

แตกต่างจากผู้ส่งสาร

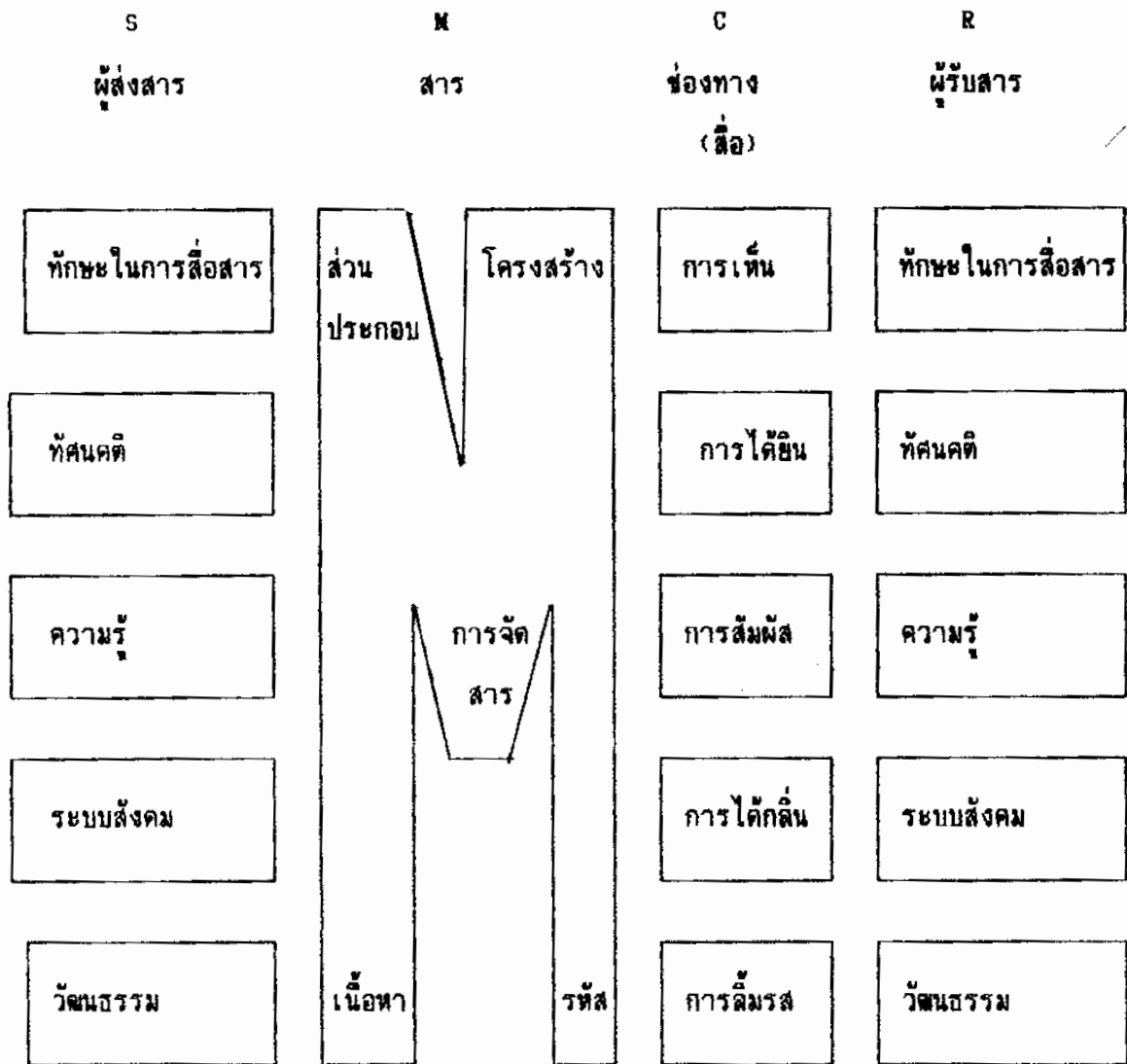
1.4.5 วัฒนธรรม (culture) หมายถึง วัฒนธรรมของผู้รับสาร ซึ่งอาจเหมือนหรือแตกต่างจากผู้ส่งสาร

มณฑล ไบบัว (2536 : 14) ได้จำแนกประเภทของการสื่อสาร โดยการใช้จำนวนของผู้ทำการสื่อสารเป็นเกณฑ์ได้ 3 ประเภท คือ

- (1) การสื่อสารภายในตัวบุคคล
- (2) การสื่อสารระหว่างบุคคล
- (3) การสื่อสารกับมวลชน

การสื่อสารมวลชน (mass communication) เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกลุ่มคนจำนวนมากในสังคม โดยใช้ช่องทางคือ สื่อมวลชน (mass media) ซึ่งสื่อมวลชนนั้นหมายถึงหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นช่องทางของการสื่อสารมวลชนเมื่อสารนั้นถูกส่งออกไปแล้วจะไปถึงผู้รับสารจำนวนมากซึ่งเรียกว่า มวลชน (mass audience) ซึ่งหมายถึงผู้อ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ผู้ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์และภาพยนตร์ (อรนุช เลิศจรยารักษ์, 2526 : 59)

แผนภาพ 2.4 แบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล



ที่มา : มณฑล ไบบัว. 2536. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร :
 โอ.เอส. พรินติ้งเฮ้าส์. หน้า 57.

2. ผู้รับสาร

บุคคลที่เป็นเป้าหมายของการสื่อสาร จะต้องเป็นผู้ที่เปิดรับสารที่ถูกส่งมาซึ่งช่องทางของสื่อหนึ่งสื่อใดโดยผู้ส่งสาร การ “เปิดรับสาร” จำเป็นเสมอที่จะต้องเกิดขึ้นในตัวผู้รับสาร เพราะถ้าบุคคลหนึ่งไม่เปิดรับสาร (ถึงแม้เขาจะเป็นเป้าหมายของการสื่อสาร) ก็จะไม่ถือว่าเขาเป็นผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ในขณะที่ฟังการบรรยาย ผู้ฟังคนหนึ่งเกิดนอนหลับ ถึงแม้เขาจะเป็นเป้าหมายของการสื่อสารก็จะมี ไม่มี ดังนั้นเขาจึงไม่ใช่ผู้รับสาร ผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อผู้ส่งสาร ข่าวสาร และสื่อในกระบวนการสื่อสาร อาจมีความหมายถึงบุคคลคนเดียว (Individual) เช่น ผู้ฟังของการสนทนาของบุคคล 2 คน หรืออาจมีความหมายถึงกลุ่มบุคคล (Group) ได้เป็นผู้ชมรายการโทรทัศน์ ผู้ฟังรายการวิทยุหรือผู้อ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น (พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร, 2529 : 286 - 288)

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารมีพฤติกรรมกรับสารตามแบบของตนเอง ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างไปจากผู้อื่น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ต่างคนต่างเลือกสิ่งที่ตัวเองต้องการตามสภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นของตัวเอง (อนุสิทธิ์ ตั้งกานานกุลชัย, 2534 : 17) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นไปตามทัศนะของเบอร์ก์โล (แผนภาพ 2.4) ประกอบด้วย

- (1) ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills)
- (2) ทัศนคติ (Attitude)
- (3) ความรู้ (Knowledge)
- (4) ระบบสังคม (Social system)
- (5) วัฒนธรรม (Culture)

ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills) หมายถึง ความชำนาญ ความเมตตา ความสามารถในการสื่อสาร ซึ่งรวมถึงทักษะในการเข้ารหัส คือ การเขียน การพูด และทักษะในการถอดรหัส คือ การอ่าน และการฟังของผู้รับสาร ทั้งนี้ ความหมายครอบคลุมไปถึงความสามารถในการคิดและใช้เหตุผลของผู้รับสารขณะที่เข้ารหัสหรือถอดรหัสด้วย

โดยทั่วไป ผู้รับสารจะต้องใช้ทักษะในการถอดรหัสเป็นสำคัญ ซึ่งเป็น

ลักษณะจำเป็นประจำตัวผู้รับสาร ผู้ที่มีความสมบูรณ์ในทักษะการถอดรหัสดี ย่อมมีลักษณะการสื่อสารที่ดีกว่าผู้ที่มีปัญหาอุปสรรคในทักษะนี้ ถ้าผู้รับสารเป็นคนหูหนวกหรือหูไม่ดี การสื่อสารด้วยเสียงพูดปกติจะไม่สามารถทำการสื่อสารกับผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องทำการสื่อสารพิเศษขึ้น เช่น ตะโกนพูด หรือผู้รับสารอาจใช้เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ช่วยในการฟัง หรือถ้าผู้รับสารไม่สามารถจะอ่านหนังสือออก หรืออ่านออกแต่ไม่ค่อยดี การสื่อสารที่เป็นหนังสือลายลักษณ์อักษร จะไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ผู้ส่งสารจะต้องปรับปรุงการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้รับสารลักษณะนี้ต่อไป

ทัศนคติ (Attitudes) เป็นสิ่งที่ประกอบด้วยความเชื่อ ค่านิยมและอุดมการณ์ ซึ่งจะมีมากหรือน้อยในแต่ละบุคคลแตกต่างกันไป ทั้งความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ ถึงแม้จะเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวทางจิตใจก็ตาม แต่ก็มีพื้นฐานมาจากความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมตลอดจนเงื่อนไขทางสังคม ดังนั้น ความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์จึงไม่ใช่สิ่งที่มั่นคงถาวร แต่เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้

ความรู้ (Knowledge) ปกติจะพิจารณาอยู่สองแง่ อย่างแรกจะมองจากสาขาวิชาตามคุณวุฒิที่บุคคลหนึ่งได้เล่าเรียนมาจากระบบการศึกษา เช่น จบสาขาวิชาใดวิชาหนึ่งในระดับปริญญาตรี หรือปริญญาโท เป็นต้น ซึ่งการมองในลักษณะนี้จะทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในความรู้ของผู้รับสารที่ค่อนข้างแคบ (แต่อาจใช้ได้ในบางกรณี) ส่วนความรู้ในอีกแง่หนึ่ง การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงไรนั้น ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้ความเข้าใจในความรู้ของผู้รับสาร สิ่งแรกที่ต้องมีความรู้จักให้ก็คือ ความรู้เกี่ยวกับข่าวสารนั้น กล่าวคือ ถ้าผู้รับสารมีความรู้ในเนื้อหาเรื่องนั้นแล้ว ผู้ส่งสารจะตอบคำถามตนเองว่า สารที่จะให้นั้นมีอะไรใหม่แปลกกว่าที่เขาเคยรู้หรือไม่ ถ้าไม่มี การสื่อสารย่อมจะไม่ค่อยได้ผลหรือได้ผลทางลบมากกว่า แต่ถ้าผู้รับสารไม่มีความรู้เรื่องที่จะส่งสาร ผู้รับสารยังต้องคำนึงถึงสารนั้นว่า น่าสนใจและใหม่ประกอบเข้าไปด้วย นอกจากความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาสารแล้ว ผู้ส่งสารจะต้องพยายามที่จะรู้ถึงความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสารของผู้รับสาร เช่น ความรู้ที่ผู้รับสารมีต่อสื่อในการสื่อสาร ความรู้ที่มีต่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร การรับสารได้ชัดเจน เป็นต้น

ระบบสังคม (Social system) การที่คนเราอยู่ร่วมกันในสังคม แต่ละคนจะถูกระบบของสังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ และตำแหน่งงานอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างตามสถานการณ์ และแต่ละคนจะสังกัดสังคมหลายระดับ เช่น สังคมระดับ

สูง สังคมระดับของกิจการหรือสถาบันสังคม และสังคมในระดับรวม เช่น เป็นนักศึกษา เป็นลูกจ้าง เป็นนักธุรกิจ เป็นอาจารย์ เป็นนายจ้าง เป็นผู้บังคับบัญชา เป็นต้น ด้วยสาเหตุนี้เองที่ทำให้การสื่อสารนั้นผันแปรตามลักษณะผู้รับสารที่ได้กำหนดไว้ในระบบสังคม ความสัมพันธ์ทางการสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร หรือ ความสัมพันธ์ระหว่างข่าวสารกับผู้รับสารก็就会有ความแตกต่างกันไปด้วย ถ้าผู้รับสารเป็นผู้รับฟังคำสั่งเพียงอย่างเดียว จะเข้าใจหรือไม่ มากน้อยเพียงใดจะอยู่ในขอบเขตจำกัด โอกาสซักถามโต้แย้งหรือแสดงปฏิกิริยาโต้กลับ จะถูกสังคมสร้างกรอบและข้อจำกัดไว้ให้ การมีความเข้าใจในเนื้อหาตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร กรณีนี้จะมีน้อยกว่ากรณีที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ผู้บังคับบัญชาด้วยกัน

วัฒนธรรม (Culture) การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้ส่งสารจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจและให้ความสำคัญต่อวัฒนธรรมของผู้รับสาร เพราะวัฒนธรรมนี้เป็นปัจจัยสำคัญอันหนึ่งในการกำหนดลักษณะการสื่อสารร่วมกับปัจจัยอื่น ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm, อ้างในยุพา สุภากุล, 2534 : 19) ยังมีความเห็นว่า ผู้รับสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ นั้นมิได้อยู่โดดเดี่ยวในสังคม แต่จะมีความผูกพันกับกลุ่มต่าง ๆ ตั้งแต่กลุ่มบุคคลไม่กี่คนในครอบครัว กลุ่มเพื่อน จนถึงกลุ่มขนาดใหญ่ในสังคม การที่ผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่นี้ ทำให้การรับสารและการตีความข่าวสารต่าง ๆ มักจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มด้วย กระบวนการสื่อสารโดยทั่วไปนั้น จะเป็นไปในลักษณะสองทาง (Two-way communication) หรือในลักษณะวนเวียนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร แต่สำหรับกระบวนการสื่อสารมวลชนนั้นมักจะมีลักษณะค่อนข้างเป็นไปในทางเดียว (One-way communication) คือจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารมากกว่า

ยุพา สุภากุล (2534 : 119 - 124) กล่าวถึงผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะบุคคลในทางประชากรศาสตร์ (Demographic characteristic of audience) ดังนี้

- (1) อายุ (Age)
- (2) เพศ (Sex)

(3) การศึกษา (Education)

(4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic status)

(5) ภูมิลำเนา (Birth place)

(6) ศาสนา (Religion)

1) อายุ

อายุทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดเห็นและพฤติกรรม อายุต่างกันทำให้การเลือกรับเนื้อหาของสาร การเลือกใช้สื่อ การชักจูงใจและมีความยากง่ายต่อการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารต่างกัน

2) เพศ

ชายและหญิงมีความนึกคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามบทบาททางเพศและอิทธิพลของวัฒนธรรม ผู้หญิงมักเป็นคนจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) อ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home-oriented) นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยหลายฉบับยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง ผู้หญิงเป็นเพศที่หยังถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย (More people centered) และความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำกว่าผู้ชาย

3) การศึกษา

การศึกษาเป็นตัวแปรที่สำคัญมาก ต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสารศึกษานั้นมีหลายระดับ คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึคนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างไป รวมทั้งได้รับประสบการณ์ที่ทำให้ได้เรียนรู้สั่งสมมาจากพ่อแม่ ครู เพื่อน ญาติพี่น้อง ผู้ร่วมงานสื่อมวลชนและตนเอง จึงอาจพบผู้รับสารได้ตั้งแต่ระดับการอ่านออกเขียนได้ ระดับอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ ระดับประถม มัธยมศึกษา ระดับปริญญาตรี โท เอก ซึ่งแต่ละระดับการศึกษามีความรู้ ความเข้าใจต่อคำศัพท์ คำพูด หัวข้อเรื่องแตกต่างกัน

4) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and ethnic group) ตลอดจนภูมิหลังของ

ครอบครัว (Family background)

คนที่มีความพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมี ค่านิยม ความคิด ความเชื่อและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวและถือว่าครอบครัวเป็นสถาบันสังคมสถาบันแรกของบุคคล

นอกจากครอบครัวและอาชีพแล้ว รายได้ของคน ย่อมมีส่วนในการกำหนดต้องการของคน ตลอดจนกำหนดความคิด และพฤติกรรมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ คนที่มีฐานะรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนมักจะทำให้เพื่อแสวงหาเรื่องราว เช่น อ่านบทบรรณาธิการ ชมรายการวิทยุ หรือ โทรทัศน์เรื่องการบ้านการเรือน ปัญหาสังคมเศรษฐกิจ เป็นต้น

5) ภูมิฐานะ

ลักษณะผู้รับสารที่อยู่ในพื้นที่ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสภาพการบริการ การคมนาคมและการสื่อสารแตกต่างกัน ย่อมจะมีส่วนต่อการกำหนดการศึกษา ความรู้ ความคิด ทักษะคติ วัฒนธรรม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย

6) ศาสนา

การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสาร ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม ด้านศีลธรรม คุณธรรมจริยธรรม และพฤติกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

3. การเลือกรับสื่อและข่าวสาร

ชแรมม์ (Wilber Schramm, อ้างใน รัตนาภรณ์ หลวยรัตน์, 2532 : 17) ได้กล่าวถึงหลักการเลือกรับสื่อและข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effort) และผลที่ได้รับ (promise of reward) หรือที่รู้จักกันดีในรูปของสูตร ดังนี้

$$\text{การเลือกรับสื่อและข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง (expectation of reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้ (effort required)}}$$

(Fraction of selection)

ความพยายามน้อยที่สุด หมายถึง คนจะเลือกสนใจสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด ซึ่งหมายถึง ความสะดวก และความพร้อม ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการซื้อสื่อ

เวลาในการรับสื่อ บทบาท นิสัยและประเพณี สิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสื่อและข่าวสาร

ผลตอบแทน แบ่งได้เป็น ผลตอบแทนเร็ว (Immediate) คือ เสนอเนื้อหาที่ช่วยผ่อนคลายความเครียด หรือช่วยแก้ปัญหาได้ทันทีหรือในขณะที่รับสาร เช่น รายการกีฬาและบันเทิง กิจกรรมทางสังคม เป็นต้น ส่วนผลตอบแทนช้า (Delayed) ได้แก่ รายการข่าวสารที่ให้ความรู้ รายการเพื่อการศึกษา สารคดีซึ่งสามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิต แต่ได้ผลในภายหน้า เช่น เศรษฐกิจ การเมือง ปัญหาสังคม และสุขภาพอนามัย เป็นต้น

นอกจากนี้ การเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อหรือข่าวสารของแต่ละบุคคลยังมีความแตกต่างกันตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ของเดอเฟลอร์ (DeFleur, อ้างใน พิระ จิระ โสภณ 2529 : 645 - 646) ที่กล่าวว่า บุคคลมีความแตกต่างกันที่บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา และความสนใจ ผู้รับสารมีลักษณะพื้นฐานคล้ายคลึงกันในด้านอายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ค่านิยม การศึกษา เศรษฐฐานะ อาชีพ และวัฒนธรรม จะเข้าใจได้คล้าย ๆ กัน

ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟลอร์ มี 3 ทฤษฎี คือ

(1) ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ได้เสนอหลักการพื้นฐาน ดังนี้

ก. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล

ข. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้

ค. มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกัน ไปอย่างกว้างขวาง

ง. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะ ทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ตามทฤษฎีดังกล่าว ความแตกต่างได้กลายเป็นสถานะเงื่อนไข (conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชนหรือการเลือกจดจำข่าวสาร มีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

(2) ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) กล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารมวลชนนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิภานา เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มักจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

(3) ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory) แสดงให้เห็นว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้เข้าถึงผู้รับสารในลักษณะความสัมพันธ์แบบสิ่งเร้า-การตอบสนอง แต่มีตัวแปรแทรกอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ความสัมพันธ์ทางสังคมนี้ก็คือ การมีความสัมพันธ์กันในลักษณะกลุ่มปฐมภูมิหรือกลุ่มทุติยภูมิ แต่กลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่เพื่อนสนิทเพื่อนร่วมงานหรือในครอบครัวและวงสาคณาญาติจะมีอิทธิพลในการเป็นตัวแทรกมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า

การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective exposure or selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งหรือ เลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ที่เสนอโดยเฟสติงเจอร์ (L.A. Festinger, 1957, อ้างใน พิระจิระ โสภณ, 2529 : 637 - 639) กล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ

หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า “ภาวะขัดแย้งของความรู้สึกและทัศนคติ” (Cognitive dissonance) ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะ ข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน

เฟสติงเจอร์ยังชี้ให้เห็นว่า เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน เช่น ระหว่างการซื้อรถยนต์ยี่ห้อ A กับรถยนต์ยี่ห้อ B ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน บุคคลย่อมมี แนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น ๆ (Reinforcement information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

สื่อโทรทัศน์ของรัฐ (สทท. 11)

1. โครงสร้างและองค์กร

กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรหลักในการประชาสัมพันธ์ของรัฐ มีสื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงาน สื่อสำคัญซึ่งที่กรมประชาสัมพันธ์ได้ใช้เป็นเครื่องมือดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐมาโดยตลอดเป็นเวลามากกว่า 56 ปี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

สำหรับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เป็นสื่อโทรทัศน์ของรัฐ ซึ่งได้รับอนุมัติให้จัดตั้งในส่วนกลางเมื่อปี พ.ศ. 2528 พร้อมกับโครงการขยายวิทยุโทรทัศน์ทั่วประเทศ (โครงการขยายงานวิทยุโทรทัศน์ส่วนภูมิภาคที่กรมประชาสัมพันธ์มีอยู่ก่อนหน้านี้นี้แล้วเป็นเวลากว่า 25 ปี) สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (สทท. 11) เป็นสื่อวิทยุโทรทัศน์หลักในด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐเช่นเดียวกับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย โดยมีฐานะเทียบเท่ากองตามพระราชกฤษฎีกาแบ่งส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2529 ในระยะเริ่มแรกจัดตั้งด้วยเงินรายได้ของกรมประชาสัมพันธ์เองประมาณแปดล้านบาทเศษ ไม่อนุมัติให้ใช้เงินงบประมาณ จำเนียรการอยู่เปิดเดือนเศษ ก็สามารถออกอากาศได้ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2528 ความสำเร็จการศูนย์ควบคุมระบบโทรทัศน์แห่งชาติ บนที่ดินริมถนนเพชรบุรีตัดใหม่มีเนื้อที่ประมาณ 20 ไร่มาแล้ว เป็นอาคารชั่วคราวและได้ดำเนินการอยู่ระยะหนึ่ง กรมประชาสัมพันธ์ได้เสนอขอครุภัณฑ์รับส่งสัญญาณวิทยุกับทบวงราชการขอเช่าวิทยุ

จากรัฐบาลต่างประเทศโดยในปี 2529 รัฐบาลก็ได้อนุมัติให้ใช้เงินงบประมาณจัดตั้ง พร้อมกับไม่อนุมัติให้มีการโฆษณาธุรกิจ แต่ในปีเดียวกันนั้นรัฐบาลญี่ปุ่นได้ตกลงให้ความช่วยเหลือมูลค่า 330 ล้านบาท จัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์ขนาดกำลังส่ง 20 วัตต์ (2 เครื่อง) พร้อมกับเสาอากาศแบบไม่มีสายยึด ความสูง 180 เมตร รวมทั้งสร้างอาคารคอนกรีตเสริมเหล็กขนาด 2 ชั้น เป็นอาคารสำนักงานในที่ดิน 11 ไร่ ของกรมประชาสัมพันธ์ใกล้กับอาคารสถานีชั่วคราวหรือศูนย์ควบคุมระบบ โทรทัศน์แห่งชาติเดิม พร้อมทั้งมอบรถและอุปกรณ์ถ่ายทอดนอกสถานที่อีก 1 คัน การก่อสร้างอาคารและการติดตั้งอุปกรณ์แล้วเสร็จเริ่มทดลองแพร่ภาพออกอากาศ เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2531 และสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีเปิด เมื่อวันที่ 11 กรกฎาคม 2531 (สทท. 11. งานส่งเสริมวิทยุโทรทัศน์ , ม.ป.ป. : 1)

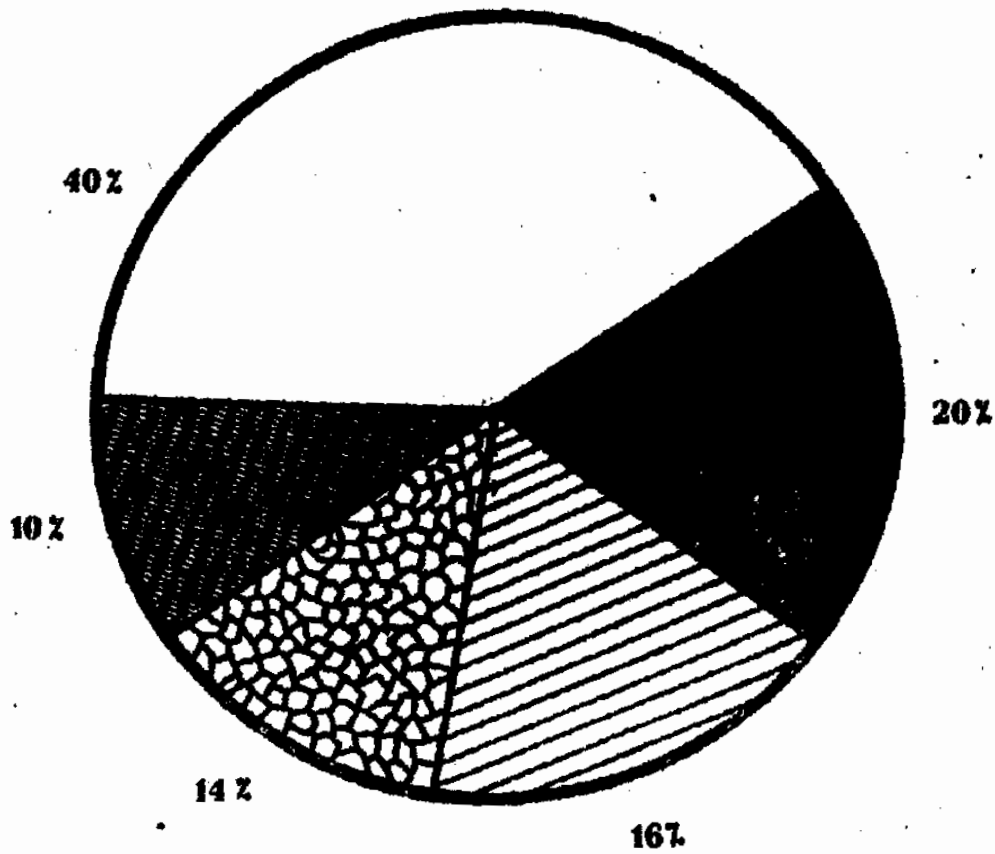
สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินงานด้าน โทรทัศน์ในฐานะสื่อมวลชนของรัฐเพื่อให้เกิดการศึกษา ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ของรัฐเป็นสื่อบริการกลางเพื่อเสริมสร้างความรู้ให้ประชาชนด้านข่าวสาร สร้างความเข้าใจในนโยบายและผลงานของรัฐกับส่งเสริมการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข นอกจากนั้นยังมีหน้าที่ให้บริการความรู้ และยกระดับการศึกษาแก่ประชาชนทั่วประเทศ ให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพที่ดี หน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่ง การรายงานข่าวสารแก่ประชาชน โดยเฉพาะข่าวสารที่มีผลกระทบต่อ การดำรงชีวิตของประชาชน ข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นตลอดเวลา และถือเป็นภาระหน้าที่ของสถานีวิทยุโทรทัศน์ของรัฐที่จะรายงานความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ที่สำคัญเหล่านั้นต่อประชาชน อาทิ เช่น สาธารณภัยอัคคีภัย ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการ รายงานข่าวด่วนทั้งจากภายในและภายนอกประเทศซึ่งจะต้องดำเนินการในฉับพลันทันที การกิจในด้านติดตามข่าวสารประเภทต่าง ๆ นั้น ผู้มีหน้าที่จะต้องปฏิบัติหน้าที่เป็นแม่ข่ายให้กับสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาคของกรมประชาสัมพันธ์อีกด้วย (โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์, 2537 : 4)

จันทิมา เขยสงวน หัวหน้าฝ่ายจัดและควบคุมรายการ สทท. 11 (รายการดี คู่ทีวี ช่อง 11, 2537: 41-42) กล่าวว่า สถานีโทรทัศน์ ช่อง 11 มีสัดส่วนการออกอากาศ

เน้นหนักที่รายการเพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง และรายการส่งเสริมความรู้แก่ผู้ชมทั่วไปนอกระบบโรงเรียน (แผนภาพ 2.5) รายการบันเทิงให้สาระและคุณค่าแก่ผู้ชม เป็นรายการที่สถานีได้รับความนิยมอย่างสูง โดยเฉพาะรายการประเภทอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย รายการสำหรับเด็กเป็นรายการที่ให้คุณค่าทางการพัฒนาสูง มีทั้งรายการของเด็กเล็กก่อนวัยเรียน รายการของเด็กระดับกลางและรายการของเด็กระดับโต ซึ่งได้รับความช่วยเหลือจากต่างประเทศและสถานีนำมาผลิตรายการขึ้นใหม่ โดยคำนึงถึงผลทางด้านวัฒนธรรมและสังคมเป็นส่วนสำคัญ รายการประเภทความรู้ทั่วไปและการประชาสัมพันธ์ของรัฐถือเป็นรายการเด่นของสถานีแห่งนี้ ที่จะหาชมไม่ได้ที่ทีวีช่องอื่นและนับตั้งแต่ปี 2537 สถานีได้รับงบประมาณประจำปีให้จัดซื้อรายการกีฬาและความรู้ทั่วไปจำนวนเงิน 7,000,000 บาท (เจ็ดล้านบาท)

คูมส์และอาห์เมด (P.H.Coombs & M.Ahmed) กล่าวว่าโครงการศึกษาแบบไม่เป็นทางการ หมายถึง การใช้สื่อมวลชนสอนทักษะหรือแนวคิดเฉพาะให้แก่ประชาชน โครงการศึกษาแบบนี้เป็นการให้บริการแก่ทั้งผู้ที่ไม่มีโอกาสได้รับการศึกษาอย่างเป็นทางการให้มีโอกาสได้รับการศึกษา และเป็นการเพิ่มพูนทักษะและความรู้ใหม่แก่ผู้ที่ได้รับการศึกษาแบบเป็นทางการมาแล้ว (เสถียร เศษประทีป , 2531 : 219)

แผนภาพ 2.5 อัตราส่วน ของรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทาง สทท.11 กรมประชาสัมพันธ์



	รายการการศึกษา	40 %
	รายการข่าว	20 %
	รายการกีฬาและบันเทิง	16 %
	ประชาสัมพันธ์ของรัฐ	14 %
	ความรู้ทั่วไป	10 %

ที่มา ; สทท.11. งานส่งเสริมวิทยุโทรทัศน์. ม.ป.ป. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย
กรมประชาสัมพันธ์. (เอกสารโรเนียว).

สตท. 11 เป็นที่ยอมรับและรู้จักในบรรดาผู้ชมรายการโทรทัศน์ โดยมีรางวัลเมขลา และโทรทัศน์ทองคำเป็นหลักประกัน (สรุปการดำเนินงานสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์, 2537 : 13-14) ดังนี้

ปี 2534

- (1) รางวัลเมขลาของสมาคมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย
 - ก. สถานีเด่นด้านส่งเสริมรายการศึกษาและศิลปวัฒนธรรม
 - ข. รายการสารานุกรมไทย (ส่งเสริมความรู้ทั่วไปดีเด่น)
 - ค. รายการกฎหมายเพื่อประชาชน (ส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายดีเด่น)
 - ง. รายการไต่ถามโรงพัก (ส่งเสริมความสงบเรียบร้อย)
- (2) รางวัลโทรทัศน์ทองคำของชมรมส่งเสริมโทรทัศน์ร่วมกับหนังสือพิมพ์อินไซด์ทีวี
 - ก. รายการเพื่อเด็กและเยาวชน (รายการสำหรับเด็กและเยาวชนดีเด่น)
 - ข. รายการเสาร์ 11 ชุดโลกเดียวกัน (ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมดีเด่น)
 - ค. รายการพิทักษ์สิ่งแวดล้อม (ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมดีเด่น)

ปี 2535

- (1) รางวัลเมขลาของชมรมผู้สื่อข่าวบันเทิงแห่งประเทศไทย
 - ก. สถานีดีเด่นด้านส่งเสริมการศึกษา
 - ข. รายการรักษาสิ่งแวดล้อม (ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมดีเด่น)
 - ค. รายการไต่ถามโรงพัก (ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างข้าราชการและประชาชน)
- (2) รางวัลโทรทัศน์ทองคำ
 - ก. สถานีดีเด่นด้านพัฒนารายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบันและส่งเสริมการศึกษาศิลปวัฒนธรรม
 - ข. รายการมองต่างมุม (รายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบันดีเด่น)
 - ค. ละครสั้น "บ้านสองแยก" (ส่งเสริมประชาธิปไตยดีเด่น)
 - ง. ละครพิเศษชุดยาว "มนต์รักทักษิณ" (ส่งเสริมการพัฒนาภาคใต้)

ปี 2538

รางวัลโทรทัศน์ทองคำ สถานีโทรทัศน์ดีเด่นด้านส่งเสริมการศึกษา

การพัฒนาเครือข่ายข่าว นับเป็นงานสำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 ดังนั้นในการเปลี่ยนการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมปลาป้ามาเป็นไทยคมในปลายปี 2537 ได้มีการจัดซื้อเครื่องส่ง (Exciter) เพื่อติดตั้งส่งสัญญาณย้อนกลับจากสถานีโทรทัศน์ในส่วนภูมิภาคของศูนย์ประชาสัมพันธ์เขตทั้ง 6 เขต ที่จังหวัดขอนแก่น อุบลราชธานี ลำปาง พิชณุโลก สุราษฎร์ธานี และอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทำให้การเสนอข่าวในระบบเครือข่ายเป็นไปในลักษณะ 2 ทาง กล่าวคือ สามารถรับส่งสัญญาณรายการข่าวภูมิภาคกลับเข้าเครือข่ายได้ 6 จุด สามารถที่จะนำเสนอข่าวร่วมกันของเครือข่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และหากมีข่าวสำคัญเกิดขึ้นก็จะสามารถใช้สถานีลูกข่ายป้อนสัญญาณเข้าสู่สถานีส่วนกลาง เพื่อออกอากาศพร้อมกันทั้งเครือข่ายได้ (สุรินทร์ แปลงประสพโชค, 2537 : 39)

2. การดำเนินงาน

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 เป็นสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งเดียวในประเทศไทยที่มีการแพร่ภาพออกอากาศในเวลาเดียวกัน 2 เครือข่าย

2.1 เครือข่ายที่ 1 แพร่ภาพออกอากาศเฉพาะส่วนกลางทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 05.30 น. - 09.15 น. และ 16.00 - 24.00 น. ยกเว้นวันเสาร์-อาทิตย์ จะแพร่ภาพออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.30-24.00 น. ตามแผนภาพ 2.6

2.2 เครือข่ายที่ 2 เป็นการส่งสัญญาณรายการโทรทัศน์อีกรายหนึ่ง ซึ่งต่างจากรายการเครือข่ายที่ 1 โดยส่งสัญญาณผ่านระบบไมโครเวฟภาคพื้นดินขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย พร้อม ๆ กับระบบเชื่อมโยงสัญญาณผ่านดาวเทียมปลาป้าไปให้สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในส่วนภูมิภาค (สังกัดศูนย์ประชาสัมพันธ์เขตรวม 6 เขต ออกเผยแพร่พร้อมกับมีการโฆษณาธุรกิจด้วย) ในบางเวลาเครือข่ายที่ 2 จะรับสัญญาณรายการเครือข่ายที่ 1 ไปแพร่ภาพออกอากาศในส่วนภูมิภาคพร้อมกันเป็นระบบเครือข่าย (net work) โดยเฉพาะรายการภาคเช้า เวลา 05.30 - 09.15 น. และข่าว

ประจำวันเวลา 19.30 - 20.30 น. และ 21.30 - 22.00 น. และสำหรับบางรายการ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยในแต่ละศูนย์ประชาสัมพันธ์เขตทั้ง 6 เขต จะเป็น ผู้ผลิตรายการเองและนำแพร่ภาพออกอากาศ ซึ่งเนื้อหาสาระจะแตกต่างกันไปใน แต่ละภูมิภาคโดยคำนึงถึงผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น รายการข่าวท้องถิ่นภาคใต้ และศิลปวัฒนธรรมภาคใต้ ซึ่งแพร่ภาพออกอากาศทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดสงขลาศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา เป็นต้น (แผนภาพ 2.7)

แผนภาพ 2.6 แสดงผังรายการหลักของ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร.

จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์	อาทิตย์		
05.30	การศึกษา	รับสวนสนามธรรมสารคดี	การศึกษา	รับสวนสนามธรรมสารคดี	การศึกษา	สวนคดี	การศึกษา	05.30
06.00	รายการเด็กดี		บ้านแสนสุข	สนุกกับภาษาเยอรมัน		เที่ยวฝรั่งเศส		06.00
06.30	-----						06.30	
07.00	ชาย		ชาย		ชาย		07.00	
	การศึกษา	มอร์นิ่ง ทอล์ค	การศึกษา	มอร์นิ่ง ทอล์ค	การศึกษา	เกษตรก้าวหน้า 1/3	การศึกษา	
	ศาลาวิมสวน	สวนคดี	มองโลก วิถีชุมชน	สวนคดี	รอบบ้านเรา	ประกายทักเซ	การศึกษา	
08.00	สวนคดี				การศึกษา	เจริญธรรม	08.00	
09.00	การศึกษา				อนุรักษ์ภาษาไทย	โลกใบจิ๋ว	09.00	
10.00	-----						10.00	
11.00	การศึกษา						11.00	
12.00	12.00						12.00	
13.00	13.00						13.00	
14.00	14.00						14.00	
15.00	-----						15.00	
16.00	15.30				คอนเสิร์ต	กรุงเทพฯ	กรุงเทพฯ	16.00
17.00	-----						17.00	
17.30	เที่ยวฝรั่งเศส	สนุกกับภาษาเยอรมัน	สวนคดี	ประกายทักเซ	ได้แรงบันดาลใจ	รายการเด็กดี	17.30	
18.00	สวนคดี		ของดี/เรื่องบ้านเรา	ปส. ของรัฐ	ศาลาวิมสวน	18.00		
18.30	การศึกษา				การศึกษา	18.30		
19.00	บ้านแสนสุข				360 องศา	19.00		
19.30	-----						19.30	
20.00	-----						20.00	
20.30	เมื่อหลวงของแม่ 1 11 สอนทวด 2 ลูกสาวของแม่ 3 สตรี เรขศิลป์การศึกษา 4	ไอที 11	ตอบประชาชน	ริมระเบียง	เวทีชาวบ้าน	มันนี่ ทอล์ค	มองต่างมุม	20.30
21.30	สวนคดีต่างประเทศ		สวนคดีห้องเที่ยว	ชาย			21.30	
22.00	การศึกษา		ศิลป์วัฒนธรรม	การศึกษา	พรุ่งนี้	การศึกษา	22.00	
23.00	เสียงสวรรค์/เพลงอมตะ	เพลงดี ทวี 11	บ้านเที่ยงคืน	ถ่ายทอดสด มวยเอกกล้าโรงจ.สมุทรปราการ	ศิลป์วัฒนธรรมไทย	ทิพย์ดุริยางค์	23.00	
24.00	บันเทิง	ลีลาแจ๊ส กีฬา	บันเทิงคดี	เพลงข้ามโลกจากยูริส	ทิพย์ดุริยางค์	24.00		

ที่มา : จันทิมา เชยสงวน. 2537. "รายการดี คู่ทีวีช่อง 11" ใน ครบรอบ 6 ปี

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์. 43. ม.ป.พ.

5.30	จันทร์ 6, 13, 20, 27	อังคาร 7, 14, 21, 28	พุธ 1, 8, 15, 22	พฤหัสบดี 2, 9, 16, 23	ศุกร์ 3, 10, 17, 24	เสาร์ 4, 11, 18, 25	อาทิตย์ 5, 12, 19, 26	5.30น
6.00	ทีวีเข้ม	ทีวีเข้ม	ทีวีเข้ม	ทีวีเข้ม	ทีวีเข้ม	ทีวีเข้ม	ทีวีเข้ม	6.00น
6.30	มสธ.	ทีวีเข้ม	มสธ.	ทีวีเข้ม	มสธ.	ทีวีเข้ม	มสธ.	6.30น
7.00	รายการเด็ก							6.00น
7.30	รายการบันเทิง							6.30น
8.00	มสธ.	มอเรียนทองคำ	มสธ.	มอเรียนทองคำ	มสธ.	เกษตรก้าวหน้า	มสธ.	7.00น
8.30	การสารนิเทศ	สารคดี	ปศุศ. เอกศ.	มองเขตรัฐ	รอบบ้านเรา	ประภาคารทักษะ	มสธ.	7.30น
9.00	สารคดีชนชาติ	สารคดีชนชาติ	มองโลกสารคดี	ประวัตศาสตร์	ไอที 11	มสธ.	เจริญธรรม	8.00น
9.30	สารคดีออสเตรเลีย	ภูมิศาสตร์โลก	เอ็น เอช เค สเปเชียล	สารคดีสัตว์โลก	สารคดีสัตว์โลก	มสธ.	หาคู่ในวันนั้น	8.30น
10.00	ทีวีเข้มเอ็นทรานซ์							9.00น
10.15	ข่าวสั้น/ข่าวบริการ/ข่าวประกาศ/ข่าวภาคแรงงาน							9.30น
10.45	วิทยุคลื่น	วิทยุธรรม	เข็มนาฬิกา	ปศุศ/สารคดี	สารคดี	มร.	เรือนกระจก	10.00น
11.00	ข่าวภาคเช้า/ข่าวบริการ							10.15น
12.00	มร.							10.45น
13.00	พิเศษเฉพาะการศึกษาและอาชีพ							11.00น
14.00	นักแสดงรุ่นเยาว์							12.00น
15.00	บทเรียน							13.00น
15.15	บทเรียน							14.00น
15.30	บทเรียน							15.00น
16.00	บทเรียน							15.30น
16.30	บทเรียน							16.00น
17.00	บทเรียน							16.30น
17.30	บทเรียน							17.00น
18.00	บทเรียน							17.30น
18.30	บทเรียน							18.00น
19.00	บทเรียน							18.30น
19.30	บทเรียน							19.00น
20.00	บทเรียน							19.30น
20.30	บทเรียน							20.00น
21.00	บทเรียน							20.30น
21.30	บทเรียน							21.00น
22.00	บทเรียน							21.30น
23.00	บทเรียน							22.00น
23.30	บทเรียน							23.00น
24.00	บทเรียน							23.30น
00.30	บทเรียน							24.00น

01.00
 (ม.ส.สงขลา) (สงขลา)
 ม.ส. สงขลา (สงขลา)

สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยจังหวัดสงขลา (ศูนย์ประชาสัมพันธ์ เขต 6 สงขลา ฝ่ายแผนงานและส่งเสริมวิทยุและโทรทัศน์, 2537 : เอกสารโรเนียว) เดิมชื่อสถานีโทรทัศน์ช่อง 10 หาดใหญ่ ตั้งอยู่ที่ 40 ถนนพัทธสงเคราะห์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เป็นสถานีโทรทัศน์หลักของศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา ทำการแพร่สัญญาณภาพและเสียงออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 05.30-11.00 น. และ 13.30-24.00 น. วันเสาร์-วันอาทิตย์และวันหยุดราชการ เวลา 05.30 น. - 24.00 น. แพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่ 7 จังหวัดตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล ตรัง ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยทำการเชื่อมโยงสัญญาณโทรทัศน์ผ่านทางสถานีเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วย

(1) สถานีเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ เขาปกไย๊ะ จังหวัดยะลา ออกอากาศในช่อง 12 อาคารเครื่องส่งตั้งอยู่ที่เขาปกไย๊ะ (สูง 1,096 เมตร) ตำบลนิคมกือลอง อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา 95130 เสาอากาศสูง 36 เมตร ระบบสี 625 เส้น (B/PAL) กำลังส่ง 10+10 กิโลวัตต์ ความถี่ออกอากาศ 223-230 เมกกะเฮิร์ตซ์ เริ่มแพร่สัญญาณภาพและเสียงอากาศ เมื่อปี พ.ศ. 2527

(2) สถานีเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ จังหวัดตรัง ออกอากาศในช่อง 12 ตั้งอยู่ที่ถนนเพชรเกษม (ห้วยยอด-ตรัง) ตำบลนาท่ามเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดตรัง 92000 กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ เสาอากาศสูง 100 เมตร ระบบสี 625 เส้น (B/PAL) ความถี่ออกอากาศ 223-230 เมกกะเฮิร์ตซ์ เริ่มแพร่สัญญาณภาพและเสียงออกอากาศ เมื่อปี พ.ศ. 2532

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 24 เมษายน 2533 ในโครงการขยายบริการวิทยุโทรทัศน์ทั่วประเทศของกรมประชาสัมพันธ์และให้ดำเนินการเชื่อมโยงสัญญาณโทรทัศน์ด้วยระบบดาวเทียมเป็นโครงการเสริมความสมบูรณ์ของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยให้มีเครือข่ายครอบคลุมได้ทั่วประเทศ (Nation wide television broadcasting network) (ตาราง 2.2) และสามารถส่งรายการวิทยุโทรทัศน์ได้ 2 รายการพร้อมกัน โดยมีสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กรุงเทพมหานคร ทำหน้าที่เป็นสถานีแม่ข่าย (Master station) และให้มีระบบไมโครเวฟเป็นระบบสำรองไว้ด้วย อันเป็นข้อได้เปรียบสถานีโทรทัศน์อื่นที่ใช้

ระบบดาวเทียมเพียงอย่างเดียว (สทท. 11. งานส่งเสริมวิทยุโทรทัศน์, ม.ป.ป : 6)

จากตาราง 2.2 แสดงพื้นที่เขตบริการของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์และในพื้นที่ของศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา ที่รับสัญญาณได้ชัดเจน คือ บางส่วนของจังหวัดตรัง พัทลุง สงขลา และทั้งหมดของยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ไม่ได้ระบุจังหวัดสตูล ซึ่งสอดคล้องกับรายงานการประชุมของคณะกรรมการพิจารณาขยายบริการด้านวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2532 โดยนายพนมรงค์ จันทร์เพ็ญ หัวหน้าฝ่ายเทคนิค ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา แจ้งในที่ประชุมว่าจุดบอดของการรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 6 สงขลา คือ จังหวัดสตูล อำเภอเบตง จังหวัดยะลา และพระตำหนักทักษิณราชินีเวศ ดังนั้นในพื้นที่ห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์จากสื่อโทรทัศน์ช่อง 11 ได้เพียง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส จนกระทั่งเมื่อสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 จังหวัดตรัง ทำการแพร่ภาพออกอากาศโดยรับสัญญาณจาก สทท. 11 ส่วนกลางและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นตามนโยบายของศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 6 จังหวัดสงขลา ทำให้จังหวัดสตูล (บางพื้นที่) สามารถรับสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ได้ (เพื่อน ภูมิภาค สทท. 11, 2537 : 47)

ตาราง 2.2 พื้นที่เขตบริการของสถานีวิจัยโทรทัศนแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์

สถานี	ที่ตั้ง	กำลังส่ง (กิโลวัตต์)	ออกอากาศ ช่องความถี่	พื้นที่เขตบริการที่รับสัญญาณได้ชัดเจน
<u>ส่วนกลาง</u>				
1. สทท. 11	กรุงเทพฯ	20	11	ทั้งหมดของกรุงเทพฯ สมุทรปราการ สมุทรสาคร นนทบุรี ปทุมธานี อโยธยา นครปฐม ฉะเชิงเทรา บางส่วนของ ชลบุรี ปราจีนบุรี นครนายก สระบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี สมุทรสงคราม อ่างทอง เพชรบุรี กาญจนบุรี
2. สทท. 12	หัวหิน	.5	12	บางส่วนของ เพชรบุรี (อ.ท่าช้าง) ประจวบฯ (อ.หัวหิน)
3. สทท. 12	ระยอง	10	12	ทั้งหมดของ ระยอง บางส่วนของ จันทบุรี ชลบุรี
4. สทท. 11	ตราด	10	11	บางส่วนของ ตราด จันทบุรี
<u>ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 1 (ขอนแก่น)</u>				
5. สทท. 4	ขอนแก่น	10	4	ทั้งหมดของ ขอนแก่น มหาสารคาม บางส่วนของ ร้อยเอ็ด บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ อุดรธานี กำนันสินธุ์
6. สทท. 3	สกลนคร	10	3	ทั้งหมดของสกลนคร บางส่วนของ กำนันสินธุ์ อุดรธานี หนองคาย นครพนม มุกดาหาร
7. สทท. 4	มุกดาหาร	1	4	บางส่วนของ มุกดาหาร อนุบลราชธานี ยโสธร
8. สทท. 10	อุดรธานี	10	10	บางส่วนของอุดรธานี หนองคาย
9. สทท. 10	เลย	.5	10	บางส่วนของเลย อุดรธานี เพชรบูรณ์

ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 2 ออบราชธานี					
10. สทท. 4	ออบราชธานี	10	4	ทั้งหมดของออบราชธานี ศรีษะเกษ	
				บางส่วนของร้อยเอ็ด ยโสธร	
11. สคท. 6	นครราชสีมา	10	6	ทั้งหมดของนครราชสีมา	
				บางส่วนของสุรินทร์ บุรีรัมย์ ชัยภูมิ	
12. สคท. 11	สุรินทร์	10	11	บางส่วนของสุรินทร์ บุรีรัมย์ ศรีษะเกษ	
ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 ลำปาง					
13. สทท. 8	ลำปาง	10	10	บางส่วนของลำปาง	
14. สคท. 8	เด่นชัย (แพร่)	1	10	ทั้งหมดของแพร่	
15. สคท. 11	คอยสุเทพ	10	11	ทั้งหมดของเชียงใหม่ ลำพูน	
16. สคท. 12	แม่ฮ่องสอน	10	12	บางส่วนของแม่ฮ่องสอน	
ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 4 พิษณุโลก					
17. สทท. 17	พิษณุโลก	10	7	ทั้งหมดของพิษณุโลก	
				บางส่วนของสุโขทัย อุตรดิตถ์ พิจิตร เพชรบูรณ์	
				ตาก กำแพงเพชร	
18. สคท. 10	นครสวรรค์	10	10	ทั้งหมดของนครสวรรค์	
				บางส่วนของกำแพงเพชร พิจิตร อุทัยธานี	
				ชัยนาท ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง	
19. สคท. 7	เพชรบูรณ์	5	7	บางส่วนของเพชรบูรณ์ พิษณุโลก เลย	
ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 5 (สุราษฎร์ธานี)					
20. สทท. 12	สุราษฎร์ธานี	10	12	ทั้งหมดของ สุราษฎร์ธานี	
				บางส่วนของ นครศรีธรรมราช	
21. สคท. 5	ชุมพร	5	5	ทั้งหมดของ ชุมพร	
				บางส่วนของ ประจวบคีรีขันธ์	
22. สทท. 5	ภูเก็ต	10	5	ทั้งหมดของ ภูเก็ต	
				บางส่วนของ พังงา กระบี่	

23. สทท. 5	ระนอง	13	5	บางส่วนของระนอง
24. สทท. 12	ประจวบฯ	1	12	บางส่วนของ ประจวบคีรีขันธ์
25. สทท. 5	นครศรีฯ	5	5	บางส่วนของ นครศรีธรรมราช
ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 6 (อ.หาดใหญ่ สงขลา)				
26. สทท. 10	หาดใหญ่	10	10	บางส่วนของสงขลา พัทลุง
27. สทท. 12	เขาปักษ์โย๊ะ	10	12	ทั้งหมดของยะลา ปัตตานี นราธิวาส
	ยะลา	(2 เครื่อง)		บางส่วนของสงขลา
28. สทท. 12	ตรัง	1	12	บางส่วนของตรัง

สทท. - สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย หมายถึง สถานีวิทยุโทรทัศน์สมบูรณแบบประกอบด้วย สถานีห้องส่งวิทยุโทรทัศน์ สถานีเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ และเป็นสถานีแม่ข่ายในแต่ละภูมิภาค

สทท. - สถานีเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย เป็นสถานีลูกข่ายของสถานีแม่ข่ายในแต่ละภูมิภาคโดยปกติจะรับรายการถ่ายทอดมาจากสถานีแม่ข่าย แต่ในกรณีที่สามารถเล่นเทปออกอากาศเองได้ ซึ่งรวมไปถึง การประกาศแจ้งรายการ และจัดรายการย่อย ๆ ได้

ที่มา : สทท. 11. งานส่งเสริมวิทยุโทรทัศน์. ม.ป.ป. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์. (เอกสารโรเนียว).

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมทางสังคม อาจกำหนดได้เป็น 4 แบบตามทัศนะทางสังคมวิทยาของแมกซ์ เว็บบอร์ (Max Weber, 1969 : 115-118 อ้างใน จำนวนังค์ อติวัฒน์สิทธิ์, 2534 : 62 - 63 และพิทยา สุวรรณะชฎ, ม.ป.ป. : 104 - 105) คือ

1) การกระทำทางสังคมที่ยึดผลเป็นหลัก (Rational) เป็นแนวโน้มนิยมที่บุคคลตัดสินใจที่จะใช้วิธีการใด ๆ ในอันที่จะบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตนได้เลือกแล้ว โดยมีได้ยึดในคุณธรรมหรือความรู้สึกหรือความเชื่อในศาสนา เป็นหลักในการเลือกวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย

2) การกระทำที่ยึดคุณค่าของสังคมเป็นหลัก (Valuable) การกระทำแบบนี้จะอยู่ภายใต้อิทธิพลของความตระหนักในคุณค่าของคุณธรรม (Ethical) สุนทรียภาพ (aesthetical) หรือศาสนา (Religion) โดยมีได้ยึดผลที่ตนต้องการแต่อย่างเดียว

3) การกระทำที่เป็นผลจากแนวอบรมทางความรู้สึกและอารมณ์ (Affective) ในกรณีนี้อารมณ์หรือความรู้สึกส่วนคนมีอิทธิพลต่อการกระทำ

4) การกระทำตามขนบธรรมเนียมประเพณี นิสัย (Traditional) การกระทำเช่นนี้เป็นไปตามขนบธรรมเนียมหรือนิสัยการกระทำแบบนี้คล้ายคลึงกับแบบที่ 2 ต่างกันที่ว่าในแบบที่ 2 มีการตระหนักและใคร่ครวญ แต่การกระทำแบบที่ 4 เป็นการกระทำโดยอัตโนมัติมากกว่า

จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมทางสังคมสามารถเกิดขึ้นจากสาเหตุหลายประการ อาจจะเป็นความรู้สึกหรืออารมณ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี คุณธรรมหรือศาสนา เหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางสังคมทั้งสิ้น

มีผู้ทำการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับความเป็นอยู่ สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของคนไทยมุสลิม โดยเฉพาะคนไทยมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีพฤติกรรมต่าง ๆ ในสังคมมาเป็นเวลาช้านาน และในปัจจุบันก็ยังเป็นที่สนใจของบุคคลหลายวงการ แต่การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับสารจากสื่อโทรทัศน์ของรัฐ (สทท.11) ยังไม่เคยมีผู้ใดได้ทำการศึกษาวิจัยไว้ ผู้วิจัยจึงพยายามนำผลงานการวิจัยที่พอมีส่วนเกี่ยวข้องกับใกล้เคียงมากที่สุดมาศึกษา เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับสารหรือการเปิดดูโทรทัศน์

จากการศึกษาเอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าพฤติกรรม การรับสารจากสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับหลาย ๆ เรื่องด้วยกัน ดังจะได้แยก พิจารณาในแต่ละเรื่องดังต่อไปนี้

1. อิทธิพลของสภาพครอบครัวกับพฤติกรรมทางสังคม

สหัทยา ชินสมบุรณ์ (2528 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง "อิทธิพลของสภาพ ครอบครัวที่มีต่อการอ่านของเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาขาน้ำผึ้ง" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่าสภาพครอบครัวมีบทบาทต่อการอ่านของเด็กนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาขาน้ำทิพย์หรือไม่ ประชากรตัวอย่างเป็นเด็กนักเรียนที่ กำลังศึกษาอยู่ประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนสาขาน้ำทิพย์ ปีการศึกษา 2526 จำนวน 140 คน และผู้ปกครองของนักเรียนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง 140 คน รวม 280 คน เครื่องมือ ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม 2 ชุด ชุดที่ 1 สำหรับผู้ปกครองเพื่อ สอบถามเกี่ยวกับอายุ เพศ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพทาง เศรษฐกิจ ความคิดเห็นของผู้ปกครองต่อการอ่าน และกิจกรรมที่ส่งเสริมการอ่านของ เด็ก ส่วนชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับนักเรียนซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับการอ่านของ นักเรียน ได้แก่ จำนวนหนังสือที่อ่านอยู่ที่บ้านที่ไม่ใช่แบบเรียน ประเภทหนังสือที่ชอบ อ่าน ความถี่ในการอ่าน แหล่งที่ได้มาของหนังสือที่อ่านและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อ การอ่านของเด็กนักเรียน ผลการศึกษา พบว่าอาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาของ ผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับการอ่านในด้านจำนวนหนังสือที่นักเรียนมีอยู่ที่บ้านที่ไม่ใช่ หนังสือแบบเรียน การศึกษาในลักษณะนี้คล้ายกับการศึกษาของละอองดาว รัตนสาร (2533 : บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่องอิทธิพล ของสภาพครอบครัวที่มีต่อการอ่านของ เด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนในสังกัดเทศบาลเมือง จังหวัดปัตตานี พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการใช้สื่อมวลชนของครอบครัวกับตัวแปรการอ่าน อยู่ภายใต้เงื่อนไขของตัวแปรสภาพเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัว โดยพบความ สัมพันธ์ในกลุ่มครอบครัวที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมสูง มีพฤติกรรมการอ่านสูงกว่า กลุ่มที่มีสภาพเศรษฐกิจและสังคมของครอบครัวปานกลาง

ดวงเดือน พันธุมนาวิน อรพินทร์ ชูชม และสุภาพร ลอยด์ (2529 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง "การควบคุมอิทธิพลสื่อมวลชนของครอบครัวกับจิตลักษณะที่

สำคัญของเยาวชน" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า มารดาหรือบิดาในครอบครัวที่มีลักษณะภูมิหลังต่างกัน ตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อเด็กต่างกันอย่างไร และพิจารณาว่าครอบครัวประเภทใด มีการควบคุมอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อเด็กมากที่สุดและน้อยที่สุด โดยแบ่งประเภท ครอบครัวตามการอบรมเลี้ยงดูบุตรและการตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อเด็ก ประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย นักเรียนชาย-หญิง ในชั้นประถมศึกษาตอนปลาย (ป.5 และ ป.6) อายุประมาณ 10-13 ปี และมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.1 และ ม.2) อายุประมาณ 12-15 ปี จากโรงเรียนรัฐบาลในกรุงเทพมหานคร 7 แห่ง และต่างจังหวัด 11 แห่ง จำนวน 1,600 คน เป็นชาย 780 คน เป็นหญิง 820 คน พร้อมด้วย ผู้ปกครองของนักเรียนที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม เพื่อวัดความตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อเด็ก ความเชื่อในประโยชน์ของสื่อมวลชนต่อเด็ก การควบคุมการเปิดรับสื่อมวลชนและการเข้าใจในเนื้อหาการควบคุมการยอมรับการชักจูงการใช้สื่อมวลชน การอบรมเลี้ยงดูบุตร ภูมิหลังของผู้ปกครอง และการใช้สื่อมวลชนของเด็ก โดยวัดปริมาณการชมโทรทัศน์ ฟังวิทยุ และปริมาณการอ่านสิ่งตีพิมพ์ของเด็ก ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปกครองที่ตระหนักในอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อเด็กมากเท่าใด และเชื่อในประโยชน์ของสื่อมวลชนมากเท่าใด เด็กในปกครองก็จะมี ความชอบฟังรายการวิทยุที่มีประโยชน์มากขึ้นเท่านั้น ซึ่งพบเด่นชัดที่สุดในครอบครัวที่ผู้ปกครองมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป ผู้ปกครองที่ตระหนักในอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อเด็กน้อย คือผู้ปกครองที่มีการศึกษาในระดับต่ำ คือ จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 และอยู่ในระดับเศรษฐกิจต่ำด้วย และการวิจัยครั้งนี้ ยังพบว่าเด็กที่ชอบรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์มากนั้น ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบให้เหตุผลมากด้วย ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าระดับเศรษฐกิจ และระดับการศึกษาของผู้ปกครองมีอิทธิพลต่อการใช้สื่อมวลชนของเด็กและพฤติกรรมของเด็ก

ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นเรื่องชี้และแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมต่าง ๆ ทางสังคมที่บุคคลแสดงออกมา ครอบครัวถือได้ว่าเป็นหน่วยที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในอันที่จะทำให้ผู้ที่อาศัยอยู่ในครอบครัว โดยเฉพาะบุตร-ธิดา มีบุคลิกและพฤติกรรมเป็นไปในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะบิดามารดาหรือผู้ปกครองเป็นบุคคลแรกที่เป็นผู้หล่อหลอมให้ความรู้ ทศนคติ ค่านิยม ตลอดจนปลูกฝังลักษณะนิสัย

2. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการรับสาร

สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี (2527 : 11-38) ทำการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชน (วิทยุและโทรทัศน์) พบว่าในปี พ.ศ. 2527 มีจำนวนครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ในครอบครัวทั่วราชอาณาจักรมีทั้งสิ้นประมาณ 3,085,090 ครัวเรือน หรือร้อยละ 33.1 ของครัวเรือนทั้งหมด ถ้าเปรียบเทียบอัตราครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ต่อครัวเรือนทั้งหมดในแต่ละภาคแล้ว ปรากฏว่ากรุงเทพมหานครมีอัตราครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์มากที่สุดคือ ประมาณร้อยละ 78.5 ของครัวเรือนทั้งหมด ในกรุงเทพมหานคร รองลงมา คือ ภาคกลาง(ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) ร้อยละ 43.8 ภาคเหนือและภาคใต้มีครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ในอัตราที่ใกล้เคียงกันคือร้อยละ 26.1 และ 25.9 ตามลำดับ ส่วนภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่มีเครื่องรับโทรทัศน์น้อยที่สุดเพียงร้อยละ 17.3 ของครัวเรือนทั้งหมดในภาคนี้นี้เท่านั้น เมื่อพิจารณาอัตราครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ครัวเรือนทั้งหมดจำแนกตามเขตปรากฏว่า ในเขตเทศบาลทั้งหมดมีอัตราครัวเรือนที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ต่อครัวเรือนทั้งหมดเป็นร้อยละ 73.2 ซึ่งมากกว่านอกเขตเทศบาลทั้งหมด (ร้อยละ 24.0) เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละระดับการศึกษาปรากฏว่า บุคคลที่มีการศึกษา ระดับอุดมศึกษาเปิดรับโทรทัศน์สูงสุดถึงร้อยละ 93.5 ของบุคคลที่มีการศึกษาระดับนี้ รองลงมา คือ ระดับอาชีวศึกษาเปิดรับโทรทัศน์ ร้อยละ 90.5 บุคคลที่ไม่ได้รับการศึกษาเลยมีอัตราการเปิดรับโทรทัศน์ต่ำสุด ร้อยละ 10.0 เมื่อเปรียบเทียบในแต่ละหมวดอาชีพ ปรากฏว่าผู้ปฏิบัติงานอาชีพเสมียนมีอัตราการเปิดรับโทรทัศน์สูงสุดร้อยละ 91.6 ของบุคคลที่ปฏิบัติงานอาชีพนี้ รองลงมา คือ หมวดอาชีพผู้ปฏิบัติงานบริหารธุรการและจัดดำเนินการ ซึ่งมีอัตราการเปิดรับร้อยละ 91.2 หมวดอาชีพที่รายงานการรับชมโทรทัศน์มีอัตราต่ำสุด คือ หมวดอาชีพเกษตรกร ชาวประมง ผู้ล่าสัตว์ คนตัดกานซักลากไม้ และผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกัน โดยมีอัตราการรับชมร้อยละ 52.4 เมื่อพิจารณาการเข้าถึงและการเปิดรับโทรทัศน์แล้ว จะเห็นชัดเจนว่า โทรทัศน์เข้าถึงครัวเรือนในเขตเทศบาลมากกว่านอกเขตเทศบาลมาก (ร้อยละ 73.2 : 24.0) ประชาชนในเขตเทศบาลและประชาชนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจสูง เปิดรับโทรทัศน์มากกว่าประชาชนนอกเขตเทศบาล และประชาชนที่มีสถานะทางสังคมเศรษฐกิจต่ำ การที่โทรทัศน์กระจุกกันในเมือง(เทศบาล) ก็เพราะประชาชนในเขตเทศบาลมีฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ และการศึกษาดี ส่วนนอกเขต

เทศบาลมีเครื่องรับโทรทัศน์น้อย ก็เพราะโทรทัศน์มีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ของประชาชนที่อยู่นอกเขตเทศบาล ซึ่งโดยทั่วไปมีรายจ่ายสูงกว่ารายได้ นอกจากนี้ประชาชนในชนบทอีกกว่าร้อยละ 10 ยังไม่มีกระแสไฟฟ้าใช้ ทำให้โทรทัศน์ไม่สามารถเข้าถึงประชาชนเหล่านั้นได้

โรเจอร์และสเวนนิ่ง (Rogers and Svenning, อ้างใน สุคินทร์ บีแนบาโง, 2534 : 14) ได้ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสาร โดยศึกษากับชาวนาในประเทศโคลัมเบีย พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อมวลชนคือ การศึกษา การเดินทางไปต่างถิ่น การเป็นคนทันสมัย มีฐานะทางเศรษฐกิจดีและมีตำแหน่งหน้าที่การงาน หรืออีกนัยหนึ่งคือ ผู้ที่มีปัจจัยดังกล่าวมาแล้ว จะเปิดรับสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ที่ไม่ใช่ปัจจัยดังกล่าว การศึกษาในลักษณะนี้คล้ายกับการศึกษาของศิริชัย ศิริเกษ (2525 : 155) ได้ทำการศึกษาเฉพาะกรณีอำเภอคลองหลวง และอำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี พบว่า ความมากน้อยของการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองและสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน

ชลลดา วงศ์วิชัย (2526: 53-57) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นเมืองกับการเปิดรับสื่อมวลชน: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดลำปาง พบว่า ผู้ที่มีอาชีพไม่ใช้แรงงานเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีอาชีพใช้แรงงานผู้ที่มีรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันด้วย และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกันหมายความว่า ผู้ที่มีรายได้และระดับการศึกษาสูงจะเปิดรับสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่มีรายได้และระดับการศึกษาต่ำ

นภคธ วรรัตนาคม (2528 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสื่อสารกับผลสัมฤทธิ์ของการรู้หนังสือ ศึกษาเฉพาะกรณีโครงการณรงค์เพื่อการรู้หนังสือ แห่งชาติในอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลสัมฤทธิ์ของการรู้หนังสือ กล่าวคือประชาชนที่เปิดรับสื่อมวลชนมากจะมีผลสัมฤทธิ์ของการรู้หนังสือสูง ส่วนประชาชนที่เปิดรับสื่อมวลชนน้อยจะมีผลสัมฤทธิ์ของการรู้หนังสือต่ำ

เสมอสุข อุไรสวัสดิ์(2528: บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาการรับสมัครงานของผู้สมัครเป็นอาสาสมัครพัฒนากรมการพัฒนาชุมชน

กระทรวงมหาดไทย พบว่า การเปิดรับสื่อมวลชนหรือการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการศึกษานั้นคือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน

อัจฉรวรรณ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2528 : บทคัดย่อ) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อมวลชนกับการพัฒนาลักษณะสมัยใหม่ของเยาวชนในเขตเมืองและชนบท พบว่าการติดต่อกับสังคมภายนอกและฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน กล่าวคือ เยาวชนที่มีระดับการติดต่อกับสังคมภายนอกสูงจะมีแนวโน้มของการเปิดรับสื่อมวลชนสูง ส่วนเยาวชนที่มีระดับการติดต่อกับสังคมภายนอกต่ำ จะมีแนวโน้มของการเปิดรับสื่อมวลชนต่ำ ในทำนองเดียวกันเยาวชนที่มีระดับฐานะทางเศรษฐกิจดีจะมีแนวโน้มของการเปิดรับสื่อมวลชนสูงและเยาวชนที่มีระดับฐานะทางเศรษฐกิจต่ำจะมีแนวโน้มของการเปิดรับสื่อมวลชนต่ำด้วย นอกจากนี้ยังพบว่าเยาวชนที่มีการเปิดรับสื่อมวลชนในระดับต่ำมีแนวโน้มที่จะมีลักษณะสมัยใหม่ในระดับต่ำ

กาญจณี หวังถิรอำนาจ (2530 : บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับข่าวสารกับความรู้อะการป้องกันโรคเอดส์ในหญิงบริการอาชีพพิเศษและชายรักร่วมเพศในเขตกรุงเทพมหานครพบว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีการเปิดรับข่าวสารมากและผู้ที่มีอายุมากขึ้นจะมีการเปิดรับข่าวสารน้อยลง

สุดินทร์ ปิเนนบาโง (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษาการรับรู้ข่าวสารของประชาชนเขตชนบทและเขตเมือง ในอำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน โดยประชาชนที่มีระดับการศึกษาสูงมีการรับรู้ข่าวสารมากกว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่ำ และประชาชนที่มีอาชีพต่างกันก็มีการรับรู้ข่าวสารแตกต่างกัน โดยประชาชนที่มีอาชีพด้านวิชาชีพและค้าขายมีการรับรู้ข่าวสาร มากกว่าประชาชนที่มีอาชีพด้านเกษตรกรรม

จันทนา ชาญวนิชวงศ์ (2525 : 80-83) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "การเปิดรับสื่อสารมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการ" โดยเน้นศึกษาเกี่ยวกับความสำนึกจากการเปิดรับข่าวสารของแม่ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ โรงพยาบาลรามาริบัติ โรงพยาบาลพญาไทและศูนย์บริการสาธารณสุข 2 จำนวน 300 คน ซึ่งผลการศึกษาปรากฏว่า ตัวแปรด้านอายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ จะมีผลต่อความสำนึก

ทางด้านอาหารและโภชนาการของแม่ และทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านดังกล่าวแตกต่างกัน โดยความสำคัญทางด้านอาหารและโภชนาการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการ นอกจากนั้นได้พบว่า แม่ที่มีการศึกษาสูงและแม่ที่มีรายได้สูง จะมีความสำคัญและการเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการสูง ในทางตรงกันข้ามแม่ที่มีระดับการศึกษาต่ำ และแม่ที่มีรายได้ต่ำ จะมีสำคัญและการเปิดรับสื่อมวลชนระดับต่ำด้วย

อังคณา มั่งมีทรัพย์ (2534 : บทคัดย่อ) ศึกษาประสิทธิผลของการเผยแพร่ข่าวสารการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสาธารณสุขที่มีต่อความรู้ ความตระหนักของประชาชนเกี่ยวกับความปลอดภัยในการบริโภคอาหารโดยศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ประชาชนที่มีความแตกต่างกันทางด้านคุณลักษณะทางประชากร อันได้แก่ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้จะมีความแตกต่างกันในเรื่องพฤติกรรมการรับข่าวสาร กล่าวคือ ผู้มีอายุน้อยมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสูงกว่าผู้มีอายุมาก ผู้มีการศึกษาสูงและรายได้สูงมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารสูงกว่าผู้มีการศึกษาและรายได้ต่ำ ผู้มีอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีพฤติกรรมการรับข่าวสารสูงกว่าอาชีพอื่น สำหรับปัจจัยทางด้านเพศ พบว่า เพศชายเปิดรับข่าวสารมากกว่าเพศหญิงเล็กน้อย แต่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กองสำรวจประชามติ กรมประชาสัมพันธ์ (2534 : 2) สรุปรายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมโทรทัศน์ ช่อง 11 ในกรุงเทพมหานครตอนโยบายเปิดเสรีสื่อมวลชน จากการสุ่มตัวอย่างประชาชนกรุงเทพมหานคร 5 กลุ่มอาชีพจำนวน 1,000 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่เปิดรับชมรายการ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 กลุ่มใหญ่สุดจำนวนเกินกว่าครึ่งหนึ่ง (56.0 %) เป็นผู้มีการศึกษาค่อนข้างสูง ระดับปริญญาตรีขึ้นไป อันดับรองลงมาเป็นผู้มีการศึกษาระดับอนุปริญญา(23.4 %) ระดับมัธยมศึกษา (14.2 %) และระดับประถมศึกษา มีจำนวนน้อยที่สุด (6.4 %) ตามลำดับ

จากรายงานการวิจัยต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า มีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพลหรือผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับสารของบุคคล ปัจจัยที่เห็นได้ชัดเจนคือ เพศ ระดับการศึกษา รายได้และอาชีพ

3. ความยึดมั่นผูกพันในศาสนากับพฤติกรรมทางสังคม

ศรีธยา บุณนาค (2526 : 143) ได้สรุปรายงานการวิจัยเรื่อง "บทบาทศาสนาพุทธและศาสนาอิสลามที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคใต้" ว่าศาสนามีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคใต้มาก โดยเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถจำแนกความแตกต่างในด้านเศรษฐกิจ สังคม ประชากร ของกลุ่มผู้ที่นับถือศาสนาแตกต่างกัน (ศาสนาพุทธ และอิสลาม) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าทั้งศาสนาพุทธและศาสนาอิสลาม ต่างมีบทบาททั้งในทางตรงและทางอ้อมที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคใต้

ผลการวิจัยที่กล่าวมานั้น ย่อมเป็นการแสดงว่าศาสนามีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม โดยเฉพาะสังคมทั้งที่นับถือศาสนาพุทธ และศาสนาอิสลาม การที่ศาสนาจะมีบทบาทต่อเศรษฐกิจและสังคมนั้น ก็ขึ้นอยู่กับความยึดมั่นผูกพันในศาสนา ถ้ามีความยึดมั่นผูกพันมาก ศาสนาก็จะมีบทบาทต่อการดำรงชีวิต เพราะยึดศาสนาเป็นแนวทางการดำเนินชีวิต หรือถือศาสนาเป็นสรณะในการดำรงชีวิต จะเห็นว่าความยึดมั่นผูกพันในศาสนาของคนที่นับถือศาสนาอิสลามนั้นจะนำหลักศาสนามาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต จึงมีผลต่อพฤติกรรมทางสังคม

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2531 : 168) ได้รายงานการวิจัยเรื่อง "คุณลักษณะทางสังคมของชาวไทยมุสลิมและการสนองตอบต่อรัฐบาล พบว่า รากฐานปัญหาที่สำคัญของชุมชนมุสลิมภาคใต้ก็คือความหวาดหวั่นของชาวไทยชายแดนภาคใต้ ในการสูญเสียความบริสุทธิ์ของศาสนาอันเนื่องมาจากปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนมุสลิมไม่ว่าในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง นโยบาย การศึกษา การพัฒนาและการศาสนา เป็นต้น ความหวาดหวั่นดังกล่าวย่อมส่งผลให้ชาวมุสลิมเกิดกระบวนการในการป้องกันตนเอง (Defensive mechanism) เพื่อพิทักษ์ความบริสุทธิ์ของศาสนาตามหลักการของศาสนาและความเชื่อ

ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นเครื่องชี้และแสดงให้เห็นถึงความยึดมั่นผูกพันในศาสนาของชาวไทยมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่จะรักษาความบริสุทธิ์ทางศาสนาที่ตนเชื่อถือให้พ้นจากปัจจัยแวดล้อมภายนอก ศาสนา จึงมีผลต่อพฤติกรรมทางสังคม

นรพงศ์ เทพจารี (2534 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง “ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาอิสลามของคนไทยมุสลิมชนบท จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีผลต่อพฤติกรรมด้านสังคม เศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิต” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาอิสลามของคนไทยมุสลิมชนบทจังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้านสังคม เศรษฐกิจ และคุณภาพชีวิตว่า จะมีผลส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ และเพื่อที่จะตอบปัญหาว่า ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาอิสลามของคนไทยมุสลิมชนบทจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นสาเหตุหรือไม่ในการที่ทำให้การพัฒนาทางสังคม เศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของคนไทยมุสลิมชนบท จังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่บรรลุเป้าหมายเท่าที่ควร ผลการวิจัยพบว่า ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาอิสลามระดับต่ำกับระดับสูงของคนไทยมุสลิมชนบท จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีผลต่อพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกันในเรื่องการร่วมกิจกรรมกับทางราชการการตรงต่อเวลา การแต่งงานเมื่ออายุยังน้อยและการใช้เวลาว่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นการแสดงว่า ความยึดมั่นผูกพันในศาสนาของคนไทยมุสลิมเกี่ยวข้องกับ การดำเนินชีวิต หรือเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตประจำวันในสังคมเป็นประจำ