



ด้านครุศาสตร์ถึงระดับปริญญาตรี พร้อมกับได้เปิดรับนักศึกษาปริญญาตรีในสาขาวิชาอื่น ๆ เพิ่มขึ้น พ.ศ.2535 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานชื่อ “สถาบันราชภัฏ” แทนวิทยาลัยครูทั่วประเทศ พ.ศ.2538 ได้มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ.2538 ให้วิทยาลัยครูธนบุรี จึงเปลี่ยนชื่อเป็น “สถาบันราชภัฏธนบุรี” สังกัดสำนักงานสภาพัฒนาการศึกษาระดับปริญญาตรี และ พ.ศ.2547 สถาบันราชภัฏธนบุรีได้ปรับเปลี่ยนเป็น “มหาวิทยาลัย” ตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ.2547 เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ.2547 ชื่อว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี” (กองนโยบายและแผน, 2556)

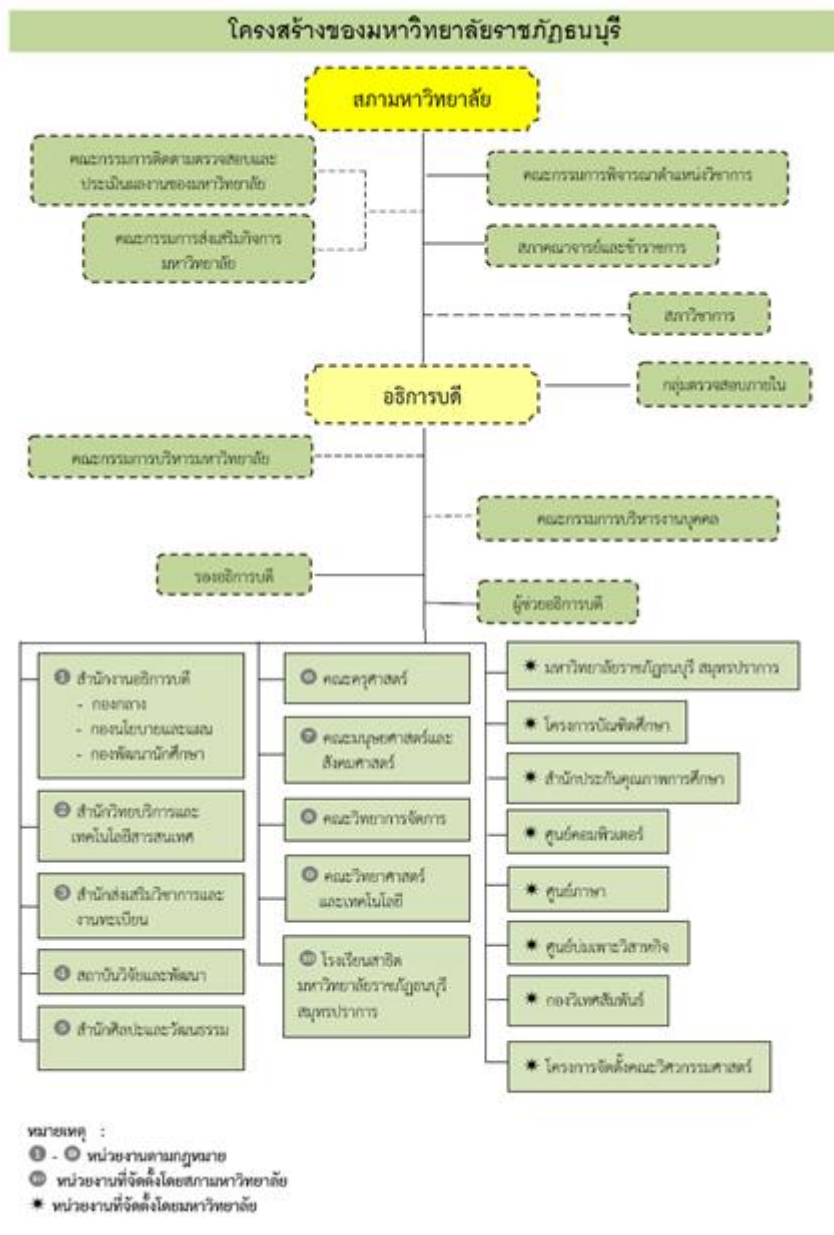
มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ มีภาระหน้าที่หลักในการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เน้นคุณภาพและประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นและประเทศชาติ มุ่งมั่นจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความองอาจทางปัญญา แสวงหาความรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณภาพ และเป็นนักวิชาชีพที่ดิริรวมทั้งได้พัฒนาและส่งเสริมการวิจัยให้เป็นเครื่องมือสำคัญในการเรียนรู้ การสร้างองค์ความรู้และการพัฒนางานในหน้าที่ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและให้บริการทางวิชาการเพื่อร่วมพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้าและเกิดความมั่นคงยั่งยืนสมกับบทบาทของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ปัจจุบันมีการจัดการเรียนการสอนในระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท ทั้งในภาคปกติและภาคพิเศษ

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่จำกัดเพียง 5 ไร่ 3 งาน 58 ตารางวา จึงไม่สามารถขยายอาคารเรียนให้เพียงพอับความต้องการทางการศึกษาและภารกิจของมหาวิทยาลัยได้ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มีความจำเป็นจะต้องขยายวิทยาเขตในการจัดการศึกษามายังจังหวัดสมุทรปราการ ด้วยสาเหตุต่อไปนี้

1. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่จำกัดเพียง 5 ไร่ 3 งาน 58 ตารางวา จึงไม่สามารถขยายอาคารเรียนให้เพียงพอับความต้องการทางการศึกษาและภารกิจของมหาวิทยาลัยได้
2. จังหวัดสมุทรปราการ ได้รับการกำหนดจากกรมการฝึกหัดครูให้เป็นเขตพื้นที่ให้บริการทางการศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีมาแต่เดิม เป็นระยะเวลาอันยาวนานไม่น้อยกว่า 20 ปี

ดังนั้นในสมัยที่ รศ.ดร.วิชัย เทียนน้อย เป็นอธิการบดี ได้ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อจัดหาที่ดินในการจัดตั้งเป็นวิทยาเขตและในที่สุดได้รับอนุญาตจากกรมธนารักษ์ กระทรวงการคลัง เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2544 ให้ใช้ที่ราชพัสดุจำนวน 268 ไร่ 1 งาน 40 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ซอยเทศบาลบางปู 119 ถนนสุขุมวิท ตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อจัดตั้งเป็นศูนย์อุดมศึกษาสมุทรปราการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยมีวัตถุประสงค์จะให้ เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐประจำจังหวัดสมุทรปราการ และเป็นวิทยาเขตของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี แต่เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลในขณะนั้น ห้ามมิให้มีการจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นในส่วนราชการ ดังนั้น ศูนย์อุดมศึกษาสมุทรปราการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จึงใช้ชื่อว่า “มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ” จากนั้นมหาวิทยาลัยฯ จึงได้จัดทำผังแม่บททางกายภาพ (Master Plan) และดำเนินการเปิดสอนในปีการศึกษา 2548 เป็นต้นมา

การแบ่งโครงสร้างมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มีการแบ่งหน่วยงานออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) หน่วยงานที่มีการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ คณะต่างๆ และมีโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งโดยสภามหาวิทยาลัย และ 2) หน่วยงานที่ไม่ได้จัดการเรียนการสอน ได้แก่ หน่วยงานสายสนับสนุนวิชาการ ได้แก่ สำนักงานอธิการบดี สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักศิลปะและวัฒนธรรม และสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่ได้มาตรฐานสากล บริการวิชาการแก่สังคม ชำรงศิลปวัฒนธรรม เชื่อมโยงการวิจัยสู่การพัฒนาท้องถิ่น



ที่มา : กองนโยบายและแผน, 2556

**แนวคิดข่าวการเมืองและผู้รับสาร**

ข่าวการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้รับสาร เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ เมื่อรับรู้ข่าวสารที่มีประโยชน์ก็สามารถทำให้เปิดโลกทัศน์ของบุคคลนั้น ๆ ได้ ในสังคมที่พัฒนาแล้ว ต้องอาศัยข่าวสาร และผู้รับสารก็ต้องเลือกรับสารที่มีคุณภาพด้วย

## ข่าว

ข่าวในความหมายอย่างกว้างๆ หมายถึง สิ่งใหม่ ข้อมูลใหม่เนื้อหาสาระประโยชน์แต่ยังไม่เป็นที่รู้จัก สิ่งใหม่ที่มีเนื้อหาสาระและประโยชน์ที่แตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของกองทัพ การศึกษา สาธารณสุข ศาสนา เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การปกครอง ข่าวในความหมายเชิงวารสารศาสตร์ มีหลายบุคคลได้ให้คำจำกัดความไว้ดังต่อไปนี้

McLeish (1999, p.82) ให้ความหมายของคำว่า ข่าว คือ สิ่งใหม่ น่าสนใจและเป็นจริง หรือ เหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือเรื่องราวที่เป็นความลับหน้าต่อจากเหตุการณ์ต่างๆ มีผลกระทบต่อประชาชนในวงกว้างเป็นจริง

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525, หน้า 142) ให้ความหมายของคำว่า ข่าว คือ คำบอกเล่าเรื่องราว ซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นใหม่หรือเป็นที่น่าสนใจ คำบอกกล่าว คำเล่าลือ

พัชนี เศษจรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ (2538, หน้า 87) ให้ความหมายของคำว่า ข่าว คือ การรายงานบางสิ่งบางอย่างที่ใหม่ และเป็นที่น่าสนใจของผู้รับสาร เฉพาะกลุ่ม อาจเป็นเรื่องระดับโลก ระดับชาติ หรือมีข้อจำกัดโดยสภาพ ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจหรือเรื่องอื่นๆ อีก

## ข่าวการเมือง

ข่าวการเมือง (political news) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ของประเทศที่มีอำนาจธิปไตยเป็นพลเมือง โดยมอบอำนาจให้รัฐบาลทำหน้าที่ในการบริหารประเทศทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น อาจเกี่ยวกับกิจการระหว่างประเทศ เศรษฐกิจการคลัง การเกษตร การศึกษา การสื่อสารมวลชน และโทรคมนาคมเพื่อทำให้คนในสังคมอยู่อย่างมีความสุข การเมืองจึงเป็นทุกอย่างที่คนในประชาคมต้องสนใจ และช่วยกันรักษาสีทิวทัศน์ประโยชน์ ประเด็นสำคัญทางการเมืองต้องมองไปที่ผู้นำทางการเมือง และพรรคการเมืองจะไปสู่อำนาจและการใช้อำนาจ เพื่อเหตุผลในการปกครองประเทศ ประชาชนขาดอำนาจทำให้ไม่มีบทบาทในการควบคุมการใช้อำนาจของรัฐบาล ซึ่งในทางปฏิบัติรัฐบาลจะต้องเกรงกลัวอำนาจจากประชาชน (พิศิษฐ์ ชวลาธวัช, 2543, หน้า 114)

กิจกรรมทางการเมืองและการปกครองระดับท้องถิ่นหรือระดับชาติ ซึ่งก่อให้เกิดความสนใจอย่างกว้างขวาง และสิ่งใดก็ตามที่เกิดผลกระทบต่อประชาชนย่อมเป็นข่าวทั้งสิ้น เช่น ข่าวความเคลื่อนไหวในการเลือกตั้ง อบต. การโยกย้ายข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ในกระทรวงมหาดไทย ข่าวนโยบายการก่อสร้างสาธารณูปโภคระดับชาติ เช่น ศูนย์การค้า โครงการบ้านพักอาศัยราคาถูก โครงการก่อสร้างถนน รถไฟ สนามบิน และเขื่อน (ธีรารักษ์ โปธิสุวรรณ, 2542, หน้า 29)

### สื่อมวลชนในฐานะเครื่องมือของการเมือง

การเมืองในสมัยใหม่จะประสบความสำเร็จต้องตั้งอยู่บนหลักประชาธิปไตยและได้รับการสนับสนุนของมติสาธารณะหรือมติของคนหมู่มาก ซึ่งจำเป็นต้องใช้การสื่อสารในการสร้างล่อหลอมหรือปลุกมติสาธารณะ หรือมติของคนหมู่มากให้โน้มเอียงไปในหลัก หรืออุดมการณ์ทางการเมืองที่พึงประสงค์ อุดมการณ์ทางการเมืองที่ใช้ในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้สิทธิทางการเมืองเป็นที่เลื่อมใสศรัทธาในหมู่ประชาชนจำนวนมาก สื่อมวลชนในฐานะการเมือง จะทำหน้าที่ดังนี้ (พิศิษฐ์ ชวลาธวัช, 2543, หน้า 115-117)

1. การถ่ายทอดข่าวสารและความรู้ทางการเมือง โดยผ่านสื่อบุคคล สื่อมวลชน สื่อประเพณี (traditional media) หรือสื่อผสม บอกล่า บอกล่อการกล่าวถึง
2. การจัดระเบียบวาระ (agenda-setting) เกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่ควรนำมาถกเถียงกัน การจัดระเบียบวาระนี้จะทำให้เบนความสนใจของผู้รับสารได้ ในขณะที่ผู้รับสารโดยทั่วไป มักจะให้ความสนใจกับเรื่องราวที่ตนชอบหรือประเด็นปัญหาที่ตื่นเต็นในชีวิตประจำวัน สื่อมวลชนก็สามารถเสนอประเด็นปัญหาใหม่ๆ เพื่อดึงดูดให้ประชาชนมาสนใจ ในเรื่อง que สื่อมวลชนให้น้ำหนักแก่เรื่องใดมาก ประชาชนก็จะให้ความสนใจตามไปด้วย ด้วยเหตุนี้ ผู้ดำเนินการเมืองอาจจะใช้สื่อมวลชนทั่วไปหรือของตนเองเป็นเครื่องมือในการยกประเด็นประจำวันที่เป็นผลดีต่อกลุ่มตนเองและเป็นผลเสียต่อกลุ่มอื่น
3. การเผยแพร่ปลูกฝังความเชื่อทางการเมือง (propagation and cultivation of political beliefs) ทำได้โดยการสื่อสารประเภทชักจูงใจ และประเภทปราม หรือทำให้เกรงกลัว (dissuasive) การสื่อสารประเภทชักจูงใจเป็นที่รู้จักกันดี เพราะใช้กันอย่างแพร่หลายในการพูด และการใช้โฆษณา

ประชาสัมพันธ์ การรณรงค์หาเสียงก็มักจะพูดให้ฝ่ายตรงข้ามเกรงกลัว เพื่อจะได้ไม่ไปลงคะแนนให้กับพรรคอื่น การสื่อสารประเภทนี้มักแทรกสลับกับการชักชวนจนแทบแยกไม่ออก

4. การพัฒนาด้านการเมือง กระบวนการพัฒนาที่สมบูรณ์ย่อมจะต้องมีการพัฒนาการเมืองอยู่ด้วย มิใช่มีแต่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แต่การพัฒนาการเมืองไปสู่ระบอบประชาธิปไตย ย่อมหมายถึง การให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน รวมทั้งการชักชวน โน้มน้าวให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทางการเมืองต่างๆ เช่น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้แทนราษฎร การสมัครเป็น ผู้แทนราษฎรในองค์การการเมืองระดับชาติหรือระดับท้องถิ่น

### ความเชื่อ ทักษคติ ความคิดเห็น

ในแนวทางจิตวิทยาและทางการสื่อสาร มีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งก็มีการนิยามคำว่า ทักษคติ ที่แตกต่างกันออกไป ความหมายของคำว่า ทักษคติ ที่นิยมใช้กันเป็นอย่างมากที่สุด ซึ่งมีองค์รวมประกอบทางความรู้สึก ทางอารมณ์ ความนึกคิดเข้าด้วยกัน ฉะนั้น ทักษคติจึงเป็นกลุ่มของ องค์ประกอบที่มีการผสมผสานกันอย่างต่อเนื่องต่อวัตถุทางสังคม องค์ประกอบนี้รวมทั้งความเชื่อ และการประเมินค่า (องค์ประกอบทางความคิด) ความรู้สึกและอารมณ์ (องค์ประกอบทางอารมณ์และความรู้สึก) และความเตรียมพร้อมทางพฤติกรรม (องค์ประกอบทางพฤติกรรม)

ความคิดเห็น คือ ผลของทักษคติของบุคคลในสภาพการณ์บางอย่างรอบตัว ซึ่งจะจัดเรียง ทักษคติของตนเองตามลำดับความสำคัญเมื่อบุคคลพูดหรือเขียน บุคคลนั้นกำลังแสดงลำดับขั้นของ ทักษคติตนเอง กล่าวคือ บุคคลกำลังให้ความคิดเห็น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในสภาพแวดล้อม ภายนอก การเปลี่ยนแปลงนี้จะเกิดขึ้นในลำดับขั้นของทักษคติด้วย แม้ว่าความหมายคำว่า ทักษคติและ ความคิดเห็น จะไม่คลุมเครือมากเช่นในอดีต แต่ก็ควรมีการจำกัดความเสียใหม่ โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ทักษคติ และความเชื่อ เนื่องจากคำเหล่านี้ยังหาความหมายที่แน่นอนตายตัวไม่ได้ (พัชนี เชมจรรรยา,เมตตา วิวัฒนานุกูลและถิรนนท์อนวัชศิริวงศ์, 2538, หน้า 123-127)

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงการตอบสนองของมนุษย์ที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์การบริการ และการตลาด โดยผู้บริโภคถือเป็นปัจจัยหลักในการตลาดและการทำธุรกิจเพราะการเข้าใจผู้บริโภค

จะทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยสร้างแผนการตลาดและกลยุทธ์ที่สนับสนุนได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมั่นคง

การตอบสนองของผู้บริโภคนั้นแบ่งได้เป็น 3 ประการ คือ (เสรี วงษ์มณฑา, 2540, หน้า 36)

1. การตอบสนองด้านอารมณ์ (affective response) เป็นความรู้สึกและอารมณ์ที่รับประสบการณ์จากการอ่าน การได้ยิน การคิดถึงการใช่และการจับจ่ายที่มาจากผลิตภัณฑ์
2. การตอบสนองด้านการรู้คิด (cognitive response) เป็นความเชื่อ ความคิดเห็นทัศนคติและความตั้งใจที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ
3. การตอบสนองด้านพฤติกรรม (behavioral response) เป็นการตัดสินใจที่เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ได้แก่ การได้รับมา การใช้ และการจับจ่ายสินค้าและบริการ

การตอบสนองทั้งสามประการข้างต้นอยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัย 3 ประการ คือ ตัวแปรทางด้านบุคคล (person variables) ตัวแปรทางด้านสถานการณ์ (situational variables) และตัวแปร การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสถานการณ์ (person-by-situational interactions) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ตัวแปรทางด้านบุคคล (person variables) เป็นมิติที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากภายในของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของสติปัญญา บุคลิกภาพ ความสนใจ การใช้เวลาว่าง ความคิดเห็น และการชื่นชอบ
2. ตัวแปรด้านสถานการณ์ (situational variables) เป็นตัวแปรภายนอกหรือสภาพแวดล้อมที่มีบริบทให้เกิดพฤติกรรม ซึ่งนักการตลาดจะสนใจอิทธิพลของตัวแปรทางสถานการณ์ เช่น ผลกระทบที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงส่วนผสมทางการตลาด อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย
3. ตัวแปร การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสถานการณ์ (person-by-situational interactions) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักการตลาดปรับปรุงเทคนิคการ โฆษณาให้มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยจะมีประสิทธิผลต่อกลุ่มคนบางกลุ่ม

เหตุผลที่นักการตลาดต้องวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันเพราะวัตถุประสงค์ในการติดต่อสื่อสาร คือ ให้ผู้บริโภคข่าวสารเกิดพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินการทาง



การตลาด มิใช่มองแต่เพียงการทำให้รู้จักหรือยอมรับสินค้าเท่านั้น แต่ต้องก้าวไปให้ถึงพฤติกรรม การซื้อ การใช้บริการ หรือการรับสมัครสมาชิก

จากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคข้างต้นสรุปได้ดังนี้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีการตอบสนองต่อสิ่งนั้นไม่ว่าจะเป็นการตอบสนองด้านอารมณ์ การตอบสนองด้านการรู้คิด การตอบสนองด้านพฤติกรรม ซึ่งทั้งสามประการนี้จะอยู่ภายใต้อิทธิพลของปัจจัย 3 ประการ คือ ตัวแปรทางด้านบุคคล ตัวแปรทางด้านสถานการณ์ และตัวแปร การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและสถานการณ์ทำให้ช่วยคิดประกอบการตัดสินใจในการเลือกใช้บริการว่าสินค้าไหนที่จะเลือกซื้อหรือบริการด้านไหนที่จะเลือกเข้ารับบริการ

### แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าว

แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ โดย Merton, Wright, and Waples (อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสชนะเสถียร, 2533, หน้า 40) กล่าวว่า ผู้รับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับ และเหตุผลในการรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร Becker (อ้างถึงใน สุรพงษ์ โสชนะเสถียร, 2533, หน้า 41-42) ได้จำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป
2. การเปิดรับข้อมูล กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่สนใจหรือมีผู้แนะนำมาหรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตนเองจะให้ความสนใจอ่านหรือดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

วัตถุประสงค์ของการเปิดรับข่าวสารหรือบริโภคข่าวสารนั้น อาจจำแนกได้ 4 ประการ คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 43-44)

1. เพื่อการรับรู้ (cognition) คือ ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้
2. เพื่อความหลากหลาย (diversion) เช่น การเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ตื่นเต้น สนุกสนาน รวมทั้งการพักผ่อน
3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (social utility) หมายถึงการต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น การใช้ภาษาร่วมสมัย
4. การผลละสังกม (withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

การเปิดรับสื่อมวลชนของประชาชนตามวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารจึงแสดงให้เห็นถึงบทบาทของผู้กระทำแทนการถูกกระทำ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารในปัจจุบันมีฐานะเป็นผู้เลือกรายการของสื่อมวลชนแขนงต่างๆซึ่งมีอยู่มากมายหลากหลายและแข่งขันกันมากกว่าในอดีต

การเลือกสรรข่าวสารเป็นแบบแผนที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายใน(จิตใจ) ของบุคคลที่แตกต่างกัน ทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์นั้นแตกต่างกันไป โดยมีรากฐานของความเชื่อที่ว่า โครงสร้างของบุคลิกภาพของบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยมีกระบวนการเลือกรับรู้ที่แตกต่างกันคือ กระบวนการเลือกสรร (selective process) ของผู้รับสาร

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2545, หน้า 23-26)

1. การเลือกเปิดรับสาร (selective exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเปิดเลือกรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง เช่น การเลือกอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่ง บุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับสาร

ตามความคิดเห็นหรือความสนใจของคุณ และหลีกเลี่ยงไม่เปิดรับสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ และความต้องการของคุณ อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้และเข้าใจข่าวสารของคุณเรานั้นก็แตกต่างกัน

2. การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) คนเรามักเลือกให้ความสนใจข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น และสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ดั้งเดิมและหลีกเลี่ยงที่จะให้ความสนใจกับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกคิดและความเชื่อของคุณ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจ หรือที่เรียกว่าความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (cognitive dissonance)

3. การเลือกรับรู้และการตีความหมาย (selective perception interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่า จะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาธรรมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักจะเลือกรับรู้และเลือกตีความหมายข่าวสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้น ในแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันไม่ตรงกันก็ได้

4. การเลือกจดจำ (selective retention) คนเราจะมีแนวโน้มในการเลือกจดจำสารที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการของตนเองและพร้อมที่จะเข้าใจและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่ต้องการและไม่พร้อมที่จะเข้าใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดเห็นของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่ช่วยเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกรู้สึก ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของคุณแต่ละคนที่มีอยู่เดิม ให้มีความมั่นคงและชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในโอกาสต่อไป

ดังนั้น หลักสำคัญของการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะต้องสามารถที่จะเชื่อมโยงแต่ละบุคคล ที่ต่างทัศนคติ มุมมอง ความรู้ ความเข้าใจ ให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในเรื่องนั้นๆ แต่ก็ขึ้นอยู่กับตัวผู้ส่งสาร สาร และผู้รับสารด้วย

มนุษย์ทุกคนต่างก็มีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่มีปัจจัยอะไรที่เป็นตัว กำหนดให้บุคคลเลือกเปิดรับ หรือหลีกเลี่ยงข่าวสารบางอย่าง ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดในการเปิดรับสื่อ ดังนี้ (ขวัญเรือน กิติวัฒน์, 2545, หน้า 23-26 )

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่า คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ จะแสดงออกพฤติกรรมใดๆก็ตาม มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร

การเลือกรับข่าวสารต่างๆ ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับสารของผู้รับสาร ซึ่ง Schramm and Roberts (1973, p.120) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเปิดเลือกรับข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับ การประเมินถึงปัจจัยในการใช้ความพยายามว่าควรใช้น้อยที่สุด (least effort) และผลตอบแทนที่รับมากที่สุด (promise of reward) ซึ่งอยู่ในรูปการเลือกรับข่าวสารดังนี้

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

สูตรข้างต้นนี้อธิบายได้ว่า ผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารที่ต้องการมากน้อยเพียงใดย่อมจะเป็นสัดส่วนกับความพยายาม (หรือแรงงานรูปอื่นใด) ที่จะใช้ไปเพื่อให้ได้รับข่าวสารนั้นๆ

องค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารดังนี้

(Schramm & Reberts, 1973, pp. 121-122)

1. ประสบการณ์ การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลังที่แตกต่างกัน การศึกษาและสภาพแวดล้อม ความสามารถในการรับสาร บุคลิกภาพ อารมณ์ ทักษะคติ ซึ่งผู้รับสารต่างก็ย่อมมี

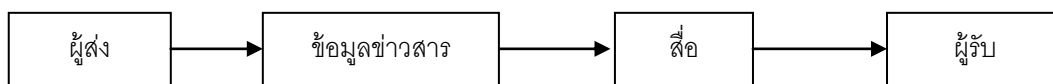
ประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสารวัตถุ สิ่งของ เป็นต้น แตกต่างต่างกันไปเพื่อนสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารมีประโยชน์ที่แตกต่างกันจึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร ผู้รับสารอาจมีภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้ความสนใจต่างกันธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ตนไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงสภาพที่เป็นอยู่ในขณะนั้นไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราวต่างๆ ในด้านการศึกษาและสภาพแวดล้อมที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้น และเป็นตัวชี้พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคลนั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

2. ความสามารถในการรับสาร ก็ขึ้นอยู่กับสภาพร่างกายและจิตใจ ผู้ที่มีร่างกายสมบูรณ์ประสาทสัมผัสทุกอย่างจะทำงานได้อย่างปกติ และอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่มีความบกพร่องทางร่างกาย และประสาทสัมผัส บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารและทัศนคติจะเป็นตัวที่กำหนดค่าของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสาร และสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ ทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนไปการรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารก็จะแตกต่างกันออกไปด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารข้างต้น สรุปได้ดังนี้ว่า กระบวนการเลือกสรรการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นมีตัวแปรแต่ละองค์ประกอบต่างๆเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการที่ผู้รับสารต้องการที่แสวงหาข่าวสาร หรือการเลือกรับข่าวสารนั้นนอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้วยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ในชีวิตประโยชน์ในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อตอบสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เพิกเฉยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้นก็ขึ้นอยู่กับการประเมิน เปรียบเทียบถึงความพยายามใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารนั้น ๆ ด้วย

## ทฤษฎีการสื่อสาร

การสื่อสาร (communication) คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ระหว่างบุคคลต่อบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญา หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน โดยมีองค์ประกอบดังแสดงในภาพ 4



ภาพ 4 Model การสื่อสาร

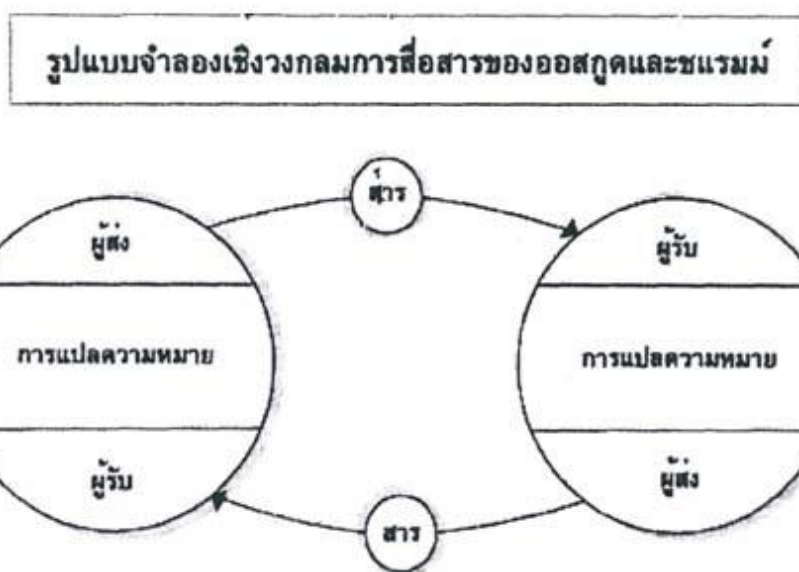
ที่มา. จาก เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า 37), โดย กิดานันท์ มลิทอง, 2536 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้ส่งสาร คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลและสารไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางที่เรียกว่า สื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งสารจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียว แต่ถ้าเป็นการสื่อสาร 2 ทาง ผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเอง ต่อเรื่องที่จะส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่งและอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

ข่าวสารในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการรับและตีความ เนื้อหาสาระของสารและการจัดสารก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น

สื่อหรือช่องทางในการรับสาร คือ ประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตา หู จมูก ลิ้น และการสัมผัส และตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สิ่งพิมพ์ กราฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ผู้รับสาร คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร ต่อผู้ส่งสารและต่อตนเอง

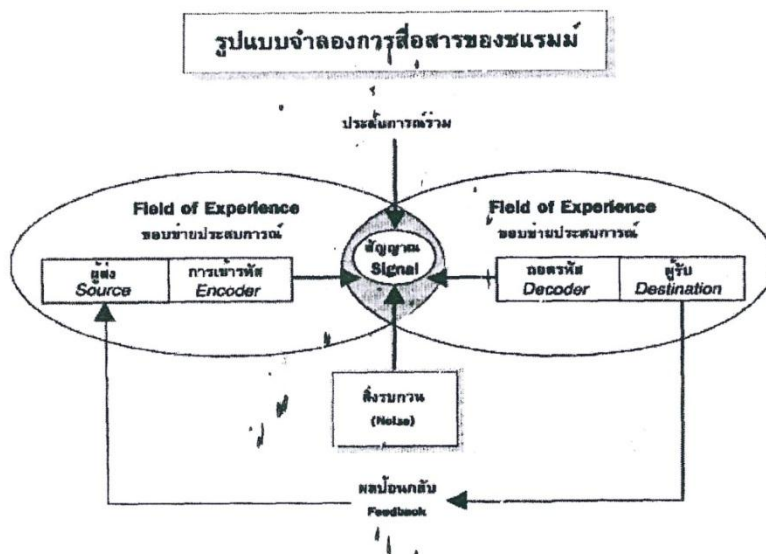


ภาพ 5 แบบจำลองเชิงวงกลมของ Osgood and Schramm

ที่มา. จาก เทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า40), โดย กิดานันท์ มลิทอง, 2536, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

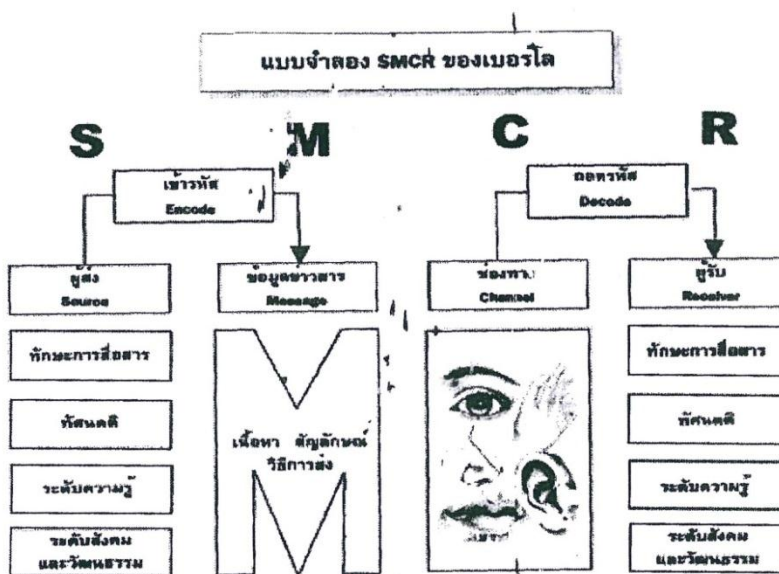
Osgood and Schramm (อ้างถึงใน กิดานันท์ มลิทอง, 2536, หน้า40) ได้สร้าง Model รูปแบบจำลองเชิงวงกลมการสื่อสาร เป็นรูปแบบของการสื่อสารสองทาง (two-way communication) จากภาพจำลองในภาพ 5 จะเห็นว่า ในกระบวนการสื่อสารนั้น ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างกระทำหน้าที่เดียวกัน กล่าวคือ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้สื่อสาร อันเกิดจากที่ทั้งสองฝ่ายต้องกระทำเหมือนกัน ในระหว่างที่สื่อสาร คือ การเข้ารหัสแปลความ และถอดรหัส ให้เป็นสัญลักษณ์ส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งเมื่อรับเนื้อหาข่าวสารไว้แล้ว ก่อนที่จะส่งสารออกไปก็ต้องนำสารที่ส่งออกมาเข้ารหัสแปลความและถอดรหัสเช่นเดียวกัน เพื่อส่งกลับไปยังผู้รับซึ่งเป็นผู้ส่งในครั้งแรก อาจกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่าบุคคลหนึ่งทำหน้าที่ทั้งผู้ส่งสารและในขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่ผู้รับสารด้วย

ทั้งนี้ ในปี ค.ศ. 1954 Osgood and Schramm (อ้างถึงในกิดานันท์ มลิทอง, 2536, หน้า 43) ได้กล่าวถึงพื้นฐานประสบการณ์ร่วม (field of experience) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารว่าจะต้องมีประสบการณ์ร่วมกันเพื่อสื่อสารให้เข้าใจตรงกัน ดังแสดงในภาพ 6



ภาพ 6 แบบจำลองเชิงวงกลม Schramm

ที่มา. จากเทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า 43), โดย กิดานันท์ มลิทอง, 2536, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ภาพ 7 แบบจำลอง SMCR ของ Berlo

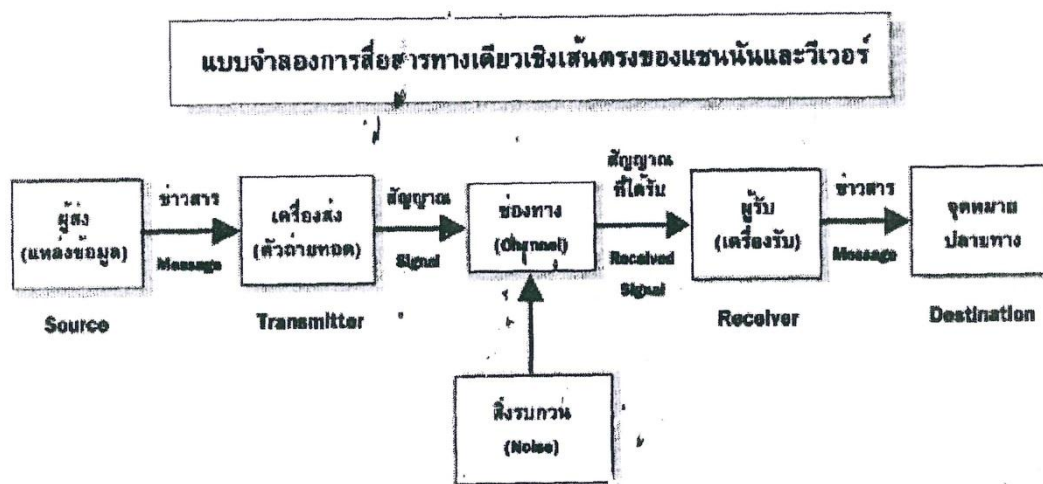
ที่มา : จากเทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า 45), โดย กิดานันท์ มลิทอง, 2536, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



ในปี ค.ศ. 1960 Berlo (อ้างถึงใน กิดานันท์ มลิทอง, 2536, หน้า 45) ได้สร้างแบบจำลอง SMCR ในภาพ 7 โดยให้ความหมายกับสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสาร (source) ต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถเข้ารหัส (encode) เนื้อหาข่าวสารได้ มีความรู้ที่ดีในข้อมูลที่จะส่ง สามารถปรับระดับให้เหมาะสมสอดคล้องกับผู้รับ
2. ข่าวสาร (message) คือ เนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่ง
3. ช่องทางการสื่อสาร (channel) ให้ผู้รับได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5
4. ผู้รับสาร (receiver) คือ ผู้ที่มีความสามารถในการถอดรหัส (decode) และสารที่รับมาได้อย่างถูกต้อง

แบบจำลอง SMCR จะให้ความสำคัญในปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จ ได้แก่ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะคิด ระดับความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งผู้รับและผู้ส่งต้องมีตรงกันเสมอ



ภาพที่ 8 แบบจำลองการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ Shannon and Weaver

ที่มา : จากเทคโนโลยีการศึกษาร่วมสมัย (พิมพ์ครั้งที่ 2, หน้า 45), โดย กิดานันท์ มลิทอง, 2536, กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

แบบจำลองของ Shannon and Weaver (อ้างถึงใน กิดานันท์ มลิทอง, 2536, หน้า 48) ได้มองถึงองค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารเช่นเดียวกับ Berlo แล้วยังให้ความสำคัญกับสิ่งรบกวน (noise) ด้วย เพราะในการสื่อสารหากมีสิ่งรบกวนเกิดขึ้นก็จะหมายถึง การเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร เช่น หากอาจารย์ใช้ภาพเป็นสื่อการสอน แต่ภาพนั้นไม่ชัดเจนหรือเล็กลงไปก็จะทำให้ผู้เรียนเห็นไม่ชัดเจน ทำให้เกิดการไม่เข้าใจ

จากทฤษฎีการสื่อสารดังกล่าว คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสารระหว่างบุคคลหรือบุคคลต่อกลุ่ม โดยใช้สัญลักษณ์ สัญลักษณ์ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน จะมีผู้ส่งสาร ข่าวสาร สื่อหรือช่องทางในการรับสาร ผู้รับสาร ในการสื่อสารเพื่อให้ได้รับสารที่ตรงตามวัตถุประสงค์

### ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนามาจากแนวคิดเรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (stimulus-response) หรือทฤษฎี S-R theory และนำมาประยุกต์ใช้ (DeFleur, 1989, pp. 173) อธิบายว่า บุคคลมีความแตกต่างกันหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทักษะสติ สติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น และความแตกต่างนี้ขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมทำให้มีพฤติกรรมการสื่อสารและการเลือกเปิดรับสารที่ต่างกัน

หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีที่สำคัญ ได้แก่

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสภาพจิตวิทยา
2. ความแตกต่างดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้ที่ต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อถือ และบุคลิกภาพที่ต่างกัน

ทั้งนี้ ในการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องพบว่า มีปัจจัย 2 ประการ ที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับ การยอมรับการสื่อสารของผู้รับสารคือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, หน้า 60-64)

1. ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันย่อมจะมองหรือจะยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกันไป
2. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลทำให้การยอมรับข้อมูลในการสื่อสารแตกต่างกัน เช่นด้านประชากร (demographics) ได้แก่ อายุ เพศ สภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือด้านจิตวิทยา (psychographics)

ได้แก่ แบบแผนการดำเนินชีวิต (life style) หรือด้านการเปิดรับสื่อที่ไม่เหมือนกัน ก็มีผลทำให้บุคคลมีความชื่นชอบไม่เหมือนกันได้

จากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลดังกล่าว ในการเลือกรับหรือใช้สื่อของบุคคลเกิดจากความต้องการมีเพื่อนเพราะธรรมชาติของมนุษย์ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ดังนั้น บุคคลทุกคนจะแสวงหาข่าวสารให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ทั้งในแง่ของการได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความบันเทิง หรือความสุขกายสบายใจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชาอุชัย สุขสุวรรณ (2547) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับข่าวสารด้านกีฬา การเล่นเกม และการออกกำลังกายของนักเรียนระดับมัธยมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติด้านกีฬา การเล่นเกมและการออกกำลังกายระดับมัธยมศึกษา และเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความถี่ในการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติต่อการเล่นเกมและการออกกำลังกาย โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากโรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร รวม 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข่าวสารด้านกีฬา การเล่นเกม และการออกกำลังกายจากโทรทัศน์ด้วยความถี่ระดับปานกลาง (3-4 วันต่อสัปดาห์) โดยรับชมทาง สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 มากที่สุด หนังสือพิมพ์ในระดับน้อย (1-2 วันต่อสัปดาห์) โดยอ่าน หนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุดและวิทยุในระดับน้อยที่สุด ซึ่งมีสถานีที่รับฟังมากที่สุดคือ FM. 94.5 ในด้านพฤติกรรมการเล่นเกมและการออกกำลังกาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเล่นกีฬาและออกกำลังกาย 1-2 วันต่อสัปดาห์ กีฬาที่เล่น 5 อันดับแรกคือ 1. แบดมินตัน 2. วอลเลย์บอล 3. บาสเกตบอล 4. ฟุตบอล 5. เทนนิส การออกกำลังกาย 5 อันดับแรกคือ 1. เดิน 2. วิ่ง 3. ปั่นจักรยาน 4. ฟิตเนส 5. แอร์โรบิก สถานที่เล่นเกมและออกกำลังกายส่วนใหญ่คือ ที่บ้าน เล่นกีฬา และออกกำลังกายในช่วงเวลา 16.01-20.00 น. ใช้เวลาเล่นครั้งละ 15-30 นาที โดยมีเหตุผลเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง ในด้านทัศนคติพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการเล่นเกมและออกกำลังกาย โดยพบว่าเป็นสิ่งที่ทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงและชื่นชมในการมีน้ำใจนักกีฬาจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความถี่

ในการเปิดรับข่าวสารด้านกีฬาและการเล่นกีฬาและออกกำลังกายมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการ  
เล่นกีฬาและออกกำลังกายในระดับต่ำ( $r = 0.193$ ) ในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความ  
เชื่อมั่น 99%

กฤษติดา ธรรมวิวัฒน์ และสุภายิต นวลเศษ (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม  
และความพึงพอใจในการเปิดรับรายการประเภทข่าวการเมืองทางสื่อโทรทัศน์ช่อง 9 ของประชาชน  
ในเมืองและชนบทจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและ  
ความพึงพอใจในการเปิดรับรายการประเภท ข่าวการเมืองทางสื่อโทรทัศน์ช่อง 9 ของประชาชน  
ในเมืองและชนบทจังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชาชนในเขตเทศบาล  
นครสุราษฎร์ธานีและเขตเทศบาลตำบล บ้านต๋อง จำนวน 400 คน กำหนดหากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้  
สูตรของ Yamane ใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคเรียนที่ 2/2553  
โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบ โควตาและการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวกในการเก็บข้อมูล ผลการศึกษา  
พฤติกรรมพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 90.50 เปิดรับรายการประเภทข่าวการเมืองทางสื่อ  
โทรทัศน์ที่บ้านตัวเอง ร้อยละ 50 มีการเปิดรับรายการ โดยเปลี่ยนช่องชมสลับกับช่องอื่น  
ร้อยละ 40.75 เปิดรับสื่อโทรทัศน์ช่อง 9 เพราะเสนอข่าวรวดเร็วทันใจ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรม  
เปิดรับรายการข่าวชั้นคนข่าวมากที่สุดเป็นอันดับแรก ( $X = 3.57$ , S.D. = 1.02) ผลการวิจัย  
ความพึงพอใจพบว่าความพึงพอใจต่อรายการประเภทข่าวการเมืองทางสื่อโทรทัศน์ช่อง 9 ในภาพรวม  
อยู่ในระดับมาก ( $X = 3.73$ , S.D. = 0.56) รายการข่าวชั้นคนข่าวได้รับความพึงพอใจในลำดับแรก  
(เอ็กซ์บาร์ = 3.85, S.D. = 0.63) โดยพึงพอใจในด้านองค์ประกอบรายการในระดับมาก (เอ็กซ์บาร์  
= 3.83, S.D. = 0.66) และพึงพอใจด้านคุณภาพข่าวในระดับมาก ( $X = 3.88$ , S.D. = 0.65) รองลงมาพึง  
พอใจรายการข่าวค่าในระดับมาก ( $X = 3.80$ , S.D. = 0.61) โดยพึงพอใจด้านองค์ประกอบรายการใน  
ระดับมาก ( $X = 3.79$ , S.D. = 0.65) และพึงพอใจด้านคุณภาพข่าวในระดับมาก ( $X = 3.80$ , S.D. = 0.63)  
เมื่อเปรียบเทียบระหว่างประชาชนในเมืองและชนบทพบว่า ประชาชนทั้ง 2 กลุ่ม มีความพึงพอใจใน  
การเปิดรับรายการประเภทข่าวการเมืองทางสื่อโทรทัศน์ ช่อง 9 โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ที่ระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05

กฤษณาฉัตร ศรีดาชาติ (2554) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเลือกเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศศึกษา ผ่านสื่อมวลชน สื่อ บุคคลของนักเรียนมัธยมต้นในกรุงเทพมหานคร โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเลือกเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศศึกษา ด้านพัฒนาการของมนุษย์ สัมพันธภาพ พฤติกรรมทางเพศ และสุขภาพทางเพศ ผ่านสื่อมวลชน สื่อบุคคล และศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศศึกษาของนักเรียนมัธยมต้นในกรุงเทพมหานคร ตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้คือนักเรียนมัธยมต้นในโรงเรียนสหศึกษาของรัฐและเอกชน จาก 4 โรงเรียน จำนวน 425 คน โดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีค่าความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.893 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 11 - 15 ปี อายุเฉลี่ย  $13 \pm 1.01$  ปี เป็นเพศชาย ร้อยละ 49.2 เพศหญิง ร้อยละ 50.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่กับพ่อแม่ ร้อยละ 82.8 นักเรียนเหล่านี้เลือกเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศศึกษาในด้านต่าง ๆ แตกต่างกันไปในแต่ละเรื่อง สื่อสำคัญที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ อินเทอร์เน็ต แม่ พ่อ เพื่อน และครู เพศชายจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดในทุกด้าน ส่วนเพศหญิงเลือกเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศจากสื่อบุคคลที่เป็นเพศเดียวกันมากที่สุด คือ แม่ และเพื่อนผู้หญิง การศึกษานี้พบว่าเพศ และระดับชั้นที่เรียนมีความสัมพันธ์กับการเลือกเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบางเรื่อง ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของร่างกาย การคุมกำเนิด ดูกายอนามัย และการตั้งครรรภ์ นักเรียนมีแนวโน้มเปิดรับสื่อเรื่องเพศจากบุคคลเพศเดียวกับตนมากกว่าเพศตรงข้าม การรับข่าวสารเรื่องเพศมีความเกี่ยวข้องกับระบบคุณค่าเรื่องเพศในสังคมที่ไม่สนับสนุนการเรียนรู้พูดคุยเรื่องเพศโดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก วัยรุ่น และคน โสด การรณรงค์ให้มีความเท่าเทียมทางเพศ และการมองเรื่องเพศเป็นธรรมชาติที่ต้องเรียนรู้คู่กับการให้ความหมายเรื่องเพศในสังคมมีความสำคัญอย่างยิ่ง

สิงห์ สิงห์ขจร (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมือง จากสื่อมวลชน และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย โดยการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนของประชาชน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย (2) การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย (3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชน และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้

ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ผลการวิจัย พบว่า 1) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนของประชาชน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย มีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด เพราะมีทั้งภาพและเสียงจึงมีความน่าเชื่อถือมากที่สุด โดยสื่อโทรทัศน์มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด เพราะมีทั้งภาพและเสียง รองลงมาคือวิทยุ และหนังสือพิมพ์ ทำให้เห็นว่าสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผลต่อประชาชนมากที่สุด 2) การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีการไปลงคะแนนเสียงเลือกตั้งเป็นประจำ และชักชวนผู้อื่นให้ไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งเป็นประจำ ทำให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนยังอยู่ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเลือกตั้งเท่านั้น 3) ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการเปิดรับ ข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชน คือ การไม่มีเวลาและมีความสนใจในเรื่องของการเมืองน้อย อยากให้สื่อมวลชนเสนอข่าวแบบเป็นกลางและการนำเสนอข่าวสารให้รอบด้าน สื่อมวลชนมีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าวสาร

อังสนา ณ สงขลา (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเลือกรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 370 กลุ่มตัวอย่าง ผลการศึกษาพฤติกรรมการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยหาดใหญ่ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกรับข่าวสารผ่านโทรศัพท์มือถือเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตผ่านรูปแบบการเชื่อมต่อแบบ Wireless เลือกรับข่าวสารประเภทข่าวบันเทิงมากที่สุดผ่านกระดานข่าวประจำเว็บไซต์ เพื่อติดตามข่าวสารในแต่ละวัน โดยเข้าใช้ในช่วงเวลา 16.01- 18.00 น. มากที่สุด นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับข่าวสารอย่างต่อเนื่องคือ ความน่าเชื่อถือของข่าวสารและความรวดเร็วของการนำเสนอข่าวสารของเว็บไซต์ สำหรับปัญหาในการรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ พบว่า เรื่องความเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตยังคงเป็นประเด็นที่นักศึกษาให้ความสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายต้องการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างทันท่วงที อย่่างไรก็ตาม นักศึกษายังคงเลือกที่จะรับข่าวสารต่างๆ ผ่านสื่อออนไลน์มากกว่าช่องทางอื่น

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าแนวคิดการวิจัยในลักษณะของการศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจต่อการเปิดรับข่าวสารด้านการเมือง และด้านอื่นๆ จากสื่อ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สื่อประเภทบุคคล รวมถึงสื่อออนไลน์ เป็นการวิจัย ในเชิงสำรวจ ดังนั้นการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ ในครั้งนี้จึงใช้แนวคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการวิจัย และเพื่อให้การวิจัยครอบคลุมวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา จึงต้องพิจารณาถึงลักษณะทางด้าน ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาเพื่อให้ทราบพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเมืองออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี สมุทรปราการ โดยสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยได้ครบทุกข้อ และการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาลักษณะทั่วไปของนักศึกษา ความสนใจเนื้อหาข่าวสารการเมืองออนไลน์ และศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองออนไลน์ของนักศึกษา โดยเปรียบเทียบจากเพศ อายุ สถาบันที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา และเกรดเฉลี่ยระดับมัธยมศึกษา รวมถึงความสนใจเนื้อหาของกลุ่มประชากร