากขึ้นด้วย

4. จากผลการวิจัย พบว่า การแสวงหาข่าวสารสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการ ดังนั้น ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตรายการ ควรคำนึงถึง ความต้องการของประชาชนในการใช้ประโยชน์จากรายการ นั่นคือ ประชาชนต้องใช้เวลาในการนำไปป้องกัน การเอารัดเอาเปรียบ จากผู้อื่นในสังคม และเพิ่มความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ทางกฎหมาย เมื่อทราบ ความต้องการของประชาชน จะทำให้ปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษา การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ของ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่คาดว่าจะมีการแสวงหาข่าวสารจากรายการนี้ มากกว่าประชาชนในส่วนภูมิภาค ซึ่งเป็นกรอบการวิจัยที่ค่อนข้างจำกัด จึงควรมีการศึกษาวิจัย กลุ่มประชาชนในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ ทั้งในเขตเมืองและชนบท ซึ่งผลการวิจัยอาจ แตกต่างกันระหว่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและประชาชนในเขตภูมิภาค เพื่อได้แนวคิด และมุมมองที่หลากหลาย อันเป็นผลประโยชน์ต่อการวางแผน ปรับปรุง และปรับเปลี่ยน รายการ เพื่อสนองความต้องการของผู้ชมได้มากยิ่งขึ้นด้วย

2. ควรมีการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการ “ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ” โดยการทำ วิจัยอย่างเจาะลึกในเชิงคุณภาพ ทั้งนี้เนื่องจากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเพียงอย่าง เดียว ทำให้ได้ข้อมูลบางอย่างไม่ลึกนัก โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวกับจิตใจและสังคมของผู้รับสาร แต่ละคน ที่อาจมีผลต่อการรับชมรายการ การนำมาประกอบกันในการพิจารณาทั้งการวิจัยเชิง ปริมาณ และเชิงคุณภาพ จะทำให้ผลการวิจัยสมบูรณ์มากขึ้น

3. ควรมีการศึกษาประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะคติ ความพึงพอใจ ของผู้ชมรายการ หรือ การศึกษาความต้องการด้านเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอรายการของผู้ดำเนินรายการ รวมถึงการทำวิจัยอย่างเจาะลึกในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับรายการ เพื่อให้ผลการวิจัยสมบูรณ์ และ นำไปปรับปรุงรายการให้มีคุณภาพ และตรงกับความต้องการของผู้รับสารอย่างแท้จริง

4. ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาในส่วนเฉพาะผู้รับสาร (Receiver) ในการ แสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์จากรายการ “ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ”

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดขึ้นเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของผู้ส่งสาร (Sender) รวมทั้ง (Message) คือ ศึกษาในส่วนของตัวสาร (เนื้อหาสาระของสาร) เพื่อจะสามารถพัฒนาเนื้อหาหรือรูปแบบที่สามารถทำให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับกฎหมายมากขึ้น

5. ควรมีการทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสำรวจ ความคิดเห็นและความต้องการของประชาชน ที่มีต่อรายการว่ามีการเปลี่ยนแปลง ไปมากน้อยเพียงใด การสำรวจนี้ จะช่วยประเมินรายการ “ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย ” ได้อีกทางหนึ่งด้วย

6. จากผลการวิจัย พบว่า ระดับความรู้ ของประชาชนเกี่ยวกับกฎหมายอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก มีความบ่อยครั้งในการชมน้อยมาก ดังนั้น จึงควรเพิ่มระดับความรู้เกี่ยวกับกฎหมายให้สูงขึ้น โดยการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายผ่านสื่อมวลชน ซึ่งเน้นประเด็นความรู้ที่ประชาชนยังมีน้อย



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรรชรัตน์ หรั่งเพชร . การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในข่าวสารเรื่อง การแปรรูปรัฐวิสาหกิจของพนักงานองค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 .
- เกศรา ชั่งชวลิต . การแสวงหาข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อการเรียนรู้ ของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2544 .
- ชนิษฐา เบญจาทิกุล . ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดีศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งนักร้อง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2535 .
- ชนิษฐา สง่างศ์วิจิตร . การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2540 .
- ขวัญเรือน ไชยอุดม . วิทยุโทรทัศน์กับบทบาทสังคม . นิตยสาร ปีที่ 6 (ธันวาคม 2520) : 2520 .
- จริญญา เจริญสุขใส . การเปิดรับข่าวสารทางการเมือง วัฒนธรรมทางการเมืองกับการไปใช้สิทธิออกเสียงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .
- ชนินทร์ ต่วนชะเอม . การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการ “ รักไทยให้ถูกทาง ” ของนิสิต นักศึกษา มหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2541 .

- ช่อแก้ว ประสงค์สม . การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียน
ดีข้าวของครู และอาจารย์มัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร .วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 .
- ชิบ จิตนิยม . ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชน
ผู้ให้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนลรอดคาสติ้ง
คอร์ปอเรชั่น จำกัด . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2534 .
- ชูศักดิ์ รongสวัสดิ์ . ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหาของรายการ มองต่างมุม กับทัศนคติความ
พึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุมทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่ง
ประเทศไทย ช่อง 11 . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2537 .
- ณัฐพร พานิช . การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับนักร้อง กรณีศึกษา
นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต
ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2538 .
- ต้องฤดี ปุณณกันต์ . การเปิดรับการสื่อสารกับการพัฒนาความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมของ
ประชาชนตามโครงการขยายฐานประชาธิปไตยสู่ปวงชน ศึกษาเฉพาะอำเภอนคร
หลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการ
ประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ,
2534 .
- นันทวัน กิจธนาเจริญ . การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์ความพึงพอใจจากข่าวสารและการ
ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันของประชาชนกรุงเทพมหานครในภาวะ
วิกฤตเศรษฐกิจ . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขา
นิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2541 .
- บุญจิระ พุทธิศรี . พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ เกี่ยวกับรัฐธรรมนูญ 2540 และ
การมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต
ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย , 2541 .

- ปกิจ พรหมายน . ความรู้และการปฏิบัติตนในการป้องกันอุบัติเหตุจากการจราจรของผู้ขับขี่รถยนต์ส่วนบุคคลในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531 .
- ประมะ สตะเวทิน . หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9 . กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์ , 2540.
- ประจวบ อินอืด . โทรทัศน์ : สื่อเพื่อธุรกิจ หรือสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร . เอกสารการสัมมนาทางวิชาการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ . กรุงเทพมหานคร , 2533 .
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ . ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย . กรุงเทพมหานคร , 2526 .
- ประวิณ พัฒนะพงษ์ . พฤติกรรมแสวงหาข่าวสาร และความพึงพอใจต่อข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของกรรมการหมู่บ้าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .
- ปัทมา คงบุญ . การเปิดรับ ทัศนคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรองสถานการณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543 .
- ปัทมาวดี หล่อวิจิตร . ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “ รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ” ของผู้ชม . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .
- พรทิพย์ บุญนิพัทธ์ . พฤติกรรมเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรวันที่ 17 พฤศจิกายน 2539 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .
- พรรณพิลาส วีระสุข . ความต้องการที่จะรู้ข่าวสารการเมือง พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารทางการเมือง และการใช้ประโยชน์ข่าวสารการเมืองจากรายการโทรทัศน์ของประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2541 .

- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ . การสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2537 .
- พัทธนันท์ เต็ดแก้ว . การศึกษาเปรียบเทียบการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้และสาระบันเทิง การจดจำได้ และการนำไปใช้ประโยชน์ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2544 .
- พิไล จิรไกรศิริ . การเปิดรับข่าวสารด้านพุทธธรรมกับความรู้ ทัศนคติ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมของพุทธศาสนิกชนในกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543 .
- พีระ จิรโสภณ . การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11 . นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2535 .
- เมืองยศ จันทรมหา . ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อประโยชน์จากการชมโทรทัศน์รายการมันนี่ทอล์ค : ศึกษาเฉพาะผู้ลงทุนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2539 .
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ . การวิเคราะห์ผู้รับสาร . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534 .
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ . การวิเคราะห์ผู้รับสาร . คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 .
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ และคณะ . บริบทการสื่อสารระดับบุคคล กลุ่มองค์กรและสื่อมวลชน . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534 .
- รุจิรา คงรุ่งโรจน์ . การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับมาตรา 40 ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543 .
- ลำยอง ดวงคำ . พฤติกรรมการชมรายการโทรทัศน์กับการนำมาใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนของอาจารย์วิทยาลัยเอกชนในภาคเหนือ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2542 .

- วรรณพร เนตรอำนวย . ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานในประเทศ ศึกษาเฉพาะคนงานที่เดินทางไปทำงานในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง .วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2528 .
- วัชรียา อานามวัฒน์ . พฤติกรรมกรเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์ และการตอบสนองความต้องการ ศึกษาเฉพาะกรณี รายการธรรมะพระพยอม กับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2533 .
- วิจิตร ศรีสอาน . โทรทัศน์ : สื่อเพื่อธุรกิจ หรือสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร . เอกสารการสัมมนาทางวิชาการ . กรุงเทพฯ , 2533 .
- วิชัย วงศ์ใหญ่ . พัฒนาหลักสูตรและการสอนมิติใหม่ . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์รุ่งเรือง , 2523 .
- วิเชียร เกตุสิงห์ . คู่มือวิจัยเชิงปฏิบัติ . กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช , 2543 .
- วิยดา เกียวกุล . การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับข่าวสารรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537 .
- ศรีศรีรินทร์ อาภากุล . การเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ รายการ “ ถอดรหัส ” ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2543 .
- ศิริภาณี อนุศิลป์ชาญ . การใช้สื่อและการรับรู้ในสารประโยชน์ของข่าวสารภายหลังการรู้หนังสือใหม่ . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2531 .
- ศิริชัย ศิริภาวะ . สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองป็นชนบท . กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2525 .
- สถิติแห่งชาติ . สำนักงาน . รายงานผลการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชน (วิทยุและโทรทัศน์ พ.ศ. 2546 . กรุงเทพมหานคร : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี้ .
- สถิติแห่งชาติ . สำนักงาน . รายงานผลการสำรวจสถิติจำนวนประชากร พ.ศ. 2547 . กรุงเทพมหานคร : สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี้ .

- สวณิต ยมาภัย และระวีวรรณ ประกอบผล . แบบจำลองการสื่อสาร . กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2528 .
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์ และสุพัตรา เพชรมณี . บทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร . จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2526 .
- สุกัญญา เพ็ชรธรรมา . การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2539 .
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร . การสื่อสารกับสังคม . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2533 .
- เสถียร เขยประทับ . สื่อมวลชนและการพัฒนาประเทศ . คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534 .
- เสรี วงษ์มณฑา . หลักและทฤษฎีการสื่อสาร . เอกสารประกอบชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9 – 15 . กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ สุโขทัยธรรมมาธิราช , 2535 .
- อนุชิต มุรธาทิพย์ . ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ “ ดีลิบ ” . ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , 2542 .
- อรณี ผู่วรรณลักษณ์ . การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2537 .
- อรวรรณ วิลักษณ์ . การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน ของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534 .
- อัญชนี วิชยาภัย บุนนาค . ทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร . วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย สาขานิเทศศาสตร์ พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2540 .

ภาษาอังกฤษ

- Atkin . K. Charles . New Model For Mass Communication Research . New York : The Free Press , 1978 .
- Ball – Rokeach , S. and Defleur , M.L. “ A dependency model of mass media effects. ” Communication Research , 1976 .
- Bickhard , Mark H . Cognition , Convention and Communication . New York : Praeger Publisher , 1980 .
- Defleur . Theories of Mass Communication . New York : David McKay , 1966 .
- Defleur . Theories of Mass Communication . New York : David Mckay . , 1970 .
- Dennis McQuail . Mass Communication Theory An Introduction . London , Newbury Park , Beverly Hills , New Delhi : Sage , 1983 .
- Everett M. Rogers . Communication Strategies for Family Planning . New York : The Free Press , 1973 .
- Good , Carter V. Dictionary of Education . New York : McGraw – Hill Book Company , 1973 .
- Herta , Herzog . The Use of Mass Communications : Current Perspective on Gratification Research . London : Sage Publications , 1974 .
- John D. Robinson , Mass Communication and Information Diffusion , Current Perspective in Mass Communication Research , P.77.
- Katz , Daniel . The Functional Approach to the Study of Attitude . Public Opinion Quarterly . Summer , 1960 .
- Katz , Z., I.G. Blumler and Micheal Gorevitch . The Uses of Communication . Beverly Hills : Sage Publication , 1974 .
- Kippax , Susan and Ralph P. Murray . “ Using the Mass Media Need Gratification and Perceived Utility ” . Communication Research . , 1980 .
- Klapper , Joseph T . The Effects of Mass Communication . New York : The Free Press , 1960 .

- Lasswell , D. Harold . The Structure and Function of Communication in Society .
New York : Happer and Row Publishers , 1948 .
- Lazarfeld , Pual F., Berelson , B. And Gaudet , H. Introduction to Mass Communication
and Mass Media . Edited by William E. Francois , Ohio : Grid Inc.,1977.
- Maslow , A.H. Motivation and Personality . New York : Harper and Brother , 1954 .
- Maxwell E. McCombs , Lee B. Becker. Using Mass Communication Theory pp.51 – 52.
- McComb , M.E. and L. Becker . Using Mass Communication Theory . New Jersey :
Prince Hall Inc., 1979 .
- McQuail , D., Blumler , J.G. and Brown J. “ The Television Audiences A revised
Perspective ” . in D. McQuail (ed.) . Sociological of Mass Communication .
Harmondswirth , 1972 .
- Palmgreen P. , and J.D. Raybum . Uses and Gratifications and exposure to public
television , a discrepancy approach . Communication Research , 1979 .
- Robinson , P.J. “ Mass Communication and Information Deffusion ”, in kline and
Tichenor , Current Perspectives in Mass Communication Research , 1972 .
- Rogers , M. Everett and Shoemaker , F.Floyd . Communication of Innovation : A Cross
–Cultural Approach . New York : The Free Press , 1971 .
- Rogers , M., Everett . Communication Channels in Handbook of Communication .
Chicago : Rand Mc. Nelly , 1978 .
- Rubin , A.M..An Examination of Television Viewing Motivation . Communication
Research 8 , 1979 .
- Taro Yamane . Statistics : An Introductory Analysis . Tokyo : Harper International
Edition , 1973 .
- Wenner , L.A..Gratifications Sought and Obtained in Programme Dependency : A
Study of Network Evening News Programms and 60 Minutes ,
Communication Research 9 , 1986 .
- Wenner , Lawrence . “ The Nature of News Gratifications ” . in Karl Erik Rosengren ,
Lawrence A. Wenner and Phillip Plamgreen (eds.) Media Gratification
Research : Current Perspectives . Beverly Hills : Sage Publication , 1985 .

Wenner , Lawrence A. Model Specification and Theoretical Development in Satisfactions Sought and Obtained Research : A Comparison of Discrepancy and Transactional Approach . Communication Monographs , 1986 .

Wilbur Schramm . The Process and Effects of Mass Communication . Urbana , Ill : University of Illinois Press , 1973 .

Wright Charles R. Mass Communication : A Sociological Perspective . New York : Random House , 1975 .



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

การแสวงหาข่าวสาร ความรู้ และการใช้ประโยชน์ของประชาชนใน
เขตกรุงเทพมหานคร จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย
ทางโทรทัศน์

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เพื่อใช้ประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรนิติศาสตรมหา
บัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิติศาสตร์พัฒนาการ คณะนิติศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยใครขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามตามความเป็น
จริง เพื่อประโยชน์ในการทำวิจัย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณล่วงหน้ามา ณ โอกาสนี้ด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย \surd ใน () หน้าคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
2. อายุ

() 1. น้อยกว่า 20 ปี	() 2. 20 – 30 ปี
() 3. 31 – 40 ปี	() 4. 41 – 50 ปี
() 5. 51 – 60 ปี	() 6. มากกว่า 60ปีขึ้นไป
3. อาชีพ

() 1. นักเรียน / นักศึกษา	() 2. อาชีพอิสระ
() 3. พ่อบ้าน / แม่บ้าน	() 4. เจ้าของกิจการ / ค้าขาย
() 5. ว่างาน	() 6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่ได้ศึกษา | <input type="checkbox"/> 2. ประถมศึกษา |
| <input type="checkbox"/> 3. ม.1 – ม.3 หรือเทียบเท่า | <input type="checkbox"/> 4. ม.4 – ม.6 หรือเทียบเท่า |
| <input type="checkbox"/> 5. อนุปริญญา / ปวส.หรือเทียบเท่า | <input type="checkbox"/> 6. ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> 7. ปริญญาโท | <input type="checkbox"/> 8. สูงกว่าปริญญาโท |

5. รายได้ต่อเดือน

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 5,001 – 10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001 – 20,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 20,001 – 30,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 30,001 – 40,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. 40,000 บาทขึ้นไป |

**ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร โดยวัดจากความถี่ในการชมรายการ
วัตถุประสงค์ของผู้ชมรายการ และ ประเด็นของเนื้อหาที่สนใจ**

6. ท่านชมรายการรายการ “คนหัวหมอ “ , “ หัวหมอจ้อข่าว “ , “ ร่วมมือ ร่วมใจ “ หรือ รายการ
“ กฎหมายเพื่อประชาชน “ ทุกรายการรวมกันบ่อยครั้งเพียงใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ชมทุกวัน (7 ครั้ง / สัปดาห์) | <input type="checkbox"/> 2. ชมบ่อยมาก (6 ครั้ง / สัปดาห์) |
| <input type="checkbox"/> 3. ชมบ่อย (5 ครั้ง / สัปดาห์) | <input type="checkbox"/> 4. ชมบ้าง นาน ๆ ครั้ง (4 ครั้ง / สัปดาห์) |
| <input type="checkbox"/> 5. ไม่ค่อยได้ชม (น้อยกว่า 3 ครั้ง / สัปดาห์) | |

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

7. ในการชมรายการ “คนหัวหอม “ “ หัวหอมจ้อข่าว “ , “ ร่วมมือ ร่วมใจ “ หรือ รายการ กฎหมายเพื่อประชาชน ท่านชมอย่างไร โปรดทำเครื่องหมาย / ในตาราง

วิธีการชมรายการ	คนหัวหอม	หัวหอมจ้อข่าว	ร่วมมือร่วมใจ	กฎหมายเพื่อประชาชน
ตั้งใจและติดตามชมตลอดรายการ				
ชมเฉพาะประเด็นที่สนใจ				
ชมผ่าน ๆ เพียงเพื่อให้รู้ว่าเกี่ยวกับกฎหมายเรื่องอะไร				
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน				
ไม่รู้จักรายการ				

8. ท่านรู้จักรายการ “ คนหัวหอม “ , “ หัวหอมจ้อข่าว “ , “ ร่วมมือ ร่วมใจ “ หรือ รายการ กฎหมายเพื่อประชาชน “ จาก (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รู้จักรายการ จาก	คนหัวหอม	หัวหอมจ้อข่าว	ร่วมมือร่วมใจ	กฎหมายเพื่อประชาชน
สื่อโทรทัศน์				
อินเทอร์เน็ต				
คำบอกเล่าของผู้อื่น				
ผู้อื่นที่กำลังชมรายการ				
เปิดเจอโดยบังเอิญ				
จากรายการที่ชมติดต่อกันมา				
อื่น ๆ โปรดระบุ.....				

ท่านมีวัตถุประสงค์ใดในการแสวงหาข่าวสารทางด้านกฎหมายจากรายการส่งเสริมความรู้
ทางด้านกฎหมายมากน้อยเพียงใด

วัตถุประสงค์ในการชมรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
9. เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางกฎหมาย ให้กับตนเอง					
10. เพื่อป้องกันการเอาัดเอาเปรียบ จากบุคคลอื่น					
11. ใช้เป็นข้อมูลในการอ้างอิง ใน การประกอบอาชีพ					
12. เพื่อเกิดความรู้รอบตัวมากขึ้น					
13. เพื่อแนะนำหรือให้ความรู้ ทางด้านกฎหมายแก่เพื่อนหรือ บุคคลในครอบครัว					
14. เพื่อไม่ให้ตัวเองกระทำผิด กฎหมาย					
15. เพื่อเกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน					

ท่านสนใจประเด็นกฎหมายทางด้านใด จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย
(เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

-ประเด็นกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (เช่น การทำสัญญา , ซื้อ - ขาย , หนี้สิน ฯลฯ)
-ประเด็นกฎหมายอาญา (เช่น การทำร้ายร่างกาย , การฉ้อโกง , ชิงทรัพย์ ฯลฯ)
-ประเด็นกฎหมายภาษี อากร (เช่น การจ่ายภาษีให้กับรัฐ)
-ประเด็นกฎหมายแรงงาน (เช่น นายจ้าง - ลูกจ้าง , การจ้างงาน ฯลฯ)
-ประเด็นกฎหมายรัฐธรรมนูญ (เช่น การตรวจสอบการตรากฎหมายของรัฐสภา ฯลฯ)
-ประเด็นกฎหมายปกครอง (เช่น เจ้าหน้าที่ของรัฐละเลยต่อหน้าที่ ฯลฯ)

.....ประเด็นกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (เช่น ลิขสิทธิ์ทางปัญญา ฯลฯ)

ตอนที่ 3 ความรู้ทางด้านกฎหมาย จากรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย

16. จักรพรรดินี ขอรับสินบน ทูจิวในหน้าที่ จักรพรรดินีได้ออกรับสินไปให้ภรรยา ตามกฎหมายมีสิทธิ์ยึดทรัพย์จากภรรยาของจักรพรรดินีคนนั้นหรือไม่
 () 1. มี () 2. ไม่มี
17. ผู้หญิงข่มขืนผู้ชายมีความผิดข่มขืนหรือไม่
 () 1. ผิด () 2. ไม่ผิด
18. สามีเป็นแอดัลทอรี่ามีสิทธิ์ฟ้องหย่าได้หรือไม่
 () 1. ได้ () 2. ไม่ได้
19. หมั้นกันแล้วถ้าฝ่ายชายผิดสัญญาไปมีแฟนใหม่ของหมั้นจะตกเป็นของฝ่ายไหน
 () 1. ฝ่ายหญิง () 2. ฝ่ายชาย
20. สมศรีไปเที่ยวห้างแห่งหนึ่ง เมื่อรับบัตรจอดรถและได้จอดรถไว้ในห้าง เมื่อข้อปั้งเสร็จแล้ว กลับมาที่รถพบว่า รถของตนหายไป ห้างต้องรับผิดชอบเหตุการณนี้หรือไม่
 () 1. ห้างต้องรับผิดชอบ () 2. ห้างไม่ต้องรับผิดชอบ
21. พนักงานดีเด่นบริษัทแห่งหนึ่ง รับแทงหวยได้คืนในที่ทำงาน จนหัวหน้าไล่พนักงานคนนี้ออก พนักงานจะรับเงินทดแทนจากการถูกไล่ออกหรือไม่
 () 1. ไม่ได้รับเงินทดแทน () 2. ได้รับเงินทดแทน
22. การถ่าย VCD ไปไว้ดูเอง มีความผิดหรือไม่
 () 1. ผิด () 2. ไม่ผิด
23. ขึ้นใจภรรยาที่ไม่ได้จดทะเบียนสมรสผิดหรือไม่
 () 1. ผิด () 2. ไม่ผิด
24. ผลมะม่วงข้างบ้านหล่นในบ้านเรา เรามีสิทธิ์เก็บมะม่วงมากินหรือไม่
 () 1. มีสิทธิ์ () 2. ไม่มีสิทธิ์
25. ลูกภรรยาอายุมีสิทธิ์ในมรดกของบิดาที่ให้ใช้นามสกุลหรือไม่
 () 1. มี () 2. ไม่มี
26. คู่สมรสวิกลจริตมาแล้ว 1 ปี ฟ้องหย่าได้หรือไม่
 () 1. ได้ () 2. ไม่ได้
27. เก็บสร้อยทองได้บริเวณบ้านพักที่คลื่นยักษ์ สีนามิ ถล่มมีความผิดหรือไม่

- () 1. ผิด () 2. ไม่ผิด
28. เห็นใจร่ำกำลังวิ่งราวทรัพย์เรามีสิทธิ์ที่จะจับกุมผู้กระทำผิดหรือไม่
() 1. มีสิทธิ์ () 2. ไม่มีสิทธิ์
29. ไม่จ่ายค่าเช่าร้าน 2 เดือน เจ้าของร้านมีสิทธิ์ที่จะปิดร้านและยึดทรัพย์สินจากร้านเราหรือไม่
() 1. มีสิทธิ์ () 2. ไม่มีสิทธิ์
30. แท็กซี่ ที่ผู้โดยสารไว้กลางทาง มีความผิดตามกฎหมายหรือไม่
() 1. ผิด () 2. ไม่ผิด
31. เจ้าหนี้เรียกเก็บดอกเบี้ยร้อยละ 5 บาทต่อเดือนมีความผิดหรือไม่
() 1. ผิด () 2. ไม่ผิด
32. ใช้ปืนปลอมจี้ชิงทรัพย์มีความผิดหรือไม่
() 1. ผิด () 2. ไม่ผิด

ตอนที่ 4 การใช้ประโยชน์จากการชมรายการส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมายทางโทรทัศน์

การใช้ประโยชน์จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
33. เพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประเด็นปัญหาทางด้าน กฎหมายต่าง ๆ ในสังคม					
34. ทราบถึงข้อเท็จจริงของเรื่องราว ทางกฎหมายที่น่าสนใจมากขึ้น					
35. นำข้อมูลไปเป็นแหล่งอ้างอิงที่ น่าเชื่อถือ					
36. ความสนใจต่อประเด็นปัญหาที่ อยากรู้					

การใช้ประโยชน์จากรายการ ส่งเสริมความรู้ทางด้านกฎหมาย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
37. ทำให้โลกทัศน์ที่กว้างไกลขึ้น					
38. นำสาระในรายการไปเป็นหัวข้อ สนทนากับผู้อื่นในสังคม					
39. รายการช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงา					
40. นำข้อมูลหรือแนวคิดที่ได้มา ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน					
41. นำสาระหรือความรู้ที่ได้รับจาก รายการไปเผยแพร่ให้บุคคลอื่น					
42. นำความรู้ที่ได้รับมาเป็นแนวทาง ป้องกันไม่ให้เกิดผู้อื่นเอาเปรียบ					
43. เป็นการใช้เวลาว่างให้เกิด ประโยชน์					

.....ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม.....





ประวัติผู้เขียน

นางสาว บารณี อูปลา เกิดวันที่ 15 เมษายน 2523 ที่จังหวัดพัทลุง จบการศึกษา
ระดับปริญญาตรี จาก คณะวิทยาศาสตร์ ภาควิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ในปี พ.ศ.2545 หลังจากนั้น ได้หันเหชีวิต เพื่อตามหาฝันของตัวเอง มาเรียนทางด้านนิเทศศาสตร์
ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการ ในปี พ.ศ.
2546



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย