

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องการแพร่กระจายข่าวหรือ News Diffusion ที่ผ่านมาในสหรัฐอเมริกาได้มีการศึกษาและพัฒนามาเป็นลำดับ โดยพยายามแก้ไขรูปแบบการวิจัยและจัดลำดับของเหตุการณ์ที่ประชาชนได้รับทราบ เพื่อให้ได้คำตอบสมบูรณ์ในการแพร่กระจายข่าวมากที่สุด ซึ่งมีแนวคิดที่เกี่ยวข้องดังนี้

- แนวคิดและรูปแบบเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าว แบ่งเป็น
  - แบบจำลอง J – Curve
  - แนวคิดเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าว
  - งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล แบ่งเป็น
  - แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร
  - แนวคิดการจัดวารข่าวสาร Agenda-Setting
  - แนวคิดเกี่ยวกับสื่อระหว่างบุคคล
  - คุณลักษณะที่แตกต่างกันของสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล
  - แนวคิดเกี่ยวกับการไหลของข่าวสารและผู้นำทางความคิด
  - งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร แบ่งเป็น
  - แนวความคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสาร
  - แนวคิดเกี่ยวกับความพอใจและความต้องการ Used and Gratification
  - แนวคิดด้านประชากรศาสตร์
  - งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## แนวคิดและรูปแบบเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าว

### แบบจำลอง J-Curve

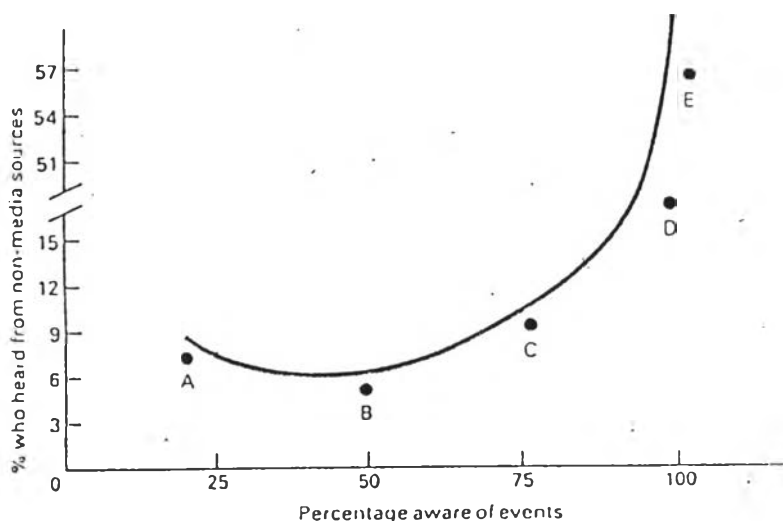
ความสนใจบทบาทการแพร่กระจายข่าวผ่านสื่อระหว่างบุคคล หลังการลอบสังหารประธานาธิบดีจอห์น เอฟ. เคนเนดี Greenberg (1964) เริ่มมีการทดสอบสมมุติฐานซึ่งมีงานวิจัยเดิมรองรับ ด้วยการศึกษากิจกรรมของเหตุการณ์ที่สื่อมวลชนรายงานข่าว สามารถแบ่งข่าวได้เป็น 3 ประเภทตามระดับการแพร่กระจายข่าวของบุคคลดังนี้

1. ข่าวเหตุการณ์ทั่วไปและมีความสำคัญน้อย เป็นข่าวเหตุการณ์ที่มีความสำคัญอย่างมากต่อคนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่ง โดยกลุ่มคนทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์จะรับรู้ข่าวผ่านสื่อระหว่างบุคคล เช่นการประกาศผลสอบเอ็นทรานซ์ ผู้สนใจจะประกอบด้วยกลุ่มเพื่อนหรือกลุ่มญาติของผู้สมัครสอบเท่านั้น แม้จะมีการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน

2. ข่าวเหตุการณ์สำคัญประจำวัน เป็นข่าวเหตุการณ์ที่ได้รับความสนใจจากสื่อพอสมควร ที่กลุ่มคนทั้งใหญ่และเล็กจะรับรู้ทั้งหมดและเป็นการรับรู้โดยตรงจากสื่อมวลชน แต่ข่าวเหล่านี้มักไม่ได้บอกเล่าต่อให้บุคคลอื่นฟัง(ไม่เล่าให้กันฟัง) เพราะไม่คิดปกติพอที่จะต้องนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับทราบไปบอกให้คนอื่นฟัง

3. ข่าวเหตุการณ์สำคัญเร่งด่วนและมีความสำคัญมาก ข่าวเหล่านี้ทุกคนจะให้ความสนใจมาก และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว นอกจากสื่อมวลชนจะสนใจแล้ว ยังมีการถ่ายทอดข้อมูลจำนวนมากผ่านสื่อระหว่างบุคคล ซึ่งความสำคัญของเหตุการณ์ทำให้เกิดช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลไปพร้อมๆกัน

ทั้งนี้ Greenberg ได้ศึกษาแหล่งข่าวอันดับแรกของเหตุการณ์ข่าว 18 ข่าว ซึ่งมีระดับการรับรู้และการแพร่กระจายข่าวจาก 14-100 % ในแบบจำลอง J-Curve ดังนี้



แบบจำลอง J-Curve สามารถแบ่งกลุ่มได้ 5 กลุ่ม (ให้เส้นแนวตั้งเป็นสัดส่วนผู้ได้รับรู้ข่าวครั้งแรกจากบุคคล แนวนอนเป็นจำนวนผู้รับรู้อีกทั้งหมด)

A หมายถึงจากผู้รับรู้อีกทั้งหมดประมาณ 20 % มีอยู่ 7-8 คนที่รับทราบข่าวจากแหล่งข่าวที่ไม่ใช่สื่อมวลชน(สื่อระหว่างบุคคล)

B หมายถึงจากผู้รับรู้อีกทั้งหมด 50 % มีอยู่ประมาณ 5 คนที่รับรู้อีกจากสื่อระหว่างบุคคล

C หมายถึงจากผู้รับรู้อีกทั้งหมด 75 % มีอยู่ประมาณ 10 คนที่รับรู้อีกจากสื่อระหว่างบุคคล

D หมายถึงจากผู้รับรู้อีกทั้งหมด 100 % มีอยู่ประมาณ 20 คนที่รับรู้อีกจากสื่อระหว่างบุคคล

E หมายถึงจากผู้รับรู้อีกทั้งหมด 100 % มาจากสื่อระหว่างบุคคลจำนวนมาก

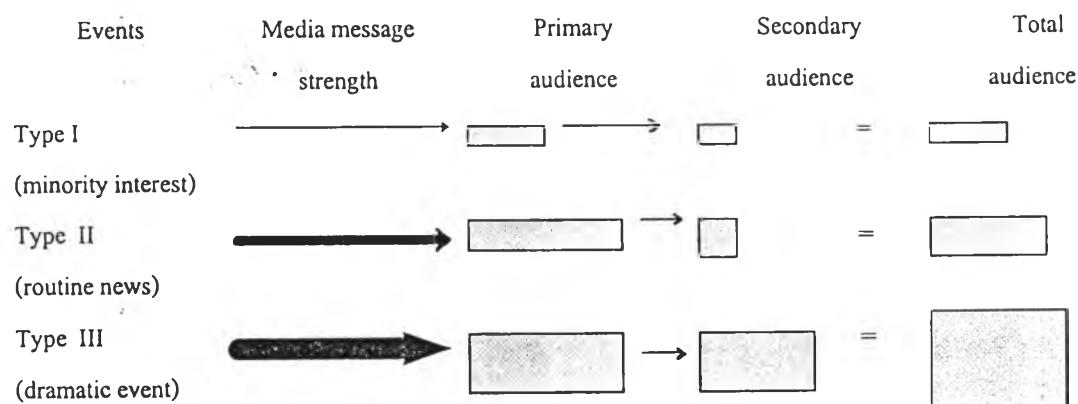
ทั้งนี้ให้ A เป็นเหตุการณ์ประเภทที่ 1

ให้ B,C และ D เป็นเหตุการณ์ประเภทที่ 2

ให้ E เป็นเหตุการณ์ประเภทที่ 3

สำหรับ Diffusion Model ซึ่งเป็นฐานของ J-Curve แสดงให้เห็นเหตุการณ์ประเภทต่างๆ แสดงความสัมพันธ์ของจำนวนผู้รับสาร(Audience)ทั้งหมดซึ่งมีผลมาจากการรับรู้อีกจากบุคคล โดยแสดงเป็นแบบจำลองได้ดังนี้

#### Personal Influence, Diffusion and Effects of Mass Communication on Individuals



ประเภทที่ 1 แสดงให้เห็นถึงข่าวที่โดยทั่วไปสำคัญน้อยแต่เกี่ยวข้องกับคนกลุ่มน้อยเฉพาะกลุ่มเป็นพิเศษ

ประเภทที่ 2 เป็นข่าวทั่วไป

ประเภทที่ 3 เป็นข่าวเหตุการณ์สำคัญมาก จำนวนผู้รับสารทั้งหมดจะเพิ่มขึ้นแบบก้าวหน้า โดยกระจายไปอย่างรวดเร็ว(Very Rapidly)และทราบกันทั่ว(Maximum Awareness)

Model นี้ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างความสำคัญของเหตุการณ์และระดับความสนใจหรือความเกี่ยวข้องของคนกลุ่มหนึ่ง โดยมีความสำคัญ(Importance) เข้ามาเกี่ยวข้องกับความเกี่ยวข้องของข่าวทั่วไปของสังคม โดยแต่ละข่าวต้องสำคัญสำหรับผู้รับ(ตัวเอง) ที่ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับข่าวสำคัญของสื่อมวลชนและสังคมทั้งหมด(News Diffusion : The J-Curve Model,1964: 56-58)

### แนวคิดการแพร่กระจายข่าว

M.Timothy O'Keefe and Bernard C.Kissel(1971) ได้ศึกษาพบแง่มุมที่เพิ่มขึ้นในงานวิจัยเรื่อง “ Visual Impact: An Added Dimension in Study of News Diffusion” หลังจากพบว่า การแพร่กระจายข่าวเหตุการณ์การเสียชีวิตของประธานาธิบดีคนที่34ของสหรัฐอเมริกา Eisenhower ( Eisenhower's Death) ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคคล ซึ่งเป็นที่รู้จักระดับชาติ มีรูปแบบของพฤติกรรมการแพร่กระจายข่าวสารที่ขัดกับความใหญ่โตของเรื่อง จึงมีความพยายามจัดกลุ่มของเหตุการณ์โดยใช้ผลกระทบต่ออารมณ์ ของผู้รับทราบข่าวนั้นเป็นเกณฑ์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกเป็นเหตุการณ์ที่ไม่มีผลกระทบต่ออารมณ์และเกี่ยวข้องกับบุคคลน้อยที่สุด กลุ่มที่ 2 อาจจะเกี่ยวข้องกับบุคคลแต่ไม่รื้ออารมณ์ หรือไม่เกี่ยวข้องกับบุคคลแต่รื้ออารมณ์ ส่วนกลุ่มสุดท้ายเป็นเหตุการณ์ที่รื้ออารมณ์และเกี่ยวข้องกับบุคคล ซึ่งปฏิกิริยาของผู้รับทราบข่าวสารที่แตกต่างกันสามารถกล่าวออกมาเป็นคำพูดได้ว่า

กลุ่มที่ 1 คือ So what ? (แล้วไง ?) เป็นลักษณะเฉยเมย

กลุ่มที่ 2 คือ How about that ? (คุณเห็นเป็นยังไง ? เป็นลักษณะสนใจพอสมควร)

กลุ่มที่ 3 คือ Oh, my God ! (คุณพระช่วย !, ตายจริง ! ) เป็นลักษณะสนใจมาก

ทั้งนี้การจัดกลุ่มเหตุการณ์เพื่อจะรับรู้ขนาดของการเผยแพร่ข่าวสารที่ขึ้นอยู่กับผลกระทบต่ออารมณ์ ซึ่งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิดและทันทีทันใด มักเป็นกรณีที่ผู้วิจัยเรื่องการแพร่กระจายข่าวสารศึกษาเป็นส่วนมาก

ส่วนมิติที่เพิ่มเติมซึ่งกล่าวมาข้างต้นกรณีการเสียชีวิตของ Eisenhower พบว่าแม้การแพร่กระจายข่าวจะเป็นลักษณะเรื่องสำคัญระดับชาติและเกี่ยวข้องกับบุคคลระดับชาติแต่แบบแผนพฤติกรรมการแพร่กระจายข่าวไม่สอดคล้องกันความยิ่งใหญ่ของเหตุการณ์ จึงเพิ่มมิติที่ 4 คือ การพยายามจะทำนายรูปแบบการแพร่กระจายข่าวที่เกี่ยวกับแต่ละบุคคลจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบส่วนบุคคล(Human Element) เพื่อประเมินผลกระทบของเหตุการณ์และทำนายพฤติกรรมของประชาชนด้วย( O'Keefe and C.Kissel ,1971:298)

