

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วี สาธารณะ (ไทยพีบีเอส)” ผู้วิจัยมุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรและทัศนคติของประชากรในเขต กรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ที่วีสาธารณะ (ไทยพีบีเอส) โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบและแนวทางในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ(ความชอบ)
2. แนวคิดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
3. ทฤษฎีการเลือกและการเปิดรับข่าวสาร
4. ปรัชญาและแนวคิดเกี่ยวกับทีวีสาธารณะ
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติตามความเข้าใจของคนทั่วไป มักหมายถึงมุมมอง หรือการมองสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม จากความรู้สึกส่วนตัวในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง และอาจเกิด ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ถ้าหากว่า สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป หรือไม่รับข่าวสารหรือข้อเท็จจริงใหม่ โดยที่ทัศนคติของบุคคลยังไม่ได้หยั่งรากลึกถึงจิตสำนึกของบุคคลนั้น เป็นเพียงการรับรู้และความรู้สึกเบื้องต้นของบุคคล

ความหมายของทัศนคติ(ความชอบ)

ทัศนคติ หรือ “Attitude” คำนี้มาจากคำภาษาลาตินว่า “APTUS” แปลว่าโน้มเอียง เหมาะสมซึ่งนำมาใช้ในความหมายของคำว่า “Attitude” หมายถึง ท่าทีที่แสดงออกของคนเราซึ่งบ่งถึง สภาพจิตใจอันจะนำบุคคลไปสู่การแสดงออกในทางบทบาทต่างๆ (Cardon W.Allport, 1976, p. 3)

แอล แอล เทิสโตน (L.L.Thurstone,1958 อ้างถึงใน สิริพรรณ วิบูลย์จันทร์, 2542, น. 36) มีความเห็นว่าทัศนคติเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์ในเรื่องความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่างยังเป็นการแสดงออกทางด้านการพูดเป็นความคิดเห็น (Option)

และความคิดเห็นนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติตั้งนั้นหากจะวัดทัศนคติก็สามารถทำได้โดยวัดความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ

ต่อมาเทสโตนได้ขยายความเห็นของตนเกี่ยวกับทัศนคติออกไปอีกว่า ทัศนคติเป็นระดับของความมากน้อยในความรู้สึกทั้งทางด้านบวกและลบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอาจจะเป็นหลายสิ่งก็ได้เป็นต้นว่า บุคคล องค์กร ความคิด สิ่งของ ฯลฯ ซึ่งความรู้สึกเหล่านี้สามารถแยกแยะให้ความแตกต่างได้ว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

องค์ประกอบของทัศนคติ

แบ่งเป็น 3 ส่วนดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) ได้แก่ ความคิด ซึ่งเป็นองค์ประกอบของมนุษย์ในการคิด ซึ่งความคิดนี้อาจจะอยู่ในรูปหนึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้สึกหรือมีความคิดต่อสิ่งใดมีโอกาสที่มีทัศนคติต่อสิ่งนั้นก็เป็นไปได้สูงหากมีความรู้สึกมาก่อนถึงสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก (Affective Component) เป็นส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกซึ่งเป็นตัวเรา “ความคิด” อีกทอดหนึ่ง ถ้าหากบุคคลมีภาวะที่รู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกขณะคิดถึงสิ่งนั้นออกมาในลักษณะที่แตกต่างกัน

3. องค์ประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบที่มีแนวโน้มไปเน้นทางพฤติกรรมหรือการกระทำในลักษณะที่ เมื่อมีสิ่งเร้าก็จะเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้น หมายถึงแนวทางปฏิบัติเพื่อแสดงออกโดยไม่ฝืนความรู้สึก และความคิดในองค์ประกอบนี้เป็นการวางแผนไว้ล่วงหน้าเมื่อคราวปฏิบัติ

บ่อเกิดของทัศนคติ

จากองค์ประกอบของทัศนคติที่กล่าวมานั้นเห็นได้ว่าทัศนคติสามารถเรียนรู้ได้เฉพาะบุคคลที่มีชีวิตอยู่ท่ามกลางแวดวงสิ่งแวดล้อมของสังคม โอกาสที่จะเรียนรู้จากสิ่งแวดล้อมย่อมมีอยู่มากดังนั้นทัศนคติจึงเกิดจากการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมชีวิตประจำวันที่บุคคลรับรู้เป็นสำคัญ เหตุนี้จึงจำเป็นต้องนำส่วนประกอบของทัศนคติแต่ละส่วนนำมาพิจารณาเกี่ยวกับบ่อเกิดของทัศนคติในส่วนที่กล่าวต่อไปนี้

1. บ่อเกิดทัศนคติทางด้านความคิดหรือความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component of attitude formation) เกิดจากการที่บุคคลรับและสัมผัสสิ่งต่างๆ จากสิ่งแวดล้อมในชีวิตประจำวันแล้ว จัดกลุ่มของสิ่งที่ผ่านเข้ามาเป็นหมวดหมู่โดยรวมสิ่งที่เหมือนกันเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งในทางจิตเรียกว่า การแบ่งประเภทหมวดหมู่ (Perception) ของตนและรับรู้เกี่ยวกับสิ่งเร้าต่างๆ ที่บุคคลรับและสัมผัสนี้ นับว่าเป็นส่วนประกอบทางด้านความคิดหรือความเข้าใจของทัศนคติ

2. บ่อเกิดทัศนคติทางด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective component of attitude formation) เป็นการเกิดความรู้สึกหรืออารมณ์ที่เป็นไปในทางด้านบวกหรือลบภายหลังที่บุคคลจัดประเภทหมวดหมู่แล้วทำการแปลความหมายออกมา

3. บ่อเกิดทัศนคติทางด้านพฤติกรรม (Behavioral component of attitude formation) ปทัสถานทางสังคม (Social norms) มีอิทธิพลต่อการเกิด ทัศนคติทางด้านนี้มาก เพราะเป็นต้นต่อแห่งความคิดที่สร้างความเชื่อในสิ่งที่ถูกต้องหรือไม่ถูกต้องและความเชื่อนี้เองจูงใจควบคุมความประพฤติ พฤติกรรมและการแสดงออกของแต่ละบุคคลไว้ภายใต้เอาณัติของปทัสถานทางสังคม เช่น การเหยียดสีผิวในอเมริกา

ทัศนคติดีมีลักษณะสำคัญดังนี้คือ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมของบุคคล
3. ทัศนคติดีมีความหมายอ้างอิงถึงบุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งของคือทัศนคติเกิดจากสิ่งที่มีอยู่หรือเกิดขึ้น สามารถอ้างอิงได้
4. ทัศนคติดีมีลักษณะมั่นคงถาวร ยากแก่การเปลี่ยนแปลงได้ในระยะเวลาอันจำกัด ทั้งนี้เนื่องจากทัศนคติเกิดจากประสบการณ์และการเรียนรู้ที่บุคคลสะสมมาเป็นเวลานานอย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจทำได้โดยอาศัยเวลาและกระบวนการในการเปลี่ยนแปลง

หน้าที่ของทัศนคติ

หน้าที่ของทัศนคติดีมี 4 ประการ ดังนี้

1. หน้าที่เกี่ยวกับความรู้ (Knowledge Function) คนเราจะแสวงหาระดับของความสามารถและความมั่นคงเพื่อที่จะรับรู้ได้มาตามจุดมุ่งหมายของสังคม เป็นการช่วยเหลือให้เกิดความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นำไปสู่การแก้ปัญหาสังคมได้

2. หน้าที่เกี่ยวกับการปรับตัว (Adjustive Function) ทัศนคติจะทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจให้บุคคลปรับตัวเพื่อทำให้บุคคลได้รับความสำเร็จและนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่พึงพอใจ
3. หน้าที่ในการแสดงออกถึงค่านิยม (Value-Expressive Function) เป็นการแสดงออกในเรื่องความคิดเห็นของเขาให้บุคคลอื่นเห็นว่าต้องมีความสอดคล้องกับค่านิยมทางสังคม
4. หน้าที่ในการป้องกันตนเอง (Self-Defensive Function) สิ่งแวดล้อมหรือข้อเท็จจริงต่างๆ อาจทำให้คนเราไม่สบายใจ เราก็สามารถป้องกันตนเองได้ เช่น มีทัศนคติต่อคนอื่นในทางลบ เป็นต้นว่าเรารู้สึกว่าคนพวกนี้เกียจคร้านและสกปรกนั้นเป็นเพราะเราสะอาดและขยันกว่า ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าภูมิใจ

บทบาทของทัศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทัศนคติออกได้ 3 ประเภทด้วยกันคือ

1. ทัศนคติทางเชิงบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออกมีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจได้ตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่นหรือเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง รวมทั้งหน่วยงาน องค์กร สถาบันและการดำเนินกิจการขององค์กรและอื่น เช่น กลุ่มชาวเกษตรย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสหกรณ์การเกษตรและให้ความสนับสนุนร่วมมือด้วยการเข้าเป็นสมาชิกและร่วมในกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ

2. ทัศนคติทางลบหรือไม่ดี คือทัศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือหรือไว้วางใจอาจมีความเคลือบแคลงระแวงสงสัยรวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์กร สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์กรอื่นๆ เช่น พนักงาน เจ้าหน้าที่บางคน อาจมีทัศนคติเชิงลบต่อบริษัท ก่อให้เกิดคติขึ้นในจิตใจของเขาจนพยายามประพฤติและปฏิบัติต่อต้านกฎระเบียบของบริษัทอยู่เสมอ

3. ทัศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือต่อบุคคลหน่วยงาน สถาบัน องค์กรและอื่นๆ โดยสิ้นเชิง เช่น นักศึกษาบางคนอาจมีทัศนคตินิ่งเฉยอย่างไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาได้เถียงเรื่องกฎระเบียบว่าด้วยเครื่องแบบนักศึกษา

ทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้ บุคคลอาจมีเพียงประเภทเดียวหรือหลายประเภทรวมกันก็ได้ ขึ้นอยู่กับความมั่นคงในเรื่องความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด หรือค่านิยมและอื่นๆ ที่มีต่อบุคคล สิ่งของการกระทำหรือสถานการณ์ เป็นต้น ซึ่งถ้าทัศนคติของบุคคลแต่ละคนถูกกระตุ้นให้แสดงออกมาในรูปของความเห็นร่วมกันก็จะเปลี่ยนเป็น “สาธารณมติ” ไป

นอกจากนี้ทัศนคติยังอาจหมายถึงระดับความมากน้อยแห่งความรู้สึก ความคิด ความเชื่อของบุคคลในทางด้านความพอใจรักใคร่หรือในทางบวกและทางด้านชิงชังไม่ยอมไกล่ชิดกับสิ่งต่างๆ หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่บุคคลตอบสนองอีกด้วย

ซึ่งแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติสามารถนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ (ไทยพีบีเอส) โดยมีทัศนคติเป็นแรงผลักดัน

แนวคิดพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร

ผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมกรเปิดรับสื่อและข่าวสารตามแบบเฉพาะของแต่ละคนแตกต่างกันไป แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่งได้มีการเลือกรับสื่อ นั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังนี้ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527, น. 158)

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าปกติคนเราไม่ชอบที่จะอยู่ตามลำพังเนื่องจากความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงชอบหรือพยายามที่จะรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยได้ เมื่อไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดก็คือการอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ ซึ่งเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสารปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ ทั้งนี้มิใช่เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อนองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตัวเองหรือผู้อื่นด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self- Aggrandizement) โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสาร จึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้เกิดความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบายรวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับอายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม หรือองค์ประกอบอื่นที่ไม่สามารถเห็นเด่นชัด เช่น ทัศนคติ ความคาดหวัง ความกลัว ฯลฯ จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการใช้สื่อและสื่อมวลชนแต่ละ

อย่างก็มีลักษณะเฉพาะที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

โดยทั่วไปผู้รับข่าวสารมีพฤติกรรมทางเลือกหรือการรับสื่อข่าวสารแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการตามความต้องการของแต่ละบุคคล สภาพแวดล้อม เหตุผลและความจำเป็นของตนเองเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อต่างๆ (Schramm, 1954, p. 25) โดยทั่วไปเหตุผลของการเลือกรับข่าวสารบุคคลย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) ที่ว่าใช้ความพยายามน้อยที่สุดนั้นหมายความว่าผู้อ่าน ผู้ดู หรือผู้ฟัง จะเลือกรับสื่อที่ตนเองสะดวกที่สุด ใช้ความพยายามน้อยที่สุดในการรับสื่อมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความพร้อมความสะดวก ค่าใช้จ่าย เวลาที่รับสื่อซึ่งย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล รวมทั้งบทบาท นิสัย และประเพณีนิยม ซึ่งรวมเป็นกิจกรรมอันเป็นพฤติกรรมทางสังคมก็มีอิทธิพลต่อการใช้สื่อด้วย

อนึ่ง มีข้อสังเกตอย่างอื่นที่สำคัญเกี่ยวกับการเลือกรับสื่อและข่าวสารของผู้รับข่าวสาร คือส่วนหนึ่งนั้นผู้รับสารมักจะแสวงหาข่าวสารที่มีมาสนับสนุนทัศนคติ ความคิดที่มีอยู่ก่อน (Preconception) แล้วรวมทั้งอคติของตนเองอย่างไม่รู้ตัวเสมอ เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้รับสารจึงแสวงหาข่าวสารที่สอดคล้องกับที่ท่าจิตใจที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predispositions) ข่าวสารที่แสวงหาจึงไม่เป็นข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อถือของตน นอกจากนั้นประสบการณ์และปรัชญาแห่งชีวิตเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดว่าจะเลือกสื่อและข่าวสารอย่างไร

แนวคิดความต้องการของผู้รับสาร

ความต้องการของผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ ดังนั้น ในการสื่อสารผู้รับสารจึงมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้สื่อ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2536, น. 64) เราสามารถแบ่งความต้องการของผู้รับสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อ (Media related needs) ได้เป็น 5 กลุ่ม

1. ความต้องการในด้านความรู้ ภูมิปัญญา (Cognitive Needs) เป็นความต้องการที่จะได้รับข้อมูล ความรู้ และความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ซึ่งความต้องการในด้านนี้มีพื้นฐานมาจากความต้องการที่จะเข้าใจ และควบคุมสิ่งแวดล้อม และความต้องการที่จะตอบสนองแรงผลักดันที่เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นและการค้นคว้า

2. ความต้องการในด้านอารมณ์ (Affective Needs) เป็นความต้องการที่จะสร้างเสริมความพอใจ ความบันเทิง และประสบการณ์ในด้านอารมณ์ แรงจูงใจอันเกิดจากความพอใจและความบันเทิงนี้สามารถตอบสนองได้ด้วยการใช้สื่อ

3. ความต้องการที่จะประสานสัมพันธ์กับบุคคล (Personal Integrative Needs) เป็นความต้องการที่จะเสริมสร้างความมั่นใจ การยอมรับนับถือ ความมั่นคง ตลอดจนสถานภาพส่วนบุคคล ความต้องการนี้เกิดจากแรงผลักดันที่ความต้องการจะบรรลุจุดหมายของบุคคล (Self-esteems)

4. ความต้องการที่จะประสานสัมพันธ์ในสังคม (Social Integrative Needs) เป็นความต้องการที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว กับเพื่อนและกับส่วนรวม

5. ความต้องการที่จะหลีกหนี (Escapist Needs) เป็นความต้องการที่จะหลีกหนีและผ่อนคลายความตึงเครียด

ความต้องการเหล่านี้สามารถตอบสนองได้โดยใช้สื่อ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับสื่อชนิดของสื่อที่ใช้ เนื้อหาของสื่อที่ใช้ และบริบททางสังคมของสื่อที่เปิดรับเมื่อได้รับการตอบสนองจะเกิดความพึงพอใจในสื่อขึ้น

ทฤษฎีการเลือกและการแสวงหาข่าวสาร

(Charles Atkin, 1973 อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ, 2542, น. 187)

1. การเลือกสรรในการรับสาร

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสารก็คือกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่างๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับตามที่ผู้ส่งต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อถือ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรร เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้

1.1 การเลือกเปิดรับสื่อหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่

มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางและพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทศนคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) ที่เสนอโดย Festinger กล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาแหล่งข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องที่ขัดแย้งกับความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้วเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance” ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะที่ข่าวที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน Festinger ยังชี้ให้เห็นว่าเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลยังมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ Reinforcement information มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์

1.2 การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว มิใช่ว่าข่าวสารนั้นถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งถึงจึงมิได้อยู่ที่อักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้เลือกตีความหมาย ความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น

1.3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ในการศึกษาถึงการถ่ายทอดข่าวลือจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ซึ่งพบว่า ผู้รับมักจะถ่ายทอดเรื่องราวต่อไปยังคนอื่นๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา ทั้งนี้

เพราะแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตนเองเห็นว่าน่าสนใจไม่เท่ากัน ส่วนที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อ

การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งออกไปยังผู้รับสารในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟังหรือชม สื่อมวลชนบางฉบับบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจ หรือความต้องการของตนเอง แก่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างกันไป ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นชั้นสุดท้าย กล่าวคือเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนของตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

2. การแสวงหาข่าวสาร

ชาร์ล อัทคิน (Charles Atkin) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับค่าคะแนนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรงบุคคลก็อาจเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะ เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สบายใจหรือไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้ง ถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารที่ต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้นบุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding)

ชาร์ล อัทคิน (Charles Atkin) ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคล ที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นรมย์บันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้นถือว่าเป็น ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค (Immediate Consummatory Gratifications) ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) เรียกว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงขณะเดียวกัน

ปรัชญาและแนวคิดเกี่ยวกับสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

สถานีวิทยุ-โทรทัศน์สาธารณะแตกต่างจากสถานีวิทยุ-โทรทัศน์เชิงพาณิชย์ และสถานีวิทยุ-โทรทัศน์ของรัฐที่มีอยู่ในปัจจุบัน คือ การมีปรัชญาและแนวทางในการดำเนินการที่ถือว่าประชาชนผู้เป็นเจ้าของประเทศเป็นพลเมือง และสื่อเป็นพื้นที่สาธารณะ และมีเป้าหมายในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1

แสดงเป้าหมายในการดำเนินงานของสถานีวิทยุ-โทรทัศน์เพื่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ

	สื่อสาธารณะ	สื่อเชิงพาณิชย์	สื่อของรัฐ
ฐานะของประชาชน	พลเมือง	ผู้บริโภค	ผู้ถูกปกครอง
ฐานะของสื่อ	พื้นที่สาธารณะ	ตลาด	กระบอกเสียง
เป้าหมายในการดำเนินงาน	ประโยชน์สาธารณะ	การทำกำไรสูงสุด	การโฆษณาชวนเชื่อ

จากปรัชญาและแนวคิดดังกล่าว สถานีโทรทัศน์สาธารณะจึงควรมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ความเป็นอิสระในการดำเนินงาน จากกการมีหลักประกันทางกฎหมายที่ป้องกันการแทรกแซงทางการเมือง และให้ความมั่นคงทางการเงินควบคู่ไปกับการห้ามโฆษณา เพื่อให้ปลอดจากถูกแทรกแซงจากกลุ่มทุน

2. ผลิตรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะที่มีคุณภาพสูง เช่น รายการข่าว และรายการเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งให้ข้อเท็จจริงอย่างครบถ้วนรอบด้านในประเด็นที่มีความสำคัญต่อสาธารณะ รายการการศึกษาสำหรับเด็กและเยาวชนและรายการที่ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน

3. ผลิตและเผยแพร่รายการอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมจากการมีข้อกำหนดด้านมาตรฐานของรายการ (programming standard) และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ (code of conduct)

4. มีกลไกให้สังคมมีส่วนร่วม เช่น การสนับสนุนผู้จัดทำรายการโทรทัศน์และวิทยุอิสระ ทั้งผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์จากสื่อวิทยุและโทรทัศน์ในการสื่อสารเพื่อเรียนรู้ระหว่างกัน และมีกลไกสำรวจความพึงพอใจของประชาชนเป็นประจำ ตลอดจนมีกลไกที่ประชาชนสามารถให้คำแนะนำและข้อคิดเห็น ร้องเรียน และการตรวจสอบการดำเนินงานของสถานีโทรทัศน์สาธารณะได้โดยง่าย

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารและการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงใจด้วย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของประชาชน ต่อการรับชมหรือเปิดรับสื่อ นั้น มีหลายลักษณะ โดยอาจแยกเป็นทัศนคติต่อสื่อประเภทต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ หรือทัศนคติที่มีต่อประเภทรายการต่างๆ ที่ผลิตขึ้นในสื่อประเภท ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้พยายามรวบรวมเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึงประเด็นทัศนคติที่มีต่อรายการของสถานีโทรทัศน์ทีวี่ไทย ทีวี่สาธารณะ (ไทยพีบีเอส)

สมควร เจริญสุข (2547, น. บทคัดย่อ) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่านักศึกษารุ่นใหญ่

เปิดรับชมรายการเกมโชว์ในช่วงเวลา 19.01 น. จนถึงปิดสถานี มีการเปิดรับชมรายการ 1-3 ครั้ง ต่อสัปดาห์ โดยใช้เวลาในการชมรายการมากกว่า 1 ชม. ต่อครั้ง เหตุผลที่ชมก็เพื่อความบันเทิง และการพักผ่อนหย่อนใจ ส่วนรายการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ รายการ “เกมโชว์” ทางช่อง 9 อสมท. นอกจากนี้ยังพบว่านักศึกษาที่มีเพศ อายุ สาขาวิชาที่เรียน อาชีพของบิดาและมารดาที่ต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการเกมโชว์ที่ต่างกันและการเปิดรับชมรายการเกมโชว์มีความสัมพันธ์ทางลบกับความพึงพอใจรายการเกมโชว์

วิศัลยา สว่างเจริญ (2547, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับ และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการ “เก็บตกจากเนชั่น” ทางสถานีโทรทัศน์เนชั่น ชาญฉลาดตลอดจนศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมถึงพฤติกรรมและลักษณะการรับชมรายการดังกล่าว โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับชมรายการเก็บตกจาก “เนชั่น” เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 26-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทหรือห้างร้านของเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สำหรับพฤติกรรมในการรับชมรายการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการ “เก็บตกจากเนชั่น” 1-2 วันต่อสัปดาห์การรับชมแต่ละครั้งใช้เวลา 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง โดยเปลี่ยนช่องชมสลับไปมากับรายการช่องอื่นและกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการรับชมรายการ “เก็บตกจากเนชั่น” เป็นเวลา 3-4 ปี โดยช่วงรายการที่รับชมมากที่สุด คือ ช่วงเล่าข่าว-สัมภาษณ์แหล่งข่าว

ในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อรายการ “เก็บตกจากเนชั่น” พบว่า ผู้ดำเนินรายการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ กนก รัตน์วงศ์สกุล และพึงพอใจรูปแบบรายการช่วงเล่าข่าว-สัมภาษณ์แหล่งข่าวมากที่สุด ขณะที่ความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบด้านเนื้อหาข่าว กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจที่เนื้อหาข่าวมีความสด ใหม่ ทันต่อเหตุการณ์ และองค์ประกอบด้านการเสนอที่พึงพอใจมากที่สุด คือ ความเป็นกันเองของผู้ดำเนินรายการ

สุภาพงศ์ ระรวยทรง (2540, น. บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับความรู้และทัศนคติต่อการเสนอข่าวสารต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ เพศ มีส่วนสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ อายุ มีส่วนสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางวิทยุการศึกษา มีส่วนสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางสื่อมวลชน การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับ

ความรู้ด้านข่าวสารต่างประเทศ การเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวสารต่างประเทศ

สุวรรณณี โพธิ์ศรี (2546, น. บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า อายุ รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ นิตยสาร รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสารจากหนังสือพิมพ์และโปสเตอร์ ปริมาณการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ สื่อมวลชนเป็นสื่อที่มีบทบาทในการยอมรับปฏิบัติการป้องกันโรคเอดส์สูงสุด

ธนาพงษ์ จันทรชอน (2548, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อสถานีข่าวโทรทัศน์ เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 ตลอดจนศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพล หรือมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับ และทัศนคติในเรื่องดังกล่าว โดยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งผลวิจัยพบว่า ผู้ชมสถานีข่าวโทรทัศน์ เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีอายุระหว่าง 19-39 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้รวมต่อครอบครัวไม่เกิน 50,000 บาทต่อเดือนในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่รับชมข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 สัปดาห์ละ 3-4 ครั้ง โดยใช้เวลาในการรับชมนานครั้งละ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง และผู้ชมส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการรับชมข่าวโทรทัศน์เนชั่น ซาแนล ยูบีซี 8 มานาน 6 เดือนถึง 1 ปี โดยรายการที่มีผู้ชมชื่นชอบมากที่สุดได้แก่ รายการข่าวประจำวัน รายการคมชัดลึก และรายการเก็บตกจากเนชั่น สำหรับผู้ประกาศข่าวหรือผู้ดำเนินรายการที่มีผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ สุทธิชัย หยุ่น, สรยุทธ สุทัศนะจินดา, และ กนก รัตนวงศ์สกุล ตามลำดับนอกจากนี้ การศึกษายังพบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อสถานีฯ ทั้งในส่วนของภาพรวมของทางสถานี รูปแบบการนำเสนอรายการข่าว เนื้อหารายการข่าว ทั้งก่อนและหลังเหตุการณ์แทรกแซงทางการเมือง

อิศราวดี ชำนาญกิจ (2542, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์” โดยสำรวจจากประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 398 ตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง พื้นความรู้ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดรับชม

รายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ เปิดชมมากที่สุดช่วง 18.00-21.00 น. และ 21.00-24.00 น. โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว ติดตามชมรายการด้านการเมืองในรูปแบบสนทนา มากที่สุด นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ เกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่ ทันสมัย และมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของตนโดยตรง

ปัทมรสี ทิพย์โกศัย (2543, น. ง) ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติ และพฤติกรรมการรับชมรายการ ประเภทสนทนาทางการเมืองของคนกรุงเทพมหานคร : รายการมองรัฐสภา” โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Descriptive) เก็บรวบรวม ข้อมูลด้วยแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ชมรายการมอง รัฐสภา จำนวน 333 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 50 ปีขึ้นไป การศึกษา ระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน/ธนาคาร และมีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อรายการมองรัฐสภา และมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับชมรายการมาก โดยชมเพื่อต้องการทราบถึงการดำเนินงานของสภาผู้แทนราษฎร เป็นอันดับแรก รองลงมาคือชมเพื่อได้รับรู้ข่าวสาร และเหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวต่างๆ ของนิติบัญญัติ และทราบถึงการดำเนินงานของวุฒิสภา ตามลำดับ

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจแบบ One-Shot Case Descriptive ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชาชนในกลุ่มอาชีพต่างๆ ที่พักอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มี อายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 417 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-29 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า อาชีพรับราชการ และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 12,500 บาท

การศึกษายังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ และมีความต้องการข่าวสารจากรายการโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน รวมทั้งมีความจำเป็นต้องใช้ ข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ในชีวิตประจำวัน โดยข่าวสารที่จำเป็นต้องใช้ 5 อันดับแรก คือ ข่าวการเมือง ข่าวสังคม ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวต่างประเทศ และข่าวกีฬา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุ สาเหตุในการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ว่า เพื่อติดตามข่าวสาร รองลงมาคือเพื่อผ่อนคลาย อารมณ์ และเพื่อนำไปสนทนากับผู้อื่นโดยได้นำข่าวสารจากรายการข่าวโทรทัศน์ไปประยุกต์ใช้ใน ชีวิตประจำวันมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อเพิ่มพูนความรู้ และเพื่อนำไปเป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเชื่อถือข่าวโทรทัศน์ แต่มีความเห็นว่า ควรปรับปรุงการเสนอข่าว

โทรทัศน์ให้ดีขึ้น ทั้งด้านเนื้อหาของข่าว ประเภทและปริมาณของข่าว วิธีการนำเสนอ ตลอดจนการอ่านข่าวของผู้ประกาศให้ถูกต้องชัดเจน ตามอักขระภาษาไทย สำหรับเหตุผลของการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์จากช่องต่างๆ ส่วนใหญ่ เลือกรับชมเพราะการนำเสนอดี รองลงมาคือเนื้อหาของข่าวดี โดยเห็นว่าสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 เสนอข่าวในประเทศได้ดีที่สุด รองลงมาคือสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.

จากงานวิจัยดังกล่าวที่ได้เคยมีผู้ทำการศึกษานั้น จะเห็นแง่มุมของประชาชนที่มีทัศนคติ ความชอบ ความสนใจในรูปแบบรายการ การเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ ตลอดจนความสนใจและเหตุผล ของการรับชมรายการ แต่ละประเภทซึ่งมีความหลากหลาย และมีความแตกต่างกันตามตัวแปรที่หลากหลาย