

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง รายการดาวกระจาย ที่ออกอากาศเผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ทีวี ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการศึกษาวิจัย โดยเน้นศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมเป็นหลัก ด้วยการใช้แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการศึกษาดังต่อไปนี้

1. แนวคิด และทฤษฎีการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร
2. แนวคิด และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและทฤษฎีการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร

(Selective and Information Seeking Theory)

ข่าวสารนั้นเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

โจเซฟ ที แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper)<sup>1</sup> กล่าวว่า ในการรับข่าวสารต่าง ๆ ผู้รับสารจะมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารนั้นเรียกว่า “กระบวนการเลือกสรร” (Selective Process) กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 3 ชั้นดังนี้

---

<sup>1</sup>Joseph T. Klapper, อ้างถึงใน พีระ จิระโสภณ, “การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9-15 พิมพ์ครั้งที่ 2 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 636-640.

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปผู้รับสารมักเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อกทศนคติ ความสนใจ และสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตน ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม ก็จะก่อให้เกิดภาวะไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ซึ่งบุคคลอาจจะลดภาวะความไม่สมดุลนี้ได้โดยเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้ หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรข่าวสารที่ตรงกับความคิดเดิมของตนเอง

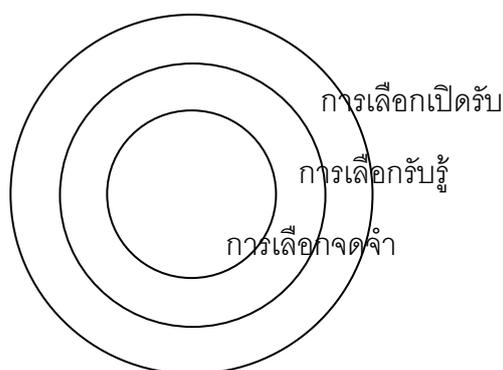
นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการเข้ามาเป็นปัจจัยเกี่ยวข้องด้วย ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ คุณดการณั ด้ททธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณั เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา กล่าวคือ เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณั ความเชื่อ ความต้องการ การคาดหวัง ตามแรงจูงใจของตนเอง และตามสภาวะของร่างกายหรืออารมณ์ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ เรื่องที่ขัดแย้งหรือเรื่องที่ค้านกับความคิดของตนเอง การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเป็นการช่วยเสริมทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่ง สามารถแสดงเป็นแผนภาพได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2.1

กระบวนการเลือกสรร 3 ขั้น





เป็นแนวคิดสืบเนื่องมาจาก เมอร์ริล และ โลเวนสไตน์ (Merrill and Ralph L. Lowenstein)<sup>3</sup> ได้สรุปไว้ว่า การเลือกรับสื่อ เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา ด้วยเหตุผลที่ว่าโดยปกติมนุษย์ต้องการเพื่อน ไม่สามารถอยู่ตามลำพัง เพราะจะเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว จึงต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และในบางครั้งคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลใดบุคคลหนึ่งด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ที่ต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตนเอง ไม่ว่าจะสิ่งที่ยากรู้นั้นมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

3. ประโยชน์ใช้สอย (Self - Aggrandizement) มนุษย์มักเป็นผู้ที่เห็นแก่ตัว มักจะแสวงหาและเลือกรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งในแง่การเสริมบารมี การช่วยให้สะดวกสบาย หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise or Reward) ข่าวสารเหล่านี้ไม่ว่าจะให้คุณค่าในทางปฏิบัติหรือแม้แต่ความคิดก็สามารถหาได้จากสื่อมวลชน

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว เป็นต้น ไม่สามารถสนองตอบความต้องการ ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเกิดความพึงพอใจ

นอกจากแรงผลักดันดังกล่าวที่มีผลต่อพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ วิลเบอร์ แชมรมม์ (Wilber Schramm) ได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการเลือกรับข่าวสาร<sup>4</sup> ดังนี้

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสารแตกต่างกันออกไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

---

<sup>3</sup>John C. Merrill, and Ralph L. Lowenstein, Media Messages and Men: New Perspective In Communication (New York: David Mckey Company, 1971), pp. 134-135.

<sup>4</sup>Schramm W., "Channels and Audiences," in Handbook of Communication (Chicago: R. McNally College Publishing Company, 1973), p. 30

2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อตอบสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร จึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากอีกอย่างหนึ่งด้วย จึงก่อให้เกิดพัฒนาการและปรับปรุงอุปนิสัย และรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจในสิ่งที่ตัวเองไม่เคยพบเห็นมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านวัตถุสิ่งของ หรือเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งรวมทั้งข้อมูลข่าวสารจากสื่อด้วย

4. การศึกษาและสถานการณ์ทางสังคม เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษา จะมีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่าน และกระหายที่จะเพิ่มพูนความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจคน จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับสารของบุคคล โดยสภาพร่างกายในที่นี้ หมายถึงสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับสารที่มีอวัยวะของร่างกายที่ครบถ้วน จะมีความสามารถในการเลือกเปิดรับสารที่ดีกว่าของอีกคนหนึ่งที่ไม่ครบถ้วน การเปลี่ยนแปลงทางอายุที่สูงขึ้น ระยะเวลาที่ได้รับการศึกษา รวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิดย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวก และทางลบต่อแนวโน้มจิตใจ

6. บุคลิกภาพ บุคลิกภาพของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกันองค์ประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานวิจัยที่แสดงว่าความนับถือของตัวเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือตื่นเต้นมักได้รับอิทธิพลทางสังคมได้ง่าย และมีแนวโน้มที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหา เพื่อที่จะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลจากสังคมนั่นเอง

7. อารมณ์ ตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของสาร นั่นคือสภาพอารมณ์ของผู้รับสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับสาร นอกจากนี้ เราจะสังเกตได้ว่า อารมณ์ของผู้รับสารนั้น สามารถพิจารณาได้ทั้งความรู้สึกจากตัวผู้รับสารในขณะนั้น และความรู้สึกที่มีอยู่ก่อนแล้วเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารนั้นด้วย

8. ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่อยู่ระหว่างการรับ และการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภท กล่าวอีกนัยหนึ่งคือเป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับสาร ซึ่งโดยปกติทัศนคติของผู้รับเป็นสิ่งที่

เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การส่งข่าวสารหรือการโน้มน้าวของผู้ส่งสาร จะแตกต่างกันออกไป ในทำนองเดียวกัน การตอบสนองของผู้รับสารจะเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

จากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้ข่าวสารของผู้รับสาร จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบที่เกิดขึ้นนั้น ความสำคัญมุ่งเน้นที่ผู้รับสาร โดยไม่ได้ให้ความสำคัญกับผู้ส่งสารมากนัก ปัจจัยที่ทำให้ความเชื่อเกี่ยวกับทฤษฎีอิทธิพลของสื่อมวลชนหมดความสำคัญลงไป ได้แก่

กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) หรือ การเลือกรับรู้ (Selective perception) ตามหลักจิตวิทยา ซึ่งมีสมมติฐานว่า บุคคลมักจะเลือกรับรู้เฉพาะในสิ่งที่ตัวเองสนใจเท่านั้น และในข่าวสารขึ้นเดียวกันนั้น บุคคลจะรับรู้เหมือนกันหรือแตกต่างกัน ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนตัว หรือลักษณะทางสังคมของบุคคลนั้น ๆ

แม็คคอมบส์ และ เบ็คเคอร์ (McCombs and Becker)<sup>5</sup> ได้ให้ความเห็นว่าบุคคล เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสารทำให้ผู้รับสารสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้
3. เพื่อการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้ผู้รับสารสามารถที่จะนำไปใช้พูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้ และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวงสังคมรอบ ๆ ตัว
5. ต้องการเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจของตัวเอง (Reinforcement) ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertaining) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

แนวคิดการเปิดรับข่าวสารนี้ เท่ากับเป็นการยืนยันว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน และจะเปิดรับข่าวสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจ และเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ และจากแนวคิดนี้ จะช่วยให้สามารถ

---

<sup>5</sup>Mccombs and Becker, L.E. Using Mass Communication Theory (New Jersey: Prentice Hall, 1979), pp. 50-52.

อธิบายพฤติกรรมการเปิดรับสารจากรายการข่าว ดาวกระจาย ว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีจุดมุ่งหมาย และการเลือกเปิดรับสารแตกต่างกันออกไปตามที่ตนเองต้องการอย่างไร

การส่งสารจากรายการ ดาวกระจาย จึงขึ้นอยู่กับความต้องการแสวงหาข่าวจากผู้รับสาร เป็นสำคัญ ผู้รับสารจึงมิใช่ผู้ถูกกระทำ (Passive) หรือถูกป้อนฝ่ายเดียว แต่ในทางตรงกันข้าม ผู้รับสารกลับมีการกระทำ (Active) ในเชิงรุก มีบทบาทสูง ทั้งขณะที่แสวงหาข่าวสาร และได้ตอบ ข่าวสาร ซึ่งผู้ส่งสารจำเป็นต้องทำอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจในความต้องการของผู้รับสาร เพื่อเพิ่ม น้ำหนักของการส่งสารนั้น บังเกิดผลทั้งต่อผู้ส่งสารและผู้รับสารที่อยู่ในพฤติกรรมของผู้แสวงหา ข่าวสาร (Information Acquisition) ซึ่งก็คือ กิจกรรมที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำเพื่อให้ได้มา ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่จะสนองความต้องการของตนเอง ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนตัว หน้าที่การงานและการเรียนรู้ พฤติกรรมเช่นนี้เริ่มขึ้นเมื่อบุคคลต้องการเรียนรู้ ศึกษาวิเคราะห์ เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง และเมื่อปัจเจกบุคคลพบว่า ความรู้ที่มีอยู่นั้นยังไม่เพียงพอ จึงต้องการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมไม่ว่าความรู้นั้น ๆ จะมีที่มาจากข้อมูลข่าวสาร ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา การเมือง และความบันเทิง

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin)<sup>6</sup> ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการ สื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง และ

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกัน ระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคล ขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลขณะนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์ แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic desire) ข่าวสารที่จะลด ความไม่รู้ หรือความไม่แน่ใจ ที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคล ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic

---

<sup>6</sup>Charles K. Atkin, อ้างถึงใน พีระ จิโรโสภณ “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน เอกสาร วิชาการหลักการและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 639-640.

uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic desire) นั้น แอตคิน (Atkin) เรียกว่า “ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค” (Immediate Consummatory Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอกนั้น แอตคิน (Atkin) ให้ชื่อว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ” (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้ และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า อิทธิพลของบุคคลในฐานะเป็นผู้รับสารจะมีอิทธิพลมากกว่าผู้ส่งสาร แต่สื่อในฐานะผู้ส่งสาร ก็ยังต้องมีการศึกษาเพื่อเป็นพื้นฐาน งานวิจัยด้านโฆษณา ได้ให้การศึกษา ในส่วนของ การวัดการเปิดรับสื่อ (Level of Media Consumption) และความชอบในตัวสื่อ (Media Preference) เป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่จะวัดในส่วนของความถี่ (Frequency) และความตั้งใจ (Regency) ซึ่งความถี่จะหมายถึงว่า ผู้รับสารใช้สื่อบ่อยแค่ไหน ส่วนความตั้งใจ จะหมายถึงว่า ผู้รับสารได้ทำอะไรจริง ๆ กับการเปิดรับสื่อ นั้นในช่วงเวลานั้น

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจาก เพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนตัว และเพื่อความบันเทิงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใด จะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

จากแนวคิดและทฤษฎีดังที่ได้กล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสารของแต่ละบุคคลนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่หลายประการ แต่ละบุคคลที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมี โอกาสที่จะมีความสนใจต่อการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน จึงเป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการศึกษาวิจัยว่า ผู้แสวงหาข่าวสาร จากรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารอย่างไรบ้าง

### **แนวคิด และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ**

(The Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสาร มากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับอิทธิพลของสื่อในฐานะผู้ส่งสาร เนื่องจากผู้รับสารอยู่ในฐานะผู้กระทำการเลือกประเภทของสื่อ และเนื้อหาของสาร

ที่ตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับสารเป็นสำคัญ ความต้องการที่มาพร้อมกับความพึงพอใจของผู้รับสาร จึงอยู่เหนือการควบคุมของอิทธิพลสื่ออย่างสิ้นเชิง อิทธิพลของสื่อไม่มีความสำคัญกับผู้รับสาร หากแต่ผู้รับสารต่างหากที่เป็นผู้กำหนดว่า ต้องการอะไร เนื้อหาของสารเป็นเช่นไร จากสื่อประเภทใด สื่อในฐานะผู้ส่งสารสามารถตอบสนองความต้องการ ให้ความพึงพอใจแก่ผู้รับสารเพียงใด และมีแรงจูงใจ (Motivation) มากพอที่ทำให้ผู้รับสารจะเลือกรับสารและเลือกใช้สื่อมากน้อยเพียงใด

แรงจูงใจของผู้รับสารในการเลือกใช้สื่อ นั้น เกิดมาจากการคาดการณ์เอาไว้ล่วงหน้าว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองตอบความต้องการในเชิงบวกแก่ผู้รับสารในลักษณะใด ผลเชิงบวกเมื่อเลือกรับข่าวสารจากรายการข่าว ผลเชิงบวกเมื่อรับชมละคร และผลเชิงบวกเมื่อเลือกรับชมรายการบันเทิง ดาวกระจาย ผลเชิงบวกที่ได้รับดังกล่าวนี้ ไม่เพียงแต่จะส่งผลทางบวกแก่สื่อเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้ผู้รับสารสามารถกำหนดคุณค่าของสารที่ได้รับ และกำหนดคุณค่าของสื่อในฐานะผู้ส่งสารได้ในคราวเดียวกัน เช่น บางคนอาจถือว่า ผลเชิงบวกที่ได้รับจากรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ได้รับความรู้ความบันเทิงตอบสนองความพึงพอใจ ดังนั้น เมื่อเลือกรับชมสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ สื่อที่ส่งสารรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ผู้รับสารก็กำหนดได้ว่า เนื้อหาของสารและสื่อ คือผลเชิงบวกที่ได้รับซึ่งเรียกว่า “ความพึงพอใจที่ได้รับ” พร้อมกัน

ผลเชิงบวกที่ถือเป็นรางวัลทางใจของผู้รับสารนั้น อาจเกิดจากวิธีการใช้สื่อในหลายลักษณะ เช่น ถ้ามีแรงจูงใจที่จะเลือกรับสารจากโทรทัศน์ ก็จะเลือกเปิดโทรทัศน์เป็นอันดับแรก และเลือกเฉพาะเจาะจงรายการใดรายการหนึ่ง และความพึงพอใจนี้ จะกลายมาเป็นพื้นฐานความรู้ที่ใช้ในการคาดการณ์ที่จะเลือกรับสื่อต่าง ๆ ต่อไปในอนาคต หากชื่นชอบรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย มาโดยตลอด ในครั้งต่อไป ไม่ว่าจะเลือกรับรายการอื่น ปรากฏในสถานีโทรทัศน์อื่นใด นอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ ผู้รับสารก็จะใช้ฐานข้อมูลนี้ในการตัดสินใจเลือกรับสารและสื่อสำหรับตนเอง

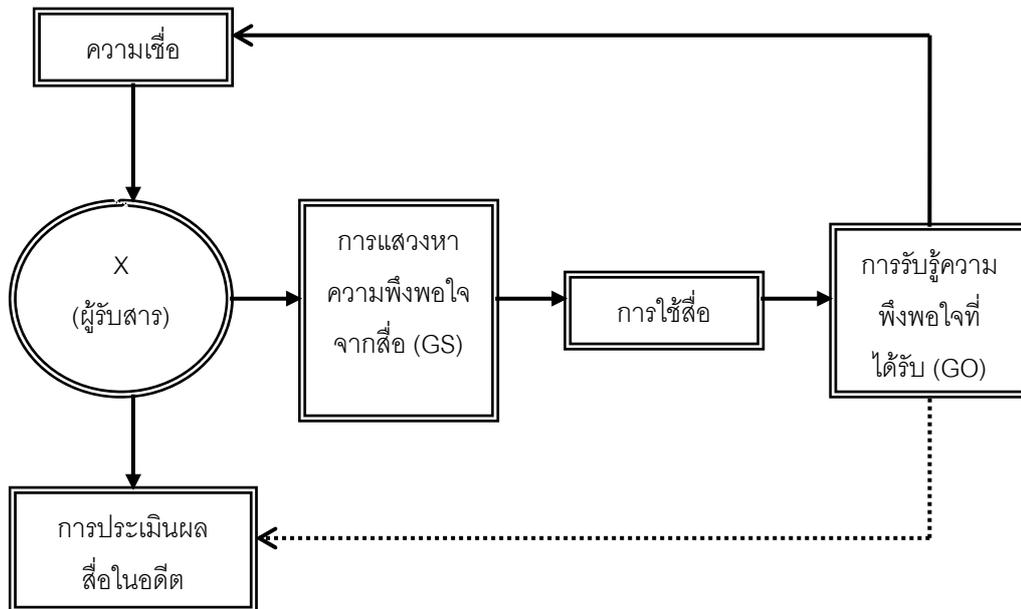
ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn)<sup>7</sup> ได้นำแนวคิดดังกล่าวนี้ มาแสดงเป็นแบบจำลองเพื่อให้เห็นชัดขึ้นดังนี้

---

<sup>7</sup> Palmgreen and Rayburn, อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2547), น. 285.

## แผนภาพที่ 2.2

แบบจำลองของปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen &amp; Rayburn)



ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn) อธิบายแผนภาพข้างต้นนี้ว่า เรื่องการใช้สื่อของผู้รับสาร (X) เกิดจากการผสมผสานกันระหว่าง การรับรู้ว่าตัวเองจะได้ประโยชน์อะไรจากสื่อ และความพึงพอใจเป็นการส่วนตัว ที่ผู้รับสารคาดเอาไว้ เพราะฉะนั้น จึงไม่สำคัญว่ารายการนั้น ต้องเป็นรายการมีสาระและมีประโยชน์จริงหรือไม่ เพราะหากผู้รับสารไม่รับรู้ถึงคุณค่าดังกล่าว สาระที่แท้จริงนั้นก็ไร้ค่า หรือไม่จำเป็นว่า ดาราหรือนักแสดงที่ประชาชนชื่นชอบ จะต้องมีความสามารถในการแสดง เนื่องจากผู้ชมไม่คาดหวังสิ่งนี้จากดาราหรือนักแสดง แต่อาจคาดหวังในคุณค่าจากอุปนิสัยใจคอหรือความเป็นคนมีคุณค่าจะเรื่องอื่นมากกว่า

ปาล์มกรีน และ เรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn) ยังได้แยกแยะระหว่าง “ความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจ” (การแสวงหาความพึงพอใจ – Gratification Sought –GS) และ “ความพอใจที่ได้รับจริง” (Gratification Obtained-GO) รวมทั้งมี “ความพอใจที่เพิ่มขึ้น” เข้ามาเป็นตัวแปร ในกรณีที่ GO มีค่ามากกว่า GS กล่าวคือ ความพอใจที่เกิดขึ้นจริงดีกว่าที่คาดหวังไว้ ก็จะมีผลให้ผู้รับสารมีความพอใจสื่อในระดับที่สูงมาก ในทำนองเดียวกัน หาก GS มีค่าน้อยกว่า GO ผลที่เกิดก็จะกลับกัน จนส่งผลให้ Rating ตกหรืออัตราการขายสื่อลดลง หรือผู้รับสื่อหันไปดูโทรทัศน์ช่องอื่นแทน

ความพึงพอใจที่ได้รับที่มาจากการคาดการณ์ และแรงจูงใจ จึงเป็นฐานแนวคิดของ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งสามารถพัฒนาแนวคิดไปได้อีก โดยการศึกษาถึง ความต้องการขั้นพื้นฐานอื่น ๆ ของผู้รับสาร ซึ่งจะมีความลุ่มลึกมากยิ่งขึ้น โดยเมื่อศึกษาจาก ความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ขั้นที่ผู้รับสารต้องการของ มาสโลว์ (Maslow) ที่ระบุถึงความต้องการ ทางด้านร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Security Needs) ความ ต้องการความรัก (Love Needs) ความต้องการเป็นที่ยอมรับและได้รับความยกย่อง (Self-Esteem Needs) และความต้องการความสำเร็จในชีวิต (Self-Actualization Needs)

นอกจาก ความต้องการขั้นพื้นฐานทั้ง 5 ขั้นดังกล่าว มาสโลว์ (Maslow) ยังบอกอีกว่า มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง นั่นคือ ความต้องการมีความรู้ความเข้าใจ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรับรู้<sup>8</sup> เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม

ลักษณะสำคัญอีกอย่างคือ เราศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์มากกว่าข้อมูลข่าวสารของการสื่อสาร เราศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้ มากกว่าจะศึกษาว่า ข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไร และจะก่อให้เกิดอะไรแก่มนุษย์ โดยมาสโลว์ (Maslow) ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของการศึกษาสื่อสารมวลชนตามแบบของทฤษฎีดังต่อไปนี้<sup>8</sup>

1. มนุษย์ตั้งใจ และแสวงหาข่าวสาร โดยไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มี การเลือกและการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal-Directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจสนองตอบ ความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นใน กรณีสถานต่าง ๆ กัน

การศึกษาในแนวทางการใช้ประโยชน์ และสนองความพึงพอใจจากสื่อ เป็นการมอง มนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคม โดยเน้นที่ค่านิยม ความเชื่อ ทักษะสติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาแนวคิดนี้ จึงเน้นความต้องการและสาเหตุของความต้องการของผู้รับสาร ในฐานะผู้ใช้สื่อ วิธีการตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ได้ชี้ให้เห็นความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสาร ที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น

---

<sup>8</sup> เสรี วงษ์มณฑา, “หลักและทฤษฎีการสื่อสาร,” ใน เอกสารประกอบชุดวิชาหลักและ ทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9-15 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2525).

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อของบุคคล เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานทางด้านจิตใจ และประสบการณ์ของบุคคลนั้น ๆ ที่ได้รับจากสถานการณ์ทางสังคม แม้ว่าการใช้สื่อจะไม่ใช่จำเป็นต้องเกี่ยวกับความต้องการทุก ๆ ด้านของมนุษย์ แต่ก็เป็นที่น่าสนใจว่า น่าจะต้องมีความเกี่ยวกับความต้องการบางอย่าง เช่น ความต้องการด้านของมูลข่าวสาร หรือการเปิดรับสื่อ อาจเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ต้องขาดเซียบางสิ่งบางอย่างที่ขาดไป หรือหาไม่ได้ในขณะนั้น ดังนั้นการบริโภคสื่อ จึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุล และทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ได้ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์เป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ความต้องการของมนุษย์เอง ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนคงอยู่ได้อย่างปกติ<sup>9</sup>

ในระยะแรก การศึกษาทฤษฎีนี้เป็นลักษณะของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive) เพื่อความพยายามในการจัดกลุ่มคำตอบที่ได้จากผู้รับสาร ซึ่งได้มีผู้ริเริ่มมาตั้งแต่ต้นปี 1940 เมื่อเฮิร์ซฮอก (Herzog)<sup>10</sup> ได้ศึกษาความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุ กลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อสนองตอบความต้องการของตน โดยชี้ให้เห็นถึงความพอใจของผู้รับสาร เช่น การฟังละครวิทยุ คือ การปลดปล่อยทางอารมณ์ การคิดเพื่อฝัน และการได้รับคำแนะนำ ในขณะที่เดียวกันนั้น ก็ได้ศึกษาพฤติกรรมของสื่อที่มีต่อผู้รับสาร ในเชิงที่จะสนองตอบผู้รับสารมากกว่า ซึ่งแสดงให้เห็นว่า สื่อไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมาก ดังที่นักวิชาการยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้

การค้นพบในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับอิทธิพลจากสื่อเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองตอบความต้องการของตน ทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ทางสื่อสารมวลชนที่ว่าผู้รับสารนั้นไม่ใช่เพียงฝ่ายตั้งรับอย่างเดียว หากแต่เป็นผู้ตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

ต่อมา แคทซ์ และคณะ (Katz and Other) ได้ศึกษาข้อมูล ซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่

<sup>9</sup>ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 86.

<sup>10</sup>Herzog H., "What do we really Know about daytime serial listener," in Radio Research (New York: Duell Sloan and Pearce, 1994), pp. 349-353.

จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ โดยแคทซ์ (Katz) ได้สร้างมาตราวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าด้วยกันเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ องค์ประกอบทั้งสาม ได้แก่<sup>11</sup>

1. Mode คือลักษณะของความต้องการ เช่น
  - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
  - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
  - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ
  - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
  - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ด้านอารมณ์
  - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
  - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
  - 3.1 ตนเอง
  - 3.2 ครอบครัว
  - 3.3 เพื่อนฝูง
  - 3.4 สังคม รัฐบาล
  - 3.5 ชนบประเพณี วัฒนธรรม
  - 3.6 โลก
  - 3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้ แคทซ์ (Katz) และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคล ซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้ดังนี้ คือ 1.1, 2.4, 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงสัมพันธ์กับครอบครัว และถ้าผนวกข้อ 1.2, 2.4, 3.1 หมายถึง ความต้องการที่จะลด

---

<sup>11</sup>Katz and Other, "Utilization of mass communications by the individual," in *The Uses of Mass Communication* (Beverly Hills: Sage, 1973), อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*, น. 85-88.

การติดต่อกับตัวเอง ซึ่งก็คือ ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงหรือหนีสภาวะความเป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิง จะสามารถตอบสนองของความต้อการนี้ได้

แคทซ์ และคณะ (Katz and Others) นำข้อความที่ความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความ มาสร้างมาตรวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการและอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตรวัด 4 ระดับ คือ

- (1) สำคัญมาก
- (2) สำคัญพอใช้
- (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก
- (4) ไม่สำคัญเลย

ทั้งนี้ แคทซ์ และคณะ (Katz and Others) ให้ชาวอิสราเอลเป็นผู้ตอบแบบสอบถาม โดยให้จัดลำดับของความต้อการที่แตกต่างกันนี้ ซึ่งแคทซ์และคณะ (Katz and Others) ได้ค้นพบว่า ความต้อการเกี่ยวกับตนเอง และความต้อการเกี่ยวกับบุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ถูกจัดความสำคัญต่างกัน โดยผู้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบตัวที่สาม กลุ่มอ้างอิง (Referent) ซึ่งได้แก่ ตนเอง และบุคคลอื่น ๆ และสิ่งอื่น ๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเป็นองค์ประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงมิติของความต้อการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคลต่างกลุ่มกัน

นอกจากนี้ แคทซ์ และคณะ (Katz and Others) ยังได้วัดระดับความพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือสร้างมาตรวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร

ตัวอย่างมาตรวัดความพอใจ เช่น “โทรทัศน์” สามารถช่วยในการสนองตอบความต้อการที่จะรับรู้ข่าวสาร ความเป็นไปในโลกได้อย่างไร

- (1) ช่วยได้มาก
- (2) ช่วยได้พอควร
- (3) ไม่ได้ช่วยนัก
- (4) ไม่ได้ช่วยเลย

นอกจากนี้ ยังมีคำถามประกอบด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้อการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้อการเหล่านี้ได้ ถึงแม้ว่าผลของการวิจัยจะพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์จากแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช้สื่อ อาทิ ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็จัดลำดับว่า สื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้อการต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้าง

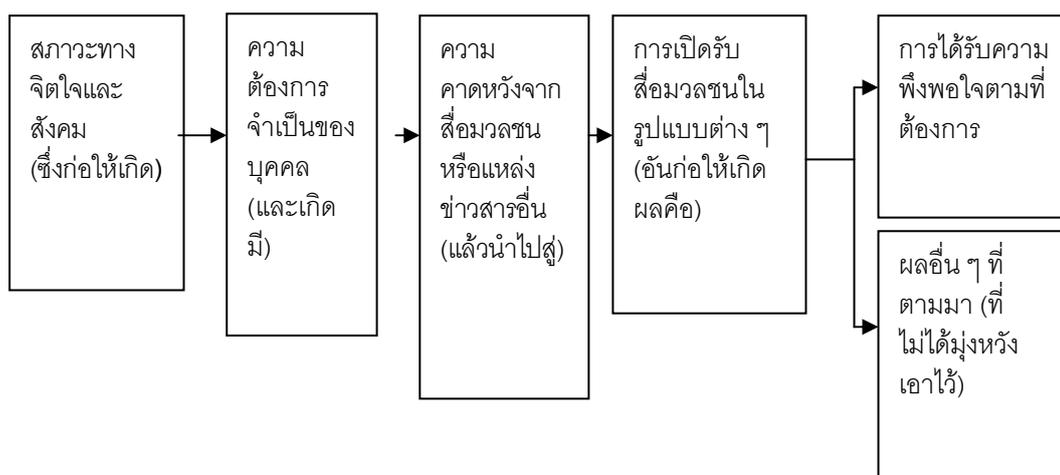
สันโดษ ไม่มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่น ๆ จะเห็นว่าสื่อมีประโยชน์อย่างสูงในการสนองความพึงพอใจของผู้รับสาร

แคทซ์ (Katz) ได้สรุปแบบแผนของการศึกษาการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจว่า คือการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้ นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายก่อน

องค์ประกอบต่าง ๆ ทั้ง 7 ประการที่ แคทซ์ และคณะ (Katz and Others) กล่าวไว้ สามารถสรุปความได้ว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการแตกต่างกันนี้เอง ทำให้แต่ละคนคาดคะเนสื่อแต่ละประเภทต่างกันไป ด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลมีความต้องการไม่เหมือนกัน จนสุดท้าย คือ ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ จะต่างกันออกไปด้วย แบบจำลองดังกล่าว สามารถแสดงให้เห็นเป็นแผนภาพได้ดังนี้<sup>12</sup>

### แผนภาพที่ 2.3

องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพอใจ



<sup>12</sup>Katz and Other, "Utilization of mass communications by the individual," in *The Uses of Mass Communication* (Beverly Hills: Sage, 1973), อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, *การวิเคราะห์ผู้รับสาร*, น. 88.

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจจะยกตัวอย่างให้เห็นได้กรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่ง ซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะ ช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชน โดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุ โทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์ ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจ ตามที่เขาต้องการได้ คือ คนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน ทุก ๆ วัน ก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ ได้อธิบายถึงกระบวนการ รับสารในการสื่อสารมวลชน และใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละ คนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อ สสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน<sup>13</sup>

จากนั้น การศึกษาวิจัยในระยะต่อ ๆ มา ดำเนินรอยตามแนวทางของ แคทซ์ (Katz) ใน ความพยายามที่จะค้นหาเหตุผล หรือ แรงจูงใจ หรือความต้องการที่คนบริโภคสื่อ จนกระทั่ง พัฒนามาเป็นชุดตัวแปรของความต้องการ หรือความพึงพอใจในการสื่อหลายรูปแบบ แต่ส่วน ใหญ่มีความคล้ายคลึงกัน ดังที่ บลัมเมอร์ และคณะ (Blumler and Other) ได้จำแนกชุดตัวแปร ออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้<sup>14</sup>

1. เพื่อความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งอาจออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อ เพื่อหลบหนีปัญหางานประจำ และช่วยในการผ่อนคลายทางอารมณ์
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือให้มี โอกาสได้ใช้เวลาอยู่กับครอบครัว

---

<sup>13</sup>พีระ จิรโสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและ ทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9-15, พิมพ์ครั้งที่ 2 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 635.

<sup>14</sup>Blumer and Katz, Elihu. The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research, Vol. LLL. (Beverly-Hill: Sage, 1985), p. 89.

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เช่น การอ้างอิง การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเสริมความเชื่อที่มีอยู่ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น ติดตามรายงาน ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ในสังคม และโลกภายนอกจากสื่อมวลชน

ความต้องการข่าวสาร หรือแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่อยู่เดิมแล้ว ยังเป็นความต้องการบริโภควสาร เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความ สนใจส่วนบุคคล และเพื่อให้ความบันเทิงด้วย ดังที่แมคควอล และคณะ (McQuial and other) ได้ ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชนดังนี้<sup>15</sup>

1. ความต้องการสารสนเทศ

- (1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสังคม
- (2) เพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็นและ การตัดสินใจ
- (3) สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- (4) เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง
- (5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่ตนเอง

- (1) ให้แรงเสริมค่านิยมส่วนบุคคล
- (2) ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- (3) มีค่านิยมร่วมกับคนอื่น ๆ ในสังคม
- (4) เข้าใจตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- (1) มองเห็นสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- (2) เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมกับคนอื่นที่ประสบปัญหาเดียวกัน หรือรู้สึกว่าตัวเรา เป็นส่วนหนึ่งที่จะเข้าไปแก้ปัญหาของสังคม
- (3) นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

---

<sup>15</sup>McQuial ; Jay G. Blumer and J.R. Brown, The Television Audience: A Revised Perspective in Sociology of Mass Communication (New York: Dennis, Penguin Book, 1972), อ้างถึงใน ศรีชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531), น. 110-112.

- (4) ใช้แทนเพื่อน
  - (5) ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
  - (6) สร้างสายสัมพันธ์ครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
- (1) หลีกหนีหรือหลีกเลียงปัญหาต่าง ๆ
  - (2) ผ่อนคลายความตึงเครียด
  - (3) ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
  - (4) ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
  - (5) ปลดปล่อยอารมณ์
  - (6) เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ ยังมีผลการวิจัยอื่น ๆ ที่ชี้ให้เห็นว่า การอ่านหนังสือพิมพ์ การรับฟังรายการวิทยุ และการชมรายการโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลยังขึ้นอยู่กับเหตุผลอื่น ๆ ซึ่ง แม็คคอมบส์ และเบคเกอร์ (McCombs and Backer)<sup>16</sup> ได้เน้นเหตุผลในการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนในมุมมองของผู้รับสารเป็น 6 ประการ ดังนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะ หรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย หรือ สนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)

---

<sup>16</sup> McCombs E. Maxweel and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs: N.J. Prentice-Hall, Inc., 1979), pp. 51-52.

6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลาย

ส่วนคิพแพ็ค และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray)<sup>17</sup> ได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเขาต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษา มีดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือ ตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อ คือจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง เป็นต้น มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่จะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงเป็นส่วนมาก

2. คนที่ระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่ระดับการศึกษาต่ำ

3. โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่า เป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เราสนใจ

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

สรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคือ งานของเวนเนอร์ (Lawrence Wenner)<sup>18</sup> ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแบบแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) สรุปได้ว่า เวนเนอร์ (Wenner) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. Orientation Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลใช้เพื่ออ้างอิงเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความ

<sup>17</sup> Susan Kipper and Jonh P. Murray, "Using The Mass Media Need Gratification and Perceived Utility," Communication Research 7 (1980):335-359.

<sup>18</sup> Lawrence A. Wenner, "The Nature of News Gratifications," in Media Gratification Research: Current Perspective (Beverly, Calif. : Sage Publications, 1985), pp. 171-193.

ต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดต่อตามข่าวสาร (Surveillance) หรือ การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratification เป็นการให้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครื่องช่วยส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. Para – Social Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสาร เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para - Orientation Gratification หมายถึง กระบวนการให้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเองเช่นกัน เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

ปาล์มกรีน เวนเนอร์ และ โรเซนเกรน (Palmgreen Wenner and Rosengren)<sup>19</sup> ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ผู้รับสารมีความกระตือรือร้น
2. การใช้สื่อของผู้รับสารส่วนใหญ่ถูกมองว่ามีเป้าหมาย (Goal Directed)
3. สื่อแต่ละชนิดมีการแข่งขันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ
4. ผู้รับสารเชื่อมโยงความต้องการของตนในการเลือกใช้สื่อ
5. การบริโภคสื่ออาจบรรลุความพึงพอใจได้แตกต่างกัน
6. เนื้อหาของสื่อเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจได้อย่างถูกต้องเสมอไป

7. คุณลักษณะของสื่อ (Media Characteristics) เป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองแต่ละครั้งแตกต่างกันออกไป

8. ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองนั้นสามารถมีจุดเริ่มต้นที่เนื้อหาสื่อ การเปิดรับหรือไม่เปิดรับ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีการเปิดรับสื่อเกิดขึ้น

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นนี้ จะเห็นว่าการที่บุคคลเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อให้ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจนั้น บุคคลจะต้องมีความคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจที่จะ

---

<sup>19</sup>Palmgreen P., L.A. Wenner and J.D. RayBurn. "Gratification Discrepancies and News Program Choice," Communication Research, (1981):14.

ได้รับจากการบริโภคข่าวสารก่อน ดังนั้นการที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับรายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย เพื่อสนองความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับสารแต่ละคน รวมทั้งการนำข้อมูลหรือเนื้อหาที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในลักษณะที่ต่างกัน

### แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรของผู้รับสาร

ในการพิจารณาถึงลักษณะของมวลชนผู้รับสารเราสามารถพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. ลักษณะทางจิตวิทยาของมวลชนผู้รับสาร (Audience Psychographics or Psychographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะทางจิตใจของมวลชนผู้รับสาร เช่นนิสัยการใช้สื่อมวลชน (Media Habits) ทศนคติ ความคิดเห็น ค่านิยม ความนับถือของตนเอง (Self - Esteem) รสนิยม ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมอื่น ๆ เช่น นิสัยการซื้อใช้เวลาว่าง เป็นต้น

2. ลักษณะทางประชากรของมวลชนผู้รับสาร (Audience Demographics or Demographic Characteristics of Audiences) หมายถึง ลักษณะด้านอายุ เพศ สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา ศาสนา และภูมิลำเนา ลักษณะทางประชากรของมวลชน

ในทางปฏิบัติเมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จัก และเข้าใจมวลชนผู้รับสารที่เป็นหมายของตน ผู้ส่งสารจะใช้ลักษณะทางจิตวิทยา และลักษณะทางด้านประชากรของมวลชนผู้รับสารประกอบกัน ลักษณะทางด้านประชากรจะบอกว่าผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าใด เพศอะไร มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาจะบอกว่าใครนั้น มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร วิธีการที่ใช้ในการวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารนี้เรียกรวมกันว่า การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคคล้ายคลึงกัน และคนที่มิได้ลักษณะทางประชากรต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age) อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่า (More Liberal) คนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่า (More Conservative) คนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุ มีประสบการณ์ชีวิต ซึ่งเคยผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่อายุ

น้อย นอกจากนั้น โดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย ดังนั้น อายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน<sup>20</sup>

2. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด, ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotion) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home-Oriented) นอกจากนั้น การวิจัยหลายชิ้นยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย 21

ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio – Economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ สายพันธุ์ และภูมิหลัง การวิจัยด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกัน จะมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน<sup>22</sup> งานวิจัยของชแรมส์ และไวท์ (Schramm and White) ศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารและสังคมอเมริกัน พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์ และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาความบันเทิง แมคเนลลี่และคณะ (Mcnelly and Other) พบว่าคนมีฐานะดีและมีการศึกษาสูง เป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนมีการศึกษาสูงและมี

<sup>20</sup>ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 10 (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2546), น. 113.

<sup>21</sup>Willo, O.A.; Goldhabers, G.M.; and Yates, M.P., "Organization Communication Research: Time For Reflection," in Dam Nimo (ed.), Communication Yearbook 4 (New Jersey: International Communication Association, 1980), p. 87.

<sup>22</sup>ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 114-116.

ตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ<sup>23</sup>

4. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่ง ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยในระบบการศึกษาที่ต่างกัน จึงมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์ และความต้องการย่อมแตกต่างกันออกไปด้วย นอกจากนั้นครุผู้ให้ความรู้ ก็มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้เรียนด้วยเช่นกัน เพราะครูได้สอดแทรกความรู้สึกรู้จักคิดของตัวเองให้กับผู้เรียน ในขณะที่พ่อแม่ได้สอดแทรกความคิดของตนเองให้แก่บุตรในการอบรมเลี้ยงดู คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มันจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้<sup>24</sup>

โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูง มักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำ มักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ กล่าวอีกอย่างก็คือ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่าพอลคนเหล่านี้ก็จะใช้ทั้ง สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดผู้ที่มีการศึกษาสูง ก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ มากกว่าสื่อประเภทอื่น<sup>25</sup>

### แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์

สื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อมวลชนที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่า เป็นสื่อมวลชนที่เข้ามามีบทบาท มีอิทธิพล และเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึงมากที่สุด รายการโทรทัศน์จึงกลายเป็นธุรกิจบันเทิงที่มีการแข่งขันสูงกว่าสื่ออื่น ๆ และมีเม็ดเงินหมุนเวียนอยู่ในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งสังเกตได้จากบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่างก็นำเสนอรายการโทรทัศน์ออกมามากมายในหลากหลายรูปแบบ ทั้งที่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมให้ได้มากที่สุด โดยอาศัยความเข้าใจ ทั้งจากประสบการณ์การทำงานสื่อ

<sup>23</sup>ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 71.

<sup>24</sup>Burgoon, Approaching Speech/ Communication, p. 64.

<sup>25</sup>Schramm and Roberts eds. The Process and Effects of Mass Communication, อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 111.

ตลอดจนการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้รับสาร เพื่อกำหนดพฤติกรรมหน้าที่ของสื่อในฐานะผู้ส่งสาร

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell)<sup>26</sup> และ ชาร์ลส์ ไรท์ (Charles Wright)<sup>27</sup> นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ได้สรุปโยงความต้องการของมนุษย์ในการสื่อสาร ผสานเข้ากับหน้าที่ของการสื่อสาร ดังนี้

1. ดูแลและบอกกล่าวถึงสภาพแวดล้อม (Surveillance of the Environment) หมายถึง การระแวดระวังสอดส่องดูแลเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อบอกกล่าวให้แก่สมาชิกในสังคมได้รับรู้เพื่อระมัดระวัง ปรับตัวหรือเตรียมการ ซึ่งเท่ากับการรายงานเหตุการณ์ที่น่าสนใจนั่นเอง

2. ผสมผสานส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of Parts of Society) หมายถึง การทำหน้าที่ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมเป็นเวทีของการแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่น่าสนใจร่วมกัน เพื่อหาข้อตกลงหรือข้อยุติร่วมกัน

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม (Transmission of Social Inheritance) คือ การให้ความรู้ ให้การศึกษาโดยการถ่ายทอดสอนสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ เพื่อให้ความรู้ นั้นโดยมีการสืบทอดต่อไป

4. การให้การบันเทิง (Entertainment) นับเป็นความต้องการของมนุษย์ประการหนึ่ง ในการแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจ จึงได้พยายามถ่ายทอดสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว

สำหรับสื่อโทรทัศน์ ในฐานะที่เป็นสื่อทำหน้าที่ส่งสาร ผสานกับความต้องการของผู้รับสาร สื่อโทรทัศน์ จึงทำหน้าที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และคาดหวังได้เป็นอย่างดี

---

<sup>26</sup>Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," in L. Bryson (ed.). The Communication of Ideas (New York: Harper and Brothers, 1948), อ้างถึงใน อรทัย ศรีสันติสุข, "บทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์," ใน เอกสารการสนทนาวิชาการเรื่องเบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุโทรทัศน์, หน่วยที่ 3 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2528), น. 115-116.

<sup>27</sup>Chaeles, R. Wright, "Functional Analysis and Mass Communication," in Lewis A. Dexter and Devid Manning White (ed.). People, Society and Mass Communication (New York: Free Press, 1964), อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 115-116.

โดยหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์นั้นประกอบไปด้วยหน้าที่หลัก 4 ประการที่สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการติดต่อสื่อสารและหน้าที่ของการสื่อสาร<sup>28</sup> ดังนี้

1. หน้าที่เสนอข่าวสาร เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะมีผู้คอยเฝ้ายามคอยดูแลความปลอดภัยให้ ซึ่งการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์นั้นโทรทัศน์ก็ต้องมีหน้าที่รายงานเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารมาให้ผู้อื่นได้ทราบทั่วกัน

2. หน้าที่เสนอความคิดเห็น เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือการหาข้อยุติในประเด็นต่าง ๆ จากความต้องการนี้ ตนจึงต้องการสถานที่หรือเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งโทรทัศน์ก็สามารถทำหน้าที่เพื่อการนี้ได้

3. หน้าที่เสนอบริการการศึกษา เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการเรียนรู้ศิลปะ วิทยาการต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ หรือเพื่อสุนทรีย์ของชีวิต ซึ่งความต้องการนี้ก็สามารถใช้โทรทัศน์ ทำหน้าที่บริการให้การศึกษาได้

4. หน้าที่บริการความบันเทิง เนื่องจากมีมนุษย์มีความต้องการรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนานเป็นความพอใจที่คนส่วนใหญ่แสวงหา ซึ่งโทรทัศน์มีศักยภาพอันเหมาะสมยิ่งในการบริการความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์

รายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง รายการที่สถานีจะต้องจัดขึ้น เพื่อแพร่ภาพให้แก่ผู้ชม โดยจัดผังรายการให้ผู้ชมได้ทราบว่ารายการต่าง ๆ จะมีเมื่อใด อย่างไร ทางสถานีอาจประกาศโฆษณาทางวิทยุโทรทัศน์เอง วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ หรือออกหนังสือกำหนดรายการของสถานีแจกจ่ายหรือออกจำหน่ายเพื่อเป็นการโฆษณา กำหนดรายการ ซึ่งผู้มีหน้าที่กระทำผังรายการนี้ คือฝ่ายจัดรายการเป็นผู้รับผิดชอบเมื่อมีผังรายการ หรือกำหนดรายการแล้วในรายการต่าง ๆ ที่กำหนดไว้ จะมีลักษณะรายการดังนี้<sup>29</sup>

1. รายการสด (Live Program) หมายถึง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดสด ๆ แล้วออกอากาศแพร่ภาพในทันที รายการสดนี้แบ่งออกเป็น 2 แบบด้วยกันคือ

1.1 รายการสดในสตูดิโอ หมายถึง รายการที่ทำกันในสถานี ห้องสตูดิโอแล้วออกอากาศกันเลยทีเดียว

1.2 รายการสดนอกสถานี หมายถึง รายการที่ออกไปถ่ายนอกสถานีแล้วส่งสัญญาณออกอากาศโดยมีรถสำหรับการถ่ายทอดรายการไปครบถ้วน

<sup>28</sup> เรื่องเดียวกัน, น. 116.

<sup>29</sup> วีระ ไทยพานิช, เทคโนโลยีการศึกษา (ET303) (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), น. 75.

2. รายการบันทึกเทปโทรทัศน์ อาจเรียกว่ารายการแห้ง รายการประเภทนี้เป็นรายการที่มีวิธีการผลิตที่ถูกต้อง เพราะการบันทึกเทปโทรทัศน์ ไม่ได้แพร่ภาพทันที เพราะสามารถเก็บภาพไว้เผยแพร่ทีหลัง ซึ่งเมื่อทำการบันทึกแล้ว อาจมีการแก้ไข ตัดต่อลำดับภาพได้ จึงทำให้คุณภาพของการผลิตรายการมีคุณค่า และมาตรฐานสูง การบันทึกเทปจึงนับว่าดีกว่า และสามารถเตรียมงานไว้ล่วงหน้า รายการที่จัดไว้ดำเนินไปได้ถูกต้องตามแผน หาข้อบกพร่องได้น้อย และประหยัด

สำหรับรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จัก และนิยมใช้ในการจัดรายการโทรทัศน์กันอย่างแพร่หลาย มีดังนี้<sup>30</sup>

1. พูดคุย รายการพูดคุย (Talk Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชม โดยการหยิบยกเอาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์ สาระความรู้ หรือความบันเทิง ที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ซึ่งอาจมีการสัมภาษณ์ สทนา ภาพประกอบหรือส่วนประกอบอื่น ๆ ร่วมด้วย ในสหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่ารายการทอล์คโชว์

2. สนทนา รายการสนทนา (Conversational Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการหรือดำเนินการสนทนา ส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนา และคอยคุมการสนทนาให้เป็นไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการ คอยเชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนปนกับประเด็นที่สนทนา ผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุยกับผู้ร่วมรายการ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องคอยพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วย โดยเฉพาะช่วงต้นที่ต้องเปิดประเด็นสนทนา และช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา ซึ่งรายการสนทนาแตกต่างจากรายการพูดคุย คือ รายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง แต่รายการสนทนาเป็นการสนทนายาระหว่างผู้ร่วมรายการ

3. อภิปราย รายการอภิปราย (Discussion Programme) เป็นรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะหนึ่ง แต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง หากแต่เป็นการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการ ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2-4 คน ผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ความสามารถ มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ หรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อภิปราย ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชิญมาร่วมรายการแต่ละครั้งควรมีความหลากหลายเพื่อผู้ชมจะได้รับรู้ในทรรศนะ

<sup>30</sup>ชัยยงค์ พรหมวงศ์, นิคม ทาแดง และ ไพบุรณ์ คะเชนทรพรรค์, “รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์,” ใน เอกสารการสอนชุดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546), น. 149-155.

หรือมุมมองที่แตกต่างกันไป วัตถุประสงค์ของรายการอภิปราย ส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นเวทีแสดงทรรศนะหรือความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการ หากเป็นรายการอภิปรายที่ถ่ายทอดสด อาจเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย

4. สัมภาษณ์ รายการสัมภาษณ์ (Interview Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คน หรือมากกว่ามาร่วมพูดคุย ชักถามปัญหา ข้อสงสัย หรือชี้แจงข้อเท็จจริง ตามหัวข้อที่กำหนดในแต่ละรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือชักถาม และผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริงต่อข้อคำถาม ซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด

5. สาธิตและทดลอง รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธี เทคนิค วิธีการ กระบวนการ และขั้นตอน หรือรายละเอียดอื่น ๆ ของการกระทำหรือประดิษฐ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิค แต่ละวิธีหรือแต่ละขั้นตอนเพื่อให้ผู้ชมรายการได้รับความรู้ความเข้าใจในแนวทางและขั้นตอนที่เป็นรูปธรรม สามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริง เช่น การสาธิตการเสริมสวย การทำผม การแต่งหน้า การสาธิตปรุงอาหาร เป็นต้น

6. ข่าว รายการข่าว (News Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น ที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศ การอ่านคำบรรยายข่าวประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าว การรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริงหรือลักษณะอื่น ๆ นอกจากจะใช้รูปแบบการนำเสนอข่าวโดยตรงแล้วยังอาจนำเสนอในลักษณะของการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ข่าว (News Commentary) สารคดีข่าว (News Documentary)

7. สารคดี รายการสารคดี (Documentary Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นจริง หรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผูกพันกับเหตุการณ์และบุคคลจริง เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับมนุษย์ อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นการนำเสนอเรื่องจริงแต่การนำเสนอจะต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ ไม่ใช่ลอกเลียนแบบจากของจริงทั้งหมด โดยไม่มีการตกแต่ง เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจ น่าติดตาม ไม่น่าเบื่อ ผู้ชมชมแล้วนอกจากจะได้สาระความรู้แล้วยังรู้สึกเพลิดเพลินและผ่อนคลายไปในขณะเดียวกัน

8. ละคร รายการละคร (Drama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่เสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้น หรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมาย

เกี่ยวกับสาระ ข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการ โดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการละคร ศิลปะการแสดง เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อลำดับภาพ และการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบ เพื่อให้เรื่องราวมีความสมจริงสมจัง ผู้ชมและมีอารมณ์ร่วม และเกิดความรู้สึกคล้อยตาม วัตถุประสงค์ของรายการละครมุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันอาจสอดแทรกสาระความรู้ ข้อคิด หรือคติเตือนใจไปด้วย

9. สาระละคร รายการสาระละคร (Docudrama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัยรูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละคร เป็นการนำเสนอเอารูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดสาระความรู้ หรือสะท้อนปัญหาต่าง ๆ โดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหา สาเหตุของปัญหา และอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำ อธิบาย และสรุปประเด็น เพื่อให้ผู้ชมได้สาระความรู้ และความบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน

10. เพลงและดนตรี รายการเพลง (Music Programme) เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรี ซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลงที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลง หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งจะเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่ภาพ หรือเป็นการถ่ายทอดสด โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการ พูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลงหรือการแสดงดนตรีของนักร้อง และพูดปิดรายการ

วัตถุประสงค์โดยตรงของรายการเพลงและดนตรี มุ่งเน้นให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันอาจมีวัตถุประสงค์โดยอ้อม เพื่อสอดแทรกสาระความรู้เล็ก ๆ น้อย ๆ หรือการพูดชักจูงโน้มน้าวใจ กระตุ้นหรือสร้างจิตสำนึกบางสิ่งบางอย่าง

11. นิตยสาร รายการนิตยสาร (Magazine Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลาย ซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่องย่อยต่างกันไปหลาย ๆ เรื่อง แต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกันหรือต่างกันได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกัน เช่น อาจเริ่มด้วยรายการเพลง สลับด้วยรายการสัมภาษณ์ รายการสารคดี รายการสนทนา หรือรายการละคร แต่สิ่งสำคัญของรูปแบบนิตยสารก็คือ การเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน

12. รายการปิกนิกะ รายการปิกนิกะ (Variety Programme) หรือที่นิยมเรียกว่ารายการวาไรตี้ เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิงหลากหลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบรายการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสาร ต่างกันเพียงรายการปิกนิกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงหรือร้อยเรียงแต่ละช่วง แต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

รายการปกิณกะจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอ ด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจ สร้างความสนุกสนาน ให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน

13. เกมโชว์ รายการเกมโชว์ (Game Show Programme) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกมหรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้น ภายใต้เงื่อนไขของกฎกติกาตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกายหรือใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขัน ฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทน โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกาคอยดำเนินการและควบคุมการแข่งขันให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรม ในกรณีที่เป็นการแข่งขันตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา ซึ่งมักเป็นการทดสอบความรู้หรือเชาว์ปัญญาในเรื่องต่าง ๆ

14. สปอต รายการสปอต (Spot Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่อง และเรียบเรียงให้กระชับ และใช้เทคนิคการนำเสนอด้วยภาพและเสียงที่สอดคล้องกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30-60 วินาที

15. รายการข่าวบันเทิง (Entertainment News Programme) รูปแบบรายการเป็นการนำเสนอเหตุการณ์หรือเรื่องราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในวงการบันเทิง ของดารานักแสดง นักร้อง บุคคลในวงการบันเทิงทั่วไป ทั้งในรูปของข่าวสาร เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแวดวงวงการบันเทิง และในรูปแบบของสื่อบันเทิง ของบุคคลในวงการบันเทิง ของละคร ภาพยนตร์ ดนตรี และเพลง โดยเน้นตามกระแสในสังคม สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมเป็นหลัก ด้วยการพัฒนารูปแบบของรายการจากที่เคยเป็นส่วนหนึ่งของรายการข่าวประจำวัน แยกออกมาเป็นรายการข่าวบันเทิงต่างหากที่ผลิตโดยบริษัทเอกชน ซึ่งทำให้มีเวลาในการนำเสนอมากพอ ตลอดจนสามารถนำเสนอเนื้อหาของสารได้ตามต้องการ โดยเนื้อหาของรายการข่าวบันเทิงที่นำเสนอจะมีลักษณะเป็นข่าวเบา เน้นให้เกิดความบันเทิง รู้สึกเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย มากกว่าจะนำไปขบคิดเหมือนข่าวหนัก

ความสำคัญและบทบาทของรายการข่าวบันเทิง

15.1 ข่าวบันเทิงมีบทบาทในด้านการให้ความบันเทิง ในด้านการรายงานข้อมูลของวงการบันเทิงแล้วทำให้ผู้ชมเกิดความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย

15.2 ข่าวบันเทิงเป็นข่าวที่เสนอถึงความเป็นไป ความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่ต้องการทราบในเรื่องราวของดารา นักร้อง ละครและเรื่องราวต่าง ๆ ในวงการบันเทิง

15.3 นอกจากจะนำเสนอข่าวบันเทิงแล้ว ยังนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ ศิลปวัฒนธรรมทั้งของไทย และต่างประเทศ มาเสนอและเผยแพร่ จึงถือเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม ทั้งหลายไว้ด้วย เช่น การนำเสนอข่าวงานแสดงงานศิลปะ เป็นต้น

15.4 การนำเสนอข่าวบันเทิง จะนำเสนอในจุดที่เป็นไฮไลต์ หรือจุดที่คิดว่า น่าสนใจที่สุด เพราะการนำเสนอทางโทรทัศน์ มีข้อจำกัดด้านเวลา จึงทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ เรื่องราวความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ได้ในเวลาอันสั้น

จากรูปแบบของรายการต่าง ๆ ข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า รายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ โมเดิร์นไนน์ ประจำทุกวัน ที่นำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นรายการ ประเภทรายการข่าวบันเทิง (Entertainment News Programme) เนื่องจากมีความเหมาะสมใน เนื้อหาและรูปแบบของการนำเสนอด้านข่าวสารในแวดวงบันเทิง มีความเป็นเอกภาพ (Unity) คือนำเสนอเฉพาะข่าวสารความเคลื่อนไหวภายในวงการบันเทิง อย่างครอบคลุมโดยเน้น ความต้องการของผู้รับสารเป็นสำคัญ โดยรูปแบบรายการข่าวบันเทิงดาวกระจายได้แบ่งเป็นช่วง ต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### เบรค 1 เริ่มต้นจาก

- พิธีกรเปิดรายการ
- ข่าว HOT ข่าวแรก คือ ช่วงที่นำเสนอข่าวของศิลปินคนดังที่เรื่องราวของเขา เหล่านั้นกำลังเป็นที่กล่าวขานกันในวงกว้าง กระจายข่าวให้ประชาชนได้รับทราบ
- ไฮไลต์ประจำวันว่าวันนี้จะมีอะไร

#### เบรค 2

- พิธีกรนำเข้าข่าวประจำวัน ช่วงที่ 2
- ข่าว UPDATE รายงานข่าวความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง คือ ช่วงที่รายการจะ นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของดารา นักร้องนักแสดง รวมถึงข่าวเจาะลึกที่ยังไม่มีใครเคยทราบ เกี่ยวกับเรื่องราวเหล่านี้ของพวกเขา

#### เบรค 3

พบสื่อบุคคลหลากหลายที่ไม่ซ้ำกันตั้งแต่วันจันทร์ถึงอาทิตย์ เช่น

- ช่วงตามกองถ่าย

ช่วงที่เหยี่ยวข่าวจะพาไปตะลุยกองถ่ายเรื่องดัง หรือตามเหล่าคนดังไปร่วมทำ กิจกรรมในที่ต่าง ๆ เจาะลึกสัมภาษณ์ดาราที่คุณผู้ชมชื่นชอบและติดตามอยากจรรู้เรื่องราว รวมถึงในบางครั้งก็จะตามดาราไปทำกิจกรรมยังต่างประเทศ และเก็บภาพเด็ด ๆ หลุด ๆ ในวันสบาย ๆ ของเหล่าคนดังมาให้ได้ชมกัน

- ช่วง หนึ่งคน...หนึ่งผลิตภัณฑ์  
พหุภารกิจของเหล่าดารา เช่น ตามไปดูกิจการร้านอาหาร ดีว่า ของสาวเซ็กซี่ อี้ม พัชราภา ดูธุรกิจสถานบันเทิงของหนุ่ม เซนต์ สุานทัฬห เป็นต้น
- เคล็ดลับความสวยกับดารา  
สัมภาษณ์ดาราสาววัยรุ่น ว่ามีเคล็ดลับในการดูแลความงามอย่างไร
- เปิดบ้านดารา  
ตามไปชมบ้านดารา คนดัง เช่น ชมบ้านหลังใหม่ของพระเอกป๊อ ณัฐวุฒิ, ชมบ้านนักแสดงหนุ่มอารมณ์ดี นีต วรรณฤทธิ์ ที่มีห้องไม่เหมือนใคร
- ทัวร์กระจาย  
เหยี่ยวข่าวหรือดาราพาไปเที่ยวสถานที่ที่น่าสนใจ
- ช่วง Scoop Tie in  
ช่วงที่ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จะซื้อช่วงเวลาสนับสนุนรายการ โดยจะเป็นการตามดารา คนดังไปทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนับสนุนสินค้า
- ช่วงตอบจดหมาย  
ช่วงที่ดาราคงจะตอบจดหมายจากผู้ชมทางบ้านที่เขียนเข้ามาถามถึงเรื่องราวของพวกเขาผ่านทางรายการดาวกระจาย
- ปิดท้ายด้วยช่วงเด็ด สะเก็ดดาว  
ช่วงที่ดูแล้วต้องอมยิ้มไปกับภาพเด็ด ๆ ของเหล่าดารา รวมทั้งเบื้องหลังกองถ่าย ที่เก็บมาหยอกล้อ

การนำแนวคิดด้านรายการโทรทัศน์มาสนับสนุนการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของรายการโทรทัศน์มากยิ่งขึ้น ทั้งในส่วนลักษณะของรายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทข่าวบันเทิง (Entertainment News Programme) รวมทั้งหลักการ การผลิต รายการข่าวบันเทิง ดาวกระจาย ที่เกี่ยวข้องับพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสาร ซึ่งนำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้

### ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจรายการข่าวบันเทิง “ดาวกระจาย” ทางโมเดิร์นไนน์ทีวี ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร นี้ นอกจากทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงข้างต้นเพื่อสร้างกรอบความคิดนำไปอธิบายปรากฏการณ์ตามผลการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยยังศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในเรื่องของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ รวมทั้งการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ชมได้รับจากสื่อมวลชน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

โจเซฟ แคลปเปอร์ (Joseph Klapper)<sup>31</sup> ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้สื่อของแม่บ้านชาวอเมริกัน ถึงการเลือกรับฟังรายการละครวิทยุ พบว่า การฟังรายการละครวิทยุตอบสนองความต้องการโดยระบายนามณ์ และทำให้ได้เรียนรู้ชีวิต และวิธีการที่จะจัดการกับปัญหาชีวิตของตน

โรบินสัน (Robinson. John P)<sup>32</sup> พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและมีระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้น โดยใช้สื่อมวลชน

ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn)<sup>33</sup> ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน พบว่า

---

<sup>31</sup> Joseph T. Klapper, The Effects of Mass Communication (New York: The Free Press, 1960), p. 112.

<sup>32</sup> John P. Robinson, “Mass Communication and information Diffusion,” in Kline and Tichenor, Current Perspectives in Mass Communication Research (London: Sage Publications, 1972), p. 89.

<sup>33</sup> Palmgreen P, and J.D. Rayburn. “Uses and Gratifications and Exposure to public television, a discrepancy approach,” Communication Research (1979):45.

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง ความพึงพอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ ความพึงพอใจสูง

โรนัลด์ (Ronald J. Compisie)<sup>34</sup> ศึกษาถึงผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 รายการ เพื่อจัดรวมเป็น 7 กลุ่มและตีความหมายของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ ได้ผลคือ มีผู้ชมที่ชมเพื่อ

1. ความบันเทิง
2. เป็นกิจวัตรในชีวิตประจำวัน
3. ชมเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกที่จะดู
4. นำไปใช้ประโยชน์ในการติดต่อกับคนอื่น พูดคุยกับเพื่อน
5. ชมเพื่อการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหา ลดความตึงเครียด
6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย
7. ชมเพื่อช่วยแก้ปัญหาชีวิต หรือสะท้อนความจริงในสังคม การวิจัยนี้เพื่อศึกษาถึงผู้ชมโทรทัศน์ ชมเพื่อสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

ปาล์มกรีน เวเนเนอร์และเรย์เบิร์น (Palmgreen, Wenner and Rayburn)<sup>35</sup> ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวัง กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์ โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ชมในเมืองเล็กชิ่งตัน รัฐเคนตักกี จำนวน 327 คน ผลพบว่าความคาดหวังจะได้รับประโยชน์ ในด้าน ความต้องการรู้ข่าวสารทั่วไป เพื่อประกอบการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์ เพื่อความบันเทิง เพื่อการติดต่อระหว่างบุคคลและปฏิกิริยาจากสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ดังกล่าว

เวเนเนอร์ (Wenner)<sup>36</sup> ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวัง หรือความพึงพอใจที่ได้ชมรายการโทรทัศน์ โดยการวัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจในด้านเฝ้าสังเกตเพื่อติดตามข่าวสาร, ด้านความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ, การใช้ประโยชน์ระหว่างบุคคล, ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยอ้อม รวม 12 รายการ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์สุ่มตัวอย่างจากผู้ชมทางโทรทัศน์ รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่า ความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับ ความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจด้าน

<sup>34</sup>R.J. Compesi, "Gratifications of daytime serial viewers," *Journalism Quarterly* (1980):85.

<sup>35</sup>Philip Palmgreen; Lawrence A. Wenner, and J.d. Rayburn, "Gratifications Discrepancies and News Program Choice," *Communication Research* 8 (1981):78.

<sup>36</sup>L.A. Wenner, "Gratification Sought and Obtained in program dependency: A study of Network evening news program and 60 minute," *Communication Research*, (1982):10.

ต่าง ๆ ดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

รูบิน (Rubin)<sup>37</sup> ทำการวิจัยเกี่ยวกับ การใช้สื่อโทรทัศน์ของผู้ชมซึ่งเป็นผู้สูงอายุ พบว่าการดูรายการโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์ในทางบวก กับความตั้งใจที่จะได้รับใยแ่งต่าง ๆ จากโทรทัศน์ เช่น ผู้ที่มีความตั้งใจจะติดตามข่าวสารการเมือง จะเลือกดูรายการที่เสนอสาระต่าง ๆ มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และยังพบความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างผู้ที่มีความตั้งใจจะใช้สื่อเพื่อฆ่าเวลา กับการดูรายการโทรทัศน์ด้วย

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

มารีญา ไชยเศรษฐ์<sup>38</sup> ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่า อายุ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ประการเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชม ส่วนผู้ที่มีเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการไม่แตกต่างกัน

นอกจากนั้นยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่นี้ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับปานกลางกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการในด้านเนื้อหารายการ และมีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับต่ำ กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการในด้านการดำเนินรายการ สรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่นี้ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับปานกลาง กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

---

<sup>37</sup> Rubin A.M, "An Examination of Television Viewing Motivation," Communication Research (1981):95.

<sup>38</sup>มารีญา ไชยเศรษฐ์, "ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546 ), น. บทคัดย่อ.

วิธนา วัฒนาศิริพานิช<sup>39</sup> ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภท เรียลลิตีโชว์ : กรณีศึกษารายการ UBC Academy Fantasia 2 ประเทศไทย พบว่า เพศและรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการไม่แตกต่างกัน แต่อายุที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการแตกต่างกัน นอกจากนี้ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับการใช้ประโยชน์ พบว่าเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับความพึงพอใจ พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับกับความพึงพอใจ พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมทางช่อง UBC และ ITV มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับชมรายการ แต่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

กนิษฐา ชาวนอก<sup>40</sup> ทำการวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี พบว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วยแตกต่างกันด้วย ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับการใช้ประโยชน์จากรายการ พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทางบวกระดับปานกลาง และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมกับความพึงพอใจในด้านเนื้อหา รายการมีความสัมพันธ์กันในทางบวกในระดับต่ำ ส่วนความพึงพอใจจากการชมรายการทางด้านการดำเนินรายการ พบว่าความสัมพันธ์ในทางบวกระดับปานกลาง

---

<sup>39</sup>วิธนา วัฒนาศิริพานิช, “ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภท เรียลลิตีโชว์: กรณีศึกษารายการ UBC Academy Fantasia 2 ประเทศไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. บทคัดย่อ.

<sup>40</sup>กนิษฐา ชาวนอก, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี,” (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550), น. บทคัดย่อ.

วียดา เกียวกุล<sup>41</sup> ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะทางประชากร ด้าน เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ต่างกันมีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกัน และประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร<sup>42</sup> ได้ทำการศึกษาวิจัยถึง ทักษะคดี การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ของผู้ชม พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองและพฤติกรรม การเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาการ ออกอากาศ

อนุชิต มุรธาทิพย์<sup>43</sup> ได้ศึกษาถึง ทักษะคดี ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชม รายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท. พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีพฤติกรรมในการมรายการบ่อยคือ 3 ครั้งต่อเดือน และชมเป็น เวลามากกว่า 8 เดือนขึ้นไป โดยตั้งใจชมมากแต่เปลี่ยนช่องเมื่อมีโฆษณา และชอบชมช่วงเรียลทีวี มากที่สุด และชอบเป็นอันดับ 1 มีทัศนคติต่อรายการในแต่ละช่วงดีมาก โดยเฉพาะช่วงเปิด รายการ ในส่วนความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการตีสิบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในระดับมาก โดยชมเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย และทันต่อเหตุการณ์

---

<sup>41</sup>วียดา เกียวกุล, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการโทรทัศน์ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2538), น. บทคัดย่อ.

<sup>42</sup>ปัทมาวดี หล่อวิจิตร, “ทักษะคดี การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการ 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย, 2538), น. บทคัดย่อ.

<sup>43</sup>อนุชิต มุรธาทิพย์, “ทักษะคดี ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการ ตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542), น. บทคัดย่อ.

ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์ ได้ศึกษาความสัมพันธ์ รูปแบบเนื้อหาของรายการมอต่างมุมกับทัศนคติ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมอต่างมุมทางสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 เพื่อทราบทัศนคติ ความน่าเชื่อถือ ความพึงพอใจ และการนำข่าวสารไปใช้ประโยชน์ของผู้เข้าชมรายการมอต่างมุม พบว่า คุณลักษณะประชากรไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเข้าชมรายการมอต่างมุม ยกเว้นด้านเพศ และอาชีพซึ่งจะมีความสัมพันธ์ต่อทัศนคติในทางบวก และต่อการเข้าร่วมรายการมอต่างมุม นอกจากนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้สนใจเข้าร่วมรายการ จำนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน และนำไปขยายผล ทำให้ความนิยมและความสนใจของผู้ชมมีมากขึ้นตามลำดับ