Katz กล่าวว่า ข่าวที่สำคัญจะได้รับการแพร่กระจายไปสู่คนอื่นทั้งจากสื่อระหว่างบุคคล และสื่อมวลชน โดย

1. ข่าวนั้นๆจะสำคัญมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับว่าข่าวนั้นได้ถูกเผยแพร่ไปมากน้อยเพียงใดในสังคม
2. ข่าวจะสำคัญมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับจำนวนคนที่ได้ยินข่าวนั้นครั้งแรกผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล
3. ข่าวจะสำคัญมากน้อยเพียงใดสัมพันธ์กับจำนวนคนที่ทราบเกี่ยวกับข่าวนั้นและนำไปบอกผู้อื่น

ส่วน Funkhouser and Mc combs (1971) ได้ศึกษาข่าวที่แตกต่างกันในการแพร่กระจายข่าวพบว่า ความสนใจของผู้ตอบมีความสัมพันธ์กับจำนวนผู้รู้ข่าว

Gerhard J.Hanneman and Bradley S.Greenberg (1973)สรุปเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าวว่าการแพร่กระจายข่าวเกิดขึ้นในกลุ่มประชากรที่มีลักษณะเหมือนกัน คือ การแพร่กระจายข่าวอาจเป็นหน้าที่ของความสัมพันธ์และความเด่น(ความสำคัญและความสนใจ)ของข่าวเท่ากับคุณค่าของข่าว (จำนวนเปอร์เซ็นต์ที่รู้เหตุการณ์ภายในช่วงเวลาหนึ่ง)

นอกจากนี้ Adums Muller and Wilson (1969)ซึ่งแบ่งประเภทของเหตุการณ์โดยสนใจเรื่องความสัมพันธ์(เกี่ยวพัน) ได้แบ่งเหตุการณ์ออกเป็น 3 แบบคือ

1. เหตุการณ์ที่มีความเกี่ยวพัน(กับผู้รับสาร)น้อยและไม่เร้าอารมณ์
2. เหตุการณ์ที่เกี่ยวพันหรือเร้าอารมณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง
3. เหตุการณ์ที่ทั้งเกี่ยวพันและเร้าอารมณ์

โดยมีการทดสอบสมมุติฐานเรื่องความเกี่ยวพัน ซึ่งใช้ความนับถือความศรัทธาในข่าวสารของพระสันตะปาปา เป็นสมมุติฐานสำคัญ พบว่า สำหรับกลุ่มที่เหตุการณ์มีความเกี่ยวพันในทางส่วนตัวเขาจะใช้ความพยายามในการตอบแบบสอบถามมากกว่า และยังมีการสื่อสารระหว่างบุคคลเกี่ยวกับข่าวมากกว่าด้วย ซึ่งสรุปได้ว่า ยิ่งผู้ตอบศรัทธาในศาสนามากเท่าใด เขายังรับสารจากพระสันตะปาปามากเท่านั้น ยิ่งมีการสื่อสารระหว่างบุคคลมากเท่านั้น จากอดีตที่ผ่านมาจะเห็นว่า ความสำคัญของข่าว ความเด่นของข่าว ความเร้าอารมณ์หรือความเกี่ยวพันกับข่าวต่างขึ้นอยู่กับผู้รับสารเป็นหลักว่าจะสนใจข่าวนั้นมากน้อยเพียงใด ถ้าผู้รับสารสนใจมากก็จะแพร่กระจายข่าวมาก แต่ถ้าสนใจน้อยก็อาจแพร่กระจายข่าวน้อยหรือยุติการแพร่กระจายข่าวเลย ซึ่งอาจไม่ตรงกับความสนใจของสื่อมวลชนก็ได้

ทั้งนี้เกี่ยวกับความสนใจข่าวซึ่งเป็นแนวคิดที่สื่อมวลชนไทยกำหนดไว้ โดย มาติ บุญศิริพันธ์(2526) ให้แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของข่าวไว้ว่าข่าวที่มีคุณค่าสูง มักจะมีทั้งความสำคัญ(Significance)และความน่าสนใจ(Interest)อยู่ในตัวเอง โดยความสำคัญของข่าวนั้นจะพิจารณาจากผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น สำหรับความสนใจนั้น นักหนังสือพิมพ์และบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับข่าวได้กำหนดแนวทางการวัดความสนใจ ได้แก่

1. ความสดทันสมัย(Immediacy) หมายถึง ความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ทราบอย่างทันที นับจากระยะเวลาของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับการรายงานข่าว ยิ่งรายงานเร็วคุณค่าความสดของข่าวก็จะมีมากขึ้น
2. ความใกล้ชิด(Proximity) หมายถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้กับตัวผู้รับสาร ถ้าใกล้มากก็จะมีคุณค่าของข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่อยู่ไกลออกไป ความใกล้ชิดอาจเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางจิตใจ ความคิด สถานที่หรือบุคคลก็ได้
3. ความเด่น(Prominence) หมายถึงข่าวที่ครอบคลุมถึงความเด่นของบุคคล สถานที่หรือเหตุการณ์ที่เกิด เหตุการณ์ใดที่มีองค์ประกอบของความเด่นมากก็มักได้รับความสนใจมีคุณค่าข่าวสูง
4. ความผิดปกติ(Unusualness) หรือความแปลกประหลาด ซึ่งโดยธรรมชาติของมนุษย์มักสนใจสิ่งใดที่แปลกหรือไม่เคยเห็นมาก่อน
5. สิ่งที่มนุษย์สนใจหรือเป็นประโยชน์ต่อมนุษย์(Human Interest) เป็นเรื่องของความสัมพันธ์ทางอารมณ์หรือจิตใจเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของมนุษย์ทั่วไป คือ เหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้อีกส่วนทางอารมณ์กับบุคคลที่เป็นข่าว
6. ความขัดแย้ง(Conflict) หมายถึง ข่าวที่เกิดจากความขัดแย้งของสองฝ่าย เช่นความขัดแย้งทางอุดมการณ์หรือความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ซึ่งผู้รับสารอยากรู้อยากทราบถึงสาเหตุของความขัดแย้งและกระหายที่จะติดตามจนถึงที่สุด
7. ความมีเงื่อนงำ(Suspense) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างหรือยังไม่สามารถเสาะหาสาเหตุที่แท้จริงได้ มักกระตุ้นให้ผู้รับสารสงสัยใคร่ติดตาม
8. ผลกระทบ(Consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับมวลชน ซึ่งอาจกระทบความเป็นอยู่ การครองชีพหรือทางสังคม เช่น ข่าวอุทกภัย ข่าวภัยพิบัติ
9. ความก้าวหน้า(Progress) เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณค่าของข่าว โดยเฉพาะความเจริญก้าวหน้าทางวิชาการในปัจจุบัน ความเปลี่ยนแปลงทางสังคม การศึกษา
10. เพศ(Sex) ความสนใจในเพศตรงข้าม เป็นธรรมชาติของมนุษย์ ซึ่งนับเป็นเรื่องใกล้ตัวมากที่สุดก็ได้

นอกจากการศึกษาเรื่องความสนใจของผู้รับสารต่อข่าวเหตุการณ์สำคัญแล้ว G.Ray Funkhouse and Maxwell E. McCombs (1971) ยังได้ศึกษาการเริ่มต้นและสิ้นสุดของการแพร่กระจายข่าว โดยตั้งคำถามว่า “คุณได้อินข่าวนี้ครั้งแรกเมื่อไหร่” เพื่อหาโครงสร้างด้านเวลาของการแพร่กระจายข่าวหนึ่งๆ ด้วยการแสดงจำนวนเปอร์เซ็นต์ของคนที่ยังจำได้ในแต่ละชั่วโมง ผลของการศึกษาชี้ว่า ยังผู้รับสารมีความสนใจในเหตุการณ์มากเท่าใด สัดส่วนของผู้รับข่าวยิ่งมากขึ้น ณ เวลาที่ให้ระหว่างมีการเผยแพร่ข่าวอยู่ สำหรับการศึกษานี้ก็เพราะในอนาคต โครงสร้างด้านเวลาหากมีการแพร่กระจายข่าวที่เป็นที่สนใจของสื่อมวลชนอาจสามารถทำนายโดยใช้สถิติได้ ถ้ามีการวิจัยเรื่องนี้มากขึ้น ทั้งนี้การศึกษาเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพบว่า จำนวนผู้รับข่าว 2 เหตุการณ์แรกสัดส่วนของผู้รับข่าวลดลงในช่วง 19.00 น. ซึ่งทำให้ต้องศึกษาเพิ่มเติมอีก 3 เหตุการณ์ผลที่ได้ยังแสดงให้เห็นของการแพร่กระจายข่าวลดลงประมาณ 19.30 น. ก็พบว่า การลดลงของการแพร่กระจายข่าวมีคำอธิบายว่า ช่วงเวลาดังกล่าวมีทั้งคนทำงานเพิ่งกลับมาถึงบ้านและเป็นเวลาของการรับประทานอาหารเย็นเสร็จ และข่าวจะเริ่มแพร่กระจายอีกเมื่อกลุ่มตัวอย่างได้พักผ่อนและเปิดรับข่าวอีกครั้ง

สำหรับงานวิจัยเรื่องการแพร่กระจายข่าวส่วนใหญ่ จะเน้นการศึกษาจำนวนคนที่ได้รับเหตุการณ์ข่าว ซึ่งที่ผ่านมาม่าจะเน้นว่า แต่ละคน(ผู้รับสาร)มีส่วนร่วมในการแพร่กระจายข่าวได้อย่างไร โดย Michael D.Basil and William J.Brown(1994) ได้รวบรวมงานวิจัย 34 ชิ้นเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าว (ตั้งแต่ปี 1945-1990) พบว่า ส่วนใหญ่ศึกษาผู้รับสารทั้งหมดรับข่าวผ่านสื่ออย่างไรและแต่ละบุคคลที่รับข่าวสารจากสื่อก็มีทางเลือกหลายทางหลังทราบข่าว ในที่นี้ไม่มีทั้งไม่ทำอะไรกับข่าวที่ได้รับเลย,หาข้อมูลเพิ่มเติม,บอกข่าวสารกับคนที่ยังไม่ทราบ,แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวกับคนที่ทราบแล้วหรือมีพฤติกรรมหลายอย่างควบคู่กันในข่าวหนึ่งๆ โดยงานวิจัยมีการศึกษา 2 ด้าน

1. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของข่าวและระดับการบอกเล่าข่าวให้ผู้อื่นฟัง
2. ศึกษากระบวนการที่ข่าวสารถูกส่งผ่านจากบุคคลหนึ่งไปอีกรายหนึ่ง

วิธีการตรวจความสำคัญทั่วไปของข่าวในระดับของการแพร่กระจายข่าวสารคือคนรับข่าวอย่างไรและบอกคนอื่นต่อหรือไม่ ทั้งนี้การแพร่กระจายข่าวสารควรเป็นกระบวนการที่มีส่วนประกอบ 2 ส่วน ได้แก่ การได้รับข่าวสารและการสื่อสารข่าวนั้นไปยังคนอื่น

การวิเคราะห์ที่ผ่านมาจำเป็นต้องแยกแยะระหว่างการได้ยินข่าวกับการเล่าให้ผู้อื่นฟัง เพราะขณะที่การได้ยินข่าวเกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่หลังจากบุคคลได้ยินข่าวเขาจะตัดสินใจว่าจะเล่าให้ผู้อื่นฟังหรือไม่ แล้วแต่ความสนใจ รวมทั้งการเสาะแสวงหาข่าวเพิ่มเติม สำหรับสิ่งที่ค้นพบในงานวิจัยคือ คนได้ยินข่าวครั้งแรกขึ้นอยู่กับการใช้สื่อมวลชนหรือไม่ในขณะที่เกิดเหตุ แต่ปัจจัยนี้ไม่มีผลต่อการเล่าเรื่องให้คนอื่นฟัง ส่วนการเล่าข่าวให้บุคคลอื่นฟังนั้นพบว่าคนมีแนวโน้มที่จะส่งข่าวไปยังคนที่เขารู้สึกว่าจะสนใจข่าวนี้นั้น คนที่สนใจข่าวนี้นี้จะส่งผ่านข่าวไปยังคนจำนวนมากกว่า ผลการวิจัยครั้งนี้อธิบายได้ว่า คนที่รู้ข่าวจากสื่อมวลชนอาจเป็นตัวแทนผู้ใช้สื่อบ่อยและคนที่ได้รับข่าวจากสื่อระหว่างบุคคลเป็นตัวแทนประชากรที่มีความสนใจ ฉะนั้นการแพร่กระจายข่าวจึงขึ้นอยู่กับการตัดสินใจคุณค่าข่าวของผู้รับสารมากกว่าการตัดสินใจคุณค่าในเหตุการณ์หนึ่งๆของสื่อมวลชน

นอกจากนี้การศึกษาและวิจัยกระบวนการแพร่กระจายข่าวยังพบอีกว่า คุณค่าความสำคัญของข่าวมีความสัมพันธ์กับจำนวนเปอร์เซ็นต์ของคนที่ทราบข่าวนั้นภายใน 24 ชั่วโมง มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างคุณค่าของข่าวกับจำนวนเปอร์เซ็นต์ของคนที่ได้ยินข่าวผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล แต่ที่สำคัญในเรื่องคุณค่าข่าวกลับไม่มีผลต่อการเล่าข่าวให้บุคคลอื่นฟัง ซึ่งมีคำอธิบายหลายอย่างสำหรับเรื่องนี้คือ

1. การได้ยินข่าวอาจจะควบคุมโดยปัจจัยที่แตกต่างจากการบอกเล่าข่าวไปยังผู้อื่น เพราะคนอาจได้ยินข่าวเพราะสถานที่ที่เขาอยู่หรือสิ่งที่เขาทำในขณะที่นั้น แต่การบอกเล่าข่าวให้ผู้อื่นฟังมีลักษณะจงใจมากกว่า
2. สิ่งที่พบอาจสะท้อนการพิจารณาคุณค่าของข่าว(การตัดสินใจคุณค่า)ที่แตกต่างกัน การตัดสินใจข่าวของผู้นำความคิดอาจตรงกับหนังสือที่มีอิทธิพลอย่าง New York Time ขณะที่คนทั่วไปจะมีเกณฑ์แตกต่างกันในการตัดสินใจคุณค่าของข่าว
3. จำนวนผู้นำทางความคิดที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับจำนวนผู้ได้ยินข่าว คนจำนวนน้อยมากที่ได้รู้ข่าวจากสื่อมวลชนและส่งผ่านข้อมูลนั้นไปยังคนจำนวนมาก ขณะที่จำนวนคนส่วนใหญ่ที่ตอบคำถามอาจได้ยินข่าวจากผู้นำทางความคิดจริง แต่การพูดคุยของคนที่ยังไม่รู้ข่าวส่วนใหญ่จะคุยกับคนที่ไม่ใช่ผู้นำทางความคิดเห็น เพราะอาจไม่ได้ความสำคัญกับข่าวตามที่สื่อมวลชนกำหนด
4. การได้ยินข่าวครั้งแรกจะบอกแหล่งข่าวแรกสุดของข่าว ขณะที่การเล่าให้ผู้อื่นฟังต้องใช้เวลามากกว่าข่าวที่สำคัญอาจจะแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว โดยไม่ได้เพิ่มความเป็นไปได้ที่ผู้ได้ยินข่าวจะเล่าให้คนอื่นฟังต่อ



ฉะนั้นการแพร่กระจายข่าวควรมีส่วนประกอบ 2 ส่วนคือ การได้รับข่าวสารและการสื่อสารข่าวนั้นไปยังผู้อื่น ซึ่งการวิเคราะห์ถัดมาจะมุ่งถึงว่า เกิดอะไรขึ้นหลังจากที่แต่ละบุคคลได้รู้ข่าวที่สำคัญ พวกเขาสื่อข่าวนั้นไปยังบุคคลอื่นหรือไม่ การศึกษาด้านนี้จะทำให้เอาชนะข้อจำกัดงานวิจัยในอดีตได้

นอกจากนี้งานวิจัยในสหรัฐอเมริกายังมีการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจในการแพร่กระจายข่าวของบุคคล เพื่อหาเหตุผลที่คนบอกเล่าข่าวให้บุคคลอื่นฟัง ทั้งนี้จากคำว่า “แรงจูงใจ”(Motivation) ซึ่งหมายถึงสภาวะจากภายในที่เป็นผลจากความต้องการและคอยกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมที่จะตอบสนองความต้องการ(ขงยูทท วงศ์ภิรมย์ศานต์ ,2533:107) พบว่าในบรรดางานวิจัยเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าวในสหรัฐอเมริกาที่ผ่านมา ได้มีการศึกษาการสื่อสารระหว่างบุคคลในกระบวนการแพร่กระจายข่าวไว้มากมาย แต่เหตุผลของความพยายามทางการสื่อสารระหว่างบุคคลกลับถูกเพิกเฉย ดังนั้นจึงมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่พยายามหาเหตุผลว่า ทำไมคนถึงชอบแพร่กระจายข่าว (Why People Pass On News : Motivation For Diffusion)

โดยงานของ Fink and Noell (1974) ได้ศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มาจากตัวเอง โดยในการศึกษาเกี่ยวกับการลอบสังหาร George Wallace ได้มุ่งถึงว่าความต้องการลดความวิตกกังวล ทำให้เกิดการแพร่กระจายข่าวสาร จากนั้น Gantz and Miller( 1974 ) ให้คำอธิบายว่า กระบวนการแพร่กระจายของข่าวสาร ถูกกระตุ้นโดยความปรารถนาที่จะแสดงความคิดเห็นกับคนที่มีความคิดเห็นเหมือนตนและดูถูกคนที่ไม่เหมือนตน ส่วนงานวิจัยชุดที่ 2 ได้พูดถึงแรงจูงใจอย่างอื่น โดย O'Keefe and Kissel( 1971 ) ได้สำรวจเกี่ยวกับการตายของประธานาธิบดี Eisenhower ขณะที่ Gantz เน้นการตายที่ไม่ได้คาดไว้ของ Steve Prefontaine นักวิ่งชาวอเมริกัน ซึ่งพบว่าความต้องการที่จะให้ข้อมูลแก่คนอื่นเป็นแรงจูงใจที่สำคัญ ซึ่ง Walter Gantz and Sarah Trenholm ( 1979 ) ได้สรุปผลแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

ปัจจัยที่ 1 เพื่อเสริมสร้างสถานะทางสังคม โดยปัจจัยนี้แสดงถึงความต้องการมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม ซึ่งอาจเป็นการสร้างและพัฒนาความน่าเชื่อถือของตนให้สูงขึ้นหรือเป็นการทดสอบความน่าเชื่อถือของบุคคลอื่น เป็นการวางตัวเองในระดับขั้นสถานะของสังคม แรงจูงใจอย่างแรกคือ ความเป็นคน เช่น เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้พบเห็นหรือเพื่อดูว่าผู้อื่นก้าวทันตามเหตุการณ์หรือไม่ ส่วนแรงจูงใจอีกอย่างคือ พุดเพราะอยากพุด เช่น เพื่อฆ่าเวลาหรือเพราะเห็นเขานั่งอยู่ตรงนั้น เหล่านี้แสดงถึงความพยายามที่จะแข่งขันเพื่อแย่งชิงตำแหน่งความสำคัญระหว่างบุคคล

ปัจจัยที่ 2 เพื่อต้องการข่าวสารตามความพึงพอใจและต้องการทราบเรื่องที่น่าสนใจ ปัจจัยนี้เน้นความต้องการให้และได้รับข่าวสารและมีส่วนร่วมในการสนทนา ตัวอย่างเช่น ต้องการทราบผลของเหตุการณ์, เห็นว่าเรื่องน่าสนใจ และคิดว่าเรื่องนี้สำคัญสำหรับตัวเองก็คิดว่าคนอื่นจะสนใจด้วย

ปัจจัยที่ 3 เพื่อแสดงผลกระทบ เพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึกของตน แรงจูงใจ 2 อย่างที่อยู่ในเกณฑ์นี้คือ เพราะฉันรู้สึกเสียใจกับเหตุการณ์และเพราะฉันดีใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ปัจจัยที่ 4 เพื่อริเริ่มความสัมพันธ์ทางสังคม ปัจจัยตัวนี้เป็นแรงจูงใจที่ต้องการมีส่วนร่วมกับคนอื่น แรงจูงใจอย่างหนึ่งแสดงถึงปฏิสัมพันธ์ที่เหนือกว่ากับผู้รับสาร(เพื่อแสดงความคิดเห็นของฉันต่อคนอื่น) และแรงจูงใจอีก 2 อย่างในปัจจัยนี้คือ เพื่อสร้างความสนิทสนม สร้างความคุ้นเคย และเพื่อคว่าบุคคลสนใจในเรื่องและเหตุการณ์เดียวกับที่ตนสนใจหรือไม่

ภาพรวมปัจจัยทั้งหมดพบว่า กลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกาไม่ได้มีแรงจูงใจที่แตกต่างอย่างเห็นได้ชัดระหว่างการมุ่งเพื่อตัวเอง(ปัจจัยที่ 1 และ 4) กับการเน้นผู้อื่นเป็นหลัก(ปัจจัยที่ 2 และ 3) เหมือนอย่างที่คุณวิจัยคิดว่าจะเป็นเช่นนั้น เนื่องจากข่าวแต่ละเหตุการณ์มีความแตกต่างกัน (Walter and Sarah Trenholm , 1979: 365-369)

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายข่าว

จากงานวิจัยที่พบในสหรัฐอเมริกา พบว่า แต่ละข่าวเหตุการณ์สำคัญมีความแตกต่างกันในเรื่องของเงื่อนไขของการแพร่กระจายข่าว โดยเน้นความแตกต่างของผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้สามารถแบ่งออกได้ 3 กลุ่ม

- ความแตกต่างในเรื่องของ “ช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ข่าว” ที่พบในการศึกษาวิจัย พบว่า

งานวิจัยของ Otto N.Larsen and Richard J.Hill (1953) ได้ศึกษาเรื่อง การเสียชีวิตของวุฒิสมาชิก Robert A .Traf หรือเป็นที่รู้จักกันในนาม “Mr.Republican” ในปี 1953 ช่วงเช้าตรู่ เทียบกับการเสียชีวิตของ Franklin D.Roosevelt เวลาประมาณ 12.25 น.(กลางวัน) ซึ่ง Miller ศึกษาไว้ในปี 1945 และประชาชนทราบข่าวการเสียชีวิตในช่วงบ่าย พบว่า การแพร่กระจายข่าวในช่วงเวลาที่ต่างกันจะขึ้นอยู่กับ การดำเนินชีวิตของคนในชุมชนด้วย เพราะกิจวัตรประจำวันของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการเปิดรับสื่อและการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น จึงได้ข้อสรุปว่า ข่าวแต่ละข่าวแม้จะมีอิทธิพลเหมือนกัน แต่การแพร่กระจายข่าวต่างช่วงเวลากันก็อาจทำให้รูปแบบการแพร่กระจายข่าวแตกต่างกันไป

นอกจากนี้ยังพบว่า ในการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษา หากช่วงเวลาการเกิดข่าวอยู่ในช่วงวันหยุดการแพร่กระจายข่าวจะต่ำมากกว่าปกติ โดย การศึกษาเรื่องการแพร่กระจายข่าวไฟไหม้ชุมชนแห่งหนึ่งใกล้มหาวิทยาลัยอินเดียนา วันอาทิตย์ ปรากฏว่าแทบจะไม่มี การแพร่กระจายข่าวเลยในตอนเช้า เพราะช่วงนั้นมีคนอยู่ในมหาวิทยาลัยแค่ 3 %จากทั้งหมด และวันจันทร์ตั้งแต่ 7.00-12.00 น. (5 ชั่วโมง)มีการแพร่กระจายข่าวเพียงร้อยละ 8 ที่ทราบข่าวนี้ แต่ข่าวจะแพร่กระจายอย่างรวดเร็วในช่วงบ่าย เพราะมีคนรู้ถึงร้อยละ 78 อย่างไรก็ตามในงานวิจัยยังมีการค้นพบอีกว่า ช่วงกลางคืนจะไม่มี การแพร่กระจายข่าว(Shutdown For The Night)

- ความแตกต่างด้านประชากรศาสตร์ มีความเกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายข่าวเช่นกัน โดย

M.Timothy O'Keefe and Bernard C. Kissel (1971) ได้ศึกษาการแพร่กระจายข่าวการตายของประธานาธิบดีคนที่ 34 ของสหรัฐอเมริกา Eisenhower ผู้วิจัยคาดว่า ผู้ใหญ่ที่เกี่ยวข้องและรู้จักประธานาธิบดีคนนี้มีแนวโน้มจะแพร่กระจายข่าวไปยังคนอื่นมากที่สุด แต่ปรากฏว่า ผู้ที่อายุน้อยกลับสนใจเล่าข่าวให้บุคคลอื่นฟังมากกว่า

Otto N.Larsen and Richard J.Hill (1953) ได้ศึกษาข่าวการเสียชีวิตของวุฒิสมาชิก Robert A.Taft โดยใช้กลุ่มอาจารย์ในมหาวิทยาลัยวอชิงตันและกลุ่มผู้ใช้แรงงานในอุตสาหกรรมแห่งหนึ่งที่ซีแอตเติล ซึ่งคนสองกลุ่มนี้มีความแตกต่างด้านอาชีพ เชื้อชาติและเพศเป็นตัวกำหนด ผลปรากฏว่ากลุ่มอาจารย์จะรับทราบเรื่องที่เกิดขึ้นก่อนกลุ่มผู้ใช้แรงงานและหาข้อมูลเพิ่มเติมมากกว่า ขณะที่กลุ่มแรงงานผิวขาวเป็นกลุ่มที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องนี้มากที่สุด แต่กลุ่มคนงานผิวสีได้รับข้อมูลข่าวสารเรื่องนี้น้อยที่สุด ส่วนความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงผลปรากฏว่า เพศหญิงมีความไวในการศึกษาเรื่องที่เกิดขึ้นข่าวก่อนเพศชาย ขณะที่เพศชายจะพูดถึงเรื่องนี้มากกว่าเพศหญิง

- ความใกล้ชิดกับเหตุการณ์ของผู้รับสาร เป็นตัวกำหนดเกี่ยวกับการแพร่กระจายข่าวในงานวิจัยที่พบ โดย

ทีมวิจัยกลุ่มหนึ่งในสหรัฐอเมริกาได้นำการนับถือศาสนาเป็นตัววัดการแพร่กระจายข่าว โดยศึกษาการเผยแพร่ข่าวของพระสันตปาปา 2 หัวข้อ ต่างวันและเวลากัน โดยข่าวชิ้นแรกได้พูดถึง “การพัฒนามนุษย์” โดยเนื้อหาเกี่ยวกับการวางแผนครอบครัว ปัญหาสังคมและสิทธิส่วนบุคคล ส่วนชิ้นที่สองได้พูดถึง “ชีวิตมนุษย์” โดยเนื้อหาข่าวเน้นการโจมตีการคุมกำเนิด พบว่ายิ่งผู้ตอบมีศรัทธาในศาสนาเท่าใด เขายิ่งรับสารจากพระสันตปาปามากเท่านั้นและยังมีการสื่อสารระหว่างบุคคลมากเท่านั้น (Gerhard J. hanneman and Bradley S.Greenberg (1973 )

Walter Gantz, Sarah Trenholm and Mark Pittman (1976) ได้ศึกษาการเสียชีวิตของนักวิ่ง Steve Prefontaine โดยจำแนกเป็นความเด่นของข่าวกับกลุ่มตัวอย่างที่แบ่งเป็นสมาชิกองค์กรที่เกี่ยวกับการวิ่งและคนทั่วไป พบว่า สำหรับกลุ่มคนที่เป็นสมาชิกในองค์กรเกี่ยวกับการวิ่งนั้น ความเด่นมีความสัมพันธ์ทางบวกกับขนาด อัตราและวิธีการแพร่กระจายข่าว และต่อจำนวนของสื่อที่ถูกใช้ ความชอบมากกว่า รู้เหตุการณ์มากกว่า ได้ยินข่าวเร็วกว่า ได้ยินข่าวครั้งแรกจากแหล่งส่วนตัวมากกว่า ค้นหาข่าวสารเพิ่มเติมจากหลายแหล่งมากกว่า พร้อมทั้งรู้สึกว่าเป็นต้องเล่าให้คนอื่นฟังมากกว่ากลุ่มประชาชนทั่วไป

Michael D. Basil and William Brown ( 1994 ) ได้ศึกษาข่าวของ Magic Johnson นักบาสเก็ตบอลของทีม Los Angeles Lakers ที่ประกาศว่าติดเชื้อ HIV พร้อมทั้งประกาศลาออกจากทีม โดยการวิจัยได้แบ่งกลุ่มเปรียบเทียบเป็นกลุ่มผู้ชายและกลุ่มแฟนของเมจิก จอห์นสันกับผู้หญิงและกลุ่มคนที่ไม่ใช่แฟนของเมจิก จอห์นสัน ผลปรากฏว่า ผู้ชายและกลุ่มแฟนของเมจิก จอห์นสันเล่าข่าวให้บุคคลอื่นฟังมากกว่าผู้หญิงและกลุ่มคนที่ไม่ใช่แฟนของเมจิก จอห์นสัน ขณะเดียวกันก็พบว่าข่าวนี้มีความสำคัญต่อคนที่เป็แฟนของเมจิก จอห์นสันมากกว่าผู้ชายทั่วไป ฉะนั้นในสถานการณ์เช่นนี้ เมื่อคนรู้สึกข่าวสำคัญ เขาก็จะยิ่งเล่าข่าวให้คนจำนวนมากฟัง

### แนวคิดเกี่ยวกับสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล

#### แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

Harold D. Lasswell (อ้างใน ฅรงค์ สมพงษ์ , 2530 :23) อธิบายความหมายของ การสื่อสาร โดยเสนอให้เห็นองค์ประกอบต่างๆของการสื่อสาร โดยในรูปของประโยคคำถามที่ว่า “ ใครบอกอะไร แก่ใคร โดยช่องทางไหนและมีผลอย่างไร”

David K . Berlo (อ้างในอายุวัฒน์ จุณสมพิศศิริ ปี 2537 ) ได้กำหนดแบบจำลองการสื่อสารไว้ว่า มีองค์ประกอบหลัก 6 ประการ ได้แก่

1. แหล่งสารหรือผู้ส่งสาร
2. ผู้ใส่รหัส ( Encoder )
3. สาร
4. ช่องทางการสื่อสาร
5. ผู้ถอดรหัส ( Decoder )
6. ผู้รับสาร

David K. Berlo (1960) (อ้างใน นฤมล แก้วทิพรัตน์ 2537 : 26-27) กล่าวถึงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารว่ามี 4 องค์ประกอบด้วยกันคือ ผู้ส่งสาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับสาร โดยในกระบวนการสื่อสารช่องทางการสื่อสารนับเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้เกิดการแพร่กระจายข่าวสารจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่ง ซึ่ง Everett M. Roger (1971) กล่าวว่า ช่องทางการในการแพร่กระจายข่าวสารมีอยู่ 4 ช่องทางคือ

1. แหล่งข่าวสารที่ไม่เป็นทางการ เช่น ญาติและเพื่อน
2. แหล่งข่าวสารเพื่อการค้า เช่น ตัวแทนขายสินค้า บริษัทเอกชน
3. หน่วยงานราชการ
4. สื่อมวลชน

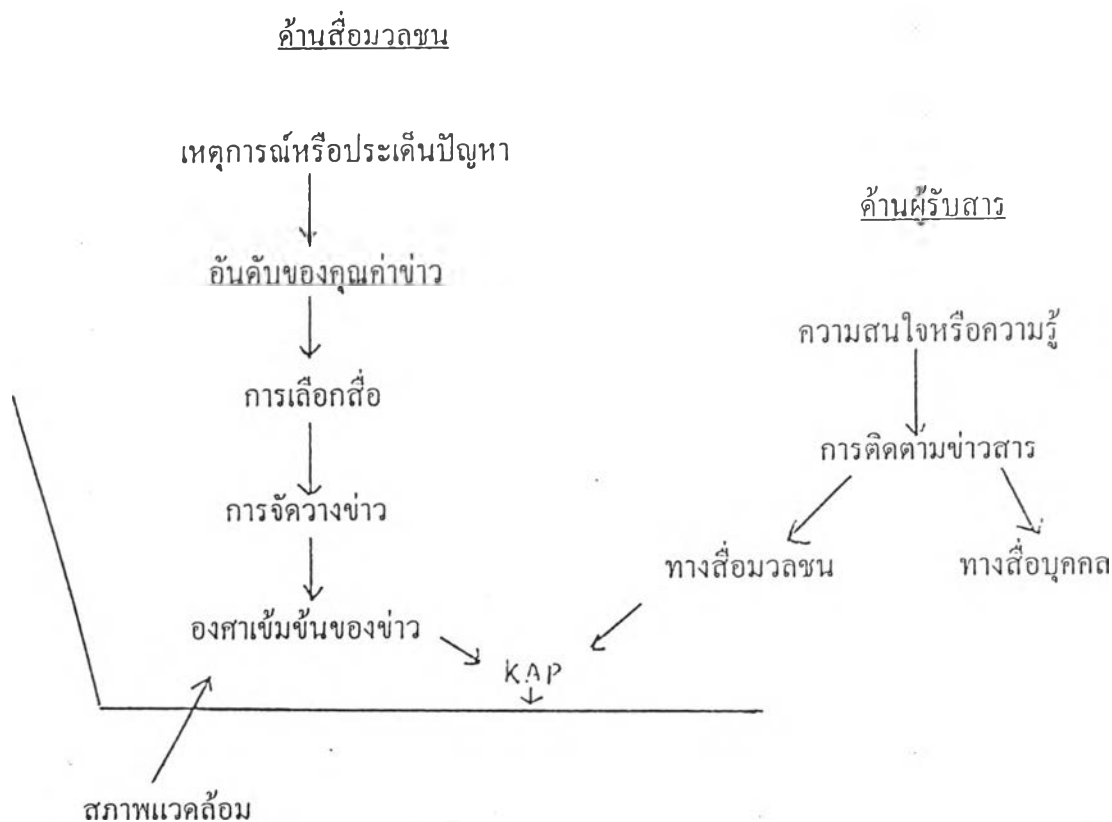
ทั้งนี้ช่องทางการสื่อสารแต่ละชนิดจะเหมาะสมสำหรับข่าวสารแต่ละประเภทต่างกันและกลุ่มผู้รับสารแต่ละกลุ่มด้วย โดยช่องทางการสื่อสารอาจแยกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่คือ

1. ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบต่อหน้า (Face to Face) ซึ่ง Katz and Lazarsfeld (1955) มีความเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือการยอมรับร่วมมือด้วยมาก ซึ่งมีประโยชน์ในการใช้จูงใจผู้รับสาร
2. ช่องทางสื่อสารมวลชน (Mass Media Channels) เป็นช่องทางที่ใช้สื่อมวลชนในการติดต่อเผยแพร่ข่าวสารกับบุคคลในพื้นที่กว้างๆ กระจัดกระจาย สื่อมวลชนประกอบไปด้วยสื่อประเภทสิ่งพิมพ์และสื่อประเภทอิเล็กทรอนิกส์ (โทรทัศน์และวิทยุ)

#### ทฤษฎีการจัดวางข่าวสาร Agenda – Setting

ทฤษฎีนี้ (อ้างใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร , 2533 : 146 ) เริ่มศึกษาวิจัยก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 โดย Lippman และพัฒนาต่อมา จนพบว่า การไหลเวียนของสารสนเทศ ตามทฤษฎีการจัดวางข่าวสารนั้นต้องขึ้นอยู่กับทั้งสื่อมวลชนและผู้รับสาร แม้ว่าสื่อมวลชนจะเป็นตัวเริ่มต้นในการนำเสนอสารก็ตาม(ดูจากแผนภาพ )

## แผนภาพการจัดวาระข่าวสาร Agenda – Setting



1. การเพิ่มหรือขยายพื้นที่ของข่าวให้มากกว่าปกติ ข่าวที่มีกรอบใหญ่กว่าข่าวอื่น ตลอดจนขนาดของตัวอักษรที่โตกว่า ช่วยทำให้เห็นว่าข่าวนั้นสำคัญ ชวนอ่านกว่าข่าวอื่น
2. ความถี่ในการรายงานข่าว การนำเสนอข่าวที่มีจำนวนครั้งบ่อยๆ เป็นการตอกย้ำความสนใจให้กับผู้รับมากขึ้น
3. ระยะเวลาการนำเสนอข่าว ระยะเวลาที่มีความหมายใกล้เคียงกับความถี่ แม้ข่าวสารถูกรายงานบ่อย แต่ถ้าถูกเสนออยู่ไม่นาน แล้วเลิกไปก็ทำให้การจัดวาระข่าวนั้นหมดบทบาทลงไปด้วย

แท้จริงแล้วภารกิจของสื่อมวลชน ในทฤษฎีการจัดวาระข่าวสาร อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลผลิตของการกรองข่าวสาร โดยสื่อ (Products of Media Gatekeeper) ที่ประสงค์จะสร้างอิทธิพลของข่าวนั้น ให้กับผู้รับสาร ความสำเร็จของสื่อมวลชนจึงเป็นการปรบมือข้างเดียว หาก ผู้รับสารไม่ยอมรับข่าวนั้นก็จะไม่สัมฤทธิ์ผลตามทฤษฎีการจัดวาระข่าวสารเลย การจัดวาระข่าวสารจึงต้องพิจารณาความพร้อมของผู้รับสารด้วย หากข่าวนั้นมีพื้นฐานที่สอดคล้องกับความรู้และความสนใจของประชาชน ผู้รับสารก็จะแสวงหาข่าวนั้นต่อ ทั้งนี้ผู้รับสารอาจแสวงหาข้อมูลของข่าวนั้นเพิ่มเติม

จากบุคคลรอบข้างโดยการสนทนา รับฟังหรือวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งอาจทำให้ข่าว จากการจัดวาระข่าว สารนั้นขยายตัวออกไปยิ่งขึ้น จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า อิทธิพลของการจัดวาระข่าวสารนั้น ขึ้นอยู่กับ

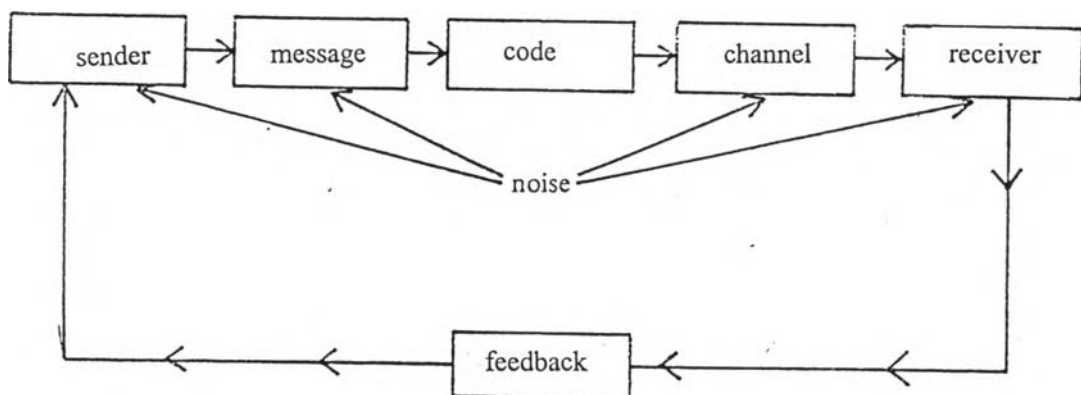
1. ความสำคัญของเหตุการณ์ หรือคุณค่าของข่าว(ตัวสาร)
2. จำนวนผู้รับสาร ซึ่งได้ติดตามข่าวจากการจัดวาระข่าวสาร
3. อายุของข่าวในการจัดวาระ นับตั้งแต่เกิดข่าวนั้น

ข่าวหนึ่งๆจะมีอิทธิพลมากตามการจัดวาระข่าวสารก็ต่อเมื่อข่าวนั้นมีประสิทธิภาพ(ดูจาก จำนวนผู้รับสารที่ติดตามข่าว) และประสิทธิผล (อายุของข่าวตั้งแต่เกิดข่าว) กล่าวคือ มีประชาชน ผู้รับสารสนใจจำนวนมาก และติดตามข่าวที่ถูกนำเสนออยู่นั้นอยู่เป็นเวลานาน ( ทำให้นักข่าวสามารถ ป้อนข่าวอยู่ได้อย่างสม่ำเสมอ)

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างบุคคล ( Interpersonal Communication )

การสื่อสารระหว่างบุคคล (กิติมา สุรสนธิ 2528) หมายถึง การพบปะ พุดคุย แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ข่าวสารและความรู้สึกนึกคิดระหว่างคนสองคนหรือมากกว่านั้น ซึ่งส่วนใหญ่จะทำการสื่อสารในรูปแบบของการเผชิญหน้า ทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถเห็นปฏิกริยาที่แสดงออกและสามารถแสดงปฏิกริยาตอบกลับซึ่งกันและกันได้ทันที

แบบจำลองที่ใช้มองกระบวนการสื่อสารระหว่างบุคคล( Interpersonal Communication) ในรูปของการมีปฏิกริยาต่อกัน ( Interaction )



แบบจำลอง(อ้างในรศ.วราวุธ เลิศจรยารักษ์และดาราวรรณ สุขุมาลักษณ์ชาติ ,2533:36) ของการมีปฏิริยาต่อกัน ( Interaction ) เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล ที่มีลักษณะเป็นวงจรหรือกิจกรรมตอบสนอง ซึ่งองค์ประกอบโดยทั่วไปของการสื่อสารระหว่างบุคคล คือ

1. ผู้ส่งสาร ( Sender or Encoder or Communicator )
2. ข้อสาร ( Message )
3. รหัสในรูปซึ่งเป็นที่ยอมรับและเข้าใจร่วมกัน ( Code )
4. สื่อ
5. ผู้รับสารจำนวนจำกัด ( Receivers)
6. ปฏิริยาข้อนกลับ ( Feedback )
7. สิ่งรบกวน ( Noise ) ที่รบกวนทำให้การสื่อสารหยุดลงหรือไม่บรรลุเป้าหมาย

#### คุณลักษณะที่แตกต่างระหว่างสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล

สำหรับบทบาทที่แตกต่างกันระหว่างสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลสามารถเปรียบเทียบคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภทได้ดังนี้ (ตารางของ Everett M.Rogers 1978)

คุณลักษณะ	สื่อระหว่างบุคคล	สื่อมวลชน
1.การไหลของข่าวสาร	มีแนวโน้มจะเป็นแบบสองทาง	มีแนวโน้มจะเป็นแบบทางเดียว
2.รูปแบบการสื่อสาร	เผชิญหน้าตัวต่อตัว	ผ่านตัวกลาง(สื่อ)
3.การตอบสนองอย่างฉับพลัน	สูง	ต่ำ
4.ความสามารถใน กระบวนการคัดเลือก(การลำดับความสำคัญ)	สูง	ต่ำ
5.ความรวดเร็วในการเข้าถึงบุคคล	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
6.ผลกระทบที่อาจเป็นไปได้	สร้างและเปลี่ยนทัศนคติ	ให้ความรู้

สื่อมวลชน (Mass Media) หรือช่องทางในการนำสารไปสู่มวลชน Harold D. Lasswell (1948 : 51-77) นักรัฐศาสตร์ ซึ่งบุกเบิกทำการวิจัยด้านการสื่อสารมวลชน ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ 3 ประการคือ

1. แสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม
2. ประสานส่วนต่างๆในสังคม หมายถึง แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นข่าว ทำการวิเคราะห์และเสนอแนะว่าควรจะทำอย่างไรเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ



3.ถ่ายทอดมรดกทางสังคม หมายถึงเผยแพร่ความรู้ ค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคมแก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมคงอยู่

Wilbor Schramm (1964 : 17-51) และ Charles R. Wright (1975 : 9) ได้เพิ่มเติมหน้าที่ประการที่ 4 ของสื่อมวลชนคือ

4.ให้ความบันเทิง หมายถึง เผยแพร่การแสดง ดนตรีและศิลปะ เพื่อสร้างความจรรโลงใจแก่มวลชน

Micheal Rush and Philip Athoff (1971 : 16) ได้ศึกษาพบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทในการให้ความรู้ ความเข้าใจ ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ ซึ่งมีผลต่อการสั่งสมประสบการณ์และพัฒนาบุคลิกภาพและมีบทบาทในกระบวนการขัดเกลาทางสังคมและการเรียนรู้แก่บุคคล

Joseph T. Klapper (อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน 2533 : 142) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมด้านต่างๆของประชาชนดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อมเพราะมีปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับข่าวสาร(Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็นค่านิยมและมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่นและสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคล ผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมเหล่านั้นติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับข่าวสาร(Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนและจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นและความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิมและจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล(Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันทีแต่จะผ่านสื่อบุคคลหรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน(Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยมซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป

และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ รวมถึงการตัดสินใจว่าจะเชื่อต่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้เช่นกัน จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว หากสื่อมวลชนสามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอ

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติและค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ทันทีทันใดหรือในระยะเวลาอันสั้น

ส่วนการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น ปรมาจารย์ ( 2533 ) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือการสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันลักษณะตัวต่อตัว (Person-To-Person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนกันได้โดยตรง ในขณะที่คนหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร คนอื่นๆจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ดังนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงเกิดขึ้นได้ทั้งในกรณีคน 2 คน เช่นการพูดคุยระหว่างกัน 2 คน การเขียนจดหมายถึงกันและกันและการใช้โทรศัพท์คุยกัน ฯลฯ ในทำนองเดียวกันการสื่อสารระหว่างบุคคลก็สามารถเกิดขึ้นได้ในกลุ่มย่อยซึ่งมีคนมากกว่า 2 คนขึ้นไป รวมตัวกันในลักษณะที่สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันได้โดยตรง เช่น การประชุมกลุ่มย่อย การเรียนในชั้นเรียน ฯลฯ

ทั้งนี้บุคคลมักสื่อสารกันโดยมีความเกี่ยวข้องอย่างน้อย 1 ใน 4 เป้าหมายดังนี้

1. เพื่อค้นพบตัวเอง
2. เพื่อค้นพบโลกภายนอก
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายให้เกิดขึ้น
4. เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร(บุญบา สุธีธร, 2533:249-251)

ทั้งนี้ลักษณะของการสื่อสารระหว่างบุคคลยังพบว่ามีความเกี่ยวข้องกับลักษณะของความผูกพันระหว่างบุคคลในทางสังคมที่จะมีการติดต่อสื่อสารกัน R. Rommetviet ( 1968 ) แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1. ความผูกพันแบบสนิทสนม(Strong Tie)
2. ความผูกพันแบบผิวเผิน(Weak Tie)
3. ไม่มีความผูกพัน(Absent)

นอกจากคู่สื่อสารจะมีลักษณะความผูกพันเป็นแบบต่างๆแล้ว ในการติดต่อสื่อสารแต่ละครั้ง คุณลักษณะของคู่สื่อสารที่เหมือนกันและแตกต่างกันจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถทำนายได้ว่า “ใครจะถ่ายทอดข่าวสารต่อไปยังใครและในการถ่ายทอดข่าวสารนั้น มีประสิทธิภาพเพียงใด” โดย

คุณลักษณะที่เหมือนกัน(Homophily) หมายถึง ระดับความเหมือนกันของบุคคลสองคนที่มีปฏิกริยาสัมพันธ์กันในด้านต่างๆ เช่น ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา สถานภาพทางสังคม ความชอบ ฯลฯ ซึ่งตรงข้ามกับคุณลักษณะที่แตกต่างกัน(Heterophily) หมายถึงระดับความแตกต่างกันของบุคคลทั้งสองที่มีปฏิกริยาสัมพันธ์กันในด้านดังกล่าว มีผู้ให้ทัศนะว่า “การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้บ่อยครั้ง มีประสิทธิภาพและเป็นไปด้วยความราบรื่น เมื่อผู้ร่วมสื่อสารมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ดังที่ Tarde(1903) ได้กล่าวว่า “ความสัมพันธ์ทางสังคมจะใกล้ชิดกันมากขึ้นระหว่างบุคคลที่มีอาชีพและการศึกษาเหมือนกัน”

Rogers(1973) ได้สรุปความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันของคู่สื่อสาร และระดับความใกล้ชิดของคนคู่สื่อสารไว้ดังนี้

1. ความผูกพันอย่างผิวเผิน หมายถึง การมีความใกล้ชิดกันในระดับต่ำ(Low Proximity) ความผูกพันอย่างสนิทสนม หมายถึง การมีความใกล้ชิดในระดับสูง (High Proximity)
2. ระดับความใกล้ชิดของคู่สื่อสารจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเหมือนกันของคู่สื่อสาร

สำหรับคุณลักษณะที่แตกต่างกันของสื่อระหว่างบุคคลและสื่อมวลชน Everatt M.Rogers (1973) กล่าวว่า การเลือกช่องทางสื่อสารจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแหล่งข่าวสาร จากการวิจัยชี้ว่าสื่อมวลชนจะเปลี่ยนการรับรู้(ความรู้)แต่สื่อระหว่างบุคคลจะเปลี่ยนทัศนคติเป็นวัตถุประสงค์ของแหล่งข่าวสาร โดยสารที่ย้ำทัศนคติและความเชื่อจะเข้าสู่บุคคลได้ง่ายกว่า ขณะที่สารที่ขัดแย้งจะถูกกลั่นกรองผ่านกระบวนการเลือกเปิดรับ แต่กลไกการทำงานทั้งสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลมีการทำงานต่างกัน เพราะคนสามารถเปลี่ยนช่องวิทยุ เปลี่ยนช่องโทรทัศน์และวางนิตยสารลงได้อย่างสบายใจกว่าที่เขาจะบอกปิดการสื่อสารจากผู้อื่น

ดังนั้นการแพร่กระจายข่าวเป็นหน้าที่ของคุณค่าข่าว โดยตัวแปรด้านประชากรศาสตร์อย่าง เดียวไม่มีผลมาก สำหรับความแตกต่างในการแพร่กระจายข่าว ส่วนพฤติกรรมการหาข้อมูลแต่ละ บุคคลขึ้นอยู่กับความต้องการข่าวสาร โดยจะค้นหาข่าวสาร จนกระทั่งความไม่แน่ใจเหลืออยู่เพียง นิดเดียว ซึ่งแนวคิดนี้ถือว่าเป็นการใช้สำหรับวิจัยสื่อสารมวลชนและพฤติกรรมการแพร่กระจายข่าว ที่ต้องการสืบสานต่อไป(Hanneman and Greeberg , 1973:437)

### แนวคิดเกี่ยวกับการไหลของข่าวสารและผู้นำทางความคิด

Melvin L. Defleur ( 1970 ) (อ้างใน สุรพงษ์ โสรณะเสถียร, 2532:12) ได้ขยายแนวคิดของ กระบวนการสื่อสารเพื่อให้มีการไหลเวียนของข่าวสารที่ไม่ได้มีจุดสิ้นสุดที่ผู้รับสารหรือส่งผล กระทบเกิดขึ้นในสังคมเท่านั้น เพราะข่าวสารที่ปรากฏในสังคมไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบใดจะไม่มีจุด สิ้นสุด แต่ข่าวสารจะแปรสภาพไปเมื่อผ่านแต่ละขั้นตอนของกระบวนการสื่อสาร วัฏจักรการไหล เวียนของข่าวสาร ทำให้สภาพที่แท้จริงของสังคมไม่อาจหาผู้ส่งสารและผู้รับสาร ในลักษณะที่หยุด นิ่งและแน่นอนได้ในบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง เพราะโดยธรรมชาติบุคคล หรือสถาบันจะมีลักษณะทั้ง 2 แบบภายในคนเดียวกันเสมอ ยิ่งไปกว่านั้นการเพิ่มการย้อนกลับสาร เข้าไว้ในกระบวนการสื่อสารจะทำให้การสื่อสารเป็นระบบซึ่งสะท้อนสถานการณ์ที่เป็นจริงของ สังคมได้ใกล้เคียงมากที่สุด

สำหรับทิศทางการไหลของข่าวสารจะประกอบด้วย การสื่อสารแบบทิศทางเดียว ( One Way Communication ) เป็นการสื่อสารที่ไม่ได้กล่าวถึงการสื่อสารกลับ ( Feedback) เพราะจะ อธิบายกระบวนการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเท่านั้น ส่วนการสื่อสารแบบสองทิศทาง ( Two Way Communication ) จะอธิบายเพิ่มเติมถึงการสื่อสารกลับ( Feedback) ซึ่งปกติแล้วการ สื่อสารของมนุษย์ มักจะมีลักษณะเป็นการตอบโต้กันมีปฏิริยาตอบกลับมาแม้ในด้านของการ สื่อสารมวลชนจะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้า ( Delayed Feedback) ก็ตาม( ปรมะ สดเวทิน ,2526 : 45 )

แบบจำลองการไหลของข่าวสาร ซึ่งมีสื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้อง โดย เฉพาะผู้นำทางความคิด ( P.F.Lazarsfeld , B.Berelson and H.Gaudet ,1944 : 151-152) ซึ่งมีการ วิจัยและพัฒนาเป็นลำดับ เพื่อให้เข้าใจพบว่า เดิมในแบบจำลองเข็มฉีดยา ( Hypodermic Needle Model ) เห็นว่าอิทธิพลของสื่อมวลชนเหมือนเข็มฉีดยาที่แทงเข้าผิวหนังผู้รับสาร โดย

สื่อมวลชนทำหน้าที่ส่งข่าวสารไปยังประชาชนซึ่งต่างคนต่างอยู่และรอที่จะรับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยไม่มีอุปสรรคอะไรมาขัดขวางในการส่งและรับสารนั้นเลย

ต่อมาเกิดแบบจำลองการสื่อสารแบบสองชั้นตอนขึ้นเพราะเกิดผลการวิจัยที่ไม่ได้ตั้งใจของ Larzarsfeld , Berelson and Gaudet (1940)ซึ่งวิจัยถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนในการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ.1940 พบว่า เกือบไม่มีใครไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง เพราะสื่อมวลชน โดยข้อมูลชี้ให้เห็นว่า ความคิดเห็น(Opinion) มักไหลจากวิทยุและหนังสือพิมพ์ไปยังผู้นำทางความคิด และจากผู้นำทางความคิดมายังประชาชนอื่นๆ ที่สนใจทางการเมืองน้อย

ในแบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า การไหลของข่าวสารต่างๆ สามารถแบ่งได้ 2 ชั้นตอน คือ ชั้นแรกเป็นการไหลของข่าวสาร จากแหล่งสารไปยังผู้นำความคิด และจากผู้นำความคิดไปยังผู้ตามความคิด แต่ตลอดระยะเวลาที่มีการวิจัยทางการสื่อสาร ก็พบจุดอ่อนหรือข้อจำกัด(E.M.Rogers and F.F.Shoemaker ,1971 : 206-208) ของการสื่อสารแบบสองชั้นตอน คือ

1. แบบจำลองการสื่อสารแบบสองชั้นตอน ระบุแต่เพียงผู้สนใจแสวงหาข่าว คือ ผู้นำทางความคิดที่ก่อให้เกิดแรงผลักดันทำให้เกิดการไหลของข่าวสาร แต่โดยธรรมชาติผู้นำทางความคิดอาจเป็นคนกระตือรือร้นหรือเฉื่อยชาก็ได้ รวมทั้งผู้นำทางความคิดอาจเป็นผู้แสวงหาผู้รับฟังความคิด(ผู้ตาม) หรือผู้รับฟังความคิดอาจแสดงบทบาทแสวงหาข่าวอย่างเอาจริงเอาจังก็ได้
2. กระบวนการสื่อสารมวลชนที่แท้จริง อาจประกอบด้วยชั้นตอนมากกว่าหรือน้อยกว่าสองชั้นตอนก็ได้ ฉะนั้นการกล่าวว่า กระบวนการสื่อสารต้องเป็นแบบ 2 ชั้นตอนนั้นเป็นการสะท้อนกระบวนการที่ไม่ตรงกับความจริง
3. การวิจัยส่วนใหญ่ที่กักเอาไว้ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลสำคัญที่สุด สำหรับผู้นำทางความคิด แต่การวิจัยระยะหลังชี้ให้เห็นว่า ผู้นำทางความคิดรับข่าวสารส่วนใหญ่มาจากแหล่งอื่นมากกว่าหรือมาจากแหล่งที่ไม่ใช่สื่อมวลชน ฉะนั้นการที่ผู้นำทางความคิดจะใช้ช่องทางหรือสื่อชนิดใดก็ขึ้นอยู่กับธรรมชาติของสาร แหล่งกำเนิดสารและแหล่งที่อยู่หรือสภาพของระบบสังคมของผู้นำทางความคิด โดยช่องทางที่ผู้นำทางความคิดจะใช้คือ ช่องทางที่จะก่อให้เกิดการไหลของข่าวสารหรือนวัตกรรมไปยังบุคคลจำนวนมาก ซึ่งอาจไม่ใช่สื่อมวลชน

ฉะนั้นแบบจำลองการไหลของการสื่อสารแบบสองขั้นตอน ไม่ได้อธิบายอย่างละเอียดพอเกี่ยวกับการไหลของข่าวสารไปยังผู้รับสารมวลชน ซึ่งซับซ้อนเกินกว่าจะอธิบายได้ด้วยคำพูดประโยคเดียวหรือแบบจำลองสองขั้นตอนแต่จากประโยชน์ที่มีการพัฒนามา ทำให้เกิดการวิจัยทางการสื่อสารเพิ่มเติม ได้แก่

แบบจำลองการสื่อสารแบบขั้นตอนเดียว แบบจำลองนี้เห็นว่า สื่อมวลชนถ่ายทอดข่าวสารความคิดหรือนวกรรมไปยังผู้รับสารมวลชนโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านผู้นำความคิด แต่สื่อมวลชนไม่ได้มีพลังหรืออำนาจอย่างสิ้นเหลือและข่าวสารหรือนวกรรมที่ถูกถ่ายทอดจากสื่อมวลชนจะถูกกรอง โดยผู้รับสารตามกระบวนการทางจิตวิทยา ที่เรียกว่า การเลือกใช้ การเลือกตีความและการเลือกจดจำ ซึ่งผลหรืออิทธิพลข่าวสารจะแตกต่างกัน แต่สื่อมวลชนก็สามารถมีอิทธิพลโดยตรงต่อผู้รับสารได้

แบบจำลองการไหลของข่าวสารแบบหลายขั้นตอน แบบจำลองนี้ถูกสร้างขึ้นมาจากหลักความจริงที่ว่า สารหรือนวกรรมจะถูกถ่ายทอด แต่ไม่ได้กำหนดขั้นตอนการไหลของข่าวสารให้แน่นอนลงไปว่าต้องมีกี่ขั้นตอน รวมทั้งไม่ได้เจาะจงว่าแหล่งสารต้องมาจากสื่อมวลชน และจำนวนครั้งที่มีการถ่ายทอดข่าวสารจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารจะแตกต่างกัน ซึ่งสมาชิกบางคนในผู้รับสารอาจได้รับข่าวสารโดยตรงจากแหล่งสารสื่อมวลชนหรือสื่อระหว่างบุคคลก็ได้

ทั้งนี้ Rogers and Svenning (1969)สรุปผลการศึกษาของพวกเขาว่า ผู้นำทางความคิดมีบทบาทอยู่ 2 บทบาท คือ บทบาทที่เป็นผู้รับและบทบาทที่เป็นผู้ให้ โดย

- บทบาทที่เป็นผู้รับ จะเป็นผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนหรือสื่อระหว่างบุคคล
- บทบาทที่เป็นผู้ให้ ก็จะเป็นผู้ถ่ายทอดข่าวสารไปยังบุคคลอื่นๆ อีกต่อหนึ่ง

บทบาทของการให้ความคิดเห็นและการแสวงหาความคิดเห็น โดยพิจารณาจาก  
แหล่งของความคิดเห็นและการริเริ่มการสื่อสาร

การริเริ่ม การสื่อสาร	แหล่งของความคิดเห็นหรือของข่าวสาร	
	ผู้นำทางความคิด (แหล่ง)	ผู้ตามความคิด (ผู้รับ)
ผู้ริเริ่ม	ผู้นำทางความคิดที่เป็นผู้ริเริ่ม	ผู้ตามทางความคิดที่เป็นผู้ริเริ่ม
การให้ความคิดเห็น		
ไม่ใช่ผู้ริเริ่ม	ผู้นำทางความคิดที่ไม่เป็นผู้ริเริ่ม	ผู้ตามความคิดที่ไม่เป็นผู้ริเริ่ม

ตารางนี้แสดงให้เห็นว่าการถ่ายทอดความคิดเห็น อาจพิจารณาได้จากสองสถานะคือ แหล่งข่าวและผู้ริเริ่มความคิดเห็น โดยผู้นำทางความคิดคือ แหล่งของความคิดเห็น แม้ผู้นำทางความคิดบางคนจะเป็นผู้ริเริ่มการสื่อสารโดยการแสวงหา สำหรับความคิดเห็นหรือข่าวสารและโดยปกติผู้ตามความคิดเห็นจะเป็นผู้ริเริ่มการสื่อสารโดยการแสวงหาความคิดเห็นหรือข่าวสารจากผู้นำทางความคิด

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุนันทา มวลชมพู(2527) ศึกษาเรื่อง เครือข่ายการแพร่กระจายข่าวสารที่มีต่อความมั่งหวังของประชาชนในชนบทเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของบุตรหลาน : ศึกษาเฉพาะกรณีนิสิตทุนจุฬาฯ-ชนบท จากจังหวัดฉะเชิงเทรา ปีการศึกษา 2536 พบว่า การแพร่กระจายข่าวสารเรื่องนิสิตทุนจุฬาฯ-ชนบทรุนั้น พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลในเครือข่ายการแพร่กระจายข่าวสารเรื่องนิสิตทุนจุฬาฯ-ชนบท ทำกันในระหว่างบุคคลที่มีความผูกพันต่อกันแบบสนิทสนม(Strong Tie) มากกว่าบุคคลที่มีความผูกพันต่อกันแบบผิวเผิน(Weak Tie)

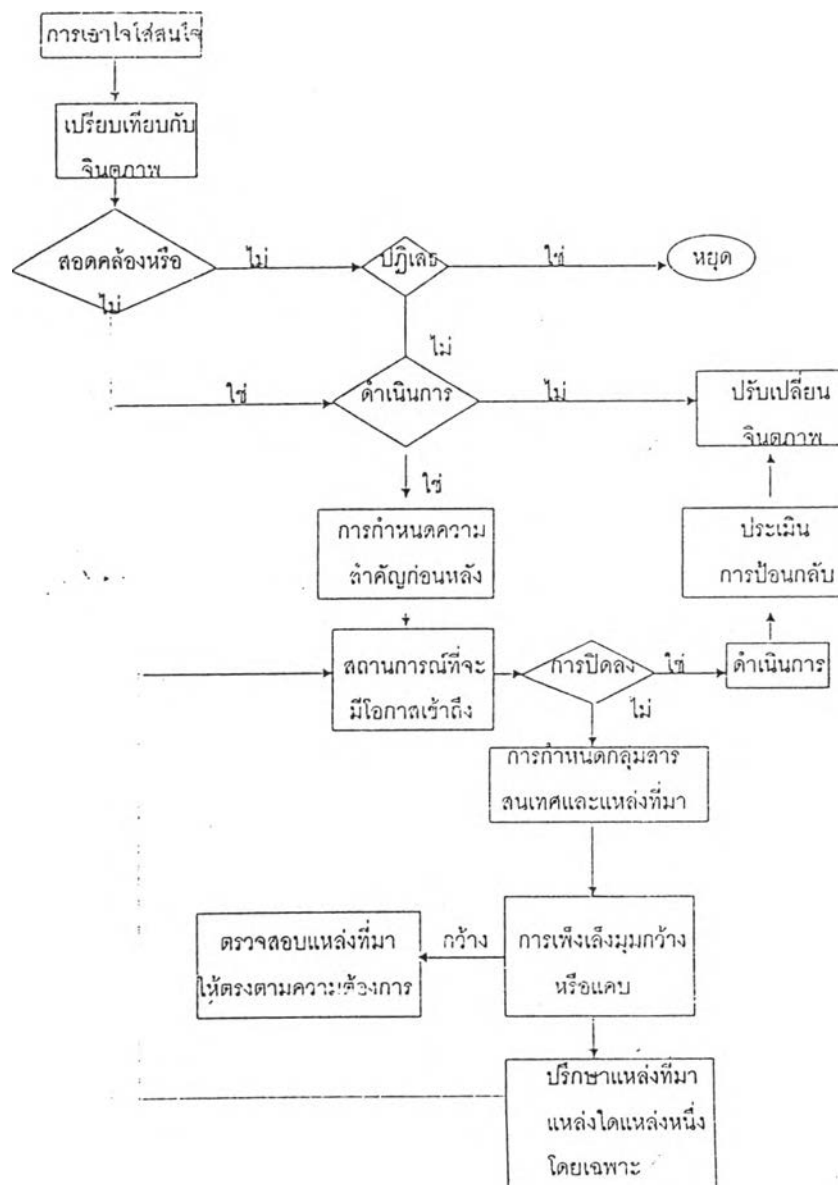
สุปราณี นิมมรัตน์ ( 2533 ) ศึกษาการไหลของข่าวสารในชาวบ้านหมู่บ้านบ่อสร้าง พบว่าชาวบ้านจะรับสารโดยตรงจากสื่อมวลชนมากกว่าและเป็นการไหลของข่าวแบบ 2 ชั้นตอน โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้นำชุมชนเป็นตัวกลางเสมอ และตัวชาวบ้านเองยังเป็นผู้ถ่ายทอดสารที่ได้รับจากสื่อมวลชนในรูปของการสนทนาระหว่างกันด้วย



## แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

### แนวคิดการแสวงหาข่าวสาร

ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร( Information Seeking Theory) ของ Donohew and Tipton (อ้างในสวนิต ขมาภัยและระวีวรรณ ประกอบผล ,2528 : 165 – 170 ) ได้ศึกษาไว้ในปี 1973 โดยเป็นการศึกษาการแสวงหา การหลีกเลี่ยงและการจัดกระบวนการข่าวสารหรือสารสนเทศ ข้อสมมติฐานที่สำคัญข้อหนึ่งของเรื่องนี้ คือ ปัจเจกบุคคล มีแนวโน้มที่จะหลีกเลี่ยงความไม่ลงรอยกันของข่าวสารกับความจริงที่อยู่ในจินตภาพ( Image)ของเขา เนื่องจากความไม่ลงรอยดังกล่าวทำให้เขารู้สึกว่าตัวเองถูกคุกคามมากเกินไป



แผนภูมิที่ 2 แบบจำลองแผนภูมิสายงานเกี่ยวกับการแสวงหา การหลีกเลี่ยง และการจัดกระบวนการข่าวสาร

จากแบบจำลองข้างต้น การเริ่มต้นของกระบวนการแสวงหาข่าวสาร เกิดขึ้นเมื่อปัจเจกบุคคลเปิดรับสิ่งเร้ากลุ่มหนึ่ง โดยที่เราอาจจะให้ความสนใจหรือไม่ต่อสิ่งเร้านั้นก็ได้ ในขั้นต่อมาปัจเจกบุคคลจะเปรียบเทียบกับสิ่งเร้า (ข่าวสาร) กับจินตภาพของเขา ที่จุดนี้จะมีการตรวจสอบความสอดคล้องและความเกี่ยวพันกันระหว่างสิ่งเร้ากับจินตภาพ เนื้อหาข่าวสารใดที่มีลักษณะคุกคามเกินไป หรือไม่มีความสำคัญพอที่จะถูกตัดออกไป รวมถึงสิ่งเร้าที่มีความจำเอนาเบื่อก็จะถูกตัดออกไปด้วย ซึ่งเมื่อสิ่งเร้าถูกปฏิเสธ ก็จะนำไปสู่การสิ้นสุดกระบวนการ(หยุด)

ขั้นต่อมาจะมีการตั้งคำถามว่าสิ่งเร้านั้น จะทำให้ต้องมีการดำเนินการหรือไม่ ถ้าตอบว่า “ไม่” ผลของสิ่งเร้านั้นคือการเพิ่มของจินตภาพ คุณสมบัติเกี่ยวกับจินตภาพของความเป็นจริง เช่น ประสบการณ์ ความคิดเกี่ยวกับตัวเอง และลักษณะเฉพาะในการจัดกระบวนการข่าวสาร จะมีส่วนกำหนดว่าจะต้องดำเนินการใดต่อไปโดยบุคคลที่ให้คำตอบในทางบวกต่อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินการนั้น ถ้าให้ลองสมมุติปัจเจกบุคคลได้ให้ความสำคัญต่อสิ่งเร้าในระดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งเร้าอื่นๆ

ในการประเมินสถานการณ์โดยมีคำถามว่า “คำถามข้อใดที่จะต้องตอบ ปัจเจกบุคคลอาจเลือกใช้วิธีการ “ปิด” (คิดว่าตัวเองมีข่าวสารเพียงพอแล้ว ) หรืออาจเลือกที่จะใช้การแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมอีก ในกรณีนี้บุคคลจะต้องกำหนดความต้องการด้านข่าวสารของเขา และพิจารณาเพื่อประเมินแหล่งข่าวสารที่มีอยู่ว่าแหล่งสารใด เป็นแหล่งที่ตนเองต้องการ เพื่อที่จะตอบคำถามของตัวเองได้ ในกรณีที่แหล่งข่าวสารมากกว่าหนึ่งแหล่ง บุคคลจะต้องตัดสินใจว่าจะใช้วิธีการหรือกลยุทธ์ใด ในการแสวงหาข่าวสารที่ต้องการในการเลือกวิธีการหรือกลยุทธ์ ปัจเจกบุคคลก็อาจมาถึงจุดปิดได้ หลังจากได้มีการดำเนินการบางอย่างไปแล้ว บุคคลดังกล่าวอาจจะสนใจในปฏิกริยาย้อนกลับ (Feedback) จากการดำเนินการนั้นๆ ซึ่งจะทำให้เราสามารถประเมินสิ่งต่างๆ

และในจุดนี้เขาอาจตัดสินใจด้วยว่าข่าวสารของคนมีประโยชน์หรือสอดคล้องกับการกระทำของตนหรือไม่ในขั้นสุดท้าย กระบวนการดังกล่าว อาจจะมีผลต่อการปรับเปลี่ยนจินตภาพของเขา ประสบการณ์ใหม่ๆ อาจเปลี่ยนการรับรู้ที่แต่ละบุคคลมีต่อสิ่งแวดล้อม และแนวคิดส่วนตัวของเขาเองก็ได้ นอกจากนี้ลักษณะเฉพาะในการแสวงหาข่าวสารของปัจเจกบุคคล อาจจะได้รับปรับเปลี่ยนหรือเสริมสร้างมากยิ่งขึ้นในฐานะที่เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการแสวงหาข่าวสารที่เสร็จสมบูรณ์

## แนวคิดเกี่ยวกับความพอใจและความต้องการ Used and Gratification

McCombs Maxwell and Becker B. Lee (1977) กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อมวลชนตามความพอใจและความต้องการ(Used and Gratifications) ว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์(Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัยและสำคัญพอแก่การเรียนรู้
2. ต้องการคำแนะนำ(Guidance) ช่วยในการปฏิบัติตนและในการตัดสินใจแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในสังคม
3. เพื่อความตื่นเต้น(Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์
4. เพื่อเสริมความคิดเห็น(Reinforcement) หรือช่วยตัดสินใจการกระทำที่ได้กระทำไปแล้ว
5. เพื่อไปใช้ในการสนทนากับบุคคลอื่น(Anticipated Communication)
6. เพื่อความบันเทิง(Entertainment) เป็นการผ่อนคลายอารมณ์( Emotional Release)

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของ Lawrence A. Wenner 1985 :171-193(อ้างใน รัตนา ภักธรานากานต์ 2539) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร(News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย มาแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. Orientation Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร(Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ(Decisional Utility)
2. Social Gratification เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้ข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่นการนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อชักจูงใจ
3. Para - Social Gratification หมายถึงกระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยืมชื่อผู้อ่านข่าวหรือการนิยมนามซึ่งผู้จัดรายการวิทยุเป็นแบบอย่างในพฤติกรรม

4.Para - Orientation Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น

#### แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

การสื่อสารซึ่งจัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารจะแตกต่างกันไปตามคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารด้วย โดยแนวคิดด้านประชากรศาสตร์(Demographic Characteristics) เป็นแนวทฤษฎีที่มีหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษา พบว่าโดยสภาพด้านต่างๆทั่วไปจะไม่แตกต่างกันมากนักยกเว้นเรื่องเพศ ซึ่ง

Gabrial A.Almond and Sidney Verba(1965) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางการเมืองใน 5 ประเทศ คือสหรัฐอเมริกา อังกฤษ เยอรมัน อิตาลีและเม็กซิโก พบว่า เพศชายเปิดรับข่าวสารทางการเมืองมากกว่าเพศหญิง และเพศชายมีการพูดคุยเกี่ยวกับการเมืองมากกว่าเพศหญิง

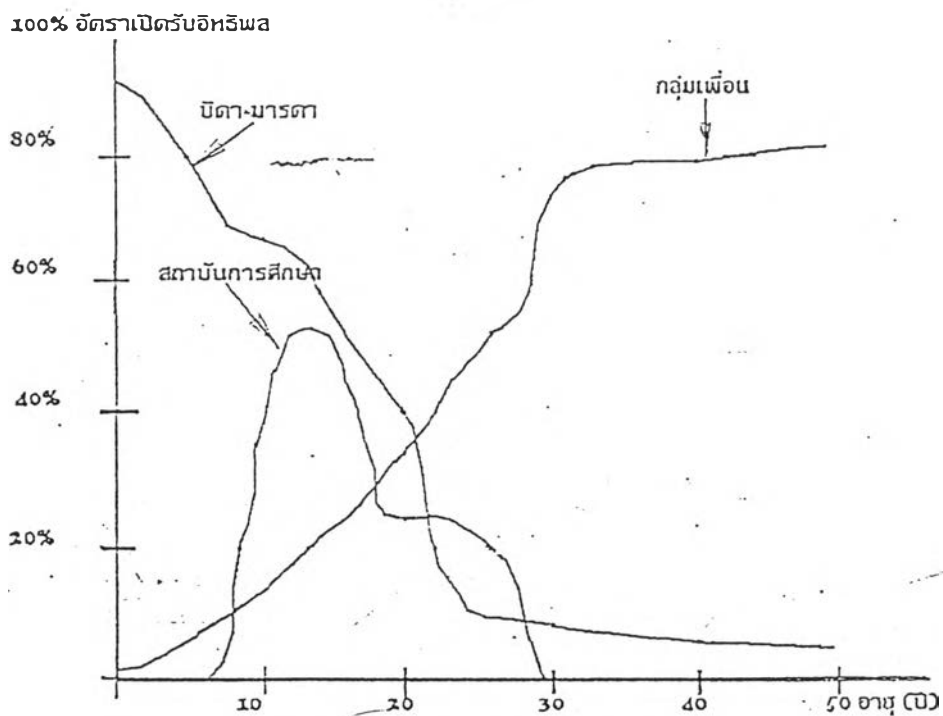
Greenberg and Kumata (1968) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับการเปิดรับสื่อมวลชน พบว่า มีความแตกต่างระหว่างเพศหญิงและเพศชายในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน กล่าวคือ เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า และหากดูโทรทัศน์เพศชายก็มักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา

Wii Goldhabers and Yates (1980 :37) พบว่าเพศ ที่ต่างกันทำให้นุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน กล่าวคือ หญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียว แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวการ( Agents )หรือสถาบันที่มีบทบาทต่อบุคคล มีความแตกต่างกัน โดยมีทั้ง สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันศาสนา กลุ่มเพื่อน โดย สถาบันครอบครัว ซึ่งมีตัวแทนสำคัญ เช่นพ่อ แม่ พี่และน้อง จะมีบทบาทในการกล่อมเกล่า วัฒนธรรมทางสังคมและวัฒนธรรมทางการเมืองไปพร้อมๆกัน ส่วนกลุ่มเพื่อนก็พบว่า เป็นกลุ่มที่มีบทบาทและอิทธิพล ในแง่ที่ก่อให้เกิดการเลียนแบบและคล้อยตาม เป็นการกล่อมเกล่าและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

มีงานวิจัยของนักวิชาการ Dean Jaros (1973) อ้างในชวลีวันท์ คุสกูล , 2538 : 63 พบว่า การที่นักศึกษาจำนวนไม่น้อยมีความสนใจและมีความโน้มเอียงไปในทิศทางตรงกันข้ามกับที่เคยมีอยู่เดิมก็เพราะอิทธิพลของเพื่อนและความต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

ภาพแสดงอิทธิพลของตัวการ ( Agents ) ต่างๆ  
ในกระบวนการกล่อมเกลாதงสังคมตามช่วงอายุของบุคคล



ที่มา Paul A.Beck (1977) อ้างในพรศักดิ์ ผ่องแผ้วและสายทิพย์ สุดดิพันธ์ :2526, 24

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### ความแตกต่างทางเพศมีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร

นักศึกษาที่เข้าใช้หอสมุดแห่งชาติ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำมากกว่านิสิตนักศึกษาหญิง(สมทรง แสงแก้ว 2525) ส่วนเรื่องการตัดสินใจซื้อและอ่านหนังสือพิมพ์นั้นพบว่าเพศชายมีความถี่ในการซื้อและอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าเพศหญิง (กรรณิการ์ ศรีสวัสดิ์วิชัย 2533)นอกจากนี้ ยังพบว่าเพศชายและหญิงส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ค่อนข้างบ่อย โดยคอลัมน์ที่อ่านเป็นประจำคือข่าวบันเทิง เหตุผลที่อ่านเพราะต้องการทราบข่าวสารโดยอ่านพาดหัวและข่าวหน้าหนึ่ง ส่วนสื่อโทรทัศน์นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ดูเป็นประจำทุกวัน เพื่อความสนุกเพลิดเพลิน และที่สำคัญทั้งเพศชายและหญิงจะมีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุและโทรทัศน์มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับกลุ่มเพื่อนอยู่เสมอ (อรวรรณ วิจักขณะ 2533) สำหรับพฤติกรรม的开รับสื่อมวลชนพบว่า เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า (รัตนา ภัทรธนาภานต์ 2539)

### ความสนใจข่าวสารประเภทต่างๆของนิสิตนักศึกษา

เยาวชนส่วนใหญ่ไม่สนใจที่จะสนทนาเรื่องการบ้านการเมือง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะไม่เห็นความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และหากเปรียบเทียบกับการสนทนาเรื่องต่างๆของเยาวชน ปรากฏว่า เยาวชนสนใจเรื่องการบ้านการเมืองอยู่ในอันดับต่ำสุด (บรรพต วีระสัย 2520 ) ส่วนนิสิตนักศึกษาเปิดรับมากที่สุด คือรายการเพลง ปกิณกะบันเทิงและรายการเกมโชว์ ซึ่งเนื้อหาส่วนแล้วแต่เป็นการผ่อนคลายความเครียดและต้องการพักผ่อนมากกว่ารับรู้เรื่องราวอย่างจริงจัง ( พรทิพย์ ท้วมเรียมย์ 2536) ขณะที่เหตุผลในการเลือกชมโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร คือ เพื่อความสนุกสนานบันเทิงใจและเพื่อการพักผ่อน( สมควร เจริญสุข 2539) นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า นักศึกษาที่ศึกษาต่างสถาบันมีการเปิดรับสื่อมวลชนไม่ต่างกัน โดยส่วนใหญ่เน้นที่ความบันเทิง เพราะต่างมีวัยใกล้เคียงกันและมีความเป็นกลุ่มเดียวกัน (สันตินที ประยูรรัตน์ 2535) ด้านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับข่าวสารของเนื้อหาบันเทิงและบุคคลในวงการบันเทิงที่มีต่อทัศนคติเรื่องความรักและเพศสัมพันธ์ของเด็กวัยรุ่นในเขตกทม. พบว่า เด็กวัยรุ่นเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารของบุคคลในวงการบันเทิงมากที่สุด (จริญญา นิลแพทย 2541)

## พฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคลของนิสิตนักศึกษา

สื่อมวลชนเป็นแหล่งข่าวสารที่สำคัญที่นักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเป็นประจำคือ โทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ ส่วนสื่อบุคคลที่นิสิตนักศึกษามีการสื่อสารทางการเมืองด้วยมากที่สุดคือกลุ่มเพื่อน (จิตกานต์ ธนาไอพาร 2524) ในเรื่องการเปิดรับและการยอมรับข่าวสารเรื่องโรคเอดส์ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนสื่อบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารได้แก่กลุ่มเพื่อนเป็นอันดับหนึ่ง (อุไรวรรณ ภู่วิจิตรสุทิน 2533) ส่วนการใช้สื่อติดตามข่าวสารทางการเมืองนั้น สื่อโทรทัศน์ได้รับความสนใจมากที่สุดถึงร้อยละ 76 นอกจากนี้ยังพบว่านิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่เป็นผู้รับสื่อเพจเจอร์เพื่อติดตามข่าวทุกวันในทุกหมวดข่าวและยังพบว่า มีผู้ติดตามข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์สูงกว่าสื่ออื่นทุกสื่อในข่าวสารบางประเภท เช่น ข่าวจรรยา และการเปิดรับข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ยังมีผลให้ความต้องการติดตามข่าวจากสื่ออื่น ๆ มากขึ้นเป็นส่วนใหญ่ (ชลพรรษ์ รัชสตัทยา 2539)

### สมมุติฐาน

1. อัตราการแพร่กระจายข่าวเหตุการณ์สำคัญขึ้นอยู่กับความสนใจของนิสิตมหาวิทยาลัยมากกว่า ความสำคัญที่สื่อมวลชนนำเสนอ
2. อัตราการแพร่กระจายข่าวเหตุการณ์สำคัญสัมพันธ์กับระดับความสนใจข่าว
3. ระดับความสนใจข่าวสัมพันธ์กับปริมาณการบอกเล่าข่าว
4. ระดับความสนใจข่าวสัมพันธ์กับปริมาณการติดตามข่าว

### นิยามเชิงปฏิบัติการ

อัตราการแพร่กระจายข่าว หมายถึง ความรวดเร็วในการแพร่กระจายข่าว โดยพิจารณาจากช่วงเวลา 24 ชั่วโมงแบ่งเป็น 6 ส่วนหรือเท่ากับช่วงละ 4 ชั่วโมง

การให้ความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวของสื่อมวลชน หมายถึง ปริมาณพื้นที่ที่หนังสือพิมพ์ใช้รายงานและความบ่อยครั้ง(ความถี่)ที่สื่อโทรทัศน์และวิทยุนำเสนอ

ข่าวเหตุการณ์สำคัญ หมายถึง ข่าวการเสียชีวิตของนายสรณ์ย์ สาครสินและผลการอภิปรายไม่ไว้วางใจรัฐมนตรีเป็นรายบุคคล ปี 2542

สื่อมวลชน หมายถึง โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพจเจอร์และอินเทอร์เน็ต  
 นิสิตมหาวิทยาลัย หมายถึง นิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยระดับปริญญา  
 ตริในปีการศึกษา 2541

สื่อระหว่างบุคคล หมายถึง บุคคลที่ให้ข่าวกับนิสิตมหาวิทยาลัยเกี่ยวกับข่าวที่กำหนด  
 ระดับความสนใจข่าว แบ่งเป็น 5 ระดับได้แก่ ไม่สนใจ,ไม่ค่อยสนใจ,ค่อนข้างสนใจ,สนใจ  
 และสนใจมาก

การบอกเล่าข่าว หมายถึง การพูดถึงข่าวนายศรีณย์ สาครสินและข่าวผลการอภิปรายไม่  
 ไว้วางใจรัฐมนตรีเป็นรายบุคคลกับบุคคลอื่นฟัง

ปริมาณการติดตามข่าวเพิ่ม หมายถึง จำนวนและความถี่ที่ใช้สื่อเพื่อติดตามข่าว แบ่งเป็น  
 สื่อมวลชนและสื่อระหว่างบุคคล

ความสัมพันธ์กับบุคคล ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างนิสิตมหาวิทยาลัยกับบุคคลอื่น แบ่งเป็น  
 สนิทกัน เป็นเพียงคนรู้จักและไม่รู้จักเลย

ระยะเวลาการสนทนาข่าว หมายถึง ปริมาณของระยะเวลา(นับเป็นจำนวนนาที)ที่นิสิต  
 มหาวิทยาลัยบอกเล่าข่าวเหตุการณ์ที่กำหนดกับบุคคลอื่น

แรงจูงใจ หมายถึง เหตุผลที่นิสิตมหาวิทยาลัยบอกเล่าข่าวเหตุการณ์สำคัญให้บุคคลอื่นฟัง  
 แบ่งเป็น

1. เพื่อเสริมสถานะทางสังคม หมายถึงการนำข่าวเหตุการณ์ที่ได้รับมาสร้างคุณค่าให้กับ  
 ตัวเองในสังคม ได้แก่ ต้องการสร้างความประทับใจกับผู้อื่น เพื่อคว่าผู้อื่นติดตามเหตุการณ์ทัน  
 เหมือนท่านหรือไม่ และเพื่อฆ่าเวลา

2. เพื่อต้องการข่าวสารตามความพึงพอใจ หมายถึง การบอกเล่าข่าวเหตุการณ์ตามความ  
 ต้องการส่วนตัว ได้แก่ เพื่อต้องการให้และได้รับข่าวเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ และเพราะคิดว่าเรื่องนี้่า  
 สนใจจึงคิดว่าคนอื่นจะสนใจด้วย

3. เพื่อแสดงผลกระทบหรือเพื่อแสดงอารมณ์ความรู้สึกของนิสิตมหาวิทยาลัย หมายถึง  
 การบอกเล่าข่าวเหตุการณ์ตามความรู้สึกส่วนตัว ได้แก่ เพราะฉันรู้สึกเสียใจกับเหตุการณ์ที่เกิด  
 ขึ้นจึงเล่าให้คนอื่นฟังต่อ และเพราะฉันรู้สึกดีใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจึงเล่าให้คนอื่นฟังต่อ

4. เพื่อริเริ่มความสัมพันธ์ทางสังคม หมายถึง ความต้องการมีส่วนร่วมกับบุคคลอื่นเกี่ยว  
 กับข่าวเหตุการณ์ ได้แก่ เพื่อจะได้มีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็นของท่านประกอบการ  
 สนทนา และเพื่อตรวจสอบว่าบุคคลอื่นสนใจเรื่องหรือเหตุการณ์เดียวกับท่านหรือไม่

นอกจากนี้ยังมีเหตุผลอื่น เพื่อให้ผู้ตอบได้มีโอกาเลือกเหตุผลของตัวเองในการ  
 บอกเล่าข่าวให้บุคคลอื่นฟังที่อาจแตกต่างจากที่กำหนด