บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง "การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ข่าวสารกีฬาทางสื่อวารสารสนเทศของนิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร" ได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการวิจัยดังนี้

1.แนวคิดเกี่ยวกับข่าวสารกีฬา
2.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อวารสารสนเทศ
3.แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร
4.ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร
5.ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
6.ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจต่อสื่อ
7.ทฤษฎีผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเยาวชน
8.แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
9.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิดเกี่ยวกับข่าวสารกีฬา (Sports News)

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์ เราใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน ใช้ข่าวสารเป็นข้อมูลในการวางแผน และเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เรากำลังอยู่ในยุคข่าวสาร (the information age) หรือในสังคมข่าวสาร (the information society) ข่าวสารไหลเวียนแพร่กระจายไปทุกหนแห่งในเวลาอันรวดเร็วโดยแท้ สื่อมวลชนเข้าถึงบ้าน เข้าถึงห้องนอนและนำข่าวสารทุกประเภทมาถึงคน ไม่ว่าจะเป็นข่าว บันเทิง สารคดี ความรู้ ศาสนา ต่างประเทศ การเมือง เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม เกษตรกรรม สาธารณสุข ดนตรี กีฬา สังคม ฯลฯ (ปรมะ สตะเวทิน, 2541 : 3.)

มีคนกล่าวไว้ว่า ไม่ว่าบ้านจะใหญ่โตสักแค่ไหน หากบ้านนั้นไม่มีหนังสือพิมพ์ ไม่มีวิทยุ ไม่มีโทรทัศน์ ไม่มีนิตยสาร บ้านนั้นก็เปรียบเหมือนบ้านที่ไม่มีหน้าต่าง เพราะไม่สามารถรับรู้เหตุการณ์ภายนอกได้เลย (อ้างอิงในปรมะ สตะเวทิน, หน้าเดียวกัน.)

เทคโนโลยีการสื่อสารทำหน้าที่ในการขยายสายตาของเราให้กว้างไกลขึ้น และขยายข่าวสารจากสื่อมวลชนให้กว้างขวางขึ้น การสื่อสารมวลชนในระบบเทคโนโลยียุคใหม่ทำให้การสื่อสารกลายเป็นการสื่อสารโลก (global communication) ดังนั้นความสำคัญด้านข่าวสารของการสื่อสารมวลชนซึ่งทำให้สังคมแคบเข้า ทำให้โลกแคบเข้าด้วยอิทธิพลของข่าวสารที่แพร่กระจายผ่านสื่อมวลชน

นีล และ บราวน์ (Neal and Brown, 1976 : 24.) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า "ข่าว" คือ การรายงานที่ทันต่อเวลาและที่เป็นจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์ (events) ความคิด (ideas) และสถานการณ์ (situations) ซึ่งทำให้ประชาชนสนใจ

เหตุการณ์ ความคิด และสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งมีคุณค่าของข่าวและถูกนำมาเสนอเป็นข่าวในสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งทางหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์เกี่ยวข้องกับเรื่องต่าง ๆ มากมายหลายชนิดตามลักษณะของสารในการสื่อสารมวลชนซึ่งมีความหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการด้านข่าวของผู้รับสารให้กว้างที่สุด เพราะผู้รับสารมีความแตกต่างกันในด้านประชากร เช่น อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ เพศ และมีความสนใจไม่เหมือนกัน ข่าวในสื่อมวลชนจึงถูกจำแนกออกเป็นชนิดต่าง ๆ มากมาย ซึ่งหนึ่งในจำนวนนั้นก็รวมถึง "ข่าวกีฬา" ด้วยเช่นกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 58-60.)

ข่าวกีฬา เป็นการนำเสนอข่าวสารอันเกี่ยวข้องกับผลการแข่งขันในกีฬาประเภทต่าง ๆ เช่น มวย ฟุตบอล เทนนิส แบดมินตัน เป็นต้น กำหนดการแข่งขัน ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของบุคคลในวงการกีฬา แผน และกิจกรรมทางการกีฬา ฯลฯ

ข่าวกีฬา ถูกจัดอยู่ในประเภทข่าวเบา (Soft news) อันหมายถึง ข่าวที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้แก่ผู้รับสารได้ทันทีผู้รับสารต้องทราบว่ามีอะไรเกิดขึ้น ผู้รับสารมักจะใช้ข่าวประเภทนี้เพื่อเป็นข้อมูลในการสนทนาในสังคม ในการใช้ชีวิตประจำวันของตน ข่าวประเภทนี้จึงเป็นข่าวเกี่ยวกับเรื่องทั่ว ๆ ไปของมนุษย์ เข้าใจง่ายและให้ผลทางอารมณ์แก่ผู้รับสาร

ปัจจัยที่ทำให้ข่าวมีคุณค่าและน่าสนใจ และเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ข่าวกีฬาได้รับความนิยมจากผู้รับสารโดยทั่วไปมากยิ่งขึ้น สามารถอธิบายได้ตามหลักการองค์ประกอบของข่าว (News Elements) ดังต่อไปนี้ (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2529 : 2.)

1.ความรวดเร็ว (Immediacy) เป็นความรวดเร็วของเวลาที่เหตุการณ์เกิดขึ้น หรือความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์นั้น ๆ

2.ความใกล้ชิด (Proximity or Nearness) หมายถึง ความใกล้ชิดของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นต่อผู้อ่าน เช่น ข่าว สมรักษ์ คำสิงห์ นักกีฬามวยสากลสมัครเล่นทีมชาติไทยที่สามารถ

คว้าเหรียญทองจากการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ซึ่งได้รับความสนใจจากคนไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากความใกล้ชิดผูกพันและความรู้สึกมีส่วนร่วมในชัยชนะของคนไทย ทำให้ข่าวนี้มีการนำเสนอเป็นข่าวสำคัญในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ ติดต่อกันเป็นระยะเวลาหลายวัน (ประพจน์ ณ บางช้าง, 2539 : 171.)

3.ความเด่นหรือความสำคัญของเรื่อง (Prominence) ในที่นี้หมายถึง ความเด่นของบุคคล สถานที่ วัตถุ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น เช่น การนำเสนอข่าวไทเกอร์วู้ดส์ นักกอล์ฟลูกครึ่งไทย-อเมริกันที่สามารถชนะเลิศการแข่งขันกอล์ฟรายการใหญ่ ๆ ได้หลายรายการ ทั้ง ๆ ที่มีอายุเพียง 20 ปีเท่านั้น แต่เพราะโดดเด่นในความสามารถ รวมถึงความรู้สึกใกล้ชิดกับคนไทยทางเชื้อชาติ ช่วยส่งเสริมความน่าสนใจให้ผู้อ่านสนใจติดตามข่าวนี้เป็นพิเศษ เป็นต้น

4.ผลกระทบหรือผลต่อเนื่อง (Consequence) หมายความถึง เหตุการณ์ของข่าวนั้นมีผลกระทบต่อคนในสังคมมากน้อยเพียงไร และมีผลต่อเนื่องตามมาอย่างไร

5.ข่าวที่เป็นความสนใจของคนทั่วไป (Human Interest) ซึ่งได้แก่ เหตุการณ์ที่มีลักษณะแปลกใหม่เป็นข่าวที่น่าตื่นเต้นและเป็นสิ่งที่คนส่วนใหญ่อยากรู้อยากเห็น โดยคุณค่าข่าวในเรื่องของสิ่งที่มนุษย์สนใจนั้นมีอยู่ในข่าวกีฬาทั้งการให้ความบันเทิงกับผู้ชมหรือผู้อ่านในทุกประเภทกีฬา ซึ่งเป็นการผ่อนคลายความเครียดจากสภาวะสังคมที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและผู้ชมหรือผู้อ่านสามารถติดตามเชียร์นักกีฬา หรือทีมที่ตนเองชื่นชอบได้อีกด้วย เช่น คนไทยสนใจที่จะติดตามชมหรือเชียร์นักกีฬาไทยในการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เป็นต้น

6.ความขัดแย้ง แข่งขัน ต่อสู้ (Conflict or Combat) เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของข่าวกีฬา เพราะในการแข่งขันแต่ละครั้งมักจะมีผู้ชนะ ผู้แพ้เสมอ ซึ่งเป็นความขัดแย้งที่ทำให้ผู้ที่ติดตามชม ต้องเชียร์หรือลุ้นนักกีฬาที่ตนเองชื่นชอบให้เป็นผู้ชนะในการแข่งขันแต่ละครั้ง เช่น การติดตามเชียร์การแข่งขันฟุตบอล ต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีการรวมกลุ่มกันตั้งชมรมหรือแฟนคลับขึ้นมากมายเพื่อเชียร์ทีมที่ตนเองชื่นชอบ อาทิ แฟนคลับสโมสรธนาคารกสิกรไทย ชมรมคนรักหงส์แดง ชมรมแมนเชสเตอร์ ยูไนเต็ด ไทยแลนด์แฟนคลับ เป็นต้น ซึ่งความขัดแย้งในการแข่งขันกีฬานี้เป็นอีกองค์ประกอบที่ทำให้ ข่าวกีฬา มีสีสัน น่าสนใจติดตาม และมีคุณค่าข่าวสูง (ประพจน์ ณ บางช้าง, 171.)

7.ความผิดปกติ (Unusualness) ในข่าวกีฬาก็มีเกิดขึ้นอยู่เสมอ ในการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ เช่น การทำลายสถิติการแข่งขันต่าง ๆ ที่ยังไม่เคยมีมนุษย์คนไหนเคยทำได้มาก่อน อาทิ การทำลายสถิติการแข่งขันกรีฑา การทำลายสถิติการแข่งขันยกน้ำหนัก เป็นต้น

8.เพศ (Sex) เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของข่าวที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้ข่าวกีฬาได้รับความนิยมจากผู้รับสารโดยทั่วไปมากยิ่งขึ้น

9.ความลึกลับซับซ้อน (Suspense) เช่น เหตุการณ์ที่ยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างได้ อาทิ ข่าวการล้มบอลของนักฟุตบอลทีมชาติไทยในหลาย ๆ ครั้งในการแข่งขันฟุตบอลระดับนานาชาติ แต่ก็ยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่างชัดได้ เป็นต้น

10.ความก้าวหน้า (Progress) เช่น การพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการวิวัฒนาการใหม่ ๆ ของวงการกีฬา โดยเอาวิทยาศาสตร์การกีฬาเข้ามาช่วย (ประโยชน์ เทียนศาสตร์,

2536 : 19-20.)

สื่อมวลชนในหลายประเทศได้เริ่มให้ความสำคัญและแสดงบทบาทเสนอข่าวกีฬากันมากขึ้นในขณะนี้นั้น ก็เนื่องมาจากว่า ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาลหรือเอกชนได้เริ่มหันมาให้ความสำคัญของการกีฬากันมากกว่าแต่ก่อน ดังนั้นจะพบว่าบรรดาสื่อมวลชนทุกแขนงในประเทศที่พัฒนาแล้ว มักจะเสนอข่าวกีฬาไม่ว่าจะเป็นการละเล่น การออกกำลัง รวมไปถึงการแข่งขันอย่างเต็มที่ ในการนำเสนอข่าวด้านกีฬาของบรรดาสื่อมวลชนในประเทศนั้น ส่วนใหญ่มักแสดงออกมาในลักษณะของการนำเสนอผลการแข่งขันเพื่อความบันเทิง ความสนุกสนานเนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นความต้องการของตลาดและบรรดาผู้สนใจเป็นส่วนใหญ่ เพราะเหตุว่าการเสนอข่าวออกมาในลักษณะดังกล่าว เป็นสิ่งที่เข้าใจง่าย และถือว่ากีฬานั้นเป็นเรื่องของความสนุกสนาน ให้ความบันเทิงอีกรูปแบบหนึ่งของสังคมของเรา (บุญชัย รัตนวีระประดิษฐ์, 2533 : 14-15.)

เมื่อความสนใจของคนในสังคมไทยเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจข่าวสารกีฬามีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งการขยายตัวของข่าวสารกีฬานี้ เกิดขึ้นในสื่อมวลชนทุกประเภท อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อวารสารสนเทศประเภทต่างๆ เช่น สื่อคอมพิวเตอร์อินเตอร์เน็ต รวมถึงในเพจเจอร์ก็มีข่าวกีฬา เพื่อให้บริการข่าวสารในแต่ละวัน

2.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อวารสารสนเทศ
(Journalism Media)

สื่อวารสารสนเทศ หมายถึง สื่อมวลชนทั้งสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่ออิเลกทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อใหม่ ได้แก่ สื่อคอมพิวเตอร์ เช่น อินเตอร์เน็ต รวมทั้งสื่อโทรคมนาคม เช่น โทรศัพท์และเพจเจอร์ที่บริการข่าวสารเท่านั้น

นักวิชาการสื่อสารได้ให้คำนิยามความหมายของสื่อ (Media) ที่ใช้เพื่อให้เข้าถึงผู้รับสารเป็นจำนวนมากๆ ในคราวเดียวกัน โดยเรียกกันว่า สื่อมวลชน (Mass Media) อันหมายถึงสื่อประเภทต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 20-53.)

ในสังคมยุคข่าวสารเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) หรือ IT (ไอที) เข้ามาเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของบุคคลมากขึ้น "ไอที" (IT) ตามความหมายของสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งชาติแล้วหมายถึงเทคโนโลยีหลายกลุ่มรวมกันเพื่อก่อให้เกิดการติดต่อเชื่อมโยงหรือจัดหาการวิเคราะห์ประมวลผล

การจัดเก็บและการจัดการ การเผยแพร่และการใช้สารสนเทศ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ข่าวสารและข้อมูลดิบจนถึงความรู้วิชาการ ให้เกิดรูปแบบของสื่อต่างๆ ทั้งเสียง ภาพ และตัวอักษร ด้วยวิธีทางอิเลกทรอนิกส์ เทคโนโลยีสารสนเทศจึงประกอบด้วยเทคโนโลยีหลายประเภท อาทิ เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ โทรคมนาคมระบบมีสายและไร้สาย เช่น โทรศัพท์ เพจเจอร์ รวมถึงระบบสื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ (วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540 : 2.)

จากคำนิยามดังกล่าวของเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้นักการสื่อสารได้นำมาประยุกต์ใช้เรียกสื่อมวลชนทั้งสื่อใหม่และสื่อดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเลกทรอนิกส์ สื่อคอมพิวเตอร์ และสื่อโทรคมนาคมว่า "สื่อวารสารสนเทศ" ซึ่งสื่อวารสารสนเทศที่มีสมรรถนะ คือ เป็นสื่อที่มี 3 คุณลักษณะ รุก (Range) เร็ว (Speed) แรง (Power) ในการรุกข่าวสารของสื่อวารสารสนเทศจะต้องเคลื่อนที่ไปข้างหน้าได้โดยไม่สยบต่อพื้นที่ หมายความว่า สามารถเข้าถึงได้ทุกแห่งที่ต้องการข่าวสาร สื่อวารสารสนเทศจะต้องใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่จะดึงดูดข่าวสารจากในที่ที่ถูกซุกซ่อนและแน่นอน แม้เทคโนโลยีนั้นจะมีสมรรถนะสูงมากในการเจาะทะลวงกำแพงแห่งวัตถุและระยะทาง แต่ผู้ประสงค์จะเก็บความลับก็จะมีเทคโนโลยีที่ป้องกันการเจาะทะลวงเช่นกัน (สุกัญญา สุดบรรทัด, 2540 : 13.)

สำหรับสื่ออิเลกทรอนิกส์แบบใหม่ (New Electronic Media) เกิดจากการผสมผสานระหว่าง "ระบบโทรคมนาคม" เข้ากับ "ระบบสารสนเทศ" จุดเริ่มต้นของสื่อใหม่นี้เกิดขึ้นในราวๆ ทศวรรษ 1970 โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ การรวมเอาหน่วยแสดงผลที่เป็นภาพ เช่น จอโทรทัศน์ เข้ากับระบบเครือข่ายของคอมพิวเตอร์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 60-61.)

ส่วนผสมทางเทคโนโลยี ประกอบด้วยหลายส่วนผสม เช่น

1.ระบบแพร่กระจาย (transmission) โดยผ่านสายเคเบิลหรือดาวเทียม

2.ย่อขนาดให้เล็กลงมากเช่น ขนาดของแผ่นดิสก์ที่ใช้เก็บข้อมูล

3.การเก็บและการเรียกสารสนเทศมาใช้

4.การแสดงผล

5.การควบคุมโดยคอมพิวเตอร์

ลักษณะสำคัญของสื่ออิเลกทรอนิกส์แบบใหม่ มีลักษณะเด่นที่ตรงกันข้ามกับสื่อดั้งเดิม คือ

1.กระจายอำนาจ (decentralization) การผลิตและการใช้บริการไม่ถูกผูกขาดและควบคุมจากฝ่ายผู้ส่งสาร

2.มีสมรรถนะสูง (high capacity) เช่น เคเบิลและดาวเทียม สามารถลดค่าใช้จ่ายในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการติดต่อสื่อสารได้มาก พร้อมทั้งย่นระยะทางและเวลา

3.ลักษณะ interactivity ผู้รับสารสามารถจะป้อนกลับปฏิกิริยาไปยังผู้ส่ง สามารถเลือกติดต่อกับผู้รับสารด้วยกันได้โดยตรง

4.รูปแบบของการใช้เนื้อหาและประเภทรายการทำได้อย่างหลากหลายมาก

ลักษณะความเป็นลูกผสม (Hybrid medium) สื่อใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นนี้อาจถือได้ว่าเป็นลูกผสมจากสื่อที่มีอยู่เดิม ทำให้รูปแบบการใช้มีลักษณะยืดหยุ่นมากขึ้น โดยลักษณะความเป็นลูกผสมดังกล่าวส่งผลต่อเนื่องมาถึงการท้าทาย การเปลี่ยนแปลงทั้งระบบการผลิต การกระจาย และรูปแบบพื้นฐานของการนำเสนอ ข้อมูลข่าวสาร ตัวอย่างเช่น เรื่องการผลิตก็ไม่จำเป็นต้องเป็นผลงานขององค์กรหรือบริษัทใหญ่ๆ เท่านั้น หรืองานของนักข่าวและนักเขียนที่นับวัน ยิ่งจำเป็นต้องพึ่งพาการใช้คอมพิวเตอร์มากขึ้น เป็นต้น

สื่อวารสารสนเทศทุกวันนี้เจริญก้าวหน้าทั้งในด้านเครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัยและรวดเร็ว รวมทั้งจำนวนของสื่อที่มีอยู่อย่างแพร่หลาย ทำให้สื่อวารสารสนเทศหรือสื่อมวลชนกลายเป็นสถาบันที่สำคัญอีกสถาบันหนึ่ง ที่ช่วยให้เด็กที่มีโอกาสเรียนหนังสืออยู่ในโรงเรียนหรือเด็กที่ไม่มีโอกาสได้เล่าเรียนสูงขึ้นไปสามารถแสวงหาข่าวสาร ความรู้เพื่อนำมาปรับปรุงการดำเนินชีวิต ความเป็นอยู่ อาชีพ เพื่อให้เขาเหล่านั้นเป็นผู้ที่มีประโยชน์ต่อสังคมช่วยพัฒนาประเทศชาติในอนาคต ดังนั้นแม้สื่อวารสารสนเทศจะมีวิธีที่เสนอข่าวสารแตกต่างกันไปตามวิธีการเฉพาะตัวของสื่อแต่ละชนิด แต่ในฐานะของผู้สะท้อนสังคม ก็จะต้องเสนอข่าวสารที่เป็นความจริง มีรูปแบบ ที่เหมาะสม และต้องให้สารนั้นสัมฤทธิ์ผลตามกระบวนการสื่อสารคือ ผู้ส่งสาร (source) ข่าวสาร (message) โดยผ่านช่องทาง (channel) ไปสู่ผู้รับสาร (receiver) (วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 9.)

สื่อวารสารสนเทศได้เกิดขึ้นอย่างมากมายในประเทศไทย โดยเฉพาะสื่อใหม่ๆ ได้เกิดขึ้นมาจากการรวมคุณประโยชน์ของสื่อต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน เป็นต้นว่า สื่อคอมพิวเตอร์ ผู้ใช้สามารถรับรู้ข่าวสารได้โดยการอ่านจากหน้าจออินเตอร์เน็ต และสื่อเก่าอาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เมื่ออยู่ในโลกยุคไอที ก็ถูกปรับเปลี่ยนจัดเข้าเป็นหนึ่งในสื่อวารสารสนเทศด้วยเช่นเดียวกับสื่ออิเลกทรอนิกส์ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ รวมทั้งสื่อโทรคมนาคม โทรศัพท์และเพจเจอร์

ในการใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับสื่อวารสารสนเทศมาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาครั้งนี้จะแยกแยะให้เห็นคุณลักษณะของสื่อวารสารสนเทศประเภทต่างๆ ซึ่งในที่นี้หมายถึง สื่อเก่า ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ สื่อใหม่ ได้แก่ อินเตอร์เน็ตและเพจเจอร์ ตามแนวคิดต่างๆ โดยสื่อแต่ละประเภทในปัจจุบันต่างนำเสนอข่าวสารกีฬากันมากยิ่งขึ้น

หนังสือพิมพ์
(Newspaper)

ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ.2484 ได้วางบทนิยามตามมาตรา 4 เกี่ยวกับคำจำกัดความของหนังสือพิมพ์ไว้ว่า “หนังสือพิมพ์” หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งมีชื่อจำหน้าเช่นเดียวกันและออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไปมีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อ

เนื่องกันหรือไม่ก็ตาม และตามมาตรา 23 หนังสือพิมพ์ที่พิมพ์ขึ้นในราชอาณาจักรต้องมีผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา บรรณาธิการ และเจ้าของ (สุธีร์ ศุภนิตย์, 2541.)

หนังสือพิมพ์จัดได้ว่าเป็นสื่อที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อมนุษย์มากกว่าสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เพราะ หนังสือพิมพ์ ทำหน้าที่ค่อนข้างครบตามหน้าที่ของสื่อ ทั้งให้ความสด และความน่าเชื่อถือต่อผู้รับสารมากที่สุด กิจการของหนังสือพิมพ์จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยเกื้อหนุน 3 ประการ คือ

1.การนำเสนอข่าวสารในฐานะที่เป็นพลังทางสังคม (social forces)

2.ความอยู่รอดในฐานะที่เป็นกิจการทางการค้า (commercial)

3.การอาศัยเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการผลิตที่ได้ปริมาณ คุณภาพ และความรวดเร็ว

แม้ว่าหนังสือพิมพ์จะทรงพลัง ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ทั้งในทางสันติและรุนแรง แต่หนังสือพิมพ์ก็มีข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ ที่ไม่สามารถกระจายไปได้ไกลโดยคงความสดของข่าวไว้ นอกเหนือจากข้อจำกัดของผู้อ่าน ที่ไม่สามารถอ่านออกเขียนได้ทุกคน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 : 29.)

ในปี ค.ศ.1928 นักวิชาการชาวเยอรมันชื่อ ออตโต กรอธ (Otto Groth) ได้สร้างเกณฑ์ 5 ประการเพื่อกำหนดลักษณะของหนังสือพิมพ์ เกณฑ์ดังกล่าวได้แก่

1.มีการตีพิมพ์เป็นประจำ ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง

2.มีการผลิตได้หลายฉบับโดยใช้เครื่องจักรกล

3.ใครที่มีเงินก็สามารถซื้อหาได้ หมายความว่า มีการจำหน่ายโดยทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจงจำหน่ายแก่คนบางคน

4.มีเนื้อหาหลากหลาย และรวมทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่ในความสนใจของประชาชนโดยทั่วไป

5.หนังสือพิมพ์จะต้องออกทันตามกำหนดเวลาโดยองค์กรที่กระทำหน้าที่อย่างต่อเนื่อง

หนังสือพิมพ์ทั่วๆ ไปในปัจจุบันมีการแข่งขันกันนำเสนอข่าวสารกีฬามากขึ้น โดยปรับปรุงด้วยการขยายเนื้อที่ของหน้าข่าวกีฬาเพิ่มมากขึ้นเกือบทุกฉบับ เช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเดลินิวส์ ได้ให้ความสำคัญในการนำเสนอข่าวกีฬา โดยการเพิ่มเนื้อที่ของข่าวกีฬา ด้วยการจัดทำแยกส่วน เพื่อเสนอข่าวกีฬาโดยเฉพาะ มีเนื้อหาข่าว ภาพข่าว และคอลัมน์กีฬาเพิ่มมากขึ้น มีการพาดหัวข่าว การใช้ภาพสีเหมือนการพาดหัวข่าวหน้าหนึ่งของข่าวทั่วไป (ประพจน์ ณ บางช้าง, 117.)

ทุกวันนี้หนังสือพิมพ์กลายเป็นการประกอบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ มีการแข่งขันสูงมาก จากการที่มีเป้าหมายในการแข่งขันกันสูง หนังสือพิมพ์จึงได้มีการพัฒนาในส่วนของการเสนอข่าว โดยเกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงไปจากอดีตอย่างมาก จากรูปแบบที่เคยเสนอข่าวหลายๆ อย่างรวมกัน อาทิ การเมือง เศรษฐกิจ บันเทิง กีฬา เป็นต้น ภายในฉบับเดียวกัน ซึ่งเป็นการ

เสนอข่าวเพื่อผู้บริโภคทั่วไป ไม่ได้เจาะจงไปที่กลุ่มใดโดยเฉพาะ มาเปลี่ยนเป็นการผลิตหนังสือพิมพ์เฉพาะด้าน เพื่อตอบสนองผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มขึ้นที่ต้องการเนื้อหาข่าวสารที่มีความละเอียดและเจาะลึกมากขึ้น ดังนั้นทำให้มีการผลิต หนังสือพิมพ์กีฬา เกิดขึ้น (จรัสศรี นิลรัต, 2540 : 7.)

เมื่อดูประเภทของหนังสือพิมพ์แบ่งโดยเนื้อหา หนังสือพิมพ์กีฬา จัดอยู่ในหนังสือพิมพ์เฉพาะเรื่องหรือเฉพาะกลุ่ม คือ หนังสือพิมพ์ที่ดำเนินกิจการเฉพาะกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่มหรือเฉพาะกลุ่ม ทำให้การเสนอสารสนเทศมีลักษณะเฉพาะไปด้วย จึงเป็นเสมือนหนังสือพิมพ์ทางเลือก (Alternative Newspapers) เหมาะกับความสนใจเป็นพิเศษที่เพิ่มเติมจากหนังสือพิมพ์ทั่วไป โดยหนังสือพิมพ์กีฬาเสนอข่าวคราวทางด้านกีฬาทุกประเภท สัมภาษณ์นักกีฬา รายงานผลการแข่งขัน เป็นต้น ซึ่งทุกวันนี้หนังสือพิมพ์กีฬาในประเทศไทยมีอยู่ด้วยกันหลายฉบับทั้งรายวัน รายสามวัน และรายสัปดาห์ อาทิ สยามกีฬารายวัน สยามกีฬา/สตาร์ซอคเก้อร์รายวัน สปอร์ตพูล คิกออฟรายวัน เจาะเกมส์ ฯลฯ

หนังสือพิมพ์กีฬาเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความละเอียดและผู้อ่านสามารถหาข้อมูลสถิติต่างๆ เกี่ยวกับทีมที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งวิทยุและโทรทัศน์ไม่สามารถเสนอข้อมูลได้มาก เพราะมีข้อจำกัดด้านเวลา และหนังสือพิมพ์กีฬายังได้เปรียบตรงที่สามารถอ่านตอนช่วงเวลาใดก็ได้ตามความสะดวกของผู้อ่าน แต่สื่อวิทยุและโทรทัศน์มีช่วงเวลาที่แน่นอน เมื่อผ่านแล้วก็ผ่านเลย ดังนั้น หนังสือพิมพ์กีฬาจึงได้รับความนิยมมากเพราะนอกจากจะเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่มีความละเอียดแล้ว ยังมีราคาถูก และสามารถหาซื้ออ่านได้ทุกวัน (ประพจน์ ณ บางช้าง : 145.)

ปัจจุบันมีหนังสือพิมพ์เฉพาะด้านกีฬาอยู่หลายฉบับ เช่น รายวันมี สยามกีฬารายวัน สยามกีฬา/สตาร์ซอคเก้อร์รายวัน สปอร์ตพูล มวยสยามรายวัน คิกออฟรายวัน รายอื่นๆ เช่น ราย 3 วันมี เจาะเกมส์ (วางจำหน่ายทุกวันอังคารและวันพฤหัสบดี) สปอร์ต เกมส์ (วางจำหน่ายทุกวันอังคารและวันศุกร์)

นิตยสาร
(Magazines)

แฟรงค์ ลูเธอร์ มอทท์ (Frank Luther Mott, 1957 : 7.) ให้ความหมายของนิตยสารว่าเป็น เอกสารที่เย็บเล่ม ออกเป็นประจำ และมีเนื้อหาหลากหลาย

พจนานุกรมในสหรัฐอเมริกาให้ความหมายนิตยสารไว้ว่า คือ สิ่งพิมพ์ที่โดยปกติเป็นปกอ่อน และบางครั้งมีภาพ ออกเป็นประจำตามระยะเวลาที่กำหนด และมีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่อง

บทความ ฯลฯ โดยนักเขียนหลายคน และโดยปกติจะมีโฆษณาด้วย (อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541 : 76.)

นิตยสาร เป็นสิ่งพิมพ์ที่เกิดขึ้นหลังหนังสือพิมพ์ นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกประจำของวันตามที่กำหนด เช่น นิตยสารประจำสัปดาห์ ประจำปักษ์ หรือประจำเดือน เป็นต้น ระยะเวลาออกดังกล่าวจึงทำให้นิตยสารอาจมีข้อจำกัดบางประการ โดยเฉพาะในแง่ความสดของข่าวสาร นิตยสารจึงมักเน้นในเรื่องความรู้ สารคดี และบันเทิงทดแทน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร : 29.)

โดยทั่วไปมักจัดแบ่งนิตยสารออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.นิตยสารทั่วไป (general consumer magazine) เป็นนิตยสารที่ผู้อ่านสามารถพบโฆษณาสินค้าและบริการทุกประเภทในหน้านิตยสาร ส่วนเนื้อหาภายในนิตยสารเป็นเรื่องทั่ว ๆ ไป ซึ่งหากจัดกลุ่มเนื้อหาก็มีจำนวนมากเกือบ 50 ประเภท ตั้งแต่เรื่องของเด็กจนถึงบทวิเคราะห์ทางการเมือง รูปแบบของเนื้อหามีทั้งในรูปของข่าว บทความ สารคดี เรื่องสรุป ภาพ และบันเทิง เป็นต้น

2.นิตยสารพิเศษ (specialized magazine) เป็นนิตยสารที่จัดทำขึ้นเพื่อสนองต่อกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และมักมีผู้จัดแบ่งนิตยสารพิเศษออกตามประเภทของเนื้อหาที่ลงพิมพ์ในนิตยสารนั้น ๆ ซึ่งทำให้การจัดแบ่งดูง่ายกว่าการอาศัยเกณฑ์ของกลุ่มผู้อ่าน

สำหรับนิตยสารกีฬา เช่น สตาร์ซ้อคเกอร์ ฟุตบอลสยาม มวยโลก เป็นต้น จัดเป็นประเภทนิตยสารพิเศษที่แบ่งตามประเภทของเนื้อหา และยังจัดเป็นประเภทนิตยสารมุ่งเน้นตลาดหมายถึงเป็นนิตยสารที่มุ่งเน้นยอดจำหน่ายและผู้รับสารในฐานะผู้บริโภค แต่แม้กระนั้นการมุ่งเน้นการครอบครองตลาดทั้งหมดนั้น ก็เป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้แม้ว่าจะมีประสิทธิภาพก็ตาม ทั้งนี้เนื่องจากสังคมทุกวันนี้เป็นสังคมแบบพหุนิยม ซึ่งมีความต้องการความหลากหลายของเนื้อหาสูงมาก จึงมีการจัดทำนิตยสารแยกเนื้อหาหนึ่ง ๆ ตามการวางแผนของผู้จัดทำออกจากความหลากหลายนั้นเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ตนสนใจ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร : 177.)

นิตยสารกีฬา เป็นนิตยสารเพื่อผู้อ่านทั่วไป (Consumer Magazines) ตามหลักการแบ่งประเภทของ นิตยสารตามแนวความคิดของ Click และ Baird (อ้างถึงใน ดรุณี หิรัญรักษ์ : 2541.) นักวิชาการด้านวารสารศาสตร์ที่มีชื่อเสียง นิตยสารประเภทนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาทุกประเภท เช่น มวย ฟุตบอล เทนนิส กอล์ฟ เป็นต้น บางฉบับจะลงเรื่องราวเกี่ยวกับกีฬาทุกประเภทในฉบับเดียวกัน แต่บางฉบับจะเป็นนิตยสารกีฬาเฉพาะกลุ่ม (Specialized Magazines) เช่น นิตยสารฟุตบอล นิตยสารมวย นิตยสารเทนนิส ฯลฯ

วิทยุ
(Radio)

ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลายวิทยุถือว่าเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้ฟังยิ่งกว่าสื่อใดทั้งหมด เพราะเราสามารถรับฟังรายการวิทยุได้ทุกแห่งที่มีเครื่องรับวิทยุแม้แต่ผู้ที่อยู่ห่างไกลความเจริญ เครื่องรับวิทยุปัจจุบันก็มีราคาถูกลง วิทยุจึงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยลักษณะการนำเสนอข่าวของสื่อวิทยุกระจายเสียงมีลักษณะเป็นการสรุปประเด็นข่าวมากกว่าจะเสนอในรายละเอียด หรือทำข่าวเพื่อต้องการดึงดูดเรียกร้องความสนใจจากผู้ฟัง

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ส่งเสียงผ่านคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้า (electromagnetic waves) เอลล์มอร์ (Ellmore, 1991 : 481. อ้างอิงในปรมะ สตะเวทิน, 2541 : 86.) ให้ความหมายของ "วิทยุ" ไว้ว่า คือ การส่งสัญญาณโดยพลังแม่เหล็กไฟฟ้า

แคลเรนซ์ แอล บาร์นฮาร์ท และโรเบิร์ต เค บาร์นฮาร์ท (Clarence L. Barnhart and Robert K. Barnhart : 1978.) ให้ความหมาย "วิทยุกระจายเสียง" ว่า คือ วิธีการส่งและรับถ้อยคำ เพลง และเสียงอื่น ๆ โดยคลื่นไฟฟ้า (electric waves)

โดมินิก (Dominick, อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2533.) ได้จำแนกวิทยุกระจายเสียงตามลักษณะการส่งกระจายเสียง ออกเป็น 2 แบบ คือ

1.สถานีวิทยุกระจายเสียงเอเอ็ม. (amplitude modulation) ข้อดีของการส่งสัญญาณของสถานีวิทยุกระจายเสียงด้วยคลื่นแบบเอเอ็ม.นั้น สามารถครอบคลุมพื้นที่ในอาณาเขตที่กว้างไกล แต่มีข้อบกพร่องต่อคุณภาพของเสียงที่อาจลดลงไป ส่วนใหญ่แล้วสถานีวิทยุเอเอ็ม. จึงเหมาะกับการส่งสัญญาณไปสู่ชนบทซึ่งผู้ฟังมีอาชีพเป็นเกษตรกร วิทยุเอเอ็ม.มีคลื่นอยู่ระหว่าง 535-1,605 KHz.

2.สถานีวิทยุกระจายเสียงเอฟเอ็ม. (frequency modulation) การส่งสัญญาณของสถานีวิทยุเอฟเอ็ม. จะมีอาณาเขตครอบคลุมได้ไม่ไกล แต่คุณภาพเสียงจะดีกว่าเอเอ็ม. เนื่องจากระบบเอฟเอ็ม.ยากต่อการแทรกแซงจากสัญญาณภายนอกได้ คลื่นวิทยุเอฟเอ็ม.มีความถี่อยู่ระหว่าง 88-108 MHz.

โดยทั่วไปแล้วในแต่ละสถานีของสถานีวิทยุกระจายเสียงมักจัดรายการใน 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

1.รายการเพลง เป็นรายการที่มีสัดส่วนสูงสุดเมื่อเทียบกับรายการประเภทอื่น

2.การสนทนา เป็นรายการที่เน้นการพูดคุย การเล่าเรื่อง หรือการวิพากษ์วิจารณ์

3.รายการข่าว มีวิธีการผลิตที่ยุ่งยากกว่ารายการในแบบอื่น เนื่องจากต้องมีฝ่ายผลิตข่าวคล้ายคลึงกับกองบรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ประจำอยู่ด้วย โดยเริ่มตั้งแต่สื่อข่าว จนถึง

การตรวจสอบข่าว เมื่อข่าวถูกเขียนเสร็จเรียบร้อยแล้ว ส่วนใหญ่สถานีวิทยุกระจายเสียงของไทยจะไม่มีฝ่ายผลิตข่าว แต่จะใช้วิธีการอ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ หรือรับข่าวจากศูนย์ผลิตข่าว ทบ.สำหรับในกรณีที่เป็นสถานีวิทยุของกองทัพบก หรือได้รับการป้อนข่าวจากหน่วยงานส่วนภูมิภาคดังเช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์

4.รายการอื่นๆ เช่น นิตยสารทางอากาศ ซึ่งมีรูปแบบการจัดรายการที่คล้ายคลึงกับการจัดทำนิตยสาร กล่าวคือ เป็นรายการวิทยุที่อาจรวมวิธีการหลายวิธีตั้งแต่แบบแรกจนถึงแบบที่สาม นอกจากนี้ยังรวมถึงการจัดรายการที่เป็นรายการปลีกย่อย เช่น ละคร หรือ ลิเก เป็นต้น

ในส่วนของสถานีวิทยุในประเภทรายการอื่นๆ ปัจจุบันได้มีสถานีวิทยุที่นำเสนอข่าวสารกีฬาล้วนๆ ตลอด 24 ชั่วโมงเกิดขึ้นมาเป็นเวลาหลายปีแล้ว คือ สปอร์ต เรดิโอ (Sport Radio) เอฟเอ็ม. 99 เมกกะเฮิร์สท์ คลื่นกีฬา 24 ชั่วโมง โดยเป็นรายการที่เสนอข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับกีฬาทั่วโลก ทั้งในรูปของการจัดรายการที่ผู้ดำเนินรายการซึ่งมีความเชี่ยวชาญและอยู่ในแวดวงการกีฬา (ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักข่าวกีฬา) พูดถึงเรื่องกีฬาประเภทต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น ช่วงรายการ "นานาทรรศนะกับบิ๊กจ๊ะ" โดยมี สาธิต กรีกุล ผู้ประกาศข่าวกีฬาช่อง 3 และผู้บรรยายกีฬาชื่อดังทำหน้าที่ดำเนินรายการด้วยการเปิดสายพูดคุยและแสดงทรรศนะเกี่ยวกับฟุตบอลต่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงการรายงานสดกีฬาฟุตบอลในประเทศและต่างประเทศ เช่น รายงานสดฟุตบอลยูฟ่า แชมเปี้ยนส์ ลีก ฯลฯ และทุกต้นชั่วโมงมีข่าวจากทางอ.ส.ม.ท. (เวลา 08.00-23.00 น.) และทุกกลางชั่วโมงมีสรุปข่าวกีฬา Sport Update (06.30, 09.30, 12.30, 15.30, 18.30, 21.30, 00.30, 03.30 น.)

โทรทัศน์
(Television)

จัดเป็นหนึ่งในประเภทของสื่อไฟฟ้าหรือสื่ออิเลกทรอนิกส์ แนวโน้มของสื่อประเภทนี้ยิ่งมีเทคโนโลยีสูงมากขึ้น สื่อไฟฟ้านี้ก็จะมีรูปแบบที่ซับซ้อนและน่าติดตามไปด้วย สื่อไฟฟ้าจึงถูกยอมรับได้อย่างรวดเร็วโดยเฉพาะโทรทัศน์ เมื่อเทียบกับสื่อสิ่งพิมพ์ อัตราการเติบโตของการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ เป็นไปอย่างมากขึ้นเรื่อยๆ ในทศวรรษปัจจุบัน ผลกระทบของโทรทัศน์ต่อสังคมจึงหนักแน่น และเข้าถึงผู้รับสารง่ายกว่าสื่ออื่นๆ โดยสามารถชักจูงและทำให้ผู้ดูโดยเฉพาะเยาวชนคล้อยตามได้ง่าย การขยายเครือข่ายของโทรทัศน์ออกไป ทำให้ผู้คนในท้องที่ที่แตกต่างกันได้รับข่าวสารจากโทรทัศน์เหมือนๆ กัน (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร : 30.)

คอมสต๊อก (Comstock : 1981.) กล่าวว่า โทรทัศน์เป็นการสื่อสารมวลชนที่สำคัญมากกว่าสื่อมวลชนใดๆ ที่ผ่านมา ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์สามารถเพิ่มพูนผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมได้มากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อมวลชนแขนงอื่น โดยอาจสังเกตได้จากงบประมาณโฆษณาทางโทรทัศน์ของบริษัทผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าสูงมากกว่าสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งนี้

เพราะโทรทัศน์ซึ่งมีภาพ เสียง สี และความเคลื่อนไหวพร้อมกันไป สามารถโน้มน้าวใจได้ชัดเจนมากกว่า

สำหรับในประเทศไทยแล้ว กิจการโทรทัศน์ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ.2498 ในปัจจุบันกิจการด้านนี้ ขยายตัวออกไปจนสามารถพัฒนาการส่งสัญญาณให้ครอบคลุมทั่วประเทศ สถานีโทรทัศน์ของประเทศไทยมี 10 สถานี ครึ่งหนึ่งของจำนวนนี้เป็นสถานีโทรทัศน์ที่อยู่ในกรุงเทพฯ กล่าวคือ ช่อง 3 5 7 9 และ 11 ส่วนสถานีโทรทัศน์ในท้องถิ่นที่เหลืออีก 5 สถานีนั้นอยู่ในเครือข่ายของสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 โดยปัจจุบันแต่ละสถานีมีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ วิธีการนำเสนอที่ทันสมัยแปลกใหม่จากเดิมออกไป ทั้งนี้เพราะมีการแข่งขันกันสูงมากในด้านการเสนอข่าว โทรทัศน์แต่ละช่องจึงปรับปรุงรูปแบบในการเสนอข่าวเพื่อทำให้เกิดความดึงดูด น่าสนใจ กระชับ รวดเร็ว โดยมีการเสนอหัวข้อข่าวเด่น เสนอประเด็นสำคัญ ๆ ทำรายงานพิเศษมาเสนอประกอบการรายงานข่าว (เอกสารประกอบการสอน "สื่อมวลชนกับประชามติ" 2541 : 3.)

สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ มีการนำเสนอข่าวสารทางด้านกีฬากันมากขึ้น มีการแข่งขันสูงมากในปัจจุบัน เพราะข่าวสารกีฬาได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสดกีฬาประเภทต่าง ๆ หรือเทปโทรทัศน์การแข่งขันกีฬาทั้งในประเทศและต่างประเทศ จากการสำรวจรายการโทรทัศน์ตั้งแต่ปี พ.ศ.2529 จนถึงปัจจุบันพบว่า ช่อง 3 5 7 9 มีชั่วโมงของข่าวสารกีฬามากพอสมควร แต่ละช่องต่างแข่งขันในการเป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ถ่ายทอดกีฬา ส่วนกีฬาที่ถ่ายทอดสดคือ มวยไทย มวยสากล ฟุตบอล วอลเล่ย์บอล บาสเก็ตบอล เทนนิส เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีเทปโทรทัศน์การแข่งขันกีฬาทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอีกด้วย เช่น มวยสากล ฟุตบอล เทนนิส และอื่น ๆ อีกมากมาย (ชัยชาญ, 2529 : 10.)

โรเบิร์ต เอช.ปริซูตา (Robert H.Prisuta, อ้างถึงในสุรชัย มีทองคลัง, 11.) ได้ทำการศึกษาถึงการถ่ายทอดกีฬาทางโทรทัศน์ พบว่า การถ่ายทอดกีฬาทางโทรทัศน์นั้นเป็นการส่งผ่านถึงคุณค่า พฤติกรรม และความคิดไปสู่ผู้ชม นอกจากนี้สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญในการชมกีฬาก็คือ การบรรยายการแข่งขัน ซึ่งผู้บรรยายนั้นสามารถมีอิทธิพลในการชักจูง เปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมได้เช่นกัน ปัจจัยที่ทำให้ผู้ชมได้เลือกชมรายการกีฬาก็คือ ความตื่นเต้นเร้าใจ การเกิดความรู้สึกร่วม บางคนก็คิดว่าการชมรายการกีฬาก็เพื่อการพักผ่อน นันทนาการ หรือบางครั้งก็ชมเพราะไม่มีรายการที่น่าสนใจ

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อินเตอร์เน็ต
(Internet)

หมายถึงระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมต่อกัน เพื่อการสื่อสาร ค้นคว้าข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้ โดยไม่กำหนดเวลา สถานที่ และข่าวสารความรู้ทั่วไป ในขณะเดียวกันก็ถือเป็นสื่อวารสนเทศที่ส่งผ่านข่าวและความคิดเห็นเช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ (วรพรรณ พงศ์สวัสดิ์, 2540 : 14.)

นับตั้งแต่ปีค.ศ.1939 เป็นต้นมา คอมพิวเตอร์ได้ก้าวเข้ามามีบทบาทในการสื่อสารของมนุษย์เพิ่มขึ้นเป็นเอนกอนันต์ เพราะคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือที่ประมวลเอาคุณสมบัติของเครื่องมือสื่อสารแทบทุกอย่างในอดีตมารวมไว้ในเครื่องเดียวกันนับตั้งแต่รหัส ภาษาพูด ภาษาเขียน ภาษาพิมพ์ การรับ การแปล การเก็บ การประมวล วิเคราะห์ ไปจนถึงการส่งรหัส และการป้อนกลับ ทำให้สามารถทำหน้าที่ใกล้เคียงกับสมองและอวัยวะสื่อสารของมนุษย์ นอกจากนั้นยังมีคุณสมบัติพิเศษบางอย่างที่มันสมองมนุษย์ไม่มี นั่นคือสมรรถนะในการจัดการกับปริมาณข้อมูลจำนวนนับไม่ถ้วนได้อย่างถูกต้อง ชัดเจน รวดเร็ว ไม่มีผิดพลาด สมรรถนะในการสังเคราะห์ วิเคราะห์ และคิดคำนวณได้อย่างอารมณ์เย็นและไม่สับสนวุ่นวาย สมรรถนะในการคัดเลือกและแปลความหมายข้อมูลที่ยุ่งยากซับซ้อนได้อย่างเที่ยงตรง (สมควร กวียะ, 2531 : 920.)

อินเตอร์เน็ตเป็นระบบการสื่อสารข้อมูลที่มีการเติบโตเร็วที่สุดในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติเร็วยิ่งกว่าการแพร่ของการเขียน การพิมพ์ ความนิยมในการใช้โทรศัพท์ โทรทัศน์ หรือแม้แต่เครื่องโทรสาร ไม่ใช่อินเตอร์เน็ตเติบโตด้านจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่เชื่อมต่อมากขึ้นและจำนวนผู้คนที่ใช้งานเท่านั้น แต่ที่ยิ่งใหญ่ไปกว่านั้น คือการเพิ่มจำนวนของบริการฐานข้อมูลและเอกสารต่าง ๆ จำนวนมหาศาล นับเป็นแหล่งข่าวสารที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์เท่าที่เคยมีมา การท่องเที่ยวไปในโลกอินเตอร์เน็ตนั้นอยู่ที่หน้าจอ “read me” ไม่ได้ไปไหนแต่สามารถรับรู้ข้อมูลและเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้ทั่วโลกและกระทำได้ในเวลาอันรวดเร็ว (เรวดี คงสุภาพกุล, 2539 : 17.)

การเสนอเนื้อหาที่ปรากฏใน อินเตอร์เน็ต จะประกอบไปด้วยเนื้อหาข่าวสารมากมาย ซึ่งรวมถึงข่าวกีฬาด้วยเช่นกัน โดยมีการเปิดเว็บ ไซต์ (Web site) ในอินเตอร์เน็ต ทำให้ผู้สนใจข่าวสารกีฬาทั่วโลกสามารถเปิดอ่านข้อมูลข่าวสารได้ เช่น เว็บ ไซต์ CARLINGNET, SOCCERNET เป็นต้น ซึ่งเป็นข้อมูลเกี่ยวกับกีฬาฟุตบอลต่างประเทศโดยเฉพาะฟุตบอลอังกฤษและยุโรปทั้งในส่วนของข่าวสารความเคลื่อนไหวต่าง ๆ และผลการแข่งขัน รวมไปถึงยังมีเว็บไซต์อื่นมากมายเกี่ยวกับกีฬา อาทิ อเมริกันฟุตบอล เทนนิส มวย เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการเปิดรับอินเตอร์เน็ตจะทำให้เราทราบความเคลื่อนไหวกีฬาจากต่างประเทศที่แข่งขันกันในที่ต่าง ๆ ทุกมุมโลกได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ฉับไว ทันต่อเหตุการณ์

เพจเจอร์
(Pager)

จากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่มนุษย์ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อการสื่อสารต่างๆ ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความต้องการในการติดต่อสื่อสารในชีวิตประจำวันของคนในสังคมอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความสะดวกสบายและมีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น จากระบบโทรเลข เพื่อสนองตอบต่อความต้องการ ของมนุษย์โดยทำหน้าที่เป็น เครื่องมือสื่อสารทางเดียว (one-way communication) ต่อมาจึงเกิดระบบโทรศัพท์ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการเพื่อการติดต่อสื่อสารสองทาง (two-way communication) โดยทั้งผู้รับและผู้ส่งต่างก็มีเครื่องโทรศัพท์เป็นสื่อเพื่อพูดคุยโต้ตอบกันได้ในทันที จนได้มีพัฒนาการมาเป็นระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่เกิดขึ้นเมื่อทศวรรษที่ 1980 เพื่อการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งการติดต่อสื่อสารในระบบเคลื่อนที่นี้ก็ยังมีเครื่องมือสื่อสารอีกชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นมาก่อนหน้านั้นคือ เพจเจอร์หรือวิทยุติดตามตัว โดยสันนิษฐานว่าเริ่มใช้เป็นครั้งแรกที่ประเทศอังกฤษประมาณค.ศ.1956 (ชลพรรษ์ ธัมสัตยา, 2539 : 2.)

เพจเจอร์ หมายถึง เครื่องมือส่งสารชนิดหนึ่งที่มีขนาดเล็กมาก สามารถรับสารและแปลงสัญญาณเป็นตัวอักษรหรือเสียงได้ และยังมีบริการแจ้งข่าวสารจากบริษัทผู้ให้บริการด้วย ผู้ใช้สามารถพกพาได้ด้วยการเหน็บที่เข็มขัดหรือกระเป๋า โดยจะได้รับข้อความได้ทุกเวลา ทุกสถานที่ที่นำสื่อนี้ไปด้วย

ในงานสำรวจผู้ใช้บริการเพจเจอร์นับตั้งแต่ปีพ.ศ.2537 เป็นต้นมา พบว่ากลุ่มประชากรที่ใช้สื่อเพจเจอร์อย่างชัดเจนมากคือ ผู้ที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นได้แก่ กลุ่มอาชีพนักเรียน นิสิตนักศึกษา จากการสำรวจพบว่าเป็นการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการสื่อสารข้อความส่วนตัว เช่น การส่งข้อความต่างๆ ให้แก่บุคคลต่างๆ และก็มีพฤติกรรมใช้สื่อเพื่อการรับข่าวสารที่เป็น "ข้อความข่าว" อันเป็นบทบาทใหม่ของสื่อเพจเจอร์ที่มีต่อคนในสังคมยุคปัจจุบัน (ชลพรรษ์ ธัมสัตยา : 4-19.)

การส่งสารด้วยข้อความข่าวได้เริ่มต้นขึ้นในสหรัฐอเมริกาด้วยการส่งข่าวที่เป็นข่าวเฉพาะอย่างผ่านสื่อเพจเจอร์ให้กับคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น เพื่อการรับข่าวดัชนีหุ้นดาวโจนส์ ราคาหุ้น ผลการออกสลากล็อตเตอรี่ในแต่ละงวด รวมไปถึงการรายงานผลกีฬา เป็นต้น แต่เพิ่งเริ่มเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้นในปีค.ศ.1993

สำหรับประเทศไทยได้มีบริการให้ข่าวสารเฉพาะด้านทางด้านกีฬาด้วยเช่นกันนั่นคือ ฮัทชิสัน สปอร์ต (Hutchison Sport) ซึ่งคิดค่าบริการเดือนละ 1,000 บาท โดยในการบริการ

ข่าวสารกีฬาประกอบด้วย การรายงานผลกีฬาประเภทต่าง ๆ ทั่วโลก อาทิ ฟุตบอล สนุ้กเกอร์ เทนนิส เป็นต้น และข่าวสารกีฬาประเภทต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น ข่าวผลการแข่งขันฟุตบอลโลก, ยูฟ่า คัพ, ยูโรเปี้ยน คัพ, พรีเมียร์ ชิพ เป็นต้น

3.แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร
(Selective Exposure)

ลักษณะทางประชากรของผู้รับสารที่แตกต่างกัน เช่น เพศ การศึกษา รายได้ พื้นฐานอาชีพ ของครอบครัวต่างกัน ทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน รวมทั้งยังเลือกสนใจ เลือกรับรู้ เลือกตีความ และเลือกจดจำแตกต่างกันด้วย จึงทำให้นิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน มีการเลือกเปิดรับข่าวสารกีฬาทางสื่อวารสารสนเทศแตกต่างกัน โดยมีนักวิชาการได้เสนอแนวความคิดไว้ดังนี้

แคล็ปเปอร์ (Klapper, 1960 : 5.) กล่าวว่าผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกรับสาร (Selectivity Process) ดังนี้

1.การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและสนองความต้องการของตน

2.การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลเลือกให้ความสนใจเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิม หลีกเลี่ยงที่จะสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความคิดของเขาจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจ

3.การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) ผู้รับสารมักตีความข่าวสารตามความเข้าใจของตนหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อถือ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4.การเลือกจดจำ (Selective Retention) เมื่อบุคคลได้เลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ เลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังมีแนวโน้มในการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ และพยายามลืมในส่วนที่ต้องการจะลืมอีกด้วย เพราะไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

นอกจากปัจจัยในการเลือกเปิดรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือก รับสารของผู้รับสารอีกมากมาย ดังที่ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm : 1973.) ได้กล่าวไว้ดังนี้คือ

1.ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ เป็นต้น

แตกต่างกันไปประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2.การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารเนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวอีกอย่างหนึ่งด้วยจึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัย และรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3.ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกันจะให้ความสนใจต่อเนื้อหาข่าวสารแตกต่างกัน

4.การศึกษาและสถานภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคลและเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในทักษะด้านต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น และกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5.ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล โดยสภาพร่างกายในที่นี้หมายถึง สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ผู้รับสารที่มีอวัยวะของร่างกายครบถ้วนประสาทสัมผัสทุกอย่างทำงานได้ปกติย่อมอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่บกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส นอกจากนั้นสภาพร่างกายยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญาของคนอีกด้วย และมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน

6.บุคลิกภาพของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง

7.อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับ ถ้าผู้รับสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่นและมีสมาธิต่อข่าวนั้น สัมฤทธิผลของการสื่อสารจะมีมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น นอกจากนี้เราจะสังเกตได้อีกว่าอารมณ์ของผู้รับสารนั้นสามารถพิจารณาได้ทั้งความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารในขณะนั้นเองและความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้วเกี่ยวกับข่าวสารนั้นด้วย

8.ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือเป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป

ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent D.Ruben, 1993.) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารดังต่อไปนี้

1.ความต้องการ (Needs) เป็นความต้องการทั้งทางกายและใจทุกอย่างของมนุษย์ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของมนุษย์

2.ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Value) ทัศนคติ คือ ความชอบและความมีใจโน้มเอียงต่อเรื่องต่าง ๆ ค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไร ทั้งสองประการมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกข่าวสาร เลือกรับรู้ เลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ

3.เป้าหมาย (Goals) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4.ความสามารถ (Capability) ความสามารถของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะมีอิทธิพลต่อบุคคลในการเลือกรับสาร

5.การใช้ประโยชน์ (Utility) บุคคลจะให้ความสนใจต่อข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ เป็นการกระทำจากการเลือกโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเอาไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ

6.ลักษณะของพฤติกรรมและรสนิยมในการสื่อสาร (Communication Style)

7.สภาวะ (Context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารของบุคคล

8.ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะผู้รับสาร บุคคลจะพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสาร

เมื่อนำแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับข่าวสาร มาใช้เป็นกรอบในงานวิจัยชิ้นนี้ ก็จะช่วยทำให้มองเห็นได้ว่านิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครจะเลือกเปิดรับข่าวสารกีฬาจากสื่อมวลชนหรือสื่อวารสารสนเทศชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น อาทิ การอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การรับฟังวิทยุ การดูโทรทัศน์ หรือคอมพิวเตอร์ อินเตอร์เน็ต เป็นต้น จะต้องผ่านกระบวนการการเลือกรับข่าวสารใดบ้าง

4.ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสาร
(Information Seeking Theory)

การแสวงหาข่าวสารคือ กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศข้อมูลและข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตนทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงานและการเรียนรู้ พฤติกรรมเช่นนี้เริ่มขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการรู้ ศึกษาและวิเคราะห์เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง และพบว่าความรู้ที่ตนมีอยู่นั้นไม่เพียงพอ จึงต้องการความรู้เพิ่มเติม (Krikelas, 1983 : 5.)

แค็ทซ์ (Katz : 1974.) ได้ศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารของบุคคลดังนี้

1.มนุษย์จงใจแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2.การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3.สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้

4.มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ

5.มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

ในการแสวงหาข่าวสารของบุคคล แหล่งของข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นต่อการที่จะค้นหาข่าวสารที่ตนสนใจ เชนและเฮอร์นอน (Chen and Hernon, 1982 : 52-53.) ได้ศึกษาความต้องการของข่าวสารของประชาชนในนิวอิงแลนด์ และได้จัดกลุ่มแหล่งข่าวสารออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1.บุคคล ได้แก่ ความคิดและประสบการณ์ของตนเอง เพื่อนและญาติ เป็นต้น

2.สถาบัน ได้แก่ โรงเรียน ห้องสมุด หน่วยงานบริการสังคม เป็นต้น

3.สื่อ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อรูปแบบอื่น ๆ

แคล็ปเปอร์ (Klapper, 1960 : 19.) ได้สรุปว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อหรือเลือกใช้สื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติหรือความสนใจของตนเอง

กาญจนา แก้วเทพ (2541 : 187-189.) ได้ศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารและการได้รับข่าวสารของผู้รับสารสามารถแบ่งได้เป็น 2 มิติคือ

1.แบบแผนของสารสนเทศ (Information Pattern) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาสาระของข่าวสาร เช่น ประเภทของเนื้อหาที่ต้องการ อาทิ ต้องการติดตามข่าวสารกีฬา ก็สามารถเลือกใช้สื่อใหม่หรือสื่อดั้งเดิม รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์และสื่อคอมพิวเตอร์

2.แบบแผนของการใช้สื่อ (Usage Pattern) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับตัวสื่อประเภทต่าง ๆ โดยสังคมได้เปลี่ยนแปลงจากสภาวะที่ข่าวสารหายากและขาดแคลนมาสู่ยุคสมัยของข่าวสารที่ท่วมท้นในปัจจุบันนี้ภาพของกลุ่มผู้รับสารของสื่อประเภทต่าง ๆ ที่เรียกว่าเป็นสื่อของมวลชนไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์นั้น แท้จริงแล้วมวลชนเหล่านั้นมิใช่คนทุกกลุ่ม ทุกเพศทุกวัย ทุกฐานะ หากแต่เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีลักษณะเฉพาะ และบุคคลแต่ละกลุ่มนี้ต่างก็มีความต้องการใช้สื่อที่แตกต่างกันมีแบบแผนการใช้สื่อที่แตกต่างกันโดยกลุ่มผู้แสวงหาข่าวสารต่างมีระยะเวลาและขั้นตอนการรับสารแตกต่างกันไป เช่น คนใช้เวลากับสื่อใหม่มากขึ้นโดยลดเวลาที่ใช้กับสื่อเก่าให้น้อยลง หรือใช้เวลากับสื่อใหม่และสื่อเก่าเพิ่มขึ้นทั้งสองโดยเพิ่มเวลารวมที่ใช้กับสื่อทั้งหมด

ชาร์ลส์ แอตกิ้น (Charles Atkin : 1973.) ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้นคือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information)

และความบันเทิง (Entertainment)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1.การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (extrinsic uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง

2.การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (intrinsic uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (intrinsic desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ ที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (intrinsic desire) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว แอตกิ้นเรียกว่า "ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจในทันทีในเชิงการบริโภค" (immediate consummatory gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (extrinsic uncertainty) นั้น แอตกิ้นให้ชื่อว่า "ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ" (instrumental utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

โดยสรุปแล้วกล่าวได้ว่า ทฤษฎีการแสวงหาข่าวสารนี้สามารถใช้อธิบายในแง่การเลือกเปิดรับข่าวสารทีพาจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ หรือจากสื่อวารสารสนเทศของผู้รับสารที่มีลักษณะประชากรแตกต่างกัน ต่างก็มีการเปิดรับและการแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกันไป โดยเลือกแสวงหาข่าวสารเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อความรู้ ความบันเทิง รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล

5.ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
(Mass Media Exposure Theory)

โดมินิก (Dominick, op.cit., pp.49-56.) ได้จำแนกการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของประชาชนออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1.เพื่อการรับรู้ (cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการสารสนเทศ เพื่อ

สนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ก็คือ การที่มนุษย์ยอมรับว่า ตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลไกสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคมโดยการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ และ บันเทิง

2.เพื่อความเพลิดเพลิน (diversion) ทั้งนี้เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่าง กันออกไป เช่น

2.1การกระตุ้นอารมณ์ (stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น หรือความมันในอารมณ์ ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

2.2 การพักผ่อน (relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันลง อย่างไรก็ตาม งานอดิเรกก็อาจกล่าวได้ว่า เป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อนได้ เช่น การอ่านหนังสือ หรือการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.3การหย่อนอารมณ์ (emotional release) เป็นการเปิดรับสื่อ เพื่อแสวงหาความบันเทิงไม่ว่าในลักษณะใด ๆ เช่น ความตื่นเต้น หรือความเพ้อฝัน ทั้งนี้เพื่อแสวงหาการหย่อนอารมณ์โดยตรง มิใช่เนื่องจากสาเหตุของปัจจัยภายนอก

3.เพื่อประโยชน์ทางสังคม (social utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการสร้างความคุ้นเคย หรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นอรรถประโยชน์ทางสังคมในการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึง การยอมรับการสมาคมสังคม (prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

3.1การใช้ภาษาร่วมสมัย (convernsational currency) ผู้บริโภคอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ ๆ ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน อาทิ การติดตามกีฬาประเภทเดียวกัน การใช้ศัพท์แสลงเหมือนกัน หรือการมีรสนิยมที่คล้ายคลึงกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่น

3.2ความสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม (parasocial relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น ปัจเจกชนกลับยิ่งมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัด ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการการสมาคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรมดังกล่าว มนุษย์ยุคใหม่จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนมนุษย์ด้วยกัน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร ดังเช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ที่ประชาชนส่วนใหญ่อาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

4.การผละสังคม (withdrawal) มีลักษณะที่ตรงข้ามกับอรรถประโยชน์สังคม กล่าวคือ เป็นการเปิดรับสื่อ หรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือการสมาคม ตัวอย่างของการผละสังคม เช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จสิ้นเพื่อจะได้ไปรับชมโทรทัศน์ หรือการอ่านนิตยสารในรถไฟหรือเครื่องบินเพื่อหลีกเลี่ยงความรำคาญใจจากคนรอบข้าง การผละสังคมในระดับที่

รุนแรง อาจทำให้เกิดภาวะปฏิปักษ์ต่อสังคมได้ (antisocial) เช่น ก่อความรุนแรง เป็นต้น

การเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชน จึงแสดงให้เห็นถึงบทบาทผู้กระทำแทนการถูกกระทำในการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ทั้งนี้เพราะผู้รับสารในปัจจุบัน มีฐานะเป็นผู้เลือกรายการของสื่อมวลชนในแขนงต่าง ๆ ซึ่งมีอยู่หลากหลายและแข่งขันกันมากกว่าในอดีต

เมอร์ริล และโลเวนสไตน์ (Merril & Lowenstein, 1971 : 134-135.) ได้สรุปถึงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อ 4 ประการด้วยกันคือ

1.ความเหงา สื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2.ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้

3.ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตัวเองทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองเกิดความสะดวกสบายหรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้ในสิ่งเหล่านี้ได้

4.ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

6.ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการสนองความพึงพอใจต่อสื่อ
(Uses and Gratifications Approach)

ตามแนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลจะเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันไป เพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสภาพการณ์ทางสังคมของเขา ดังนั้นการบริโภคสื่อ ความต้องการข่าวสาร ข้อมูล จึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุล และทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ดังนั้นบุคคลจะเลือกใช้สื่อใด ก็มักจะพิจารณาว่าสิ่งที่จะได้รับจากสื่อนั้น ๆ จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดเป็นสำคัญด้วย ทั้งนี้การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นแตกต่างกันในหลายกรณี

สำหรับคำว่าความพึงพอใจนั้นใน Longman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่าหมายถึง ภาวะที่มีความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ ซึ่งก็คล้ายกับที่ แม็คคอมบ์และเบ็คเกอร์ (Mccombs and Becker) พยายามอธิบายไว้โดยกล่าวว่า คนเรา

มีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อ หรือเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป และเหตุนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้ หมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล

บลัมเลอร์ (Blumler : 1974.) ได้จำแนกชุดตัวแปรของความพึงพอใจ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1.เพื่อความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปของการใช้สื่อ เพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกหนีงานประจำ และเพื่อพักผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น

2.มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับคนในครอบครัว

3.เอกลักษณ์ปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น

4.เพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance)

แค็ทซ์ และคณะ (Katz and Others : 1973.) ได้สร้างมาตราวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้งสามนี้ได้แก่

ก. Mode คือลักษณะของความต้องการ เช่น

(1) ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น

(2) ต้องการให้ลดน้อยลง

(3) ต้องการให้ได้มา

ข. Connection คือจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

(1) การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้

(2) การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์

(3) การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ

(4) การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ค. Referent คือบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

(1) ตนเอง

(2) ครอบครัว

(3) เพื่อนฝูง

(4) ขนบประเพณี วัฒนธรรม สังคม

(5) โลกกว้าง

(6) สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้ Katz และคณะ (1973) ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ

(Needs) ของบุคคลขึ้น เป็นจำนวน 35 ข้อความ ชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้ดังนี้ คือ ก1 ข4 ค2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว ซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน ก2 ข4 ค1 คือความต้องการ ที่จะลดการติดต่อกับตนเองนั่นคือ ความต้องการจะหนีพ้น (escape) จากสภาวะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิงจะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

Katz และคณะ นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความ มาสร้างมาตราวัด (rating scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับ คือ ความต้องการแง่นี้ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก (4) ไม่สำคัญเลย

นอกจากนี้ Katz และคณะ ยังได้วัดระดับของความพอใจที่ผู้รับสารได้จากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือสร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตราวัดความพอใจ เช่น "โทรทัศน์" สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย นอกจากนี้ยังถามประกอบด้วยว่าถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

แม็คคอมบ์ และเบ็คเกอร์ (Mccombs and Becker : 1979.) กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจและความต้องการว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเองในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1.เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามและสังเกตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ข่าวทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่ควรจะรู้

2.เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชนจะทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้

3.เพื่อความต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุยหรือสนทนากับผู้อื่น

4.เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

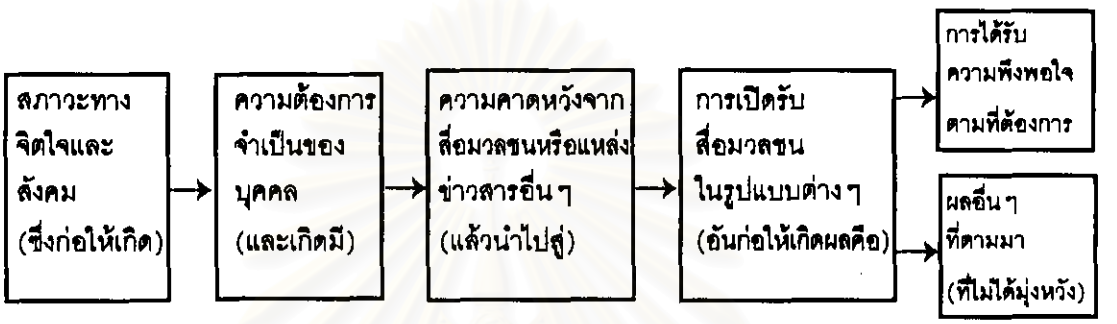
5.เพื่อเสริมความเห็นและสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement)

6.เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ตามที่กล่าวมา อาจแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้

แผนภาพที่ ๑

แบบจำลอง องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพึงพอใจ



(อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน" ในเอกสารชุดหลักและทฤษฎีการสื่อสาร. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช หน่วยที่ ๑๑ หน้า 635.)

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสาร บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จาก สื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

แม็คเควล (McQuail : 1975.) กล่าวว่า การที่บุคคลมีความต้องการที่จะเลือกรับสื่อหรือข่าวสารนั้น เป็นเพราะมีสาเหตุมาจากความคาดหวัง เพื่อแสวงหาความพึงพอใจ โดยได้รับอิทธิพลมาจากสภาพแวดล้อมในสังคมที่สร้างความต้องการดังกล่าวนั้นให้แก่บุคคลอย่างแน่นอน แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยหลายงานที่สนับสนุนความคิดเกี่ยวกับการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อมวลชนในลักษณะต่าง ๆ กันเช่น การแสวงหาความรู้จากรายการข่าว การเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงต่อปัญหาในชีวิตประจำวัน ความโดดเดี่ยว ความวิตกกังวล ความเครียด หรือเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตนเอง เพื่อแสวงหาข้อมูลในการสนทนากับบุคคลอื่นในสังคม

7.ทฤษฎีผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเยาวชน

"ผลกระทบ" เป็นขั้นตอนของกระบวนการสื่อสารที่สำคัญ ซึ่งเสนอโดย ลาสส์เวลล์

การที่ Lasswell เป็นนักสังคมวิทยาการเมืองด้วย ทำให้มีความตระหนักว่า การรับ-ส่งสาร มิใช่เป็นปรากฏการณ์เฉพาะผู้รับ-ผู้ส่งสารเท่านั้น เพราะอิทธิพลของสารสนเทศมิได้หายเข้าไปในตัวของผู้รับสาร แต่อาจส่งผลกระทบถัดมาได้ทั้งต่อบุคคล สังคม และสภาพแวดล้อม ผลกระทบดังกล่าวทำให้กระบวนการสื่อสารมีความหมายต่อระบบการเมือง เศรษฐกิจ การระหว่างประเทศ สังคม และวัฒนธรรม เพราะการดำเนินกิจการใด ๆ โดยเฉพาะในด้านวิเทโศบายแล้ว ย่อมต้องหวังผลหรือเป้าหมายเสมอ ผลกระทบของการสื่อสารอาจเกิดขึ้นในระยะใกล้หรือระยะไกล และในระยะสั้นหรือในระยะยาว เช่น รายการโทรทัศน์ที่มีความรุนแรง ที่มีไปถึงผู้รับสารอาจส่งผลกระทบในด้านทัศนคติและพฤติกรรมที่รุนแรงต่อมาได้ ทั้งในแง่ของปัจเจกชนและสังคม โดยมาจากผลกระทบอย่างชัดเจนจากรายการโทรทัศน์โดยตรง (เช่น พฤติกรรมการเลียนแบบ) หรือโดยทางอ้อมในลักษณะของภาพรวม ๆ ที่ปรากฏขึ้น

ผลกระทบของการสื่อสารต่อคนในสังคม อาจเกิดขึ้นได้จาก 4 ลักษณะคือ (อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสธนะเสถียร : 56-57.)

1.แรงเสริม (reinforce) หมายถึง การสื่อสารที่ช่วยตอกย้ำพฤติกรรม หรือนิสัยของผู้รับสารให้มั่นคงขึ้นกว่าเก่า เช่น เคยเชื่อว่าคนหน้าตาน่ากลัวเป็นคนชั่วร้าย ก็จะเชื่อเช่นนั้นต่อไป

2.แรงกระตุ้น (activate) หมายถึง การสื่อสารช่วยทำให้ผู้รับสารเกิดมานะที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือมีพฤติกรรมตามความคาดหวัง หรือความจำเป็นของตนหรือของสังคม

3.แรงสร้างสรรค์ (create) เป็นการสร้างพฤติกรรมต่อผู้รับสารในแนวทางใหม่ โดยไม่สนใจกับเงื่อนไขของสังคมและวัฒนธรรมเดิม

4.แรงเปลี่ยน (convert) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารแบบเดิมไปสู่รูปแบบใหม่ อย่างไรก็ตามนักวิชาการหลายคนเชื่อว่า แรงเปลี่ยนจากการสื่อสารสังคมนั้น เพียงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพียงชั่วคราวมากกว่าการเปลี่ยนแปลงที่ถาวร ทั้งนี้เนื่องจากการสื่อสารสังคม จะทำให้มนุษย์พัฒนา (เปลี่ยนแปลง) วิถีชีวิตต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง โดยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากรูปแบบหนึ่งไปยังอีกรูปแบบหนึ่งอยู่เสมอ

ฮอฟแลนด์ และคณะ (Hovland and Others : 1953.) ได้ศึกษาถึงผลของการสื่อสารในด้านการโน้มน้าวใจบุคคล โดยค้นพบว่า ท่าทีของบุคคล (response) อันเนื่องมาจากทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปนั้น เกิดจากสารสนเทศที่เป็นสิ่งเร้ามากระทบบุคคลภายใต้สิ่งแวดล้อมของบุคคล (context) ทำให้บุคคลสนใจ (attention) ในสารนั้น และนำสารนั้นมาใคร่ครวญ (comprehension) อย่างลึกซึ้งมากขึ้น เพื่อจะตัดสินต่อไปว่าจะยอมรับสาร (acceptance) นั้นต่อไปหรือไม่ หากเกิดการยอมรับก็จะส่งผลกระทบต่อบุคคลในด้านการรับรู้และทัศนคติ ซึ่งสื่อมวลชนเป็นทั้งผู้สร้างผลกระทบในฐานะที่เป็นทั้งแหล่งสารและสารสนเทศ กับเป็นภาพสะท้อนของสังคมที่สำคัญ

จะเห็นว่าผลกระทบเกิดขึ้นจาก 4 ลักษณะ สามารถให้ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับสังคมใน 2 ทาง ได้แก่

1.ผลกระทบเชิงปฏิปักษ์สังคม (antisocial) เป็นผลกระทบที่ส่งผลในเชิงลบต่อสังคม เป็นการมองโลกในแง่ร้ายที่เห็นว่าการสื่อสารสังคมและสื่อมวลชนมีส่วนสำคัญที่ทำให้พฤติกรรมของบุคคลทั่วไปเลวลง เช่น การผละหนีสังคม ทั้งนี้เนื่องมาจากการนำเสนอของสื่อมวลชน

2.ผลกระทบเชิงเสริมสังคม (prosocial) เป็นผลกระทบที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม ซึ่งตรงข้ามกับผลลัพธ์ในแบบแรก โดยการมองว่าสื่อมวลชนให้ประโยชน์ มิใช่ให้แต่ความเลวร้ายอย่างเดียวเสมอไป และเห็นว่าในภาพรวมแล้ว สื่อมวลชนให้คุณค่ามากกว่าให้โทษ เช่น การทำให้ผู้รับสารเกิดทักษะในด้านข่าวสาร ให้ความบันเทิงคลายเครียด และการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ ในการปรับใช้กับสังคม

นักวิชาการสื่อสารมีความสนใจในปัญหาของอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อผู้รับสารโดยทั่ว ๆ ไป และยังมุ่งความสนใจเป็นพิเศษไปยังผู้รับสารที่จำเป็นต้องได้รับการปกป้องจากอิทธิพลที่ไม่ดีจากสื่อมวลชน ได้แก่ ผู้รับสารที่เป็นเด็กและเยาวชน การศึกษาวิจัยเพื่อดูผลกระทบของสื่อมวลชนที่มีต่อเยาวชน ได้รับความสนใจอย่างมากเนื่องจากเยาวชนเป็นอนาคตของสังคม ทุกฝ่ายจึงมีความห่วงใย ใส่ใจ ที่จะให้มีการหลีกเลี่ยงผลในทางลบอันอาจเกิดขึ้นและนำมาซึ่งความเสียหายต่อประเทศชาติในอนาคต (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 58-61.)

ทฤษฎีผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเยาวชนก็เกิดขึ้นมาตามแนวคิดและมุมมองต่าง ๆ กันนั้น อาจแบ่งออกได้เป็นทฤษฎี 2 แนวด้วยกัน ดังนี้

1.ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory) เป็นทฤษฎีที่ยืมมาจากทฤษฎีทางจิตวิทยา ซึ่งมีความเชื่อเช่นเดียวกันกับทฤษฎีเข็มฉีดยา (Hypodemic needle Theory) ที่เชื่อในอิทธิพลจากภายนอกที่มีต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมอธิบายว่าในวัยเด็กมนุษย์มักจะเรียนรู้ความเป็นไปในโลกจากสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ที่เด็กได้เห็นจะทำให้เด็กจดจำและเลียนแบบพฤติกรรมนั้น ๆ ประสบการณ์ที่ได้รับผ่านทางสื่อมวลชนก็จะทำให้เด็กได้รับและจดจำเลียนแบบได้เช่นเดียวกัน

2.ทฤษฎีแรงกระตุ้น (Arousal Theory) เป็นแนวคิดที่เชื่อเช่นเดียวกันว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อผู้รับสารโดยเฉพาะเด็ก ทฤษฎีนี้เชื่อว่ามนุษย์มีภาคของพฤติกรรมต่าง ๆ อยู่ในตัวเองอยู่แล้วแต่การแสดงออกนั้นอาจไม่ได้มีทุกรูปแบบสื่อมวลชนช่วยกระตุ้นให้ผู้รับสารเห็นว่าพฤติกรรมเช่นนี้มีอยู่ได้ เกิดขึ้นได้ และในสถานการณ์ของชีวิตที่สอดคล้องกันกับที่เห็นในสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเลือกที่จะแสดงออกมาในลักษณะเดียวกับที่ได้เห็นมา

นอกจากนั้นยังมีทฤษฎีแรงเสริม (Reinforcement Theory) ที่สามารถชี้ให้เห็นผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเยาวชน โดย โจเซฟ แคลปเปอร์ (Klapper, J., 1960.) ได้กล่าวไว้ว่า เนื้อหาในสื่อมวลชนเป็นแรงเสริมต่อทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ ของบุคคลที่รับสารได้อีกทางหนึ่งด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ดังกล่าวจะเห็นได้ถึง อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อทัศนคติและค่านิยมของผู้รับสาร โดยการเสนอข้อมูล ข่าวสารกีฬา สามารถโน้มนำประชาชนในเรื่องของทัศนคติ และค่านิยมให้เปลี่ยนแปลงหรือคล้อยตามไปได้ ตัวอย่างเช่น ผู้เขียนบทความกีฬาในหนังสือพิมพ์กีฬาในปัจจุบันเป็นที่รู้จักและได้รับความเชื่อถือจากผู้อ่านเป็นอย่างมาก เช่น สาธิต กรีกุล (บิ๊กจ๊ะ) ธราวุธ นพจินดา (น้องหนู) ที่รับผิดชอบเขียนคอลัมน์ตอบจดหมายแฟนกีฬาทั้งในอดีตและปัจจุบัน สามารถที่จะชักนำให้ผู้อ่าน โดยเฉพาะเยาวชนหันมาสนใจกีฬากันมากขึ้น แต่สิ่งหนึ่งที่มีเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน คือ เนื้อหาที่ส่งเสริมการพนันในหนังสือพิมพ์กีฬา แม้ทางองค์กรผู้ผลิตหนังสือพิมพ์กีฬาจะไม่มีนโยบายสนับสนุนการพนันก็ตาม แต่เนื้อหาทางด้านการพนันที่เพิ่มมากขึ้นนี้ ก็ส่งผลให้เกิดการแพร่หลายของการเล่นพนันทายผลการแข่งขันกีฬา สังเกตได้จากผลการวิจัยของศูนย์วิจัย ธนาคารกสิกรไทย ที่วิจัยพบว่า ปัจจุบันการพนันเกี่ยวกับฟุตบอลต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมาก และสื่อหนึ่งที่เป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพนันก็คือ หนังสือพิมพ์กีฬา และเนื้อหาที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์กีฬานี้ ก็อาจส่งผลต่อทัศนคติและค่านิยมของผู้รับสารให้เปลี่ยนแปลงไปนิยมเล่นพนันทายผลการแข่งขันกีฬามากขึ้น ซึ่งจะส่งผลเสียต่อสังคมส่วนรวมได้ (ประพจน์ ณ บางช้าง : 173.)

สำนักข่าวเอเอฟพี (10 ส.ค.2542) ได้ตีพิมพ์บทสัมภาษณ์ของสารวัตร พิทยา เจริญพานิช ที่กล่าวไว้ว่า การนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์เกี่ยวกับการพนันฟุตบอลที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละวันเช่น ข่าวอัตราต่อรองราคาพูลฟุตบอลพรีเมียร์ ลีกของอังกฤษ ส่งผลกระทบและมีอิทธิพลที่ทำให้นักเรียน นิสิต นักศึกษาในประเทศไทยตัดสินใจเล่นการพนันฟุตบอลอย่างกว้างขวาง "เราคิดว่าการเล่นพนันฟุตบอลของประชาชนจะเพิ่มขึ้นมากในปีนี้นั่นเป็นเพราะผู้คนได้รับอิทธิพลจากการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆซึ่งนำเสนอข่าวราคาต่อรองเกี่ยวกับการพนัน"

จากตัวอย่างที่ยกมาจะเห็นได้ถึงผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสารโดยเฉพาะเยาวชน แต่ก็ยังไม่มีการวิจัยที่ชัดเจนลงไปว่า เยาวชนเปิดรับข่าวสารกีฬาจากสื่อวารสารลนเทศโดยนำไปใช้ประโยชน์ในทางบวก เช่น เพื่อความบันเทิง และการใช้ประโยชน์ในทางลบ เช่น นำข้อมูลไปใช้ประกอบในการเล่นพนัน เป็นต้น เพราะฉะนั้นการนำทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเยาวชนมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากในการศึกษาต่อไป

จะเห็นได้ว่าพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อ การแสวงหาข่าวสารจากสื่อต่างๆ รวมถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร การรับรู้ประโยชน์ของสื่อ และผลกระทบของสื่อมวลชนต่อเยาวชน ซึ่งมีลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน มีความสนใจต่างกัน มีเป้าหมายการเปิดรับสื่อต่างกัน

8.แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

ผู้รับสารในการวิจัยครั้งนี้คือ นิสิตนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครแต่ละคนนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม และจากลักษณะที่แตกต่างกันของประชาชนทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป ดังต่อไปนี้

1.อายุ

นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในความคิดและพฤติกรรม โดยลักษณะการใช้สื่อมวลชนของประชากรในกลุ่มเด็กและวัยรุ่นนั้นมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารเพื่อความบันเทิงมากกว่าแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ นีลเซ่น (Nielsen : 1974. อ้างถึงในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 67-68.) ได้ทำการสำรวจพบว่า ในหมู่วัยรุ่นและหนุ่มสาว ให้เวลากับการอ่านหนังสือพิมพ์ไม่สูงเท่ากับเวลาที่ให้กับการชมโทรทัศน์ และนิตยสาร ยังคงเป็นสื่อที่วัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวสนใจและเปิดรับมากกว่าวัยอื่น ๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่ช่วยให้ผู้รับสารในวัยรุ่นสร้างความคิดและแสวงหาแบบแผนการดำเนินชีวิตได้มากกว่าสื่ออย่างอื่น

2.เพศ

จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาท และกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน โดยพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากดูโทรทัศน์เพศชาย จะนิยมดูรายการข่าวและกีฬา (ปรมะ สตะเวทิน, 2533.)

3.การศึกษา

มีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องชี้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะสนใจในข่าวสารที่กว้างขวาง แต่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีเหตุผลสนับสนุน หรือมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ และอื่น ๆ (ขนิษฐา สง่าวงศ์วิจิตร, 2540 : 31.)

ลิงค์ และฮอพฟ์ (Link and Hopf : 1946.) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารในขณะที่สังคมอเมริกันเพิ่งจะเริ่มมีการใช้วิทยุและโทรทัศน์อย่างแพร่หลาย พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงจะใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย แต่บรรดาผู้ที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา (ระดับปริญญาตรี) ฟังวิทยุน้อยกว่ากลุ่มผู้ที่ไม่ได้เข้าเรียนในระดับนั้น

คอมสต๊อก และคณะ (Comstock and Others : 1978.) อธิบายว่า การเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและระดับของการศึกษามีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเปิดรับข่าวและเรื่อง ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน และยังมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหา

ด้านบันเทิงจากสื่อ

4.ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (รายได้ตนเอง และพื้นฐานอาชีพของครอบครัว) ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน แม็คเนลลี่ และคณะ (Mcnelly and Others, 1968 อ้างถึงใน ขนิษฐา สง่าวงศ์วิจิตร : 32.) พบว่า คนที่มีฐานะดี และการศึกษาสูงจะรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด

รายได้เป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล มีบทบาทใกล้เคียงกันกับตัวแปรด้านการศึกษาเนื่องจากเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันสูงมากโดยเฉลี่ยแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะมีรายได้สูงตามไปด้วย จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่ต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ คนที่มีรายได้สูง มักจะมีการเลือกใช้สื่อหลายประเภทมากขึ้น เนื่องจากการใช้สื่อในระบบสังคมของเรา จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้มีรายได้สูงย่อมมีอำนาจการซื้อสูงกว่าการเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับสารกลุ่มนี้มากกว่า และพื้นฐานอาชีพของครอบครัวก็มีความสัมพันธ์กับรายได้ตนเองของบุคคลนั้น ๆ และยังเป็นตัวแปรที่กำหนดรูปแบบการเลือกใช้สื่อของบุคคลอีกด้วย (กาญจนา แก้วเทพ, 2541 : 183.)

อย่างไรก็ตามนักวิชาการสื่อสารกล่าวว่า ผู้รับสารที่มีความเหมือนหรือใกล้เคียงกันในเรื่องของคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการสื่อสารหรืออิทธิพลของสื่อต่อกลุ่มผู้รับสารที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์เหมือนกันแล้ว นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มมีความสนใจในความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ของผู้รับสารในกลุ่มประชากรเดียวกันด้วยกล่าวคือ แม้คุณสมบัติที่มองเห็นจากภายนอกของกลุ่มผู้รับสารจะใกล้เคียงกัน แต่โครงสร้างภายใน (Internal Structure) อาจจะแตกต่างกัน โครงสร้างภายในที่แตกต่างกันนี้อาจเป็นผลโดยตรงมาจากอิทธิพลของสื่อมวลชน หรืออิทธิพลทางอ้อมของสื่อมวลชนก็ได้การเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันของผู้รับสารอาจเป็นผลมาจากความแตกต่างกันของโครงสร้างภายในของผู้รับสารก็ได้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 49.)

ตามแนวทฤษฎีประชากรศาสตร์สามารถใช้หลักของการอธิบายพฤติกรรม การเปิดรับสารของผู้รับสารว่าเป็นแรงบังคับจากภายนอก เช่น อิทธิพลโดยตรงหรืออิทธิพลทางอ้อมของสื่อมวลชน ส่วนองค์ประกอบด้านอื่น ๆ ที่มาจากโครงสร้างภายในของผู้รับสาร ได้แก่ ลักษณะทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ตลอดจนรสนิยมของผู้บริโภค ซึ่งน่าจะมีบทบาทเป็นอย่างยิ่งต่อการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน ทั้งในแง่ของประเภทของสื่อมวลชนและเนื้อหาที่เสนอในสื่อ เช่น คนที่มีรสนิยมต่างกัน อาจเลือกเปิดรับสื่อต่างประเภท

กล่าวโดยสรุปปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสื่อมวลชน มีดังนี้คือ (ขนิษฐา สง่าวงศ์วิจิตร : 32.)

1.ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดว่า คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลมากมาย ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งจะส่งผลกระทบถึงบุคลิกภาพ ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้ และการจูงใจต่างกัน

2.ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเราจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในด้านความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3.ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เรื่องลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร และการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะค้นหาความจริงที่ว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของผู้รับสาร คือ เพศ ลักษณะการศึกษา รายได้ตนเอง และพื้นฐานอาชีพของครอบครัวที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกีฬาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกันหรือไม่ และอย่างไร

9.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บังอร พีรพัฒน์ (2516) ทำการวิจัยเรื่อง "ความนิยมของเด็กวัยรุ่นต่อโปรแกรมการศึกษาทางโทรทัศน์" พบว่า รายการข่าวที่วัยรุ่นชายชอบมากคือ ข่าวกีฬา ข่าววิทยาศาสตร์ วัยรุ่นหญิงชอบข่าวต่างประเทศ และข่าววิทยาศาสตร์ สำหรับในด้านเกี่ยวกับความสนใจกีฬาของเยาวชน มีผู้สนใจดังต่อไปนี้ ฟุตบอล ร้อยละ 61.2 บาสเกตบอลร้อยละ 49.9 และว่ายน้ำ ร้อยละ 45.4 โดยสาเหตุของความสนใจกีฬาของเยาวชน ผลการวิจัยพบว่า เพื่อความสนุกสนาน ร้อยละ 28.1 เป็นกีฬาที่ถนัดร้อยละ 22.7 และผลการทดสอบความแตกต่างของเยาวชนชายและหญิงในการเปิดรับข่าวสารทางด้านการกีฬาที่แพร่ภาพทางวิทยุ โทรทัศน์ พบว่า เยาวชนชายและหญิงเปิดรับข่าวสารทางด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางวิทยุ โทรทัศน์มีความแตกต่างที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P < 0.001$) คือ ชายมีการเปิดรับข่าวสารทางด้านกีฬามากกว่าหญิง และผลการทดสอบความแตกต่างในด้านอายุของเยาวชนในการเปิดรับข่าวสารทางด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางวิทยุ โทรทัศน์พบว่า เยาวชนที่มีอายุต่างกันเปิดรับข่าวสารทางด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางวิทยุ โทรทัศน์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($P > 0.005$) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าการเผยแพร่ข่าวสารทางด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางวิทยุ โทรทัศน์นั้น ส่วนใหญ่เป็นกีฬาที่ผู้ชายเล่นมากกว่าหญิง เช่น ฟุตบอล มวย แข่งรถ และรายการที่เกี่ยวกับกีฬาที่แพร่ภาพทางวิทยุ โทรทัศน์ที่เยาวชนสนใจมากๆ เช่น ข่าวกีฬาประจำวัน, เจาะสนาม เป็นต้น

กมลวรรณ โลห์สิวานนท์ (2534) ทำการวิจัยเรื่อง "ความรุนแรงในข่าวโทรทัศน์กับทัศนคติความรุนแรงของนักเรียนระดับมัธยมปลาย" โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความรุนแรงในข่าวโทรทัศน์กับทัศนคติ ความรุนแรงของนักเรียนระดับมัธยมปลาย พบว่า นักเรียนดูข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำไม่แน่นอน และชอบดูข่าวประเภทศิลปะ วัฒนธรรม บันเทิง ข่าวกีฬา ข่าวต่างประเทศผ่านดาวเทียม

กองนโยบายและแผนงานการกีฬาแห่งประเทศไทย (2538) ได้รายงานผลการวิจัยเรื่อง "การสำรวจการเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกาย เล่นกีฬา และดูกีฬาของประชากรในประเทศไทย พ.ศ.2538" โดยการสุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์หัวหน้าครัวเรือนหรือสมาชิกครัวเรือนจำนวนทั้งสิ้น 25,000 ครัวเรือนทั่วประเทศในช่วงเดือนพฤษภาคม-มิถุนายน 2538 ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ความสนใจเกี่ยวกับการติดตามดูกีฬาและการติดตามข่าวสารกีฬา พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 78.9 ส่วนใหญ่ดูกีฬา ดังนี้ ดูไม่แน่นอนร้อยละ 35.4, ดูกีฬาทุกวันร้อยละ 19.6, ดูกีฬา 2 วันต่อสัปดาห์ร้อยละ 12.9 และประเภทกีฬาที่กลุ่มตัวอย่างที่เล่นกีฬานิยมดูมากที่สุด ได้แก่ ฟุตบอล มวยไทย เทนนิส วอลเลย์บอล และบาสเกตบอล ส่วนการติดตามข่าวสารกีฬา มีการติดตามเป็นประจำร้อยละ 25.3, ติดตามเป็นครั้งคราวร้อยละ 65.9 และไม่ติดตามเลยร้อยละ 8.8 รวมถึงพบว่าสื่อมวลชนที่กลุ่มตัวอย่างที่เล่นกีฬาและไม่เล่นกีฬาเปิดรับข่าวสารกีฬามากที่สุดได้แก่ สื่อโทรทัศน์ร้อยละ 90.3 และสื่อหนังสือพิมพ์ร้อยละ 5

ชลพรรษ์ ธัมสัตยา (2539) ทำการวิจัยเรื่อง "การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ (วิทยุติดตามตัว)" โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงความต้องการและลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวจากสื่อเพจเจอร์ของผู้รับข้อความข่าวในกลุ่มตัวอย่างประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่รับข้อความข่าวผ่านสื่อเพจเจอร์ยี่ห้อแพ็คลิ้งค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามข่าวกีฬาจากสื่อต่างๆ คือ โทรทัศน์ร้อยละ 82.3 หนังสือพิมพ์ร้อยละ 57.3 เพจเจอร์ร้อยละ 50.7 วิทยุร้อยละ 32.7 นิตยสารร้อยละ 12.3 และอินเตอร์เน็ตร้อยละ 0.7 ส่วนผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าวกีฬาคิดเป็นร้อยละ 3.7

พนิต เงางาม (2541) ได้ทำงานวิจัยเรื่อง "การพึ่งพาข่าวสารทางสื่อสิ่งพิมพ์ของคนหูหนวก" ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของสมาคมคนหูหนวกแห่งประเทศไทยจำนวน 222 คน สนใจอ่านเนื้อหาประเภทกีฬาและบันเทิงมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยของการอ่านคอลัมน์ต่างๆ ในหนังสือพิมพ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อ่านหน้ากีฬามากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.64 รองลงไปคือ หน้าบันเทิง หน้าหนึ่ง และเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ตามลำดับ ผู้ที่มีอายุ 20 ปีและต่ำกว่ามีปริมาณการอ่านคอลัมน์ต่างๆ ในหนังสือพิมพ์มากกว่าช่วงวัยอื่นๆ โดยมีค่าเฉลี่ยระดับปานกลาง 2.86 ในจำนวนนี้อ่านหน้ากีฬามากที่สุดมีค่าเฉลี่ยระดับมาก 3.67 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี อ่านหน้ากีฬามากที่สุด รองลงมาคือหน้าบันเทิง และยังพบอีกว่า คนหูหนวกจะเลือกอ่านนิตยสารเกี่ยวกับกีฬามากที่สุด รองลงไปคือ ดารา บันเทิง (ดาราภาพยนตร์หรือทีวีพูล) ส่วนนิตยสาร

กีฬาที่คนหนุ่มนิยมอ่านคือ สตาร์ซอคเก้อร์

บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้สำรวจพฤติกรรมการชมโฆษณาของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงการแข่งขันกีฬาเอเชี่ยนเกมส์ ครั้งที่ 13 ในช่วงวันที่ 8-13 ธันวาคม 2541 จำนวน 1,042 คน ประกอบด้วยนักเรียน นักศึกษาร้อยละ 17 ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 17.8 ผู้ประกอบกิจการส่วนตัวร้อยละ 16.3 พนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 21.3 บรรดาแม่บ้านร้อยละ 10.6 และลูกจ้างร้อยละ 14.2 พบว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุด เนื่องจากมีการรายงานข่าวและถ่ายทอดสดตลอดทั้งวันตามสถานีช่องต่างๆ สื่อที่ได้รับความนิยมรองลงมาก็คือ สื่อหนังสือพิมพ์รายวัน หนังสือพิมพ์และนิตยสารกีฬาที่มีการวิเคราะห์เกมการแข่งขันแต่ละนัดจากผู้เชี่ยวชาญด้านการกีฬาของไทย จากการสำรวจยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกชมกีฬาตามประเภทที่ตนเองให้ความสนใจถึงร้อยละ 54.9 และเลือกชมตามวัน เวลาที่สะดวกร้อยละ 18.3 และมีกลุ่มที่นิยมชมชอบกีฬาหลายๆ ประเภทและติดตามชมทุกนัดที่มีการถ่ายทอดถึงร้อยละ 27.6 สำหรับกีฬาที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจมากที่สุดเรียงตามลำดับคือ ฟุตบอล ว่ายน้ำ ยิมนาสติก มวยสากล และบาสเกตบอล

จากงานวิจัยต่างๆ ที่นำมากล่าวไว้ข้างต้น โดยทั่วไปแล้วพบว่า เด็กวัยรุ่นนิยมติดตามข่าวกีฬามากกว่าข่าวสารประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะวัยรุ่นชายมีความสนใจในข่าวกีฬามากกว่าวัยรุ่นหญิง ซึ่งประเภทกีฬาที่เยาวชนนิยมมากที่สุดคือ ฟุตบอล รองลงมาก็เป็นกีฬาต่างๆ ได้แก่ มวยไทย บาสเก็ตบอล เทนนิส วอลเลย์บอล ว่ายน้ำ ยิมนาสติก โดยเหตุผลที่ติดตามข่าวกีฬาเพราะต้องการได้รับความสนุกสนาน เป็นกีฬาที่ตนเองถนัดและให้ความสนใจ รวมถึงเลือกเปิดรับตามวัน เวลาที่สะดวก ด้วยการเปิดรับข่าวสารทางด้านกีฬาที่แพร่ภาพทางโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนสื่ออื่นๆ ที่วัยรุ่นเลือกติดตาม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ เพจเจอร์ วิทยุ นิตยสาร อินเตอร์เน็ต ซึ่งมีส่วนน้อยที่ไม่เปิดรับและสนใจข่าวกีฬา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย