

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และ ทบทวนวรรณกรรม

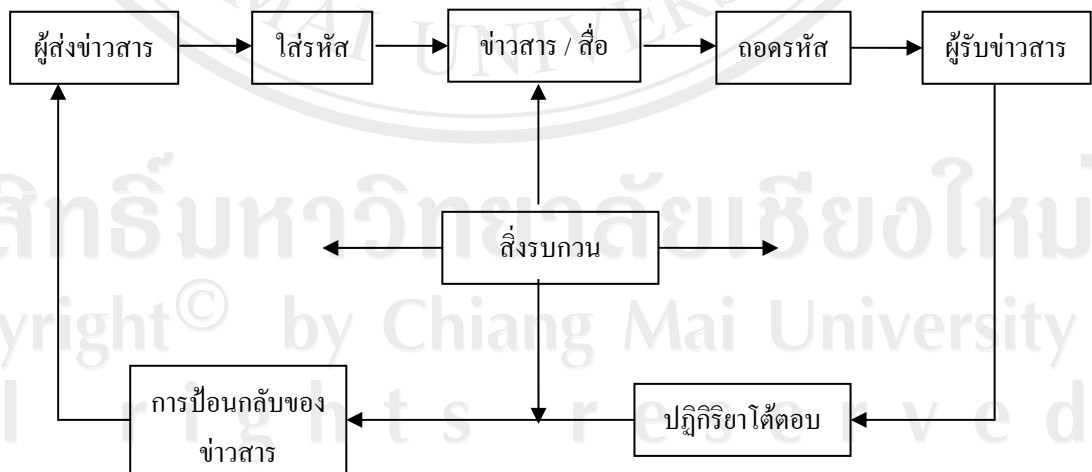
การศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอเรชันเอ็กซ์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ในบทนี้ได้กล่าวถึงแนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง และนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎี ที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษามี 4 เรื่องคือทฤษฎีและแนวความคิดด้านการสื่อสาร ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อมวลชนและแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน

1. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านการสื่อสาร (พีระ จิระ โสภณ, 2523)

การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความคิดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร เพื่อผลอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยผ่านช่องทางหรือสื่อต่าง ๆ การสื่อสารถือเป็นปัจจัยพื้นฐานของการติดต่อในกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนและประกอบด้วยคนจำนวนมากการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น การสื่อสารมีองค์ประกอบ ดังนี้



ภาพ 1 แบบจำลองการสื่อสาร

ประยุกต์จากของ Schramm (Wilbur Schramm, 1973)

จากแผนภาพตามแนวคิดของ Schramm สรุปกระบวนการทำงาน ได้ดังนี้

1. องค์กรสื่อสารมวลชน จะทำหน้าที่ 3 อย่างคือ ถอดรหัสสาร (Decoding) ที่รับเข้ามา แปลความหมายของข่าวสาร (Interpreting) และลงรหัสข่าวสาร (Encoding) ตามลำดับ
2. ผู้รับข่าวสารเป็นกลุ่มบุคคลจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกันหลายลักษณะ และอยู่อย่างกระจัดกระจาย
3. ข่าวสาร ที่องค์กรรับเข้ามา และที่ผลิตส่งไปมีจำนวนมาก ข่าวสารบางส่วนถึงผู้รับแต่ละคน โดยตรงบางส่วนถึงผู้รับโดยผ่านบุคคลอื่นและบางส่วนไปไม่ถึงผู้รับ
4. ปฏิกริยาตอบสนองจากผู้รับ (Feedback) จากมวลชนมีจำนวนน้อย องค์กรสื่อมวลชนสามารถทราบได้ด้วยวิธีอนุมาน เช่น ประเมินจากข่าวสารที่ส่งออกไป หรือใช้วิธีการศึกษาวิจัย

2. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) (พีระ จิระ โสภณ, 2523)

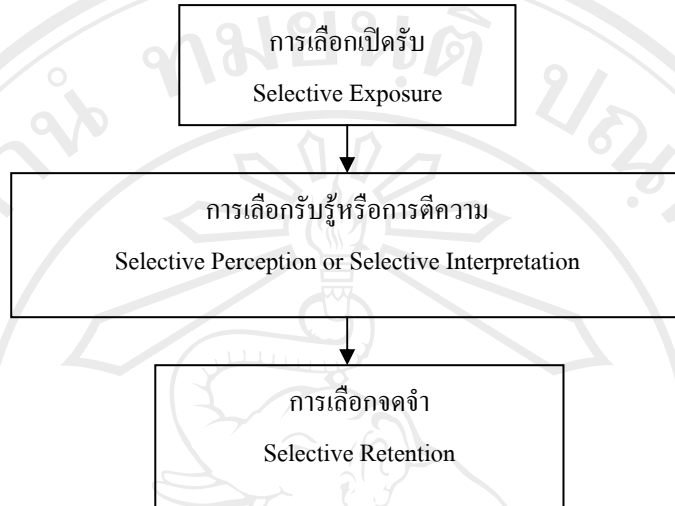
การเลือกเปิดรับข่าวสาร ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่ง ที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการรับส่งสาร ไปยังผู้รับสาร การเลือกเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการซึ่งเปรียบเทียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นการเลือกรับข่าวสารด้วยความตั้งใจ ตามปกติคนเราจะรับข่าวสารในแต่ละวันมากมาย ข่าวสารบางอย่างก็รับรู้อย่างผ่านไปเรื่องใดที่คนเราเห็นว่าตรงกับความสนใจก็จะตั้งใจรับข่าวสารนั้น เช่น เมื่ออ่านหนังสือพิมพ์ คู่มือทศน์ก็มีใช้ว่าจะสนใจทุกข่าว แต่จะมีการเลือกให้ความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน บางครั้งบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อให้มีมความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็ใช้ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับส่งตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารชั้นเดียวกัน ก็ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เพราะความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ในตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ เป็นต้น และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจ

หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร หากความเข้าใจที่เกิดจากการรับรู้นั้นสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคล ความเข้าใจนั้นจะพัฒนาต่อไปเป็นความเข้าใจที่ถาวร พร้อมทั้งจะจดจำในระยะยาว



ภาพ 2 แผนภาพแสดงกระบวนการในการเปิดรับข่าวสาร 3 ชั้น
ประยุกต์จากของ Atkin (Charles K. Atkin, 1971)

3. แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อมวลชน (วิภาดา เจริญลาภ, 2539)

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (อ้างถึงในวิภาดา เจริญลาภ, 2539) จำแนกสื่อมวลชนไว้ครอบคลุมสื่อ 6 ประเภท คือ

1. สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือ และสิ่งตีพิมพ์ประเภทอื่น ๆ
2. ภาพยนตร์ ทั้งภาพยนตร์เรื่อง ภาพยนตร์สารคดี และภาพยนตร์การศึกษาบางประเภท
3. วิทยุกระจายเสียง ได้แก่วิทยุที่ส่งรายการออกอากาศ ทั้งระบบ AM และ FM รวมไปถึงระบบเสียงตามสาย
4. วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อทางภาพ และทางเสียงที่เผยแพร่ออกไป ทั้งประเภทออกอากาศ และส่งตามสาย
5. สื่อสารโทรคมนาคม เป็นผลจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี มีการส่งข้อความ เสียง ภาพ ตัวพิมพ์ สัญลักษณ์ต่างๆ ได้หลากหลาย ครอบคลุมกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียม โทรภาพ โทรพิมพ์

6. สื่อวัสดุบันทึก ได้แก่ เทปบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ แผ่นบันทึกเสียง แผ่นบันทึกภาพ ซึ่งกลายเป็นสื่อมวลชน เพราะเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้สามารถผลิตเผยแพร่ได้มากและรวดเร็ว

4. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน

ผู้รับสารแต่ละคน ต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันไป เมอร์วิลล์ และ โลเวนสแตน์ (Merrill and Lowenstein) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อ ว่าเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ คือ (Merrill and Lowenstein, 1971)

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสงสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้และบางครั้งบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลเพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อน ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสาร และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

จากการศึกษาของ Summers (1972) ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยวัดจากเวลาที่บุคคลใช้ไปในการรับสื่อ พบว่า บุคคลมักเปิดรับสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยกว่า โดยเฉพาะแล้วผู้ใหญ่ชาวอเมริกันจะใช้เวลาในการเปิดรับสื่อทั้งหมดประมาณ 2,600 ชั่วโมงต่อปี โดยแบ่งเป็นการดูโทรทัศน์ 1,200 ชั่วโมง การฟังวิทยุ 900 ชั่วโมง การอ่านน้อยกว่า 400 ชั่วโมง โดยแบ่งเป็นการอ่านหนังสือพิมพ์ 218 ชั่วโมงและการอ่านนิตยสาร 170 ชั่วโมงตามลำดับ

Sissors & Bumba (1996) ได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับสื่อขึ้นกับความชอบส่วนบุคคล โดยการเปิดรับสื่อสามารถวัดได้จากโอกาสที่บุคคลจะเปิดรับสื่อ ซึ่งเกิดจากการเป็นเจ้าของสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์หรือการซื้อหนังสือพิมพ์เป็นประจำหรือชั่วคราว ชั่วโมง ชั่วโมง การมีหนังสือพิมพ์

ในบ้าน เช่น ผู้ที่ชอบอ่านนิตยสารหรือชอบดูภาพยนตร์มากก็จะจัดสรรเงินไว้ซื้อสื่อที่พวกเขาชอบ โดยตัดค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ออกไป

Becker (Becker, 1979) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อไว้ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำมา

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

งานวิจัยของแม็คลอยด์และคณะ (McLeod and other) กล่าวว่า ตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ (McLeod, 1972)

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

โดยแม็คลอยด์กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นและเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่างเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่เนื้อหาประเภทต่าง ๆ ในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อมวลชนนั้น หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึง จำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

บททวนวรรณกรรม

ชมนาท รัตนมณี (2538) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะช่องทางข้อมูล ข่าวสารพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและการเลือกใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจของนักธุรกิจชั้นนำ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มเลือกศึกษาจากนักธุรกิจในระดับผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงและแบบเพิ่มพูนได้จำนวน 120 คน ประกอบด้วย 6 ประเภทธุรกิจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการนัดหมายอย่างเป็นทางการและการสนทนา บันทึกเทปอย่างไม่เป็นทางการ พบว่า ส่วนใหญ่นักธุรกิจชายจะใช้เวลาในการดูและอ่านข่าวเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ โดยเฉพาะข่าวการเมืองภายในประเทศและกระแสข่าวเศรษฐกิจระหว่างประเทศมากกว่านักธุรกิจหญิงซึ่งชอบเปิดรับเนื้อหาสาระประเภทบันเทิงเนื่องจากต้องการพักผ่อน อย่างไรก็ตามนักธุรกิจทั้งชายและหญิงต่างระบุว่าไม่มีเวลาที่จู้จุกจิกเป็นประจำวัน เนื่องจากมีกิจกรรมอย่างอื่นที่ต้องทำนอกบ้านโดยมักจะดูเป็นครั้งคราวเมื่อมีเวลาอยู่บ้านเท่านั้น โดยมีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาทั้งที่มีสาระและบันเทิงควบคู่กัน สำหรับปัจจัยในเรื่องของอายุ พบว่า นักธุรกิจที่อยู่ในช่วงอายุน้อยที่สุดคือ ระหว่าง 35 – 40 ปี นับเป็นคนรุ่นใหม่ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีฐานข้อมูลสารสนเทศเข้ามาใช้ช่วยในการดำเนินกิจการทางธุรกิจซึ่งได้รับสืบทอดมาจากครอบครัวในธุรกิจทั้ง 6 ประเภทโดยสรุปแล้วนักธุรกิจกลุ่มตัวอย่างจะมีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์

อภิรดี ภูริปานิก (2544) ได้ศึกษาเรื่อง กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด โดยการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ดนั้นส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 35 ปี ประกอบอาชีพรับจ้าง มีระดับการศึกษา ชั้นประถมศึกษา รายได้ต่อเดือน 5,000 – 10,000 บาท สถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน กิจกรรมการดำเนินชีวิตในกลุ่มกิจกรรมงานประจำ มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงที่สุด เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่แม่บ้านส่วนใหญ่ทำจนเกิดความเคยชินและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของกลุ่มแม่บ้าน ในขณะที่กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรกมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อยที่สุด พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ทุกวัน เป็นระยะเวลา 31 – 60 นาทีต่อครั้ง นิยมเปิดดูภาพยนตร์จีนชุดในขณะที่เปิดรับสื่อวิทยุทุกวัน น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง นิยมเปิดฟังเพลงลูกทุ่ง ส่วนการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์จะเปิดสัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า ใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาที นิยมเปิดอ่านเนื้อหาละครและสื่อคอมพิวเตอร์ สัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือน้อยกว่า ใช้เวลา 30 นาทีต่อครั้งนิยมเปิดเล่นเกมเป็นส่วนใหญ่ ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ได้แก่ ด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคล

อื่น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.73) และด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.71)

พรรณฤติ ช.เจริญยิ่ง (2545) ได้ศึกษาเรื่อง การบริโภคสื่อนิยายสารในฐานะสื่อโฆษณาของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน โดยการวิจัยเชิงสำรวจในการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้หญิงวัยทำงาน อายุระหว่าง 20-39 ปี จำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ส่วนบุคคล 10,000-15,000 บาทต่อเดือน สถานภาพเป็นโสด ผลการวัดทัศนคติและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด คือ สื่อโทรทัศน์ ช่วงเวลาที่ดูส่วนใหญ่เป็นช่วงเวลาหลังกลับบ้านแล้ว ซึ่งชอบละครต่างประเทศเรื่อง F4 รองลงมาคือสื่อ หนังสือพิมพ์ เนื่องจากมีความจำเป็นต้องเปิดรับข่าวสารใหม่ ๆ ในแต่ละวัน ส่วนสื่อนิยายสารที่เป็นสื่อหลักของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในอันดับ 4 ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมยามว่างของกลุ่มตัวอย่างที่ชอบทำมากที่สุดคือชอบอ่านหนังสือ เวลาที่ใช้ในการอ่านนิยายสารแต่ละฉบับโดยเฉลี่ย 1-2 วันมากที่สุด จำนวนชั่วโมงที่ใช้อ่านนิยายสารเฉลี่ยต่อวันประมาณ 1-2 ชั่วโมง และมักมีการอ่านฉบับเดิมซ้ำ 2 รอบขึ้นไปเพื่อเก็บรายละเอียดที่ตกหล่น หรือ กลับมาหาข้อมูลที่ต้องการ เช่น หาชื่อร้านอาหาร สถานที่อ่านส่วนใหญ่จะอ่านในบ้าน ในห้องนอน หรือในห้องน้ำขณะทำภารกิจส่วนตัว บางครั้งมีการนำไปอ่านบนรถขณะรถติด และเวลาเดินทางไปเที่ยว เนื่องจากนิยายสารมีคอลัมน์สั้นๆ สามารถอ่านให้จบได้โดยใช้เวลาไม่มาก ปริมาณการซื้อนิยายสารมาอ่านมีจำนวน 1-4 ฉบับ พฤติกรรมการอ่านนิยายสารส่วนใหญ่มีทั้งอ่านคนเดียวและมีผู้อื่นอ่านด้วยซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัวรวมทั้งกลุ่มเพื่อนฝูง เมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งจะมีการกระจายนิยายสารไปให้ผู้อื่น เช่น ให้ญาติ ให้ร้านเสริมสวย นำไปบริจาค หรือขายทิ้ง เพื่อขจัดปัญหาเรื่องการจัดเก็บ นิยายสารที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบอ่านมากที่สุด คือ นิยายสารแพรว จำนวนผู้ตอบ 85 คน นิยายสารฉบับล่าสุดที่อ่าน คือ นิยายสารแพรว ซึ่งมีผู้อ่านมากที่สุด โดยมีกลุ่มตัวอย่างตอบมาจำนวน 93 คน และเมื่อถามถึงนิยายสารที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ นิยายสารแพรว มีผู้ตอบมา 63 คน และเมื่อถามถึงรายละเอียดการเป็นสมาชิกนิยายสารปัจจุบัน พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกนิยายสารแพรวมากที่สุดถึง 7 คน ผู้อ่านนิยายสารส่วนใหญ่เห็นว่า การอ่านนิยายสารมีประโยชน์ ให้สาระความรู้ ให้ความบันเทิง ให้ความรู้รอบตัว ได้รับข้อมูลทันเหตุการณ์ นำข้อมูลปรับใช้กับตนเอง ได้ เช่น เรื่องการดูแลสุขภาพ การแต่งตัว อีกทั้งยังชอบดูโฆษณาในนิยายสาร เพราะชอบดูความคิดสร้างสรรค์ที่น่าเสนอในรูปแบบต่างๆ และสามารถจดจำตราสินค้าได้เป็นอย่างดีโดยเฉพาะสินค้าเครื่องสำอาง

อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยการวิจัย

เชิงสำรวจ เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 26-35 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า รายได้รวมในครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,001- 60,000 บาท ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในระดับต่ำเพียง 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ระยะเวลาที่ใช้เปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต 2 ชั่วโมงต่อครั้ง มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ต 1-2 ปี ช่วงเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตคือ ช่วงกลางคืน สถานที่ใช้อินเทอร์เน็ตมากที่สุดคือ ที่บ้าน รองลงมาคือ ร้านอินเทอร์เน็ตและที่ทำงาน ประเภทของบริการที่ใช้ผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่นิยมค้นหาข้อมูลข่าวสารพอ ๆ กับการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเชิงบวก และยอมรับสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอย่างดี เช่น เป็นแหล่งค้นคว้าข้อมูลใหม่ ๆ สื่ออินเทอร์เน็ตมีผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มตัวอย่างเป็นครั้งคราวเพียง 2 กิจกรรมเท่านั้น คือ กลุ่มการทำงาน กิจกรรมที่ทำ คือ ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อติดต่องานหรือการศึกษา และกิจกรรมทางสังคม คือ ติดตามข่าวสารทางสื่อมวลชนผ่านทางอินเทอร์เน็ต