

ทฤษฎีด้านการสื่อสารและการสื่อสารระหว่างบุคคล

(Communication Theory and Interpersonal Communication)

โดยทั่วไปแล้วองค์ประกอบของการสื่อสารประกอบด้วย ผู้ส่งสาร (Source) ช่องทางในการสื่อสาร (Channel) สาร (Message) ผู้รับสาร (Receiver) และผลของการสื่อสาร (Effect) ซึ่งผลของการสื่อสารอาจตอบสนองต่อผู้ส่งสาร (Feedback) ประสิทธิภาพในการสื่อสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของการสื่อสาร ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร และช่องทางในการสื่อสาร

1. ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ปัจจัยในส่วนของผู้ส่งสารและผู้รับสารที่จะมีผลต่อการสื่อสารคือ ทักษะในการส่งและรับสาร ทักษะติดต่อผู้รับ ผู้ส่ง และต่อสาร ระดับความรู้ในเรื่องที่จะสื่อสาร และความรู้ในเรื่องกระบวนการสื่อสาร ระบบสังคมและวัฒนธรรมของผู้ส่งสารและผู้รับสาร

2. สาร ประกอบด้วยปัจจัยย่อย 3 ประการที่มีความสำคัญต่อประสิทธิผลของการสื่อสาร คือ รหัสของสาร (Message Code) เนื้อหาของสาร (Message Content) การจัดสาร (Message Treatment) ทั้งนี้โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดสารของผู้ส่งสารคือ บุคลิกส่วนตัวของผู้ส่งสารและผู้รับสารเป้าหมาย

3. ช่องทางในการสื่อสาร ผู้ส่งสารจะต้องอาศัยสื่อเป็นช่องทางนำไปสู่ผู้รับสาร เพื่อประสิทธิผลในการสื่อสาร ดังนั้นผู้ส่งสารต้องเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด โดยคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ คือ

3.1 เงินทุน

3.2 กลุ่มเป้าหมาย

3.3 เนื้อหาของสาร

3.4 ข้อดี ข้อจำกัดของสื่อ

3.5 ค่าใช้จ่ายของสื่อแต่ละชนิด

3.6 จำนวนผู้รับ

3.7 พื้นฐานความรู้ ชีตความสามารถของผู้รับ

3.8 ผลย้อนกลับของสาร

3.9 ความรีบด่วนในการสื่อสาร

นอกจากนี้ เพื่อประสิทธิผลของการสื่อสาร ในบางโอกาสต้องเลือกใช้สื่อหลายชนิดผสมผสานในการสื่อสาร เพราะสื่อแต่ละชนิดมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกัน

คัทลิป และ เซนเตอร์ (Cutlip and Center, 1978) ยังกล่าวถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารว่าประกอบด้วยหลักสำคัญ 7 ประการ (The 7 C' of Communication) คือ

1. ความถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Credibility) การสื่อสารที่จะได้ผล สารจะต้องมีความถูกต้องและผู้ส่งสารควรจะเป็นผู้นำเชื่อถือ เป็นผู้มีความรู้หรือชำนาญ มีความน่าไว้วางใจและเป็นที่ยอมรับของผู้รับสาร

2. ความเหมาะสมกับกาลเทศะ (Context) คือ เนื้อหาสาระที่ใช้ในการสื่อสารต้องสอดคล้องกลมกลืนไม่ขัดกับวัฒนธรรมของสังคม สิ่งแวดล้อม บุคคล เวลา และสถานที่

3. เนื้อหาสาระ (Content) สารที่ส่งต้องมีเนื้อหาสาระเป็นประโยชน์มีคุณค่าและสำคัญต่อผู้รับ รวมทั้งเหมาะสมและสอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของผู้รับให้มากที่สุดและก่อให้เกิดความหมายบางอย่างแก่ผู้รับ มีความเข้าใจความหมายเพื่อเป็นปัจจัยในการนำเอาข่าวสารนั้นไปประพฤติปฏิบัติ

4. ความแจ่มแจ้งชัดเจน (Clarity) สารนั้นต้องง่ายมีความชัดเจนแจ่มแจ้ง ไม่คลุมเครือหรือตีความหมายได้หลายแง่ สามารถทำให้เห็นภาพพจน์ได้ชัดเจน

5. ความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง (Continuity and Consistency) จะเป็นการย้ำและเตือนความจำของผู้รับ แต่ต้องระวังไม่ให้เกิดความซ้ำซาก น่าเบื่อหน่ายและความต่อเนื่องต้องกระทำเป็นประจำ กำหนดเวลาแน่นอน

6. ช่องทางในการศึกษา (Channel) สื่อแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันในแต่ละสถานการณ์ ฉะนั้นผู้ส่งสารควรเลือกช่องทางหรือสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารและสถานการณ์ในการสื่อสาร

7. ความสามารถของผู้รับสาร (Capability of Audience) ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของผู้รับ ทั้งทางด้านความรู้และการรับรู้ทางร่างกายและจิตใจ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้รับ ความสามารถของผู้รับจะเป็นปัจจัยในการกำหนดปัจจัยทั้ง 7 ประการข้างต้น ถ้าผู้ส่งสารไม่รู้จักผู้รับสาร ไม่รู้ถึงความสามารถของผู้รับไม่มีการเตรียมเนื้อหาของสารให้ชัดเจนแจ่มแจ้งต่อเนื่อง การเลือกสื่อและช่องทางก็ไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) จะยังทำให้การสื่อสารมีน้ำหนักและได้รับความสนใจจากผู้รับสารมากยิ่งขึ้น ปัจจัยที่ทำให้ผู้ส่งสารน่าเชื่อถือประกอบด้วย

1. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ความสามารถเข้ากันได้กับผู้อื่น ความเป็นมิตรสุภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม

2. ความสามารถหรือความเชี่ยวชาญ (Competent หรือ Expertness) ที่ผู้ส่งสารมีความรอบรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับงานของตน

3. ความคล่องตัว (Dynamic) ประกอบด้วยความจริงใจ ความเข้าใจผู้อื่น ความมีอำนาจและการกระตือรือร้น

โรเจอร์ส (Rogers, 1971) ยังสรุปถึงประสิทธิภาพของการสื่อสารว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด คือการที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารมีคุณลักษณะเหมือนกัน (Homophily) จะนำไปสู่ความน่าเชื่อถือกว่า ช่องทางการสื่อสารจะเป็นวิธีการที่ผู้ส่งสารจะนำข่าวสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งแบ่งออกเป็นได้ 2 ลักษณะ คือ

1. ช่องทางสื่อมวลชน (Mass Media Channels) เป็นการถ่ายทอดข่าวสารโดยผ่านสื่อมวลชนทั้งหมดได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้และแพร่กระจายข่าวสาร รวมทั้งเปลี่ยนทัศนคติที่บุคคลเดิมมีอยู่ได้

2. ช่องทางสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channels) เพื่อที่จะถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

การพัฒนาองค์ประกอบสื่อสารระหว่างบุคคล

องค์ประกอบสื่อสารระหว่างบุคคล ได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร เนื้อหาและช่องทางการสื่อสาร การจะพัฒนาการสื่อสารระหว่างบุคคลให้มีประสิทธิภาพ จะต้องพัฒนาด้านองค์ประกอบเหล่านี้ คือ

1. องค์ประกอบเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ได้แก่

1.1 การเปิดใจ (Openess) เป็นความตั้งใจที่จะเปิดเผยตนเองต่อคู่สื่อสาร เพื่อให้ทราบถึงความคิด ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ ความรู้สึกที่แท้จริง การเปิดเผยตนเองจะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเอง ใจกว้างใจและสามารถทำนายการสื่อสารได้มากขึ้นแต่ทั้งนี้การเปิดเผยต้องมีขอบเขตที่เหมาะสมการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองโดยมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จะทำให้รับรู้ถึงความคิดความรู้สึกของแต่ละฝ่ายได้

1.2 ความสามารถในการเอาใจเขามาใส่ใจเรา (Empathy) จะช่วยให้สามารถรับรู้ความรู้สึก ความคิดเห็นของผู้อื่นในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ จะมีส่วนช่วยให้คู่สื่อสารสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการสื่อสารของคนให้เป็นที่พอใจ ส่งผลให้การสื่อสารดำเนินไปอย่างราบรื่น

1.3 การมีทัศนคติเป็นบวก (Positiveness) ซึ่งกันและกันจะทำให้เกิดความรู้สึก ร่วมในการสื่อสาร

1.4 ให้การสนับสนุนหรือคล้อยตาม (Supportiveness) จะเป็นปัจจัยหนุนให้ การสื่อสารประสบความสำเร็จมากกว่าการขัดแย้งกัน

1.5 มีความเสมอภาคกัน (Equality) ทั้งสองฝ่ายต้องเรียนรู้ที่จะรับฟังและถ่ายทอด ความคิดเห็น

องค์ประกอบต่าง ๆ ทางคุณลักษณะของคู่สื่อสาร จะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นถ้ามี ปัจจัยทางด้านความเหมือนกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Homophily) ทั้งทางด้านเชื้อชาติ เพศ ศาสนา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมระดับการศึกษา ประสบการณ์ร่วมกัน เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านเนื้อหาและการนำเสนอสาร เป้าหมายของการสื่อสารระหว่าง บุคคล ถ้าการสื่อสารสามารถสร้างความเข้าใจในสารได้ตรงกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร จะเป็นปัจจัยที่กำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสารที่สำคัญ สิ่งที่ช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ คือ ต้องไม่ใช้ภาษาที่ซ้ำซ้อนยากแก่การเข้าใจหรือข้อความเนื้อหาสารต้องชัดเจน ไม่คลุมเครือหรือ รวมทั้งคำนึงถึงอวัจนสารที่ต่างออกไปด้วย เพราะคนมีแนวโน้มจะเชื่อในอวัจนสารมากกว่า อวัจนสาร

3. องค์ประกอบเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลต้องอาศัยการ รับรู้ของคู่สื่อสารทางประสาทสัมผัส ทำให้คู่สื่อสารมองเห็นและได้ยินซึ่งกันและกัน ประสิทธิภาพ ของการสื่อสารระหว่างบุคคลจึงขึ้นอยู่กับ การเสริมสร้างความพร้อมสมบูรณ์ทางร่างกายและ ประสาทสัมผัสของคู่สื่อสารด้วย

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

บุคลิกของผู้พูดเป็นสาเหตุของการโน้มน้าวที่สำคัญของการพูด เมื่อผู้ฟังไม่รู้จริงในเรื่อง ที่ฟัง เมื่อความเห็นถูกแบ่งแยก เมื่อนั้น ผู้พูดมีความหมายมาก การโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกมาจาก สาเหตุ 3 ประการ คือ ประการแรกผู้พูดต้องเป็นผู้มีสติปัญญาลึกซึ้ง มีไหวพริบไหวพริบปัญญา ประกอบด้วยวิจรรณญาณอย่างดี (Intelligence) ประการที่สอง ผู้พูดต้องแสดงให้เห็นว่ามีความ ปรรณนาดีต่อผู้ฟัง มีความตั้งใจจริงที่จะรักษาประโยชน์ให้ (Good Will) ประการที่สาม ผู้พูดต้อง แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้มีนิสัยดี มีศีลธรรม (Good character) คือ เป็นผู้รักความยุติธรรม กล้าหาญ ยับยั้งชั่งใจ เมตตากรุณา โอบอ้อมอารี เสรีนิยม สุภาพรอบคอบ สุขุมพูดจริงทำจริง รักษาคำพูด

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารขึ้นกับปัจจัย 2 ประการ คือ ความสามารถ หรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ปัจจัยทั้ง 2 ประการนี้ ผู้รับสารต้องมองเห็น (Perceive) ว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ไม่ใช่สิ่งที่คุณผู้ส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบ และได้รับการยอมรับความน่าเชื่อถือมิได้มีลักษณะโดด ๆ (Single Characteristic) เหมือนอย่างอายุ เพศ แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสาร มองเห็น รับรู้ และเชื่อ เช่นนั้น ความสามารถ หรือความเป็นผู้ชำนาญเป็นลักษณะที่เฉพาะเจาะจง เช่น เกี่ยวกับภารกิจการงานที่คุณผู้ส่งสารเกี่ยวข้องอยู่ ส่วนความน่าไว้วางใจเป็นลักษณะทั่ว ๆ ไป หรืออาจกล่าวได้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร จะแตกต่างกันไปตามหัวข้อ (Topic) ของสารแต่ละเรื่องไป และแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ (อรรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2537)

ชิมป์ (Shimp A., 1985, p 128.) ได้กล่าวถึงความหมายของความน่าเชื่อถือว่าคุณภาพความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) ก็คือ ชุดของการรับรู้ (An Entire Set of Perception) ที่ผู้รับสารมีต่อผู้ส่งสาร ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 มิติ ดังนี้

1. ความเชี่ยวชาญ (Expertise) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าคุณผู้ส่งสารมีความรู้ มีประสบการณ์ มีทักษะและมีความชำนาญทั้งยังมีความสามารถในการสื่อสารเรื่องใดเรื่องหนึ่ง
2. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่า ผู้ส่งสารมีความซื่อตรง อบอุ่นใจเมื่อได้ใกล้ชิดหรือสื่อสารด้วย
3. ความคล่องแคล่ว (Dynamic) หมายถึง การที่ผู้รับสารประเมินว่าคุณผู้ส่งสารมีลักษณะกระตือรือร้น มีการตื่นตัวรวดเร็ว เป็นต้น
4. ความมีศักยภาพ (Potential) ในที่นี้หมายรวมถึง ปัจจัยอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปร่างที่สง่างาม เสียง น้ำเสียง ตลอดจนการที่มีหน้าดี เป็นต้น

อาจกล่าวได้ว่า ความน่าเชื่อถือก็คือ การที่ผู้รับสารเห็นว่าผู้ที่ทำการติดต่อสื่อสารด้วย หรือผู้ส่งสารมีความน่าไว้วางใจ (Trustworthy) มีความสามารถ (Competent) และมีความเชี่ยวชาญ (Expertise)

กล่าวโดยสรุปถึงกรอบแนวความคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) ได้ว่าเป็นการศึกษาถึงการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อตัวแหล่งข่าวสารหรือผู้ถ่ายทอดข่าวสาร ในแง่ที่ว่าน่าเชื่อถือหรือยอมรับได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ความน่าเชื่อถือดังกล่าวประเมินจากบุคลิกลักษณะของผู้ส่งสาร ซึ่งในที่นี้คือ สื่อบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ของสำนักงานประกันสังคม ที่รับรู้โดยผู้รับสารใน 3 ประการหลักต่อไปนี้ คือ

1. ความน่าไว้วางใจ แปลความหมายในเชิงรูปธรรม คือ ความรู้สึกเป็นมิตร อธิยาศัยดี ทำให้อยากซักถาม เมื่อซักถามแล้ว ผู้ประกันตนสนุกสนานที่จะพูดคุยโต้ตอบด้วย

2. ความเชี่ยวชาญสามารถ สำหรับการดำเนินงานในระยะเวลานั้น ผู้ประกันตนจะเชื่อมั่นเจ้าหน้าที่ที่ดูมีประสบการณ์ บรรยายหรือตอบปัญหาได้อย่างกระจ่างชัด และน่าเชื่อถือ

3. ความคล่องแคล่วกระฉับกระเฉง ที่เห็นชัดในระหว่างปฏิบัติงาน และหมายความรวมถึงความกระชับ และชัดเจนในการให้ความรู้ไม่กระทำการซ้ำซากววน

โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และการสังสมทางสังคม

คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่าง ๆ รอบตัวได้หมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้สิ่งต่าง ๆ รอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสาร 2 คน อาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวกันต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่างคือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motives) คนเรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบหาสมาคมกับคนต่างกัน เช่น ถ้าผู้ประกันตนไปติดต่อกับสำนักงานประกันสังคมและได้รับบริการอย่างดี จะเกิดการรับรู้ที่ดีต่อสำนักงานประกันสังคมมากกว่าผู้ประกันตนที่ไปติดต่อราชการแล้วไม่ได้รับบริการหรือไม่ได้รับความร่วมมือ เป็นต้น

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) ซึ่งเกิดจากการสังสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ฉะนั้น คนที่มาจากต่างครอบครัว สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกันจึงมีการรับรู้ในเรื่องต่าง ๆ ต่างกัน

4. สภาพแวดล้อม คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะเปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกัน จึงมีความเชื่อที่น่าเป็นไปได้ว่าผู้ประกันตนที่มีการเปิดรับข่าวสารต่างกันและมีการรับรู้ในเรื่องการประกันสังคมต่างกันจะทำให้ผู้ประกันตนใช้ประโยชน์จากข่าวสารการประกันสังคมแตกต่างกัน

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ตัวอย่าง เช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โตขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยขณะที่มีความรัก เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกายหรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล (Individual Biology or Physical Ability) การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม (Cultural Training) และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล (Personal Psychology)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจข้อมูลข่าวสาร

(Media Uses and Gratification)

ทฤษฎีที่กล่าวถึงความต้องการ ความพึงพอใจของผู้รับสารเป็นหลัก ซึ่งจะช่วยให้สำนักงานประกันสังคมทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกันตน เพื่อเป็นแนวทางให้สำนักงานประกันสังคมสามารถเผยแพร่ข่าวสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอันเป็นประโยชน์อย่างแท้จริงต่อผู้ประกันตน โดยผู้ประกันตนจะทราบสิทธิประโยชน์อันพึงมีพึงได้ จากประโยชน์ทดแทนประเภทต่าง ๆ และสามารถร้องเรียนเมื่อรู้สึกว่าจะไม่ได้รับการบริการที่มีคุณภาพ อีกทั้งได้รับทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารเมื่อต้องการความช่วยเหลือ

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความรู้ข่าวสารการประกันสังคมตลอดจนการนำข้อมูลนั้นมาใช้ประโยชน์กับผู้ประกันตนนั้น จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เนื่องจากเป็นการเน้นการให้ความสำคัญของผู้รับสารเป็นเกณฑ์ โรเจอร์ โกลสส์ (Roger Clausse อ้างถึงใน อุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ได้แบ่งผู้รับสารออกเป็น 4 ประเภทตามลำดับความเข้มที่ได้รับสาร คือ

1. ประชาชนทั่วไป หรือประชาชนที่มีโอกาสได้รับสาร (Potential Receiver)
2. ประชาชนที่สื่อเข้าถึงจริง ๆ (Effective Receiver)
3. คนที่ได้รับสารที่ต้องการให้ได้รับ (Particular Message Receiver)
4. ผู้รับสารที่สารนั้นมีผลกระทบต่อ (Affected Receiver)

จากการวิจัยสื่อสารมวลชนในระยะแรก ๆ มักมุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ในระยะหลัง มีการศึกษาพบว่าผู้รับสารไม่ใช่ผู้ถูกกระทำ (Passive) หรือถูกป้อนอย่างเดียว แต่มีการกระทำ (Active) มีบทบาทในลักษณะการเลือกสรร แสวงหาและโต้ตอบข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบตัวในชีวิตประจำวัน ซึ่งแบบอย่างของการแสวงหาข่าวสารนี้ มุ่งที่จะศึกษาตัวผู้รับสารมากกว่าที่จะศึกษาตัวสื่อมวลชนหรือผู้ส่งสารโดยตรง

แนวทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้อยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่นักการสื่อสารมวลชน เรียกว่าทฤษฎีหน้าที่ (Functional Perspective) การวิเคราะห์จะตั้งอยู่บนความ

เชื่อว่าพฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมต้องเกี่ยวข้องกับเชิงหน้าที่ต่อกัน และมีความสัมพันธ์กันสร้างเป็นระบบ ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์จึงอาจอธิบายได้ว่า เกิดขึ้นจากความต้องการ (Needs) ซึ่งในแต่ละบุคคลมีที่มาแตกต่างกัน การเปิดรับสื่อมวลชนเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานการณ์สังคม ถึงแม้ว่าการใช้สื่อมวลชนไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุก ๆ ด้าน แต่เป็นที่น่าสนใจว่าน่าจะเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่าง เช่น ต้องการข้อมูลข่าวสารบางอย่างเพื่อประโยชน์เกี่ยวกับการรับบริการหรือประโยชน์ทดแทนจากสำนักงานประกันสังคม การบริโภคสื่อจึงถือได้ว่าเป็นตัวแปรที่ช่วยให้ระบบสังคมของมนุษย์เข้าสู่สมดุล และทำให้มนุษย์มีศักยภาพในการปฏิบัติหน้าที่ตามปกติได้ดียิ่งขึ้น การเปิดรับข่าวสารของบุคคลจึงเป็นปฏิกริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบชีวิตอยู่ได้อย่างปกติ

อุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวถึงทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจว่าจะเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องซึ่งความต้องการ แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจที่ติดตามจะเชื่อมโยงต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่

การศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีนี้ทำให้มองเห็นว่า ผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อสารมวลชนเท่านั้นยังมีบทบาทมากขึ้น ผู้รับสารมีการเรียกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกที่จะรับเนื้อหาของสารตามความพอใจของตน ทำให้เกิดการวางแนวความคิดใหม่ซึ่งถือว่าการสื่อสารนั้นผู้รับสารถือเป็นตัวจักรสำคัญที่จะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก แคทซ์ (Katz, 1974) ได้สรุปว่าในการศึกษาตามแนวทางทฤษฎีนี้ มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า

1. มนุษย์จึงใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้รับสาร แต่มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2. การใช้สื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ ที่อาจตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนจากความสนใจหรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้น

5. มนุษย์เป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

การศึกษาเรื่องความต้องการเกี่ยวกับสื่อหรือเหตุผลการใช้สื่อได้แนวความคิดมาจากการวิจัยของ แคทซ์ และคณะ (Katz and others, 1974) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล เขาได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร ความพึงพอใจจากการเปิดรับ

สื่อมวลชน โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในด้านต่าง ๆ เรียกว่า Classification of Media-Related Needs ดังนี้

ก. ลักษณะความต้องการ (Mode)	ข. เป้าหมายการติดต่อบุคคลต่อสิ่งภายนอก (Connection)	ค. บุคคลหรือสิ่งของที่มีมนุษย์โยงการติดตั้งไปสู่ (Reference)
1. ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น	1. การติดต่อเพื่อรับข่าวความรู้	1. ตนเอง
2. ต้องการให้ลดน้อยลง	2. การติดต่อเพื่อความพอใจเพื่อประสิทธิภาพทางอารมณ์	2. ครอบครัว
3. ต้องการให้ได้มา	3. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ	3. เพื่อนฝูง
	4. การติดต่อเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์	4. สังคม รัฐบาล
		5. ธรรมเนียม วัฒนธรรม
		6. โลก
		7. สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องการประกันสังคมจากสื่อต่าง ๆ ของผู้ประกันตน มีผลงานที่เกิดขึ้นในระหว่างปี พ.ศ. 2539-2545 สรุปประเด็นผลงานได้ดังนี้

1) งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร

นิศารัตน์ จันทระประภา (2545) ศึกษาเรื่องแผนประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคม ความรู้และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการประกันสังคมของผู้ประกันตนในสถานประกอบการขนาดเล็ก พบว่าผู้ประกันตนมีระดับความรู้และการใช้ประโยชน์จากข่าวสารการประกันสังคมระดับต่ำและมีความสัมพันธ์กันระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการประกันสังคมกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวสารดังกล่าว

2) งานวิจัยเกี่ยวกับการประกันสังคม

อบทิพย์ พุกกะวรรณะ (2539) ศึกษาการประชาสัมพันธ์งานประกันสังคมในสวนภูมิภาคและจังหวัดลำพูน ผลการวิจัยพบว่า สื่อที่นายจ้าง ลูกจ้าง ผู้ประกันตนต้องการให้เผยแพร่มากที่สุด ตามลำดับดังนี้

17.81% เอกสารเผยแพร่ แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ จุลสาร จดหมายข่าว

15.11% จัดอบรม/ประชุมชี้แจงความรู้และแนวปฏิบัติงานประกันสังคม

13.77% โทรทัศน์โดยแยกเป็น

ช่อง 7 = 45.65 %

ช่อง 3 = 29.34 %

ช่อง 9 = 11.95 %

ช่อง 5 = 8.69 %

ช่อง 11 = 4.34 %

13.77% ส่งจดหมายข่าวถึงสมาชิก

13.62% จัดประกันสังคมเคลื่อนที่ไปยังสถานประกอบการ

8.98% หนังสือพิมพ์

6.28% จัดหลักสูตรในชั้นเรียนการศึกษา

6.13% วิทยุ

1.04% จัดนิทรรศการ ป้ายประกาศ

ส่วนสื่อที่ทำให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจ มากที่สุดคือ การมาติดต่อ ณ สำนักงานประกันสังคมถึง 22.57% (มาติดต่อด้วยตนเอง 79% และโทรศัพท์สอบถาม 21%) รองลงมาคือ 16.47% ได้รับความรู้จากเอกสารเผยแพร่ แผ่นปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ และจดหมายข่าว ในจังหวัดซึ่งจัดทำโดยเฉลี่ยเดือนละ 2-4 ฉบับ เป็นประจำ ลำดับสุดท้ายคือ 0.79% จากนิทรรศการและป้ายประกาศ

จงกล เกตุพิชัย (2539) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ประกันตนต่อบริการประกันสังคมเคลื่อนที่จังหวัดสุพรรณบุรี สรุปผลเกี่ยวกับความรู้ผู้ประกันตนเกี่ยวกับพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 ดังนี้

ผู้ประกันตนร้อยละ 49.6 มีความรู้เกี่ยวกับพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 และส่วนใหญ่เห็นว่าได้รับการบรรยายของเจ้าหน้าที่ประกันสังคมมาก คิดเป็นร้อยละ 40.6 และคิดว่าได้รับความรู้มากที่สุด (ร้อยละ 5.3) ส่วนที่คิดว่าได้รับความรู้น้อยที่สุด (ร้อยละ 20.1)

ผู้ประกันตนส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากการบรรยายของเจ้าหน้าที่ประกันสังคม ทั้งนี้ เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับ ปวช.-ปวส. สามารถรับรู้และทำความเข้าใจกับ ข้อมูลข่าวสารจากแผ่นพับ จากการบรรยาย หรือสื่อทางอื่น ๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ ได้ดีกว่ากลุ่มที่มี ระดับการศึกษาต่ำกว่า

นอกจากเจ้าหน้าที่แล้ว นายจ้างยังเป็นสื่อบุคคลที่มีความสำคัญสำหรับสถาน ประกอบการขนาดเล็กหรือสถานประกอบการในส่วนภูมิภาคพบว่า จากการศึกษาเรื่อง การ ประชาสัมพันธ์งานประกันสังคม กรณีศึกษาในจังหวัดนครนายก โดยชัยวัฒน์ พันธุ์พานิช (2539) สรุปว่า ลูกจ้าง ผู้ประกันตนในจังหวัดนครนายก ส่วนใหญ่ร้อยละ 57.5 ได้รับข่าวสารจากนายจ้าง โดยตรง นอกจากนั้น จากสื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ และรับทราบจากกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เพียงร้อยละ 7.5 ร้อยละ 61.5 ของลูกจ้าง ได้รับเอกสารเผยแพร่ที่เป็นแผ่นพับ ส่วนที่เหลือร้อยละ 38.5 ไม่เคยได้รับ สื่อแผ่นพับเลย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาถึงความรู้ความเข้าใจของลูกจ้าง ในขั้นตอนของการ รับประโยชน์ทดแทนในระดับปานกลาง ที่มีจำนวนร้อยละ 62.0

จงจิตต์ พุทธนวรรตน์ (2540) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของนายจ้าง ลูกจ้าง ในโครงการประกันสังคม สรุปว่า ลูกจ้างส่วนมากร้อยละ 60.6 ได้รับข่าวสารจากบุคคลในสถาน ประกอบการ รองลงมา ร้อยละ 41.3 จากเอกสารแผ่นพับ ร้อยละ 36 จากโปสเตอร์ ฝ่ายบุคคลใน สถานประกอบการมีความสำคัญมากที่สุดสำหรับลูกจ้าง ในขณะที่เอกสารแผ่นพับสำคัญที่สุด สำหรับกลุ่มนายจ้าง แสดงให้เห็นว่า กลุ่มลูกจ้างเป็นกลุ่มที่ต้องให้การดูแลช่วยเหลือในด้านการให้ คำแนะนำมากกว่ากลุ่มนายจ้าง ที่สามารถทำความเข้าใจกับเอกสาร ของสำนักงานประกันสังคม ด้วยตนเอง

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเป็นแนวทาง สำคัญในการศึกษา การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเรื่องประกันสังคมจากสื่อเฉพาะกิจที่เรียกว่า ศูนย์บริการข้อมูล 1506 ของสำนักงานประกันสังคม เพื่อดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ การ ประชาสัมพันธ์ของสำนักงานประกันสังคมอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจึงไม่อาจละเลย ต่อการศึกษาข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเหล่านี้เพื่อที่จะได้ทราบถึงปัจจัย ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข ซึ่งจะช่วยกำหนดทิศทางการวางแผนประชาสัมพันธ์และปฏิบัติตาม แผนอย่างถูกต้องเหมาะสมต่อไป

ตัวแปรที่ใช้สำหรับการสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระหรือตัวแปรต้น ประกอบด้วยปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่
 - 1.1 เพศ
 - 1.2 อายุ
 - 1.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - 1.4 ระดับการศึกษา
 - 1.5 อาชีพ
 - 1.6 ตำแหน่ง
 - 1.7 สถานที่ทำงาน
2. ตัวแปรตาม ได้แก่
 - 2.1 ความพึงพอใจจากการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506
 - 2.2 ความคาดหวังจากการใช้บริการศูนย์บริการข้อมูลประกันสังคม 1506

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม

