

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษา “ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อสารคดีท่องเที่ยว: รายการผจญภัยไร้พรมแดน” ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาประกอบในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับรายการสารคดีท่องเที่ยว
2. แนวคิดเรื่องเอดูเทนเมนต์
3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร
4. ทฤษฎีบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชน
5. ทฤษฎีการเปิดรับข่าวสาร
6. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับรายการสารคดีท่องเที่ยว

รายการสารคดีท่องเที่ยว จัดอยู่ในประเภทหนึ่งของรายการสารคดี ซึ่งลักษณะทั่วไปของรายการสารคดีนั้น มีความแตกต่างกันไปตามนิยามการให้ความหมายของคำว่ารายการสารคดี โดยที่รายการสารคดีมีความเป็นมาจากการถ่ายทอดเรื่องราวที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นจริงในสังคม เช่นวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนต่าง ๆ ซึ่งหัวใจสำคัญของรายการสารคดี คือ จุดประสงค์หลักของรายการ (ปิยพรรณ กลิ่นกระจาย, 2535, น. 9-10) เพราะเปรียบเสมือนเข็มทิศที่ชี้นำในการเดินทางจุดประสงค์หลักหรือความคิดหลักจะช่วยควบคุมรายการให้เป็นหนึ่งเดียว ซึ่งมีอิทธิพลเหนือความคิดและการกระทำของผู้ชมโดยทั่วไป ทำให้ผู้ชมเกิดความคิดและตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ โดยไม่ได้สร้างความตื่นตระหนกแก่ผู้ชม เพราะรายการสารคดีได้สอดแทรกความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ผู้เขียนบท หรือประชาชนทั่วไป ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสและการนำไปสู่ความคิดและการตัดสินใจในการแก้ไขปัญหาของผู้รับชมรายการ รายการสารคดีเป็นการนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นธรรม และมีการสร้างการนำเสนอให้ผู้ชมรายการเกิดอารมณ์และความรู้สึกร่วมกับทางรายการเสมือนเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์นั้น ๆ ดังนั้นรายการสารคดีจึงมีลักษณะใกล้เคียงกับรายการข่าวและรายการละครโดยนำเสนอข้อเท็จจริงตามจุดประสงค์และแนวคิดหลัก ซึ่งเนื้อหาที่นำเสนอ มักเป็นเรื่องของสถานการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิทยาการ

ความก้าวหน้า โดยการตีความและถ่ายทอดเรื่องราวในอดีต วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน และทำนายความเป็นไปได้ในอนาคต ผสมผสานกับการนำเสนออย่างมีศิลปะของงานโทรทัศน์เพื่อเป็นการให้ความรู้และสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ชม เพราะคุณค่าของรายการสารคดีไม่ใช่เป็นเพียงเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่สิ่งสำคัญคือผลกระทบของรายการที่มีต่อประชาชน

ฉะนั้นรายการสารคดีจึงเป็นรายการที่ผลิตขึ้นเพื่อผลประโยชน์ของประชาชน และจากการที่รายการสารคดีเป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้ความคิดของประชาชน จึงทำให้รายการ สารคดี มีการแบ่งประเภทของวัตถุประสงค์การให้ความรู้ความบันเทิงในด้านต่าง ๆ เช่นเดียวกับรายการประเภทอื่น ๆ โดยมีการแบ่งประเภทของรายการสารคดีออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

### ประเภทของรายการสารคดี

การแบ่งประเภทของรายการสารคดีตามลักษณะของรายการ จะสามารถแบ่งรายการสารคดีออกเป็นประเภทของรายการสารคดีดังนี้ (ปมุข ศุภสาร, จันรรค์ อัมภามงคล และ พิไลพรรณ ปุกหุด, 2530, น. 211)

1. สารคดีทั่วไป (General Feature) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับรายการทั่วไป ไม่เจาะจงว่าต้องเป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร เช่น เรื่องราวของบุคคล สัตว์ สิ่งของ พืช ฯลฯ ตามความน่าสนใจที่ผู้ผลิตรายการเห็นว่าควรนำเสนอเพื่อเป็นประโยชน์และมีความรู้ต่อประชาชน และเน้นทางด้านความประทับใจมากกว่าการเป็นวิชาการ

2. สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ (Special Feature) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเทศกาลพิเศษ สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความน่าสนใจ รวมถึงบุคคลที่น่าสนใจเป็นส่วนใหญ่ เนื้อหารายการสารคดีประเภทนี้สามารถค้นคว้าหาข้อมูลได้ง่าย เพราะเหตุการณ์หรือโอกาสพิเศษต่าง ๆ จะมีผู้เก็บหลักฐานบันทึกไว้มากมาย เช่นสารคดีที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลต่าง ๆ วันสำคัญของชาติ อัตตชีวประวัติของบุคคลสำคัญ เป็นต้น โดยมีการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะของการเล่าเรื่องราว ความเป็นมา ความสำคัญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มักสรุปเรื่องเพื่อเป็นการยกย่อง เป็นแนวทาง และเพื่อให้ผู้ชมรายการได้รำลึกถึงความสำคัญของเหตุการณ์บุคคลสำคัญ และโอกาสสำคัญเหล่านั้น

3. สารคดีเชิงวิเคราะห์ (Documentary) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ หรือสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ที่ต้องเผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเนื้อหาจะเน้นหนักในแง่ของข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การวิเคราะห์ปัญหา การทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นถึงการต่อสู้เพื่อความอยู่รอดของมนุษย์ในสภาวะต่าง ๆ ทั้งด้านความสามารถอันเข้มแข็ง ความชาญฉลาด และด้านความอ่อนแอหรือการแก้ไขปัญหาอย่างไร้สติ เพื่อให้ผู้ชมเกิดความมานะพยายามในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่ต้องเผชิญ ซึ่งบทสรุปของรายการสารคดีประเภทนี้จะทิ้งท้ายด้วยแง่คิดแก่ผู้ชม

4. สารคดีเชิงข่าว (News Documentary) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวเนื่องจากข่าวที่น่าสนใจ มีการนำเสนอเบื้องหลังของข่าว ข้อเท็จจริงของข่าวที่เกิดขึ้นว่ามีความเป็นมาเป็นไปอย่างไร โดยผู้จัดรายการจะต้องวิเคราะห์เนื้อหาของข่าวให้เห็นในหลาย ๆ มุมมองโดยใช้วิจรรณญาณอย่างเป็นธรรมไม่ควรสอดแทรกความคิดเห็นส่วนตัว พร้อมทั้งเสนอแนวทางที่เป็นไปได้และอาจเกิดขึ้นในอนาคต

5. สารคดีท่องเที่ยว (Touring Feature) เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การเดินทาง การเตรียมพร้อมในการไปท่องเที่ยวในที่ต่าง ๆ โดยมีการนำเสนอข้อมูลทางด้านแหล่งท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา ความสำคัญ และจุดที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงรายละเอียดข้อมูลเรื่องที่พัก และค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ยังมีการแบ่งประเภทของรายการสารคดีตามลักษณะเนื้อหารายการที่ละเอียดขึ้นดังนี้ (อุฬาร เนืองจันงค์, 2520, น. 146)

1. สารคดีที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการปรับปรุงส่งเสริมตนเองให้ดีขึ้น (Personal Improvement) ได้แก่ ประเภทรายการสารคดีด้านสุขภาพ การออกกำลังกาย ความสวยงามงาม เป็นต้น

2. สารคดีที่แนะนำวิธีการในการปฏิบัติการแก้ไขปัญหา (Practice Methods) ได้แก่ การแนะนำการแก้ไขปัญหาเครื่องใช้ในบ้าน การซ่อมโต๊ะ เก้าอี้ ฯลฯ

3. สารคดีที่แนะนำสถานที่ที่ไม่ค่อยมีผู้รู้จัก (Unfamiliar Place) เป็นสารคดีที่แนะนำให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ หรือสามารถหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวต่าง ๆ จากสถานที่นั้น ๆ เป็นลักษณะสารคดีท่องเที่ยว

4. สารคดีที่แนะนำสิ่งแปลกใหม่ ที่ไม่ค่อยได้พบเห็น (Unusual Articles and Objects) ได้แก่ สารคดีที่นำเสนอสิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ แฟชั่นใหม่ ๆ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เป็นต้น

5. สารคดีที่มีเนื้อหาด้านพฤกษชาติและสัตว์ (Plants and Animals) ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับความเจริญเติบโตของพันธุ์ไม้ต่าง ๆ การดูแลลักษณะของนกชนิดต่าง ๆ เป็นต้น

6. สารคดีเกี่ยวกับวิถีชีวิตของประชาชน (People and Their Ways) ได้แก่ การนำเสนอชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเผ่าต่าง ๆ โดยอธิบายให้ผู้ชมทราบว่าพวกเขามีวิถีชีวิตอยู่ การดำรงชีวิตอย่างไร

7. สารคดีด้านประสบการณ์ที่แปลกผิดธรรมดา (Extra-Ordinary Experience) เช่น วัวที่มีห้าขา ผลกล้วยที่เกิดจากต้นมะพร้าว เป็นต้น

8. สารคดีเกี่ยวกับผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ (Technical and Scientific Data) เป็นการอธิบายให้ทราบถึงผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์หรือสถิติต่าง ๆ

9. สารคดีเกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญที่บันทึกไว้ (Notable Occasion and Occurrence) ได้แก่ สารคดีสงครามโลก เหตุการณ์ภัยพิบัติ เป็นต้น

10. สารคดีเกี่ยวกับบุคคลที่น่าสนใจ (Interesting Persons) ได้แก่ชีวประวัติของ สุนทรภู่ อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ เป็นต้น

11. สารคดีด้านผลการสืบสวนและสอบสวน (Investigation Results) ได้แก่ การติดตามข่าวคดีอาชญากรรม เป็นต้น

12. สารคดีการนำเสนอความคิดเห็นใหม่ ๆ (Significant Ideas) ได้แก่การนำเสนอความคิดเห็นในการสร้างบ้านสำเร็จรูปสามารถเคลื่อนย้ายได้ การสร้างรถที่สามารถกลายเป็นเรือได้ เป็นต้น

13. สารคดีการวิพากษ์วิจารณ์และโต้ตอบ (Critical Judgment and Reactions) ได้แก่ การวิพากษ์วิจารณ์หนังสือ การโต้ตอบทางด้านความคิดเห็นที่ขัดแย้ง เป็นต้น

14. สารคดีที่ให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน (Diversion or Amusement) ได้แก่ เรื่องราวที่สนุกสนาน เรื่องราวที่สร้างอารมณ์ขัน เป็นต้น

ดังนั้นเห็นได้ว่ารายการสารคดี คือรายการที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความอยากรู้ อยากรูเห็นของประชาชน เพื่อรับทราบข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนไม่เคยรู้ในรูปแบบของความต้องการทั้งทางด้านความรู้และความบันเทิง เพราะฉะนั้นผู้ผลิตรายการสารคดีจึงต้องมีการสร้างสรรค์รายการสารคดีให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้ชม ซึ่งการสร้างสรรครายการสารคดี หมายถึง การประมวลเอาศิลปะของการเล่าเรื่องมาใช้ชักชวนให้ผู้ชมคล้อยตาม และรู้สึกอยากติดตามด้วยความอยากรู้ในเรื่องราวที่ตนไม่เคยรู้มาก่อน มานำเสนอให้ผู้ชมได้รับความรู้และเกิดความบันเทิงร่วมกับรายการสารคดีประเภทต่าง ๆ (ศศิกร ฉันท์เศรษฐ์, 2547, น. 18)

สำหรับรายการสารคดีท่องเที่ยว นั้น เป็นรายการสารคดีที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลานานจากภาพยนตร์สารคดีแบบธรรมชาตินิยม (ลดาวัลย์ เกตุมา, 2533, น. 10) ซึ่งมีลักษณะพิเศษคือให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องราวการเดินทางท่องเที่ยว การผจญภัย การแสวงโชค การเสี่ยงภัยในดินแดนทุรกันดาร หรือการเดินทางเข้าไปในที่ที่แปลกประหลาด โดยมีแนวคิดที่มีความคล้ายคลึงกับความคิดในการสร้างภาพยนตร์ของพวกโรแมนติคนิยม เป็นการใช้องค์ความรู้มาเสนอเรื่องราวที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเดินทาง โดยมีการบันทึกภาพแบบพรรณนาเหตุการณ์ สถานที่ต่าง ๆ ความ

ประทับใจในความงดงามของธรรมชาติ หรือสถานที่ที่น่าสนใจ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีคำบรรยาย (Narration หรือ Commentary) แนะนำให้เห็นความสวยงาม ความประทับใจของสถานที่นั้น ๆ โดยบางเรื่องเป็นภาพยนตร์ที่มีการผสมผสานการแสดงเพื่อความบันเทิง ซึ่งรายการสารคดีท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงความงามของสถานที่ท่องเที่ยวเท่านั้น หากยังรวมถึงความงามของธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะนิสัย วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ฯลฯ เพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ชม และจูงใจให้มาชมความงดงามต่าง ๆ ที่ทางรายการนำเสนอ

ดังนั้นรายการสารคดีท่องเที่ยวจึงสามารถจัดเป็นรายการสารคดีเชิงส่งเสริมและชักชวน (Promotional and Propagandistic Program) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

1. รายการสารคดีท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อชักชวนให้กระทำในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ชักชวนให้ไปเที่ยวงานเทศกาลตามจังหวัดต่าง ๆ
2. รายการสารคดีท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนในเรื่องที่เป็นประโยชน์ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การขอความช่วยเหลือในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมมรดกของชาติ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
3. รายการสารคดีท่องเที่ยวที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนให้ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวในกิจกรรมพิทักษ์ป่า

จากแนวคิดข้างต้น แสดงให้เห็นว่ารายการสารคดีท่องเที่ยวเป็นรายการสารคดีที่สามารถเข้าถึงผู้ชมได้ง่าย เพราะเป็นรายการสารคดีที่มีการเชิญชวนให้ผู้ชมรายการมีกิจกรรมร่วมกับทางรายการ อีกทั้งยังเป็นการนำเสนอสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวและมีความน่าสนใจจากการนำเสนอบันเทิงเข้ามาผสมผสานในการนำเสนอเนื้อหารายการเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และน่าติดตาม

รายการผจญภัยไร้พรมแดน เป็นรายการสารคดีท่องเที่ยวเชิงผจญภัยที่มีลักษณะจัดอยู่ในประเภทสารคดีที่แนะนำสิ่งแปลกใหม่ ที่ไม่ค่อยได้พบเห็น (Unusual Articles and Objects) ผสมกับ สารคดีเกี่ยวกับวิถีชีวิตของประชาชน (People and Their Ways) โดยเน้นการนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเพื่อเป็นประโยชน์ในการเปิดโลกทัศน์ของผู้ชมไทย

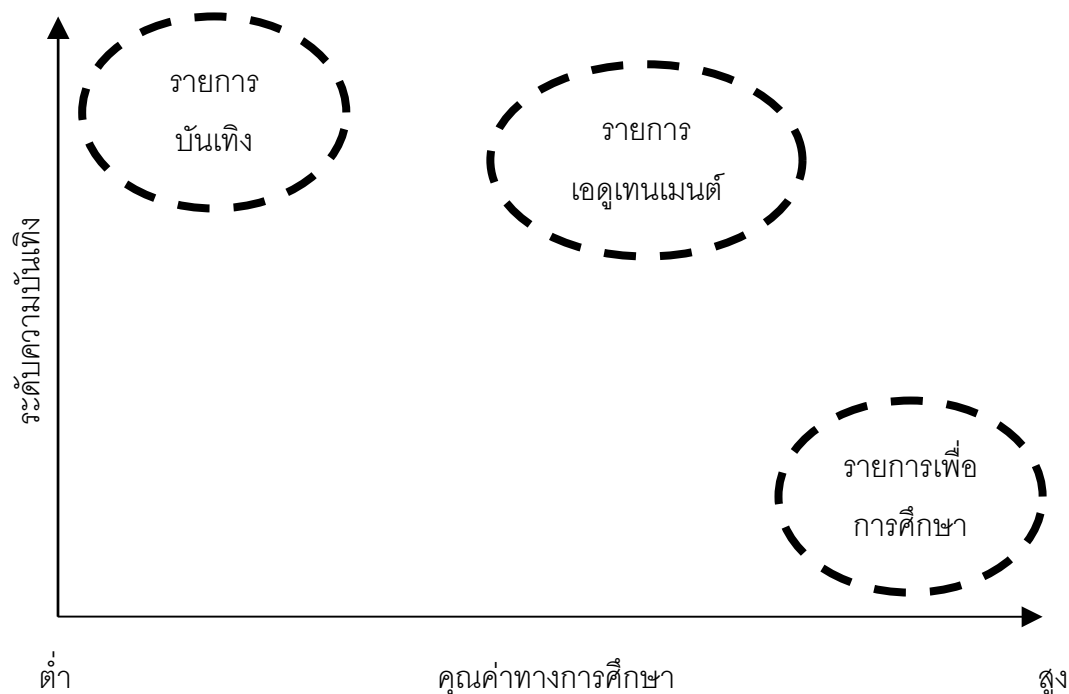
### แนวคิดเกี่ยวกับเอดูเทนเมนต์

ต้องยอมรับว่าในโลกปัจจุบัน คนส่วนมากบริโภคสื่อโดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความบันเทิง อีกทั้งมักมองว่าโลกแห่งสาระความรู้ คือ โลกของการศึกษาเล่าเรียน เกี่ยวข้องกับการเรียน การสอน หรือในงานพิธีกรรมต่าง ๆ เท่านั้น แต่ในความเป็นจริง สามารถพบเห็นการเผยแพร่สาระความรู้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบการนำเสนอต่าง ๆ เช่น ข่าว บทความ สารคดี รายการเชิงสนทนา การอภิปราย หรือแม้แต่รายงานเพื่อการศึกษา (วรวิมล ทัดบรรทม, 2550, น. 52-54)

แนวคิดเรื่องเอดูเทนเมนต์ (Edutainment) จึงเกิดขึ้น ในฐานะที่เป็น “เครื่องมือ” ที่จะ “เชื่อมโยง” โลกสาระความรู้ และโลกบันเทิงให้มาบรรจบกันได้ เนื่องจากแนวคิดเรื่อง เอดูเทนเมนต์ เป็นการผนวกพลังความรู้ และความบันเทิง เข้าด้วยกัน ซึ่งก่อให้เกิดพลังมหาศาลของสื่อมวลชน ภายใต้ได้ภาวการณ์แข่งขัน และความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร

ภาพที่ 2.1

แสดงรายการบันเทิง รายการเพื่อการศึกษา และรายการเอดูเทนเมนต์



เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษร่วมสมัย โดยเกิดจากการรวมคำศัพท์ภาษาอังกฤษดั้งเดิม จำนวน 2 คำ เข้าด้วยกัน ได้แก่คำว่า “เอดูเคชัน” (Education) ซึ่งหมายถึง สาระความรู้ หรือการศึกษาเล่าเรียน กับคำว่า “เอนเตอร์เทนเมนต์” (Entertainment) ซึ่งหมายถึงความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ แล้วกลายเป็นคำศัพท์ใหม่ว่า “เอดูเทนเมนต์” ซึ่งอาจแปลเป็นภาษาไทยว่า “สาระบันเทิง” โดยผนวกคำว่า “สาระความรู้” กับคำว่า “ความบันเทิง” เข้าไว้ด้วยกัน

ในทางวิชาการ “เอดูเทนเมนต์” หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูลข่าวสาร และสาระความรู้ในด้านต่าง ๆ เข้ากับความบันเทิง โดยมีกลุ่มเป้าหมายให้บุคคลได้คิดคำนึง รับรู้ และมีการประพฤติปฏิบัติตน ในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม ดังนั้น เอดูเทนเมนต์ ก็คือ เครื่องมือที่เชื่อมประสานโลกบันเทิงและโลกสาระความรู้เข้าไว้ด้วยกัน โดยดึงเอกลักษณ์ของแต่ละด้านมาผสมกัน (Singhal & Rogers, 1989 อ้างถึงใน ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2543, น. 52)

เอดูเทนเมนต์ ทำหน้าที่หลักคือ การแปลงสาร ซึ่งมีเนื้อหาที่ยุ่งยากซับซ้อน หรือดูไม่น่าสนใจ ให้มีเนื้อหาเข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน และน่าสนใจ โดยไม่ละทิ้งการนำเสนอสาระความรู้ดังกล่าว แต่อาจใช้การนำเสนอในรูปแบบบันเทิงนั่นเอง

การใช้สื่อบันเทิง ถ่ายทอดความรู้และข่าวสารที่พึงประสงค์ไปสู่ประชาชนนั้น ไม่ใช่แนวคิดใหม่ แต่เป็นแนวคิดที่เราสามารถย้อนหลังกลับไปดูพัฒนาการดังกล่าวได้เป็นพัน ๆ ปี โดยแนวคิดดังกล่าว มักปรากฏอยู่ในรูปแบบของนิทานพื้นบ้าน นิยายปรัมปรา นิทานอีสป บทกลอนกล่อมเด็ก ฯลฯ ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย โดยเอดูเทนเมนต์เหล่านั้นอาจนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนเรื่องราวของท้องถิ่นแบบเจาะจงลงไป หรืออาจสะท้อนเรื่องราวและมุมมองที่มีความเป็นสากลในด้านต่าง ๆ อาทิ ค่านิยม ความเชื่อ ศีลธรรม และประเพณีที่พึงประสงค์ นำเสนอผ่านเวทีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการยอมรับร่วมกันในหมู่สมาชิกของสังคม เกี่ยวกับวิถีคิด และพฤติกรรมที่เหมาะสม โดยไม่มีพรมแดนด้านระยะเวลาหรือระยะทางเป็นข้อจำกัด ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นส่วนหนึ่งของระบบการเรียนรู้ในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งนั่นเอง

ซึ่งถึงแม้ว่าแนวคิดพื้นฐานของเอดูเทนเมนต์ดูจะไม่ใช่เป็นเรื่องใหม่ ดังที่ได้กล่าวในข้างต้น แต่การริเริ่มผสมผสานความรู้กับความบันเทิงผ่านทางสื่อมวลชนสมัยใหม่เกิดขึ้นในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา ในยุคที่เทคโนโลยีการสื่อสารมวลชน อันได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อภาพยนตร์ สื่อวีดิทัศน์ ฯลฯ เริ่มเข้ามามีบทบาทในสังคม ทั้งนี้เนื่องจากสื่อบันเทิงมีลักษณะเด่นในด้านต่าง ๆ อาทิ การเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมสูง (Popular) สร้างความรู้สึกส่วนตัวให้กับผู้บริโภค (Personal)

โดยผู้ชมมักเกิดความรู้สึกร่วม รู้สึกสนุกสนาน โศกเศร้า ตื่นเต้น ฯลฯ นอกจากนั้น สื่อบันเทิงยังเป็นสื่อที่แพร่หลายทั่วไป (Pervasive) สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงความรู้สึกนึกคิด หรือพฤติกรรมได้ (Persuasive) ตลอดจนสามารถทำผลกำไร (Profitable) ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะผ่านทางผู้สนับสนุนรายการต่าง ๆ ในกรณีที่รายการดังกล่าวอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้ว (Church & Geller, 1989 อ้างถึงใน พชรวรรณ ทองสา, 2546, น. 7) ส่งผลให้สื่อบันเทิงมีศักยภาพสูงในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาในมุมมองต่าง ๆ สู่ประชาชน นอกจากนั้น สื่อบันเทิงในปัจจุบัน ยังมีความหลากหลายในด้านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ทำให้ผู้ผลิตรายการด้านเอดูเทนเมนต์มีโอกาสนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านการพัฒนาผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคสื่อของประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม เอดูเทนเมนต์ ในอดีตและปัจจุบันมีความแตกต่างกันในด้านการเลือกใช้เทคโนโลยีในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารสู่สมาชิกในสังคม กล่าวคือ บุคคลมักเลือกรูปแบบของสื่อสำหรับใช้ในการถ่ายทอดเอดูเทนเมนต์อย่างหลากหลายกันไปตามระดับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี รสนิยมของผู้บริโภค และความเหมาะสมในแต่ละยุคสมัย ยกตัวอย่างเช่นในอดีต เอดูเทนเมนต์ อาจถ่ายทอดผ่านการบอกเล่าด้วยปากต่อปาก จากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ในขณะที่ในยุคสังคมของข้อมูลข่าวสาร เอดูเทนเมนต์ สามารถถ่ายทอดผ่านสื่อสมัยใหม่ที่มีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น หนังสือนิทาน เทปเพลงกล่อมเด็ก วิทยุทัศน์ หรือระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งในท่ามกลางความแตกต่างด้านช่องทางการรับข่าวสารดังกล่าว เราอาจพบเห็นการนำเสนอเรื่องราวข้อมูล หรือประเด็นสาระที่เหมือนกัน โดยบุคคลผู้ทำหน้าที่ถ่ายทอด อาจนำข้อมูลดั้งเดิมที่มีทั้งสนุกและสาระ มาขัดสีฉวีวรรณเสียใหม่ แล้วบรรจุลงสื่อสมัยใหม่ของยุคนั้น หรืออาจสร้างสรรค์เรื่องราวใหม่ ๆ ที่ตอกย้ำค่านิยมเดิม ๆ หรือเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นมาใหม่เลยก็ได้

นอกจากนี้ ปาริชาติ สถาปิตานนท์ (2543, น. 112) ได้เสนอแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้สนับสนุนแนวคิดเอดูเทนเมนต์ ว่าแนวคิดดังกล่าวเป็นแนวคิดที่มีการพัฒนาและผสมผสานจากทฤษฎีต่าง ๆ ซึ่งอธิบายได้พอสังเขปดังนี้

### **ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning Theory)**

ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม เปรียบเสมือนหัวใจของทีมผู้ผลิตรายการเอดูเทนเมนต์ โดย Albert Bandura (1977, p. 14) เจ้าของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม อธิบายว่า บุคคลเรียนรู้พฤติกรรมใหม่ ๆ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่น ผ่านทางประสบการณ์ตรง หรือการเรียนรู้ผ่านแม่

แบบที่ปรากฏในสื่อมวลชน ซึ่งเราอาจพบเห็นพฤติกรรมการเรียนรู้ดังกล่าว ผ่าน “การเลียนแบบ” บุคคลอื่นในรูปแบบพฤติกรรมต่าง ๆ โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลในการเรียนรู้ และการเลียนแบบที่เปรียบเสมือน “แม่แบบ” ได้แก่การกระตุ้นด้วยแรงเสริมทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ อาทิ การให้รางวัล หรือการลงโทษ

เอดูเทนเมนต์ใช้ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม ในการย้ำให้เห็นความสำคัญของการเลียนแบบ และแม่แบบ และความพยายามในการใช้กลวิธีต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้สนใจเลียนแบบบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นแม่แบบในเชิงความเชื่อ ความคิด และพฤติกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประยุกต์ของความคิดเกี่ยวกับแรงเสริมเชิงบวกและเชิงลบมาใช้ในการเร่งปฏิกิริยาการเลียนแบบ

### **ทฤษฎีการเล่น (Play Theory)**

William Stephenson (อ้างถึงใน วรวิมล ทัดบรรทม, 2550, น. 89) กล่าวว่า สื่อมวลชนมีบทบาทเสมือน “ของเล่น” หรือ “เครื่องเล่น” สำหรับประชาชน โดยเขาเปรียบเทียบการใช้สื่อมวลชนกับการใช้อุปกรณ์เครื่องเล่นต่าง ๆ กล่าวคือบุคคลมักสนใจสื่อมวลชนที่ตนเองสนใจ เช่นเดียวกับการเลือกที่จะเข้าไปในสนามเด็กเล่น หรือสวนสนุก และเลือกอุปกรณ์เครื่องเล่นต่าง ๆ ด้วยตัวเอง อันจะนำไปสู่ความสนุกสนาน ความบันเทิง ความตื่นเต้นเร้าใจ ตลอดจนอาจเกิดความวิตกกังวล และความทุกข์ใจในบางครั้ง

กระบวนการดังกล่าวเกิดจากความ “สมัครใจ” มิใช่เป็นการ “บังคับ” เมื่อเปรียบเทียบกับ การรับชมหรือบริโภคสื่อมวลชน การบังคับหรือยัดเยียดก็อาจทำให้การเล่นเกิดความเบื่อหน่าย หรือจนกระทั่งถอนจากการเปิดชมสื่อมวลชนนั้นก็ได้

ในงานของ Stephenson นั้นได้ประกาศจุดยืนทางความคิดของเขา คือ หน้าที่หลักของสื่อมวลชนนั้น มิใช่การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างที่เขาเข้าใจกัน หากแต่เป็นการให้ความสนุกสนานบันเทิงใจมากกว่า ความจำเป็นที่สื่อมวลชนต้องมาทำหน้าที่สร้างความบันเทิงเป็นหลักนี้ เนื่องมาจากสภาพชีวิตที่เป็นจริงของผู้คนในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมที่มีความกดดันและความตึงเครียดอย่างสูงในชีวิตการทำงาน ดังนั้น เมื่อหมดชีวิตดังกล่าว ประชาชนจึงต้องการช่วงเวลาพักในระหว่างรอยต่อของชีวิตและต้องการที่จะใช้ชีวิตเพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจอย่างเดียว ดังนั้นกิจกรรมประเภทการดูโทรทัศน์ การฟังเพลงจากวิทยุ การออกไปดูหนัง จึงเหมือนกิจกรรมการเติมไฟให้แก่ชีวิตอับเฉาของผู้คน ด้วยเหตุนี้ จึงไม่น่าแปลกใจที่บรรดารายการต่าง ๆ ของสื่อมวลชน มีเพียง 2 รูปแบบเท่านั้น คือรูปแบบบันเทิงล้วน ๆ กับรูปแบบความบันเทิงที่สอดแทรกอยู่ในรายการต่าง ๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2546, น. 182)

ทฤษฎีการเล่น ให้ข้อคิดสำหรับการสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ ในด้านการออกแบบสื่อให้มีเสน่ห์ เพื่อดึงดูดบุคคลเข้ามาสู่กระบวนการเล่น หรือการเปิดรับเอดูเทนเมนต์อย่างสมัครใจ การกระทำดังกล่าวเป็นเหมือนการทอดสะพานเพื่อนำพาผู้ชมไปสู่กระบวนการเรียนรู้สาระที่เหมาะสมต่อไป

### **ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (Persuasion Theory)**

ทฤษฎีการโน้มน้าวใจนำเสนอมุมมองเกี่ยวกับความบันเทิงว่า สื่อบันเทิงสามารถทำหน้าที่เรียกร้องความสนใจจากผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นในฐานะเครื่องมือกระตุ้นการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การเผยแพร่ความรู้ การตอกย้ำความจำ การปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมต่าง ๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเนื้อหา สาระ ประเด็นและเรื่องราวที่นำเสนอผ่านสื่อบันเทิง

ทฤษฎีการโน้มน้าวใจสามารถช่วยอธิบายแนวทางที่เหมาะสมในการวางแผนสำหรับเนื้อหาสาระของเอดูเทนเมนต์ ยุทธวิธีในการเผยแพร่เอดูเทนเมนต์ ตลอดจนการบริหารจัดการเอดูเทนเมนต์ และการประเมินประสิทธิผลของเอดูเทนเมนต์

อาจกล่าวโดยสรุปว่า เอดูเทนเมนต์ เปรียบเสมือนทางเลือกหนึ่งในการนำประโยชน์จากสื่อบันเทิงมาผนวกเข้ากับสาระความรู้ทางสังคม ประเด็นปัญหาและทางออก ภายใต้กระบวนการจัดการอย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่เป้าหมายในการเสริมสร้างศักยภาพทางความรู้ของประชาชนในสังคม และร่วมมือกันพัฒนาสังคมให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งได้ในอนาคต

อาจกล่าวได้ว่ารายการผจญภัยไร้พรมแดนเป็นรายการประเภท เอดูเทนเมนต์ ได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากเนื้อหาที่รายการได้นำเสนอสู่สายตาผู้ชมนั้น สามารถสร้างความบันเทิง ความสนุกสนาน โดยสอดแทรกเนื้อหาสาระ เพื่อเปิดประสบการณ์ความรู้ให้กับผู้ชมได้ด้วย

### **แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสาร**

เนื่องจากผู้รับสารเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารจะมีความหมายอย่างไร จะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับว่าผู้รับสารนั้นจะเลือกรับสารเลือกที่จะตีความ และทำความเข้าใจต่อข่าวสารที่ตัวเองได้รับอย่างไร ดังนั้น ถึงแม้ว่าการสื่อสารจะเริ่มต้นจากผู้ส่งสาร แต่บุคคลที่จะแสดงว่าการสื่อสารจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ นั่นก็คือผู้รับสาร เช่นถ้าผู้รับสารต้องการรับสารตามที่คุณส่งสารอยู่ในขณะนั้น และผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจต่อสารนั้นได้ การสื่อสารก็จะสำเร็จได้โดยง่าย ในทางกลับกันหากผู้รับสารขาดความสนใจ ไม่พยายามรับ หรือผู้รับ

ไม่สามารถทำความเข้าใจในสารที่ผู้ส่งส่งให้ได้ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นล้มเหลว ดังนั้นในการสื่อสารทุกครั้ง สิ่งที่ผู้ส่งจะต้องให้ความสำคัญและต้องคำนึงถึงอย่างมากก็คือตัวผู้รับสาร ซึ่งเราอาจพิจารณาแบ่งประเภทหรือลักษณะของผู้รับสารตามความแตกต่างของผู้รับสารได้หลายประเภท ซึ่งแต่ละประเภทของผู้รับสารจะมีลักษณะของการเป็นผู้รับสารในลักษณะที่แตกต่างกัน อันมีผลต่อความสำเร็จของการสื่อสารดังนี้

## **เกณฑ์การแบ่งประเภทผู้รับสาร มี 2 เกณฑ์ คือ**

### **1. เกณฑ์การเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้รับสาร**

สำหรับการแบ่งประเภทของผู้รับสารโดยใช้ความเป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ส่งสารแบ่งผู้รับสารออกได้เป็นสองประเภท คือ

ผู้รับสารทั่วไป เป็นผู้รับสารที่ไม่ได้เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสารโดยตรงซึ่งได้แก่คนทั่วไปที่อยู่ในสังคม และมีโอกาสที่จะเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในสังคมได้เท่า ๆ กับบุคคลอื่น ๆ ดังนั้น กลุ่มผู้รับสารทั่วไปจึงเป็นกลุ่มคนที่ผู้ส่งไม่สามารถคาดคะเนจำนวนได้ รวมทั้งเป็นกลุ่มคนที่มีความแตกต่างกันทั้งเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความสนใจ ความเชื่อ รวมทั้งค่านิยมด้วย ซึ่งเราอาจเรียกความแตกต่างนี้ว่า ความแตกต่างทางคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ แต่เนื่องจากกลุ่มคนทั่วไปที่ไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายของผู้ส่งสารไม่อาจแยกผู้รับสารประเภทนี้ออกไปจากกลุ่มเป้าหมายได้ ดังนั้นผู้ส่งจึงกระทำเสมือนว่าไม่ได้มีผู้รับสารกลุ่มนี้อยู่ และไม่ได้ให้ความสนใจกับผู้รับสารกลุ่มนี้มากนัก เช่น การโฆษณาขายเครื่องสำอางวัยรุ่นในโทรทัศน์ ซึ่งคนทั่วไปก็อาจได้รับข้อมูลข่าวสารจากการโฆษณาครั้งนั้นด้วย แต่ในฐานะผู้โฆษณาก็จะสร้างและผลิตสื่อที่มีเนื้อหาที่ดึงดูดความสนใจตามรูปแบบในแนวที่วัยรุ่นชอบเท่านั้น เป็นต้น

ผู้รับสารเป้าหมาย เป็นการกำหนดผู้รับสารในเชิงของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นการสื่อสารที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แน่นอนชัดเจน ว่ากลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเป็นคนกลุ่มใด มีอยู่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ แบบใด เพื่อที่เราจะสามารถกำหนดการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง อันจะเป็นผลทำให้การโฆษณา การรณรงค์ การส่งข้อมูลข่าวสารหรือการสื่อสารต่าง ๆ ประสบผลสำเร็จได้ ดังนั้นการเป็นผู้รับกลุ่มเป้าหมายจึงมีลักษณะดังนี้คือ เป็นกลุ่มผู้รับที่ผู้ส่งสามารถคาดคะเนจำนวนได้ มีลักษณะที่เหมือน ๆ กัน และผู้ส่งจำเป็นต้องให้ความสนใจกับการ

แสดงออกของผู้รับสารกลุ่มนี้ รวมทั้งยอมรับในสิ่งที่ผู้รับสารกลุ่มนี้วิพากษ์วิจารณ์และเสนอแนะด้วย

## 2. เกณฑ์จำนวนของผู้รับสาร

การแบ่งประเภทของโดยพิจารณาจากจำนวนของผู้รับสารเป็นหลัก อาจแบ่งประเภทของผู้รับสารออกได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

ผู้รับสารบุคคลเดียว ซึ่งส่วนใหญ่มักอยู่ในสถานภาพการสื่อสารแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล การเป็นผู้รับสารคนเดียวจะทำให้ความรู้สึกในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ในการสื่อสารเป็นอิสระ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยของการถูกชักจูงได้ง่าย เนื่องจากไม่มีความเห็นของผู้อื่นเข้ามามีอิทธิพลต่อความคิดและความรู้สึกต่อผู้ส่งสารในขณะนั้น

ผู้รับสารเป็นกลุ่ม เป็นการรู้ข้อมูลข่าวสารร่วมกันหลาย ๆ คน ทำให้ความคิดความเชื่อของผู้รับสารคนอื่นอาจเข้ามามีอิทธิพลต่อการรับรู้ การตีความและการทำความเข้าใจในสารของผู้รับสารในกลุ่มนั้นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่มีจำนวนมาก เช่น ผู้รับสารมวลชนในการสื่อสารมวลชน ซึ่งการรับรู้ การตีความ การทำความเข้าใจในสารของผู้รับสารประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับความเป็นตัวเองและอิทธิพลของคนอื่น ๆ ในสังคมรวมทั้งความคิดเห็นของสื่อด้วย

และไม่ว่าผู้รับสารจะถูกจำแนกออกด้วยเกณฑ์ในลักษณะใดก็ตาม แต่สิ่งที่มีผลหรือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้การตีความและการทำความเข้าใจในข่าวสารของผู้รับสาร ซึ่งจะทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านการสื่อสารอันได้แก่ ทักษะความสามารถ ความชำนาญในการถอดรหัสสาร รวมถึงทัศนคติในการสื่อสาร ความรู้ในเรื่องสารและการสื่อสาร ของผู้รับสาร

2. ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา อาชีพ ศาสนา ฯลฯ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการรับรู้การตีความและการทำความเข้าใจในการสื่อสารของผู้รับสารทั้งสิ้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

อายุ เป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือเป็นสิ่งที่บ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้มีประสบการณ์ในเรื่องต่าง ๆ ของบุคคล มีงานวิจัยด้านจิตวิทยาหลายเรื่องที่แสดงถึงตัวแปรในเรื่องอายุว่ามีผลต่อการหล่อหลอมทางอุดมการณ์ โดยพบว่าคนที่อายุน้อยจะมีความคิดในเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีกว่า ส่วนคนอายุมากจะมีความระมัดระวังในเรื่องต่าง ๆ ดีกว่า มองโลกในแง่ร้าย และไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง ดังนั้น คนที่อายุน้อยจึงมักถูกชักจูงได้ง่ายกว่าคนอายุมาก และมักมีพฤติกรรมในการสื่อสารที่ชอบรับข่าวสารด้านบันเทิง ในขณะที่คนอายุมากจะเปิดรับข่าวสารประเภทหนัก ๆ เช่น ข่าวการเมือง สังคมหรือเศรษฐกิจ

เพศ เพศมีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกลักษณะ จิตใจและอารมณ์ของบุคคล มีตำราทางจิตวิทยาที่สรุปว่าเพศหญิงเป็นเพศที่มีอารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะดูรายละเอียด ใจอ่อนอดทน มีเมตตาต่อบุคคลอื่นมากกว่าเพศชาย ด้วยคุณลักษณะดังกล่าวจึงทำให้เพศหญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าเพศชาย ส่วนเพศชายจะเป็นเพศที่มีใจคอก่อนหนักแน่น ไม่อ่อนไหวกับสิ่งต่าง ๆ โดยง่าย ไม่ชอบพิจารณาในรายละเอียด คุณลักษณะเหล่านี้ทำให้เพศชายเป็นเพศที่ถูกชักจูงได้ยากกว่า สำหรับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารพบว่า ผู้หญิงมักสนใจข่าวสารด้านความสวยงาม ความบันเทิง ในขณะที่ผู้ชายจะชอบข่าวสารหนัก ๆ และข่าวสารประเภททำทนาย ผลวิจัยมากกว่า

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อันได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นตัวกำหนดในเรื่องของการเลือกเปิดรับสื่อที่ผู้รับสารสามารถหาซื้อหรือเข้าถึงได้ รวมทั้งยังกำหนดในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาที่สอดคล้องต่ออาชีพ ต่อความคิด ความเชื่อ ค่านิยม รวมทั้งสถาบัน หรือกลุ่มที่ผู้รับสารสังกัดอยู่ด้วย เช่น คนที่อยู่ในวงการแพทย์ จะให้ความสนใจกับข่าวสารด้านสุขภาพอนามัย หรือด้านความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์มากกว่าตนกลุ่มอื่น เนื่องจากมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อที่มีเนื้อหาเหล่านี้ได้มากกว่า และคนรวยหรือคนมีการศึกษาสูงจะเข้าถึงสื่อได้มากกว่าคนจนหรือคนที่มีการศึกษาต่ำ เป็นต้น

การศึกษา ความรู้เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อทัศนคติ ค่านิยม ของบุคคลที่มีเรื่องราวต่าง ๆ เนื่องจากสถานบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมหล่อหลอมกล่าให้บุคคลเป็นคนที่มีความบุคลิภาพแตกต่างกัน ดังนั้นระดับการศึกษาจะเป็นตัวกำหนดกระบวนการเลือกสรรของผู้รับ เช่น คนที่มีการศึกษาสูงจะเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และชักจูงได้ยากกว่า เพราะคนที่มีการศึกษาสูงจะมีข้อมูลข่าวสารมากในการพิจารณาเรื่องต่าง ๆ โดยละเอียด อย่างไรก็ตามในการศึกษาเกี่ยวกับตัวแปรในเรื่องระดับการศึกษาของบุคคลนั้นในบางเรื่องอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับระดับการศึกษาในลักษณะของการศึกษาที่เป็นทางการอย่างเดียว เนื่องจากบุคคลอาจเรียนรู้และได้รับการศึกษาจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยเช่นการเรียนรู้จากประสบการณ์หรือการศึกษานอกระบบ เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านบุคลิกลักษณะของบุคคล เป็นลักษณะของแต่ละบุคคลที่เติบโตและถูกหล่อหลอมมาจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน รวมทั้งเป็นการสั่งสมด้านความรู้สึก สภาพจิตใจ และพฤติกรรมที่แสดงออกรวมทั้งการโต้ตอบต่อสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะที่ต่างกันไป โดยทั่วไป บุคลิภาพอาจแบ่งได้เป็นสองลักษณะใหญ่ ๆ คือบุคลิภาพภายนอก อันได้แก่ รูปร่าง หน้าตา การแต่งกาย ซึ่งเป็นบุคลิภาพที่คนอื่นมองเห็น และบุคลิภาพภายในอันได้แก่ อุปนิสัยใจคอ ไหวพริบ สติปัญญา

ความเฉลียวฉลาด ซึ่งเป็นส่วนที่คนอื่นรับรู้และเข้าใจได้ยาก ดังนั้น บุคลิกภาพจึงเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อรูปแบบ หรือลักษณะของการสื่อสารของผู้รับสาร

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการสารคดีท่องเที่ยว รายการผจญภัยไร้พรมแดน ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารมาใช้วิเคราะห์เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการผจญภัยไร้พรมแดนว่ามีลักษณะอย่างไร

### แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชน

การสื่อสารโดยเฉพาะสื่อมวลชนนับเป็นตัวจักรในการให้ความรู้และข่าวสารแก่ประชาชน ทำให้ประชาชนมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะไปสู่การปรับวิถีชีวิต ทศนคติ และค่านิยมเพื่อพัฒนาตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการสื่อสาร ประกอบด้วย (วรวิทย์ ทัดบรรทม, 2550, น.15)

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (To Inform)
2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (To Educate)
3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (To Entertain)
4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (To Persuade)

ทั้งนี้เพราะบทบาทของสื่อมวลชน เป็นหน้าที่ที่สื่อมวลชนต้องปฏิบัติ โดนสื่อมวลชนเป็นหน่วยงานย่อยหนึ่งที่มีส่วนในสังคม และมีบทบาทตอบสนองของความจำเป็นทางสังคมนั้น ๆ บทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชน คือ ความประสงค์ที่จะใช้สื่อมวลชนทำหรือก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสังคม

Harold D. Lasswell เป็นผู้รวบรวมภารกิจของสื่อมวลชนทั้งหมดที่มีต่อสังคมไว้โดยได้สรุปภารกิจพื้นฐานของสื่อมวลชนไว้ 3 ประการคือ (Harold D. Lasswell, 1948 อ้างถึงใน วรวิทย์ ทัดบรรทม, 2550, น.16)

1. ภารกิจในการเฝ้าสอดส่องตรวจสอบสภาพแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of the environment) หมายถึง หน้าที่ในการแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารจากการสังเกต และติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์ต่าง ๆ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม หน้าที่ในด้านนี้คือ การรายงานข่าว (News Reporting) หรือการแจ้งข่าวสาร (Informing)
2. ภารกิจในการสร้างความสัมพันธ์และส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of parts of society) หมายถึง การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยการทำหน้าที่ชี้แจงให้เข้าใจว่ามีส่วนใดบ้างในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นโดยการศึกษา วิเคราะห์รายละเอียดของเหตุการณ์อย่างรอบคอบ พร้อมทั้งทำหน้าที่ตีความ

และเสนอแนะว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ หน้าที่นี้เรียกว่า หน้าที่ในการชักจูงชี้นำสังคม (Persuasion)

3. การกิจในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมไปสู่คนรุ่นต่อไป (Transmission of the social heritage from generation to the next) หมายถึง หน้าที่เผยแพร่ความรู้ สืบทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม และบรรทัดฐานทางสังคมจากสมาชิกสังคมในแต่ละยุคสมัย เพื่อให้วิทยาการ และวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไป อีกทั้งเพื่อเป็นการขัดเกลาอบรมทางสังคมด้วย

ภารกิจนี้ยังรวมถึงการให้ข้อวิพากษ์วิจารณ์และตีความข่าวสาร เพื่อช่วยให้ข่าวสารที่แยกย่อยออกเป็นส่วน ๆ มีความหมายเกิดขึ้น หน้าที่ด้านนี้คือ การให้การศึกษา (Educational Function)

นอกจากหน้าที่พื้นฐานของสื่อมวลชนที่ Lasswell ได้วางเอาไว้แล้ว Charles Wright (อ้างถึงใน อัสม่า พิมพ์ประพันธ์, 2541, น. 15-16) ได้นำมาขยายเป็นหน้าที่ย่อย ๆ เพิ่มเติม โดยมีการพูดถึงบทบาทของสื่อมวลชนในแง่ที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดการเคลื่อนไหวภายในสังคม เมื่อสื่อมวลชนมักถูกคาดหวังว่า เป็นตัวปกป้องผลประโยชน์ และให้การสนับสนุนค่านิยมหลักบางประการ รวมทั้งรูปแบบของพฤติกรรมบางอย่างได้ดังนี้

1. การผลักดันให้เกิดความเคลื่อนไหวทางสังคม (Mobilization) คือการที่สื่อมวลชนเข้าร่วมรณรงค์เมื่อมีปัญหาบางอย่างเกิดขึ้น เป็นการระดมความคิด ไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง การสงคราม การพัฒนาเศรษฐกิจ การทำงาน การศาสนา เป็นผู้กระตุ้นความสนใจ กระตุ้นให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมและพยายามโน้มน้าวใจเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนรวม

2. ความบันเทิงเริงรมย์ (Entertainment) โดยให้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเสนอวิธีพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อลดความตึงเครียดของสังคม

นอกจากนี้ วิลเบอร์ แชมม (Wilbur Schramm, 1964, p. 78) ได้สรุปบทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศไว้ ดังนี้

1. เป็นยามตรวจสอบ (The media as watchman) คือ การให้ข่าวสารและคอยบอก ว่าเหตุการณ์ต่าง ๆ รุดหน้าไปเพียงใด และบทบาทสำคัญสำหรับประเทศด้อยพัฒนาคือ การทำให้ผู้รับสื่อเห็นโลกกว้างขึ้น สามารถสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา

2. กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกนึกคิดอย่างกว้างขวางในการวิเคราะห์และการตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงในด้านความคิด ทศนคติ และการตัดสินใจในการสร้างความเป็นอยู่ของตนเองและสังคมให้ดียิ่งขึ้น โดยมีบทบาทในการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ มาให้กับประชาชนได้รู้จัก และทราบว่าผู้อื่นและสังคมเป็นอย่างไร เป็นการเปิดโลกทัศน์ของผู้ชม โดยทำให้ผู้ชมได้เห็นโลกในมุมมองที่กว้างขึ้น (The mass media can widen horizons) รับรู้ความเป็นไปของสังคมต่าง ๆ ที่ห่างไกล และ

สามารถนำโลกทัศน์ใหม่มาสนับสนุนให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในด้านความคิดเห็น ทศนคติและการตัดสินใจความเป็นอยู่ของตนเองและสังคมให้ดียิ่งขึ้น

3. สื่อเป็นผู้ชี้นำประเด็นน่าสนใจต่อสังคม (The mass media can focus attention) หมายถึงสื่อมวลชนจะเป็นผู้นำเอาสิ่งต่าง ๆ มาทำให้เป็นที่น่าสนใจมากขึ้น ซึ่งในประเทศกำลังพัฒนาสามารถสร้างสื่อมวลชนให้มีบทบาทสำคัญที่ทำให้การพัฒนาประเทศเป็นที่น่าสนใจแก่ประชาชนได้

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับประชาชนได้ (The mass media can raise aspirations) โดยเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจทั้งในส่วนตัวและชาติให้เกิดความอยากอยู่ดีกินดีหรือการแสวงหาชีวิตที่ดีกว่า

5. เป็นผู้สร้างบรรยากาศของการพัฒนาให้เกิดขึ้น (The mass media can encourage development) ในที่นี้ คือสื่อมวลชนได้กระตุ้น ให้มีโนภาพและความรู้แก่ประชาชนในด้านการพัฒนาต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งก่อให้เกิดความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ก่อให้เกิดการเปรียบเทียบสิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และสิ่งที่จะควรเป็นในอนาคตว่าจะดีขึ้นได้อย่างไร

6. ช่วยให้เกิดกระบวนการตัดสินใจในทางอ้อมทั้งในแง่ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ (The mass media can help only indirectly to change strongly held attitudes or valued practices) สื่อมวลชนเป็นตัวกระตุ้นในทางอ้อม ให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนทัศนคติและค่านิยมเดิม แม้จะยังไม่มีใครพิสูจน์ได้แน่ชัดว่าสื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนค่านิยมฝังแน่นของประชาชนได้ แต่สื่อมวลชนก็เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางอ้อม

7. ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจโดยผ่านข่าวสารไปทางสื่อบุคคล (The mass media can feed the interpersonal channels) การกระจายข่าวสารผ่านสื่อ เพื่อวัตถุประสงค์ให้ประชาชนหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรับเอาข่าวสารไปถ่ายทอดอีกต่อ มีผลต่อการตัดสินใจได้ดีขึ้น

8. สื่อมวลชนสามารถสร้างสถานภาพให้บุคคลได้ (The mass media can confer status) หมายถึงสื่อมวลชนสามารถสร้างชื่อเสียงให้บุคคลได้ โดยอาจใช้วิธียกย่อง กล่าวถึงเสมอเท่ากันว่าช่วยสร้างความสนใจให้เกิดขึ้นแก่ตัวบุคคล

Schramm ได้กล่าวถึงบทบาทหลักของสื่อมวลชนในการกำหนดนโยบาย หรือบทบาทในการตัดสินใจไว้ในรายละเอียดย่อยข้อหนึ่งว่า สื่อมวลชนสามารถให้สถานภาพแก่บุคคล การที่บุคคลได้รับการยกย่องในหนังสือพิมพ์ วิทญ์ หรือโทรทัศน์ที่ประชาชนรู้จักและเชื่อถือเท่ากับเป็นการสร้างชื่อเสียงให้แก่บุคคลนั้น ความจริงการเพียงแค่อุยกย่องชื่อโดยสื่อมวลชนก็เป็นการช่วยยกสถานภาพของปัจเจกบุคคลแล้ว

9. สามารถขยายนโยบายของรัฐให้เป็นที่เข้าใจหรืออภิปรายกันกว้างขวางได้ (The mass media can broaden the policy dialogue) ความคิดเห็นหรือนโยบายของรัฐ การบริหารประเทศย่อมเป็นที่สนใจแก่ประชาชน เมื่อสื่อมวลชนได้ช่วยถ่ายทอดขยายไปสู่กว้าง ประชาชนย่อมจะแสดงความเข้าใจและพร้อมจะปฏิบัติตามโดยง่าย

10. สื่อมวลชนสามารถควบคุมหรือบังคับให้คนในสังคมปฏิบัติตามบรรทัดฐานทางสังคมได้ (The mass media can enforce social norms) สิ่งใดที่ผิดไปจากบรรทัดฐานของสังคมหากยังไม่มีหรือนำมาตีแผ่อย่างกว้างขวางแล้ว ทุกคนในสังคมก็就会有ความขัดแย้งไม่เห็นด้วยเก็บไว้ในใจเท่านั้น หากสื่อมวลชนทำหน้าที่ตีแผ่สู่สาธารณชน เท่ากับว่าได้ช่วยดีกรอบบรรทัดฐานที่วางไว้ได้

11. สื่อมวลชนช่วยสนับสนุนการมีรสนิยมที่ดี (The mass media can help form tastes) ในการพัฒนาประเทศ สื่อมวลชนเป็นผู้ช่วยให้การตัดสินใจในการเลือกสิ่งที่ดีว่าเป็นสิ่งที่ถูกที่ควร บางสิ่งบอกได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของชาติ เป็นสิ่งที่มีวัฒนธรรม

12. สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่น หรือค่อย ๆ เปลี่ยนทัศนคติบางอย่างให้มั่นคงขึ้น (The mass media can affect lightly held, and slightly canalize stronger attitudes) จริงอยู่ว่ายังไม่มีใครพิสูจน์ว่าสื่อมวลชนโดยลำพังสามารถเปลี่ยนแปลง ทัศนคติของประชาชนได้ แต่ก็มีหลักฐานบางอย่างแสดงให้เห็นว่าบางครั้งสื่อมวลชนก็สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ไม่ฝังแน่นนักได้ โดยเข้ามามีส่วนให้เกิดสภาวะการตัดสินใจ ซึ่งหากสื่อมวลชนเสนอแนวทางที่ดีกว่า มีเหตุผลมีน้ำหนักมากกว่า ก็อาจมีผลเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้

13. สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นครู (The mass media as teachers) หมายความว่าสื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ ให้การศึกษา ให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ในการดำเนินชีวิต หรืออาจช่วยเสริมการสอนของครูให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งเท่ากับเป็นการพัฒนาสังคมทางหนึ่ง

จากแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในข้างต้นนั้น มีประโยชน์ต่อการศึกษางานวิจัยที่มุ่งเน้นให้เห็นถึงแนวคิด เจตนารมณ์ และวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตรายการพจนานุกรมว่าบทบาทในการเปิดโลกทัศน์ของผู้ชมชาวไทยนั้น เป็นอย่างไร

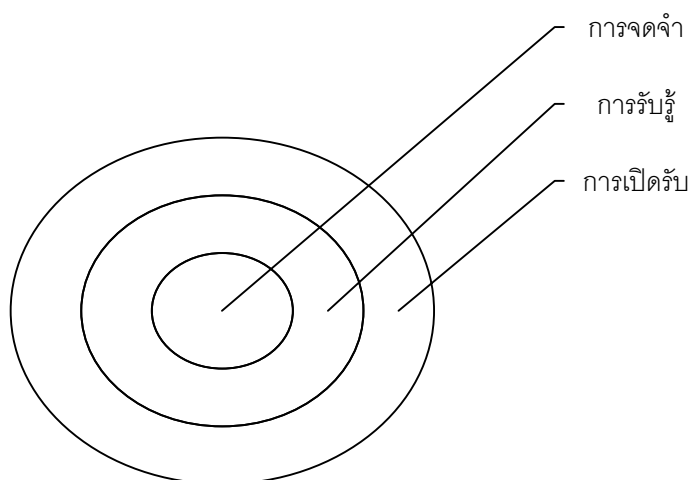
### ทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร ถือเป็นพฤติกรรมของผู้รับสารอย่างหนึ่ง ที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โจเซฟ แคลปเปอร์ (Joseph Klapper, 1960, p. 20) ได้นำเสนอว่าสื่อมวลชนเป็นเพียงตัวเสริมในการพัฒนาทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของบุคคลในสังคม โดยมีสถาบันทางสังคม เช่น ครอบครัว สถานศึกษา วัด ฯลฯ เป็นกลไกหลักในการพัฒนา

นอกจากนี้ ในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ นั้น ผู้รับสารย่อมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งในการรับรู้ของมนุษย์เรานั้นประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

ภาพที่ 2.2

แบบจำลองกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร



1. การเลือกเปิดรับ เลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจ หรือความคิดเดิมของตนนั้นจะก่อให้เกิด ความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ฉะนั้น การที่จะหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องความคิดเดิมของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) หมายถึง เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้ว จะตีความตามความเข้าใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเองในขณะนั้น ซึ่งในบางครั้ง คนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองอีกด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสาร ในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยกับความคิดของตน ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

อับราฮัม มาสโลว์ (Abraham H. Maslow, 1943, p. 20) เชื่อว่ามนุษย์เป็น “สัตว์ที่มีความต้องการ” (wanting animal) และเป็นการยากที่มนุษย์จะไปถึงขั้นของความพึงพอใจอย่างสมบูรณ์ บุคคลปรารถนาที่จะได้รับความพึงพอใจและเมื่อบุคคลได้รับความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งแล้ว ก็ยังคงเรียกร้องความพึงพอใจสิ่งอื่น ๆ ต่อไป ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะของมนุษย์ ที่มีความต้องการจะได้รับสิ่งต่าง ๆ อยู่เสมอ

มาสโลว์ได้เรียงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ (Hierarchy of needs theory) เป็น 5 ขั้น ดังนี้

1. ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานที่มีอำนาจมากที่สุดและสังเกตเห็นได้ชัดที่สุด จากความต้องการทั้งหมดเป็นความต้องการที่ช่วยการดำรงชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำดื่ม ออกซิเจน การพักผ่อนนอนหลับ ความต้องการทางเพศ ความต้องการความอบอุ่น ตลอดจนความต้องการที่จะถูกระงับด้วยวิธีรับสัมผัส แรงขับของร่างกายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องโดยตรงกับความอยู่รอดของร่างกายและความพึงพอใจที่ได้รับ

2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) เมื่อความต้องการทางด้านร่างกายได้รับความพึงพอใจแล้วบุคคลก็จะพัฒนาการไปสู่ขั้นใหม่ต่อไป ซึ่งขั้นนี้เรียกว่าความต้องการความปลอดภัยหรือความรู้สึกมั่นคง มาสโลว์ กล่าวเพิ่มเติมว่าพ่อแม่ที่เลี้ยงดูลูกอย่างไม่กวัดจัน และตามใจมากเกินไปจะไม่ทำให้เด็กเกิดความรู้สึกว่าได้รับความพึงพอใจจากความต้องการความปลอดภัยการให้อนอนหรือให้กินไม่เป็นเวลาไม่เพียงพอ แต่ทำให้เด็กสับสนเท่านั้นแต่ยังทำให้เด็กรู้สึกไม่มั่นคงในสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัวเขา สัมพันธภาพของพ่อแม่ที่ไม่ดีต่อกัน เช่น ทะเลาะกัน ทำร้ายร่างกายซึ่งกันและกัน พ่อแม่แยกกันอยู่ หย่า ตายจากไป สภาพการณ์เหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกที่ติดของเด็ก ทำให้เด็กรู้สึวงสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ไม่มั่นคง ไม่สามารถคาดการณ์ได้และนำไปสู่ความรู้สึกไม่ปลอดภัย

3. ความต้องการทางสังคม (Social needs) ความต้องการนี้จะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการทางด้านร่างกาย และความต้องการความปลอดภัยได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลต้องการได้รับความรักและความเป็นเจ้าของโดยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่น ความสัมพันธ์ภายในครอบครัวหรือกับผู้อื่น สมาชิกภายในกลุ่มจะเป็นเป้าหมายสำคัญสำหรับบุคคล กล่าวคือ บุคคลจะรู้สึกเจ็บปวดมากเมื่อถูกทอดทิ้งไม่มีใครยอมรับ หรือถูกตัดออกจากสังคม ไม่มีเพื่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อจำนวนเพื่อน ๆ ญาติพี่น้อง สามีหรือภรรยาหรือลูก ๆ ได้ลดน้อยลงไป นักเรียนที่เข้าโรงเรียนที่ห่างไกลบ้านจะเกิดความต้องการเป็นเจ้าของอย่างยิ่ง และจะแสวงหาอย่างมากที่จะได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน

4. ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-Esteem needs) เมื่อความต้องการได้รับความรักและการให้ความรักแก่ผู้อื่นเป็นไปอย่างมีเหตุผลและทำให้บุคคล เกิดความพึงพอใจแล้ว พลังผลักดันในขั้นที่ 3 ก็จะลดลงและมีความต้องการในขั้นต่อไปมาแทนที่ กล่าวคือมนุษย์ต้องการที่จะได้รับความนับถือยกย่องออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ลักษณะแรกเป็นความต้องการ นับถือตนเอง (self-respect) ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others)

4.1 ความต้องการนับถือตนเอง (self-respect) คือ ความต้องการมีอำนาจ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแข็งแรง มีความสามารถในตนเอง มีผลสัมฤทธิ์ไม่ต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่น และมีความเป็นอิสระ ทุกคนต้องการที่จะรู้สึกว่ามีคุณค่าและมีความสามารถที่จะประสบความสำเร็จในงานภารกิจต่าง ๆ

4.2 ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น (esteem from others) คือ ความต้องการมีเกียรติยศ การได้รับยกย่อง ได้รับการยอมรับ ได้รับความสนใจ มีสถานภาพ มีชื่อเสียงเป็นที่กล่าวขาน และเป็นที่ยอมรับที่ดี มีความต้องการที่จะได้รับความยกย่องชมเชยในสิ่งที่เขากระทำซึ่งทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าว่าความสามารถของเขาได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

5. ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-Actualization needs) เมื่อความต้องการลำดับขั้นก่อน ๆ ได้ทำให้เกิดความพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ ความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงก็จะเกิดขึ้น มาสโลว์ อธิบายความต้องการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่าเป็นความปรารถนาในทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งบุคคลสามารถจะได้รับอย่างเหมาะสมบุคคลที่ประสบผลสำเร็จในขั้นสูงสุดนี้จะใช้พลังอย่างเต็มที่ในสิ่งที่ท้าทายความสามารถและศักยภาพของเขาและมีความปรารถนาที่จะปรับปรุงตนเอง พลังแรงขับของเขาจะกระทำพฤติกรรมตรงกับความสามารถของตน กล่าวโดยสรุปการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของบุคคลที่จะบรรลุถึงจุดสูงสุดของศักยภาพ

นอกจากนี้ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, น. 37) ยังได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารซึ่งเหตุผลในการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารแต่ละคนนั้น มีแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อความรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสาร เพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักต่าง ๆ คือ

- ข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกสังคม
- ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางด้านวิชาการ หรือความรู้รอบตัว
- ความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปเช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulus) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน
- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร่งรีบในชีวิตประจำวันให้น้อยลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึงความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversion Currency) ซึ่งผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อ เพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด และความเข้าใจต่อคำนิยมใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นนี้ คนเรายังกลับมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดได้ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพมหานครเป็นต้น ที่ประชากรส่วนใหญ่ต้องอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการติดต่อกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

3. การผลจากสังคม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงกันข้ามเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือในการเปิดรับสื่อ หรือเข้าหาสื่อ นั้น ก็เป็นการหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความน่าเบื่อหน่ายให้แก่ชีวิต จึงให้คนริบเร่งในการทำงาน และเพื่อจะเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ เช่น การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ ผู้วิจัยจะนำมาใช้เพื่ออธิบาย มีพฤติกรรม และความต้องการเปิดรับชมรายการผจญภัยไร้พรมแดน เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้เช่นเดียวกับทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร และทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกสรรสาร เนื่องจากเมื่อผู้รับสารมีความต้องการในการเปิดรับและเลือกสรรสารแล้ว อาจมีการนำข่าวสารหรือสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยอาจเกิดความพึงพอใจต่อข่าวสารนั้นหรือไม่พอใจต่อข่าวสารนั้น ก็ได้

การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสารเป็นหลัก (Media Consumer) การศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดสื่อหนึ่ง ๆ กระบวนการดังกล่าว หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้ จึงพบว่า การใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอนคือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533, น. 39)

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Goal Directed)
2. การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้ว เพื่อสนองต่อความต้องการของตนตาม ข้อ 1 มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลข้างเคียงจากผู้ส่งสารอย่างเดียว
3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นต่อเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้น เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกัน ผู้ส่งสารต่างหากจำเป็นต้องแข่งขันกัน เพื่อการบริหารให้ผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านั้น

คาสซาต้า และเอสเต (Cassata and Asnte, 1970, pp. 88-89 อ้างถึงใน ธีติมา ปิยะศิริศิลป์, 2544, น.33) ได้ตั้งสมมติฐานเบื้องต้นของแนวทางการศึกษา เรื่องการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อที่เลือกนั้นจะสนองความต้องการ ความสนใจและมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินเช่นเดิม

และในงานเรื่อง On the Use of the Mass Media for Important Things ของ แคทซ์, บลูมเมอร์ และ เกอริวิทซ์ (Katz, Blumer and Gurevitch, 1973) ได้ระบุถึงความต้องการมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อไว้ 5 กลุ่ม คือ

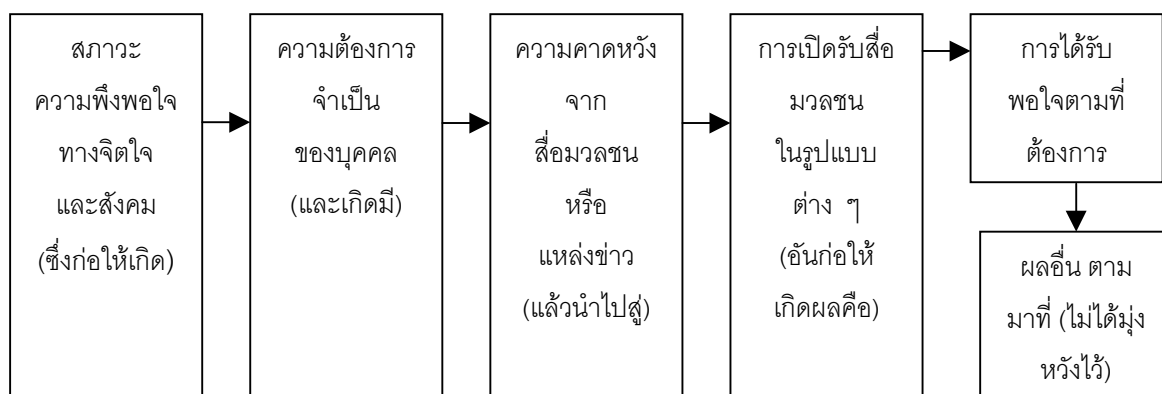
1. ความต้องการความรู้ (Cognitive needs) เพื่อเสริมข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น และเพื่อสำรวจแรงผลักดันของตนเอง
2. ความต้องการความรัก (Affective needs) เพื่อเกิดความรู้สึก สนุกสนาน ความสบายใจ ความสนุกสนาน และประสบการณ์ทางอารมณ์ ซึ่งการจัดการกับแรงกดดันและความบันเทิงนั้นเป็นแรงจูงใจที่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้โดยสื่อ
3. ความต้องการสร้างความเป็นตัวเอง (Personal integrative needs) เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพของบุคคล ซึ่งมาจากความปรารถนาของบุคคลที่ต้องการรู้สึกว่ามีค่า
4. ความต้องการสัมพันธ์ทางสังคม (Social integrative needs) เพื่อติดต่อสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนฝูง และโลก
5. ความต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด (Tension release needs) เพื่อการหลีกเลี่ยงความจริง หรือเพื่อเบี่ยงเบน หันเหตความสนใจ เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด

แคทซ์และคณะ (Katz and other, 1974 อ้างถึงใน วิธนา วัฒนาศิริพาณิชย์, 2549, น. 17-18) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของมนุษย์และเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ และนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้

ดังแสดงให้เห็นในแบบจำลองดังนี้

ภาพที่ 2.3  
แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ



แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างกัน

จากแนวความคิดดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การที่คนจะเลือกสื่อต่าง ๆ รวมทั้งสื่อโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลนั้น ขึ้นอยู่กับเหตุผล 6 ประการคือ (McCombs & Becker, 1979 อ้างถึงใน อัญชลี ศิลปชัย, 2547, น. 22)

1. เพื่อความต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรเรียนรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้น
5. เพื่อสนับสนุน (Reinforcement) ความคิดเดิมที่ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่กระทำลงไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

เหตุผลของการเลือกชมจึงขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อ ที่มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดผ่านมาทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลต่างก็มีความต้องการในการใช้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันออกไป

การเปลี่ยนแปลงโดยการหันมาให้ความสนใจแก่ผู้รับสาร จึงเป็นผลเนื่องมาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่งมีความสำคัญต่อการวางแผนการสื่อสารข้อสรุปขั้นพื้นฐานในรูปแบบทฤษฎีนี้คือ กลุ่มผู้รับสารจะเป็นผู้แสวงหาข่าวสารที่จะสนองตอบความพึงพอใจของตน ระดับความพึงพอใจที่ได้รับจะขึ้นอยู่กับความต้องการ และความสนใจของแต่ละบุคคล ยิ่งถ้าแต่ละบุคคลได้รับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริง โอกาสที่เขาจะเลือกรับข่าวสารนั้นจะยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการสารคดีท่องเที่ยว: รายการผจญภัยไร้พรมแดน” ได้เลือกทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาเป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะช่วยเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการผจญภัยไร้พรมแดนได้เข้าใจยิ่งขึ้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณรงค์ อนุรักษ์ (2550, น. บทคัดย่อ) ศึกษา “โครงการสำรวจและวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ด้านศิลปวัฒนธรรม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทศิลปะและวัฒนธรรม โดยนำผลการสำรวจที่ได้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับผู้ประกอบการที่จะก่อตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ส่งเสริมด้านศิลปะและวัฒนธรรม

ผลการศึกษาพบว่า รายการเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ยังเป็นที่ต้องการรับชมอยู่ในอัตราส่วนในระดับสูง ประชาชนต้องการให้รูปแบบรายการโทรทัศน์เพิ่มเนื้อหาสาระเรื่องการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมโดยนำเสนอในรูปแบบของข่าวเพิ่มขึ้น เพราะจะทำให้เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น และมีความน่าเชื่อถือสูง นอกจากนั้น สื่อมวลชนไทยควรเห็นคุณค่าของการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรม เพื่อให้คนในสังคมได้ตระหนักและดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม การนำเสนอวัฒนธรรมต้องไม่น่าเบื่อ มีภาพและดนตรีที่ชวนติดตาม รายการต้องไม่เครียดจนเกินไป สไลด์สบาย ๆ ให้เข้ากับ

ทุกเพศทุกวัยเป็นสำคัญ และเห็นว่ารายการที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอันดีงาม ไม่จำเป็นที่จะต้องจำเพาะเจาะจงว่าเป็นสังคมไทยเท่านั้น วัฒนธรรมอันดีงามของชาติที่หลากหลายบนโลกใบนี้ควรนำเสนอเช่นเดียวกัน เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีของคนในสังคม รายการทุกรายการมีผู้ชมที่หลากหลาย เพราะฉะนั้นทุกรายการที่ผลิตขึ้นมา ควรเป็นรายการที่มีสาระ ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป

นวนลภา กาญจนเชษฐ (2550, น. บทคัดย่อ) ศึกษา “โครงการจัดตั้งบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรม” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจการสร้างสร้งงานผลิตรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารจัดการรูปแบบบริษัทผลิตรายการสารคดีท่องเที่ยว และสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ตามการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางสังคมให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ผลการศึกษาพบว่า รายการสารคดีท่องเที่ยวได้รับความนิยมสูงสุดในการรับชมเมื่อเปรียบเทียบกับรายการสารคดีประเภทอื่น ๆ แต่ก็ยังเป็นอัตราส่วนที่ไม่มาก เมื่อเปรียบเทียบกับรายการโทรทัศน์ประเภทอื่น ๆ เพราะส่วนใหญ่ช่วงเวลาดี (Prime Time) จะเป็นการออกอากาศรายการบันเทิงมากกว่ารายการประเภทข่าวสารและสาระ โดยเฉพาะรายการสารคดีซึ่งในปัจจุบันจะต้องมีการพัฒนาไปสู่รูปแบบรายการให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เพื่อให้ผู้รับชมรายการต้องการติดตามชมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผู้ชมเริ่มหันมาให้ความสนใจในการในการรับชมรายการสารคดีเพิ่มขึ้น เพราะรายการสารคดีเป็นอีกหนึ่งทางเลือกในการรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้ในยุคของสังคมแห่งการเรียนรู้ และจากผลการสำรวจความต้องการรับชมรายการสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม พบว่าเนื้อหาสาระที่ผู้ชมต้องการชมมากที่สุดคือ เนื้อหาที่แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน ศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ไม่ได้พบเห็นโดยทั่วไป เพื่อความบันเทิงและเป็นการเสริมสร้างความรู้ในความเป็นไทย และรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปะและวัฒนธรรมยังเป็นการทดแทนในการชมรายการโทรทัศน์ เนื่องจากผู้ชมบางรายไม่สะดวกที่จะเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ได้ แต่สามารถได้รับความเพลิดเพลินและความรู้ได้จากรายการโทรทัศน์เชิงสารคดีท่องเที่ยวส่งเสริมความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม

สพชัย พาลพ่าย (2546, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การสำรวจความต้องการรับชมรายการสารคดีโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งในการปรับปรุงและพัฒนาการนำเสนอรายการประเภทนี้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับชม

พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจสารคดีท่องเที่ยว และสารคดีธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสูงสุด โดยคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์จากเนื้อหาของรายการสูงสุด ได้เปิดโลกทัศน์จากการรับชมภาพ

ที่สวยงาม และจากองค์ประกอบของพิธีกรรายการ โดยกลุ่มตัวอย่างต้องการชมรายการสารคดีที่น่าเสนอโดยมีพิธีกรชายดำเนินรายการ และพิธีกรหญิง สำหรับรูปแบบการนำเสนอรายการนั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการชมรายการสารคดีที่มีพิธีกรแนะนำรายการในช่วงต้น และท้ายรายการสูงสุด ในส่วนของระยะเวลาการนำเสนอรายการสารคดีทางโทรทัศน์ที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างต้องการชมรายการสารคดีที่มีความยาวรายการระหว่าง 16-30 นาที มากที่สุด และเวลาของการชมรายการสารคดีที่เหมาะสมได้แก่ วันหยุด (เสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์) และวันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์) โดยกลุ่มตัวอย่างต้องการชมรายการสารคดีในช่วงเวลา 19.01-24.00 น. มากที่สุด

อรทัย รุจิราธร (2541, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยจากปี 2530-2541” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่เกื้อหนุน และปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา รวมถึงองค์ประกอบของกระบวนการผลิตรายการสารคดีและสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาส่งเสริม รวมถึงองค์ประกอบของกระบวนการผลิตรายการสารคดี และสภาพการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาส่งเสริมรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยให้อยู่รอดได้ท่ามกลางการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง

ผลการศึกษาพบว่าพัฒนาการแนวทางการพัฒนาส่งเสริมรายการสารคดีทางโทรทัศน์ให้อยู่รอด ท่ามกลางการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง โดยที่พัฒนาการของรายการสารคดีโทรทัศน์นั้นเป็นไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป และสามารถแบ่งได้เป็น 3 ช่วง ได้แก่ ช่วงบุกเบิก ช่วงเติบโต และช่วงตกต่ำ โดยมีปัจจัยเกื้อหนุนคือปัจจัยทางด้านเทคนิค เทคโนโลยีและมีใจรักของผู้ผลิต ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรคสำคัญคือ ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณในการผลิตรายการและช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมและการยึดติดภาพเดิม ๆ ของผู้ชมรายการสารคดีโทรทัศน์ว่าขาดความน่าสนใจ เพราะองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการสารคดีขาดมิติในการนำเสนอ การเดินเรื่องแบบตรงไปตรงมา ทำให้เป็นรายการที่น่าเบื่อมากกว่าที่จะน่าสนใจ ผู้ผลิตต้องพยายามหาแนวทางการนำเสนอที่มันน่าสนใจมากขึ้น โดยมีเนื้อหาที่แปลกใหม่ หรือเรื่องที่เป็นความรู้ใหม่ อย่างไรก็ตามรายการสารคดีโทรทัศน์ไทยมีแนวโน้มที่จะปรับตัวเพื่อความอยู่รอดมากขึ้นโดย ประเมินตามภาวะเศรษฐกิจและกระแสนิยมของผู้ชม

โดยสรุปจาก ผลการวิจัยแสดงให้เห็นอย่างเด่นชัดว่า รายการสารคดีท่องเที่ยวในปัจจุบันได้รับความนิยมสูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับสารคดีประเภทอื่น ๆ เนื่องจากผู้ชมมีความคาดหวังว่าจะได้รับความรู้ทางด้านต่าง ๆ ที่แต่ละรายการได้นำเสนอ โดยเฉพาะเนื้อหาที่แสดงถึงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน และศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ในแต่ละท้องถิ่นที่ไม่สามารถพบเห็นโดยทั่วไป

เพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ และเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น นอกจากนั้นแล้ว การผลิตรายการสารคดีควรนำเสนอเรื่องราวที่แปลกใหม่ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนไทยได้รับความรู้จากเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ควบคู่กับความบันเทิง

จากแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และผลงานวิจัยที่ได้กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจะนำมาเพื่อใช้อธิบายและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเรื่อง “ความคิดเห็นของผู้ชมที่มีต่อรายการสารคดีท่องเที่ยว: รายการผจญภัยไร้พรมแดน” ซึ่งจะนำมาประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายผลการศึกษาในบทต่อไป