

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “วิธีการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการวิทยุ Club Friday การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ฟัง” ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร
2. แนวคิดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร
3. แนวคิดวิธีการนำเสนอรายการวิทยุ
4. แนวคิดเกี่ยวกับการให้การปรึกษา
5. แนวคิดเกี่ยวกับความคิด
6. แนวคิดพฤติกรรมกรเปิดรับสาร
7. แนวคิดเกี่ยวกับการคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสาร
8. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสาร

โดยปกติแล้วความหมายของการสื่อสารก็คือการเชื่อมโยงความรู้สึกต่างๆ ของบุคคลที่ทำการสื่อสารเข้าด้วยกัน ถ้าบุคคลสองคนพยายามพูดและฟังซึ่งกันและกันอย่างตั้งใจแล้ว การสื่อสารนั้นก็น่าจะประสบผลดีโดยไม่เกิดช่องว่างขึ้นแต่อย่างใด ส่วนการเอาแต่พูดอย่างเดียวโดยไม่พยายามสื่อความเข้าใจกันให้แจ่มแจ้ง ย่อมไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร เช่นผู้บังคับบัญชาพูดกับผู้ใต้บังคับบัญชาโดยไม่ยอมฟังเสียงผู้ใต้บังคับบัญชาเลย ปล่อยให้เป็นการสื่อสารทางเดียว และผู้ใต้บังคับบัญชาก็หาได้ตั้งใจฟัง เช่นนี้ย่อมไม่อาจประสบความสำเร็จในการสื่อสารได้เลย (ฉัตรนันทอนวัชศิริวงศ์, 2533: 15)

การสื่อสารที่ไม่ได้ผลหรือประสบความล้มเหลว (communication breakdown) มักจะเห็นได้ในการสื่อสารที่ยอมให้ช่องว่างระหว่างกรอบอ้างอิงเข้ามามีอิทธิพลเหนือการสื่อสารระหว่าง

บุคคล เช่น พ่อแม่ที่พูดกับลูกไม่รู้เรื่องก็จะถูกลูกมองว่าเป็นคนเซย ไม่ทันโลก ไม่เห็นความสำคัญของตน ส่วนพ่อแม่ก็จะมองว่าลูกไม่เอาถ่าน ไม่รักดี รู้น้อย เนื่องจากมีกรอบอ้างอิงแตกต่างกันนั่นเอง (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533: 16)

การสื่อสารเป็นกระบวนการที่จะต้องมีการปฏิสัมพันธ์ การสื่อสารของบุคคลเป็นการนำเอาประสบการณ์มารวมกันเข้า การส่งและแปลความหมายไม่อาจสร้างความเข้าใจให้เกิดขึ้นได้ ถ้าไม่มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างภายในและภายนอกของแต่ละบุคคล (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533: 18) ดังนี้

1. ปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Interaction) เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างภายนอกกับภายในของแต่ละบุคคลเฉพาะตัว เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเสริมสร้างประสบการณ์ บุคคลจะตีความสิ่งรอบตัวที่เกิดขึ้นเหมือนหรือแตกต่างไปจากบุคคลอื่น ก็เนื่องมาจากปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบุคคล

2. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Interaction) เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่านั้น เป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น เพราะแต่ละคนย่อมต้องมีการปรับปฏิสัมพันธ์ภายในตัวบุคคลของตนให้สามารถสื่อสารกับบุคคลอื่นได้เป็นอย่างดี

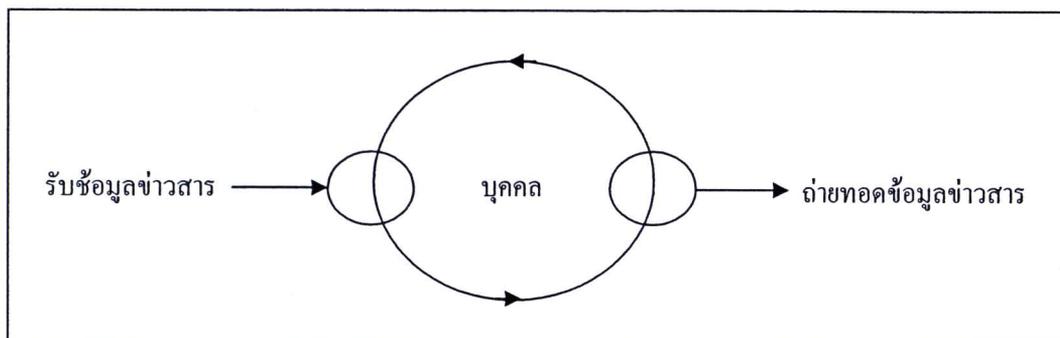
พฤติกรรมสื่อสารของบุคคลอาจจะเป็นพฤติกรรมที่ใช้ถ้อยคำ ได้แก่ คำพูด ข้อความที่เขียน เรียกว่า การสื่อสารเชิงวัจนะ (Verbal Communication) หรือเป็นพฤติกรรมที่ไม่ใช้ถ้อยคำ เช่น สายตา ท่าทาง หรือแสดงออกทางสีหน้า เรียกว่า การสื่อสารเชิงอวัจนะ (Non-Verbal Communication) โดยปกติแล้วพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งเป็นองค์ประกอบของเนื้อหาหรือข่าวสาร จะต้องเป็นพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถตีความได้ (ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533: 20)

### ระบบพื้นฐานของการสื่อสาร

การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารย่อมต้องมีความเข้าใจในระบบพื้นฐานของการสื่อสารซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 ระบบด้วยกันคือ

1. ระบบการสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication System)
2. ระบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication System)
3. ระบบการสื่อสารในวัฒนธรรมสังคม (Sociocultural Communication)

ระบบทั้งสามนี้จะอธิบายให้เห็นชัดโดยแผนภาพ (ถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2533: 21) ดังนี้  
**แผนภาพที่ 1** แสดงแผนภาพระบบการสื่อสารของแต่ละบุคคล



แต่ละบุคคลจะมีระบบการรับและถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารดังในรูป ลูกศรแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการรับและส่งสาร การรับสารนั้นเราจะได้รับจากบุคคลที่เรากระทำการสื่อสารด้วย ในทำนองเดียวกันก็จะส่งสารให้บุคคลอื่นเช่นกัน เพราะมนุษย์ไม่อาจดำรงชีวิตอยู่ได้โดยไม่มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ความต้องการมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนี้เป็นที่มาของการสื่อสารระหว่างบุคคล

**การสื่อสารระหว่างบุคคล** หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ ความคิด ความรู้สึก และความ ต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตอบสนอง โดยปกติแล้วจะเป็นการสื่อสารโดยการพูดที่ผู้พูดและผู้ฟังปรากฏตัวต่อหน้ากัน สารที่สื่อกันนั้นประกอบด้วยวจนสารและอวจนสาร และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้จำนวนผู้ร่วมในการสื่อสารมีจำนวนน้อย อาจจะมีจำนวน 2 คน 3 คน หรือ 6 คน จำนวนสูงสุดจะเป็นเท่าไหนดั้นขึ้นอยู่กับว่าการสื่อสารนั้น ยังคงอยู่ในหลักเกณฑ์ 3 ประการของการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือไม่ หลักเกณฑ์ 3 ประการดังกล่าว ได้แก่

1. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารจะต้องอยู่ใกล้ชิดกัน
2. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร
3. โครงสร้างของการสื่อสารมีความยืดหยุ่นสูงทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา

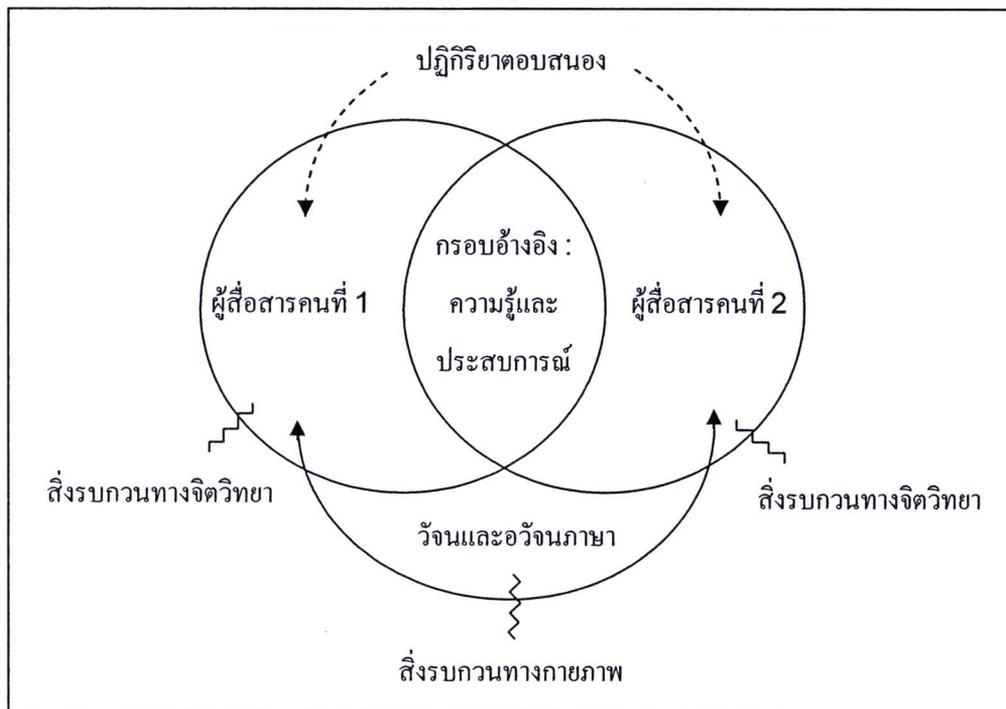
องค์ประกอบสำคัญจะแสดงด้วยแผนภาพการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปฏิกิริยาต่อเนื่องของบุคคล 2 คน กับทั้งมีสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงเสมอ ได้แก่ กรอบอ้างอิงหรือความรู้ และประสบการณ์ร่วม และสิ่งรบกวนซึ่งมีทั้งสิ่งรบกวนทางกายภาพ เช่น เสียงรบกวน เสียง



สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
ห้องสมุดภาษาไทย  
วันที่..... 21.ธ.ค. 2555  
เลขทะเบียน..... 248224  
เลขเรียกหนังสือ.....

คอยจนได้ยืนไม่ขัด ฯลฯ และสิ่งรบกวนทางจิตวิทยา เช่น ความวิตกกังวล ความกลัว ฯลฯ (ถิรนนท์  
อนวัชศิริวงศ์, 2533: 23)

แผนภาพที่ 2 แสดงแผนภาพการสื่อสารระหว่างบุคคล



การที่เราเห็นความสำคัญของการสื่อสารและทำความเข้าใจในกระบวนการสื่อสาร ว่าการสื่อสารดำเนินไปได้อย่างไร ทำไมคนเราจึงสื่อสารกันในแบบนี้ๆ ทำไมบางครั้งการสื่อสารจึงประสบความสำเร็จ และบางครั้งก็ประสบความสำเร็จ เหล่านี้จะทำให้เราเข้าใจและยอมรับว่าทุกคนสามารถพัฒนาทักษะของการสื่อสารได้ ทั้งในฐานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร อันเป็นแนวทางช่วยให้การสื่อสารกับบุคคลอื่นของเราเกิดผลที่น่าพอใจ และเป็นผลดีแก่ตัวเราเองกับผู้ที่เราสื่อสารด้วย (ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2533: 25)

### องค์ประกอบของการสื่อสาร : ตัวกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร

องค์ประกอบต่างๆ ของกระบวนการสื่อสารเป็นตัวกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร หากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงการสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลมาก หากองค์ประกอบมีประสิทธิภาพต่ำการสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลน้อย องค์ประกอบจึงเป็นตัวการในการที่จะเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร ในกระบวนการการสื่อสารนั้นนอกจากองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบจะมีความสัมพันธ์กัน มีผลกระทบซึ่งกันและกันแล้ว ยังมีผลต่อการสื่อสารด้วย ดังนั้นหากผู้ส่งสารมี

ประสิทธิภาพ แต่สื่อและผู้รับสารด้วยประสิทธิภาพก็จะทำให้ประสิทธิผลของการสื่อสารด้อยลงไป ในทำนองเดียวกันหากผู้ส่งสารด้วยประสิทธิภาพ หากสารไม่ชัดเจนแม้จะมีสื่อและผู้รับสารที่มี ประสิทธิภาพ การสื่อสารก็ยังด้อยประสิทธิผลเช่นกัน ฉะนั้นการสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากที่สุดก็ ต่อเมื่อองค์ประกอบทุกองค์ประกอบมีประสิทธิภาพสูงที่สุด (ปรมะ สตะเวทิน, 2546: 61)

องค์ประกอบของการสื่อสารมี 4 ประการ ได้แก่ (ชวรัตน์ เชิดชัย, 2535 : 144-150) 1. ผู้ส่ง สาร (Sender) 2. สาร (Message) 3. ช่องทางหรือสื่อ (Channel or medium) 4. ผู้รับสาร (Receiver)

### 1. ผู้ส่งสาร

ผู้ส่งสารก็คือ บุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นสร้างและส่งสารไปยังผู้อื่น ซึ่งก็หมายถึงว่า ผู้ส่งสารก็ คือ ผู้เริ่มต้นการสื่อสารนั่นเอง ในการสื่อสารครั้งหนึ่งๆ นั้น ผู้ส่งสารจะทำหน้าที่เข้ารหัส (Encoding) อันเป็นการแปลสารให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์คิดสร้างขึ้นแทนความคิดได้แก่ ภาษา และอากัปกริยาท่าทางต่างๆ สารที่ถูกเข้ารหัสแล้วนี้จะถูกผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารโดยผ่าน ทางติดต่อทางใดทางหนึ่ง เช่น ถ้าผู้ส่งสารต้องการส่งสารอย่างหนึ่งไปถึงผู้รับสารที่อยู่ห่างไกลกับ ตนอย่างรวดเร็ว ผู้ส่งสารก็อาจเลือกใช้วิธีการอย่างใดอย่างหนึ่ง ได้แก่ โทรเลข โทรศัพท์ จดหมาย อันจะเป็นวิธีที่เหมาะสมและเป็นไปได้ที่สุดเพื่อจะให้สารนั้นไปถึงยังผู้รับสาร ดั่งนั้นโดยทั่วไปแล้ว ในสถานการณ์การสื่อสารหนึ่งๆ นั้น ผู้ส่งสารจะเป็นบุคคลหนึ่งที่มีความสำคัญในการที่จะเป็นผู้ เริ่มต้นสื่อสาร เป็นบุคคลแรกที่จะทำให้กระบวนการในการสื่อสารเกิดขึ้น

### ปัจจัยของผู้ส่งสาร

#### ก. ทักษะในการสื่อสาร

ทักษะในการสื่อสารหมายถึง ความสามารถ ความชำนาญในการสื่อสาร ทักษะใน การสื่อสารเชิงวจนะ แบ่งออกได้เป็น 5 ประการ คือ ทักษะในการเขียนและพูด ซึ่งเป็นทักษะในการ เข้ารหัส ทักษะอีก 2 ชนิดคือ การอ่านและการฟัง ซึ่งเป็นทักษะในการถอดรหัส ทักษะชนิดที่ 5 คือ ความคิดหรือการใช้เหตุผล ส่วนทักษะในการสื่อสารเชิงอวจนะ ได้แก่ อากัปกริยา การเขียนภาพ การวาดภาพ ซึ่งเป็นทักษะในการเข้ารหัส การดู ซึ่งเป็นทักษะการถอดรหัส เป็นต้น (ปรมะ สตะ เวทิน, 2538 : 62-66)

ในฐานะของผู้ส่งสารทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อผู้ส่งสาร 2 ประการ คือ

1. ทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อความสามารถของผู้ส่งสาร ในการวิเคราะห์ วัตถุประสงค์ และเจตนาารมณ์ของตน กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อความคิดของผู้ส่งสาร

สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความคิดของผู้ส่งสารก็คือ ภาษา ทักษะในการเขียน ทักษะในการพูด ทักษะในการอ่าน และทักษะในการฟัง ก็คือ ทักษะด้านภาษานั้นเอง ภาษาที่มีอิทธิพลต่อผู้ส่งสาร 3 ประการ คือ 1. คิดเรื่องอะไร 2. คิดอย่างไร และ 3. คิดหรือไม่

2. ทักษะในการสื่อสารมีอิทธิพลต่อความสามารถในการเข้ารหัสสารซึ่งแสดงเจตนาารมณ์หรือความคิดของผู้ส่งสาร ในการเข้ารหัสสารซึ่งแสดงเจตนาารมณ์ของตนนั้น ผู้ส่งสารจำต้องมีทักษะที่จำเป็นในการเข้ารหัส เช่น ในการเข้าเรียน ผู้ส่งสารจำต้องมีทักษะที่จำเป็นในการเข้ารหัสที่ดี จะมีศัพท์เพียงพอที่แสดงความคิดของตนเองได้ ในการใช้คำแทนที่จะใช้คำยากๆ ก็จะเลือกใช้คำง่ายๆ ที่สามารถแสดงความหมายได้ชัดเจนที่สุด

#### ข. ทศนคติ

ทศนคติคือความมีใจโน้มเอียงที่จะมีปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง กล่าวอีกนัยหนึ่ง ทศนคติก็คือท่าที หรือความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในการสื่อสารของมนุษย์นั้น ทศนคติของผู้ส่งสาร เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิผลของการสื่อสาร ทศนคติของผู้ส่งสารสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประการคือ

##### 1. ทศนคติต่อตนเอง (Attitude toward self)

ผู้ส่งสารจะประสบผลสำเร็จในการสื่อสารมากน้อยเพียงใดนั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับทศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อตนเอง เป็นการประเมินตนเอง ก่อนทำการสื่อสารหากผู้ส่งสารมีทศนคติที่ดีต่อตนเอง มีความมั่นใจในตัวเอง เชื่อว่าตนเองมีความสามารถ โอกาสที่ผู้ส่งสารจะประสบผลสำเร็จในการสื่อสารก็มีมาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสารมีทศนคติที่ไม่ดีต่อตนเอง ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง ไม่คิดว่าตนเองจะมีความสามารถโอกาสที่จะประสบผลสำเร็จในการสื่อสารก็จะน้อย

##### 2. ทศนคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร (Attitude toward subject Matter)

นอกจากทัศนคติต่อตนเองแล้ว ทัศนคติที่ผู้ส่งสารมีต่อเรื่องที่จะทำการสื่อสารก็จะเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่มีผลต่อประสิทธิภาพต่อการสื่อสาร ในการสื่อสารนั้นหากผู้ส่งสารไม่มีความเชื่อ ไม่เลื่อมใส ไม่พอใจ หรือมีทัศนคติที่ดีต่อเรื่องที่จะทำการสื่อสารแล้ว ผู้ส่งสารก็จะขาดความมั่นใจ ไม่อยากที่จะทำการสื่อสาร และทำการสื่อสารไม่ได้ดี ยกตัวอย่างเช่น เซลส์แมนไม่มีความเลื่อมใสในสินค้าที่เสนอขาย ก็คงจะรู้สึกลำบากใจในการที่จะเสนอขายสินค้าแก่ลูกค้า ในทางตรงกันข้าม หากเขามีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้าที่จะเสนอขาย เขาก็คงสบายใจและสามารถที่จะอธิบายสรรพคุณของสินค้าได้เป็นอย่างดี โอกาสที่จะประสบผลสำเร็จในการขายก็จะมีมาก

### 3. ทัศนคติต่อผู้รับสาร (Attitude toward receiver)

ทัศนคติประการที่สามของผู้ส่งสารที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพของผู้ส่งสารและประสิทธิภาพของการสื่อสารก็คือ ทัศนคติของผู้ส่งสารต่อผู้รับสาร ทัศนคติของผู้รับสารจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ส่งสาร ต่อสารของผู้ส่งสาร และต่อปฏิกิริยาของผู้รับสาร เช่น ผู้ส่งสารมีความรู้สึกที่ดี มีความพอใจในตัวผู้รับสาร ก็อยากจะทำกรสื่อสารด้วย และหาคำพูดที่เหมาะสม เป็นที่น่าพอใจของผู้รับสาร โอกาสที่จะประสบผลสำเร็จในการสื่อสารก็จะมีมาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสารไม่ชอบผู้รับสาร ก็ไม่อยากจะทำการสื่อสารด้วย เป็นการพูดแบบขอไปที โดยไม่คำนึงว่าผู้รับสารจะรู้สึกอย่างไร โอกาสที่จะประสบผลสำเร็จในการสื่อสารก็จะมีน้อย เรื่องทัศนคติของผู้ส่งสารต่อผู้รับสารมีปฏิกิริยาต่อผู้รับสารนั้น ก็เหมือนกับคำกลอนในเรื่องพระอภัยมณีที่ว่า “แม่ใครรักรักมั่งซังซังตอบ” นั่นเอง เป็นจิตวิทยาของมนุษย์หากใครชอบเรารักเรา ก็พอใจและชอบคนนั้นเหมือนกัน

#### ค. ความรู้

ปัจจัยประการที่สามที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้ส่งสารก็คือความรู้ คนที่ไม่มีความรู้ย่อมไม่สามารถที่จะพูดหรือเขียนได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามในการสื่อสารนั้นความถูกต้อง และประสิทธิภาพของการสื่อสารขึ้นอยู่กับความรู้ 2 ประเภท คือ

1. ความรู้เรื่องที่จะสื่อสาร หมายถึงความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะทำการสื่อสาร เช่น จะพูดเรื่องประชาธิปไตย ผู้พูดก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องประชาธิปไตยดีพอถึงจะสามารถพูดให้คนอื่นรู้และเข้าใจได้ จะขายสินค้าก็ต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณภาพ ประโยชน์และกลไกการทำงานของสินค้านั้น เป็นต้น หากผู้ส่งสารมีความรู้เรื่องที่จะ

สื่อสารดี โอกาสที่การสื่อสารจะประสบผลสำเร็จก็จะมีมาก ในทางตรงกันข้ามหากผู้ส่งสารไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ ดีพอประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะด้อยลงไป

2. ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร นอกจากจะมีความรู้เรื่องที่จะทำการสื่อสารแล้ว ผู้ส่งสารยังจะต้องมีความรู้เรื่องกระบวนการการสื่อสารด้วย ทั้งนี้เพราะกระบวนการในการสื่อสารนั้น มีองค์ประกอบหลายองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน แต่ละองค์ประกอบล้วนมีความสำคัญต่อผลของการสื่อสารทั้งสิ้น เรามักจะมีประสบการณ์อยู่เสมอว่าคนบางคนมีความรู้ดีแต่ทำการสื่อสารไม่ได้ดี ที่เป็นเช่นนี้เพราะบุคคลนั้นมีแต่ความรู้ในสิ่งที่ตนจะพูด แต่ไม่มีความรู้ในเรื่องกระบวนการการสื่อสาร ไม่รู้ว่าตนเองถนัดพูดหรือถนัดเขียน ไม่รู้ว่าจะพูดกับคนประเภทหนึ่งอย่างไร จะพูดกับคนอีกประเภทหนึ่งอย่างไร ไม่รู้ว่าจะทำการสื่อสารด้วยการพูดหรือการเขียนกับคนบางประเภท ไม่รู้ว่าจะใช้สื่อชนิดใดในการสื่อสาร

ดังนั้นผู้ส่งสารที่มีประสิทธิภาพจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จะพูดเป็นอย่างดีและมีความรู้ความสามารถในการที่จะวิเคราะห์ตนเอง สาร สื่อ และผู้รับสารเป็นอย่างดีด้วย

### ง. สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม

คนเป็นสมาชิกของสังคม และมีสถานภาพของตนในสังคม และวัฒนธรรมของสังคมที่ตนเป็นสมาชิก สถานภาพต่างๆ ของผู้ส่งสารจึงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร ตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ ศักดิ์ศรี ความเชื่อ และค่านิยมทางวัฒนธรรม พฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับในสังคม พฤติกรรมที่ต้องกระทำตามวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ส่งสาร และเป็นสิ่งที่คนอื่นในสังคมคาดหวังว่า ผู้ส่งสารควรจะทำปฏิบัติอย่างไรในการสื่อสาร เช่นนายร้อยอาจจะพูดกับนายพลในลักษณะหนึ่ง พูดกับพลทหารอีกลักษณะหนึ่ง ผู้จัดการอาจพูดลักษณะหนึ่งกับเลขานุการของตนและพูดอีกลักษณะหนึ่งกับประธานบริษัท สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรมจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ การเข้ารหัส และการสร้างสาร ความหมาย การเลือกใช้สื่อและการรับสารของผู้ส่งสาร

คนที่อยู่ในสังคมเดียวกันแต่มีสถานภาพในสังคมต่างกัน ย่อมทำการสื่อสารต่างกันคนที่มีวัฒนธรรมต่างกันก็ทำการสื่อสารต่างกันด้วย ปัญหาที่สำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ก็คือ ความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของผู้ทำการสื่อสาร ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความคิดและพฤติกรรมในการสื่อสารของคน



มณฑล ไบบัว (อ้างถึงใน ศิริพันธ์ ลิมนชัยพรกุล, 2545 : 11) ได้เสนอความคิดว่าผู้ส่งสารที่ดีควรมีคุณสมบัติขั้นพื้นฐานคือ

1. เป็นผู้มีความมั่นใจที่จะให้ผู้อื่นรับรู้ความประสงค์ของตน
2. เป็นผู้มีความเข้าใจเพียงพอในเนื้อหาเรื่องราวที่ตนมีความประสงค์จะสื่อสารกับผู้อื่น ผู้ส่งสารจะต้องพัฒนาตนเองให้มีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนั้นอย่างถ่องแท้
3. เป็นผู้มีความพยายามที่จะเข้าใจความสามารถและความพร้อม ในการรับสารของผู้ที่ตนจะสื่อสารด้วย
4. เป็นผู้ที่ใช้จักใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการนำเสนอต่อผู้รับสาร

### ผู้ดำเนินรายการในฐานะผู้ส่งสาร

ผู้ประกาศและผู้ดำเนินรายการที่ดี มิใช่ที่จะดีแต่เสียงหรืออ่านเก่งพูดเก่งแต่อย่างเดียวเท่านั้น หากแต่ต้องระลึกรู้อยู่เสมอว่าหน้าที่ของผู้ประกาศและผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น เป็นหน้าที่พิเศษ และสำคัญยิ่งต่อประชาชนและต่อประเทศชาติ ยิ่งถ้าเป็นผู้ประกาศหรือผู้ดำเนินรายการที่ซนะจิตใจได้คะแนนนิยมจากประชาชนแล้ว ยิ่งต้องเอาใจใส่ในข้อนี้ยิ่งขึ้น เพราะผู้ประกาศหรือผู้ดำเนินรายการมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของประชาชนนั่นเอง ความเป็นพลเมืองดีจะสะท้อนให้เห็นในการปฏิบัติหน้าที่ทางวิทยุกระจายเสียง และจะชักจูงให้ผู้ฟังรายการเป็นพลเมืองดีตามไปด้วย หน้าที่ของผู้ประกาศและผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงจึงต้องมีทั้งหน้าที่หลักในการปฏิบัติงาน และหน้าที่พิเศษต่อประเทศชาติและประชาชน (เฉลิมศรี หุ่นเจริญ, 2531 : 460-461)

### คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการทางวิทยุกระจายเสียง

1. ต้องเป็นผู้ที่มีเสียงดีชัดเจน เป็นเสียงที่สามารถส่งบุคลิกของตนได้อย่างเด่นชัด
2. มีความเชื่อมั่นในตนเอง อันเป็นคุณสมบัติที่จะทำให้เสียงที่เปล่งออกมานั้น มีความมั่นใจ มั่นคง ไม่ลังเล อันเป็นลักษณะเสียงที่จะเอาชนะใจคนฟังให้เกิดความเลื่อมใสได้
3. สนใจเอาใจใส่ผู้ฟังทั้งในเวลาปฏิบัติหน้าที่และนอกเวลา แบบเอาใจเขามาใส่ใจเรา และคิดหาเหตุผลเสมอว่าปฏิกริยาที่ผู้ฟังมีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของเรานั้นเพราะเหตุใด ควรจะมีวิธีการปรับปรุงแก้ไขอย่างไร
4. เป็นคนตรงต่อเวลา

5. ใจเย็นไม่ตื่นเต้นตกใจง่ายเกินไปสามารถควบคุมอารมณ์และรู้จักแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ มีการตัดสินใจที่ดี
6. ต้องทำตัวเป็นคนของประชาชน คือ ปรับตัวให้เข้าได้กับคนทุกชั้นทุกประเภท ทั้งในเวลาทำงานและนอกเวลา
7. มีอารมณ์ขัน โบราณยิ้มแย้มแจ่มใส และรื่นเริงเบิกบานอยู่เสมอ โดยเฉพาะในขณะที่กำลังปฏิบัติหน้าที่ เพราะอารมณ์แจ่มใสเบิกบานจะทำให้เสียงที่พูดหรืออ่านฟังรื่นหู พาให้ผู้ฟังติดตามฟังไปได้อย่างเพลิดเพลินตลอดรายการ
8. เป็นผู้ใฝ่ใจค้นหาความรู้ ไม่ยอมหยุดนิ่งอยู่กับที่ โดยเฉพาะในเรื่องของภาษาและการออกเสียง การเปลี่ยนแปลงไปและวิวัฒนาการของภาษาต้องพยายามติดตามให้ทัน และหมั่นฝึกฝนอยู่เสมอ
9. กระตือรือร้นสนใจต่อปัญหาต่างๆ ขำครวญความเคลื่อนไหวของสิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์รอบตัวอยู่เสมอ
10. เป็นคนมีเหตุผล มีรสนิยมดี มีความจริงใจ
11. เป็นผู้มีความประพฤติประจําใจและเป็นพลเมืองดี และที่สำคัญคือ ต้องเป็นผู้มีใจรักงานนี้อย่างแท้จริง

## 2. สาร

สารเป็นองค์ประกอบสำคัญขององค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร อาจกล่าวได้ว่าสารก็คือ เรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารเกิดความคิดขึ้นและต้องการจะส่งหรือถ่ายทอดความคิดนั้นไปสู่การรับรู้ของผู้อื่น (ผู้รับสาร) การส่งสารนั้นก็โดยการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเพื่อแทนความคิดที่เกิดขึ้น เช่น พูด เขียน วาด แสดงอาการหรือกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง ฯลฯ การแสดงพฤติกรรมในการแสดงออกซึ่งความคิดนี้ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดๆ ก็ตาม ย่อมขึ้นอยู่กับทักษะของผู้กระทำทั้งสิ้น

ความสำคัญของสารที่ถูกส่งมาจากผู้ส่งสารก็คือ การทำหน้าที่เราให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมาย และมีปฏิกิริยาตอบสนอง การที่ผู้รับจะรับสารที่ถูกส่งมาในรูปของสัญลักษณ์ได้หรือไม่ นั้น ก็ขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับมีทักษะในการรับสารมากหรือน้อย ซึ่งผู้รับจะแสดงการรับสารอย่างใดอย่างหนึ่งอันเป็นพฤติกรรมการรับสารที่ตรงกับพฤติกรรมของผู้ส่งได้แก่ฟัง อ่าน ดู สังเกต ฯลฯ ผู้รับสาร

ซึ่งมีทักษะในการรับสารได้แก่ ความสามารถในการคิด พิจารณา ความเข้าใจภาษาทั้งพูดและเขียน ย่อมจะช่วยให้พฤติกรรมกรรับสารเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

โดยทั่วไปแล้ว สารประกอบด้วยส่วนประกอบสำคัญ 3 ประการด้วยกันคือ

2.1 รหัสของสาร (Message codes)

2.2 เนื้อหาของสาร (Message content)

2.3 การจัดสาร (Message Treatment)

2.1 รหัสของสาร รหัสของสารก็คือ ภาษา (Language) หรือสัญลักษณ์ (Symbol) หรือสัญญาณ (Signal) ที่มนุษย์คิดขึ้นเพื่อใช้แสดงออกแทนความคิดเกี่ยวกับบุคคลและสรรพสิ่งต่างๆ

2.2 เนื้อหาของสาร เนื้อหาสารที่มนุษย์สื่อสารกันนั้นครอบคลุมมวลความรู้และประสบการณ์ของมนุษย์ที่มนุษย์ต้องการที่จะถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเพื่อความเข้าใจร่วมกัน ดังนั้นเมื่อพูดถึงเนื้อหาของสารแล้วก็จะมีขอบเขตกว้างขวางไม่มีที่สิ้นสุด เราอาจแบ่งเนื้อหาของสารได้เป็น 2 ประเภทคือ

2.2.1 สารประเภทข้อเท็จจริง ได้แก่สารที่รายงานให้ทราบถึงความจริงต่างๆ ที่มีอยู่ในโลกกายภาพ อันอยู่ในวิสัยที่มนุษย์จะตรวจสอบได้ถึงความแน่นอนถูกต้องของสารนั้น ถ้าพิสูจน์ตรวจสอบแล้วสารนั้นเป็นจริง สารนั้นก็จัดได้ว่าเป็นสารที่มีคุณภาพควรแก่การเชื่อถือ

2.2.2 สารประเภทข้อคิดเห็น ได้แก่ สารซึ่งเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในจิตใจจากการประเมินของผู้ส่งสาร อาจเป็นความรู้สึก แนวคิด ความเชื่อที่บุคคลมีต่อตนเอง ต่อบุคคลอื่น ต่อวัตถุหรือต่อเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม สารประเภทนี้เป็นสารที่ไม่อยู่ในวิสัยที่จะถูกตรวจสอบได้ว่าเป็นจริงหรือไม่ อาจทำได้เพียงแต่การประเมินการนำรับฟัง ความสมเหตุสมผล ตลอดจนความเป็นไปได้ของสารนั้นเท่านั้น สารประเภทข้อคิดเห็นนี้ยังสามารถแบ่งได้เป็น

1. ข้อคิดเห็นในเชิงประเมินค่า ได้แก่ สารที่บ่งชี้ลงไปว่าอะไรดีหรือไม่ดี ควรหรือไม่ควร ถูกหรือผิด มีประโยชน์หรือโทษ ฯลฯ

2. ข้อคิดเห็นเชิงแนะนำ ได้แก่ สารที่บอกกล่าวให้ผู้รับสารทราบว่าควรทำอะไร ด้วยขั้นตอนอย่างไร จึงจะได้ผลสมความมุ่งหมาย

3. ข้อคิดเห็นเชิงตั้งข้อสังเกต ได้แก่ สารที่ชี้ให้เห็นลักษณะที่แฝงอยู่ของบุคคล วัตถุประสงค์ เหตุการณ์ และพฤติกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้รับสารพิจารณาอย่างถ่องแท้ นำระมัดระวัง

4. ข้อคิดเห็นเชิงตัดสินใจ หมายถึง สารที่เป็นข้อเสนอ หลักการ ทางเลือก เพื่อการตัดสินใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ

ข้อคิดเห็นเชิงแสดงอารมณ์ ได้แก่ สารซึ่งแสดงสภาพอารมณ์ ความรู้สึก นิสัยใจคอทัศนคติ ความกระตือรือร้นของผู้ส่งสาร สารประเภทนี้อาจกินความกว้างมาก ตั้งแต่คำทักทายไปจนถึงภาพเขียนและกวีนิพนธ์ที่เขียนขึ้นแสดงบรรยายความรู้สึกและอารมณ์อันลึกซึ้งต่อสิ่งต่างๆ

2.3 การจัดการ การจัดการเป็นองค์ประกอบย่อยที่สำคัญอย่างหนึ่งของสาร สารที่ถูกจัดเตรียมมาอย่างดี ทั้งในเรื่องของการเรียบเรียง ลำดับความระดับยากง่าย รูปแบบการใช้ภาษา จะทำให้สารนั้นมีคุณสมบัติในการสื่อสารได้ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดในเรื่องของการจัดการนี้ก็คือ การจัดการในการโฆษณา ซึ่งผู้ส่งสารได้ให้ความประณีตพิถีพิถันในการจัดการเพื่อให้สารนั้นดึงดูดความสนใจของผู้รับสาร สามารถที่จะให้ความเข้าใจ และข้อคิดเห็นต่างๆ ได้ตามที่คุณผู้ส่งสารต้องการ

### 3. ช่องทางการสื่อสาร

ช่องทางการสื่อสาร คือ ตัวกลางที่ช่วยในการนำส่งสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ช่องทางเปรียบเหมือนทางหรือพาหนะระหว่างผู้ร่วมสื่อสาร (พัชนี เชนจรรยา และคณะ, 2541 : 29-31)

ราว (Rao) กล่าวว่าช่องทางการสื่อสารมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ช่องทางเป็นหน่วยพลังงานมวลสาร (Matter-energy unit) ประเภทหนึ่งที่เราเรียกว่าสื่อ (Medium)
2. ช่องทางเป็นตัวนำส่งหน่วยพลังงานมวลสาร ซึ่งมีการจัดเป็นระเบียบแบบแผนที่เราเรียกว่า สารสนเทศ (Information)
3. ช่องทางเป็นตัวเชื่อมระหว่างบุคคลที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง

นอกจากนี้ ปริชาติ สถาปัตตานนท์ (2549) ยังอธิบายการเข้าถึงสื่อ (Media Accessibility) ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่ให้ความสำคัญกับโอกาสของบุคคลในการเข้าถึงสื่อหรือช่องทางการสื่อสารต่างๆ โดยแนวคิดนี้พัฒนามาจากทฤษฎี Democratic Participatory Media ซึ่งย้ำให้เห็นว่า บุคคลมีสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกันในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและสื่อประเภทต่างๆ

ตลอดจนบ่งชี้ให้เห็นว่า บุคคลมีสิทธิในการสื่อสารและการแสดงความคิดเห็นของตนเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ และการมีสิทธิในการใช้ประโยชน์จากสื่อสาธารณะ

การเข้าถึงสื่อ ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค ผู้ผลิต และผู้บริหารสื่อ ดังนี้

- การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริโภค หมายถึง บุคคลมีโอกาสนำสื่อในฐานะผู้ฟัง กล่าวคือ บุคคลสามารถเลือกบริโภคสื่อได้จากรูปแบบของรายการที่หลากหลาย และมีช่องทางในการสะท้อนปฏิกิริยาของตนสู่ผู้ผลิต
- การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้ผลิต หมายถึง การที่บุคคลมีโอกาสร่วมในเชิงกระบวนการผลิต เช่น การเข้าร่วมเป็นแขกในรายการ การเข้าร่วมเป็นแหล่งข่าว การมีส่วนร่วมในการเลือกประเด็นในการนำเสนอ เป็นต้น
- การเข้าถึงสื่อในฐานะผู้บริหารสื่อ หมายถึง การที่บุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับระบบการตัดสินใจต่างๆ ในองค์กรด้านสื่อ เช่น การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบที่เหมาะสม การกำหนดช่วงเวลา การวางระบบบริหารงาน/ระบบงบประมาณ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาแผนงาน และนโยบายต่างๆ การกำหนดแนวทางในการจัดการและวิธีการแสวงหาแหล่งทุน ตลอดจนการกำหนดแผนการสื่อสารต่างๆ ทั้งในระดับชุมชน ภูมิภาค และระดับชาติ

#### 4. ผู้รับสาร

ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบประการสุดท้ายในกระบวนการสื่อสาร และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างยิ่งหย่อนกว่าองค์ประกอบประการอื่นๆ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารใดๆ ก็ตามจะไม่ประสบผลสำเร็จเลย หรืออาจประสบผลสำเร็จไม่เต็มที่ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจหน้าที่และบทบาทของตนเองที่มีต่อการสื่อสาร

ในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้รับสารมีบทบาทขั้นพื้นฐานอยู่ 2 ประการ คือ

1. การกำหนดรู้ความหมายตามเรื่องราวที่ผู้ส่งสารผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน
2. การแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้ส่งสาร

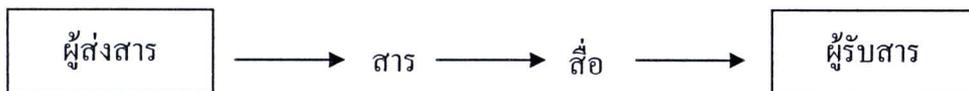
#### รูปแบบการสื่อสาร

ได้มีการจำแนกรูปแบบของการสื่อสารในหลายลักษณะตามหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาที่แตกต่างกันไป ในการวิจัยในครั้งนี้จะกล่าวถึงรูปแบบการสื่อสาร 2 ลักษณะ คือ (อ้างใน นพรัตน์ มุณีรัตน์, 2541 : 30-34) จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร และจำแนกตามลักษณะการใช้



## 1. จำแนกตามทิศทางการสื่อสาร แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

1.1 การสื่อสารแบบทางเดียว (One –way communication) หมายถึงการสื่อสารที่ผู้ส่งสารถ่ายทอดสารไปยังผู้รับสารแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อสงสัยหรือแสดงความคิดเห็น จึงไม่มีปฏิกริยาย้อนกลับจากผู้รับสารโดยตรง ปราศจากการคำนึงถึงปฏิกริยาโต้กลับจากผู้รับสาร ทำให้ปริมาณของข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้รับสารมีน้อยหรือไม่มีเลย ซึ่งแสดงเป็นแบบแผนจำลองได้ดังนี้



การสื่อสารในลักษณะนี้จะออกมาในรูปของนโยบาย แผนงานคำสั่งต่างๆ ของผู้บริหารหรือผู้นำ โดยผ่านสื่อชนิดต่างๆ เช่น เสียงตามสาย เอกสารสิ่งพิมพ์ต่างๆ โดยส่วนใหญ่แล้วการสื่อสารแบบทางเดี๋ยวมักจะเกิดขึ้นกับสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ที่มีการเสนอข่าวสารสู่ประชาชนแต่เพียงฝ่ายเดียว

1.2 การสื่อสารแบบสองทาง (Two – way communication) หมายถึงการสื่อสารที่ผู้ส่งสารส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารทางหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลแล้วก็ส่งข้อมูลข่าวสารตอบกลับมายังผู้ส่งสารด้วยอีกทางหนึ่ง จึงเป็นการสื่อสารที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างก็สามารถรับและส่งข่าวสารซึ่งกันและกัน มีการเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้ซักถามข้อข้องใจหรือข้อสงสัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน มีการโต้ตอบกัน ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตอบสนองต่อกันเพื่อสร้างความเข้าใจได้อย่างชัดเจน การสื่อสารแบบนี้ผู้ส่งสารจะให้ความสำคัญกับปฏิกริยาโต้กลับ (Feedback) ของผู้รับสาร ดังแผนภาพจำลอง



ทั้งนี้การสื่อสารแบบสองทางมีผลทำให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะการให้ความสำคัญต่อการสื่อสารกลับ (Feedback) นั้นเป็นวิธีการที่ทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารมี

ความเสมอภาคกันในการติดต่อสื่อสาร โดยไม่มีฝ่ายมีอิทธิพลเหนืออีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งจะก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี

### การสื่อสารกลับ (feedback)

การสื่อสารกลับคือ ปฏิกริยา (reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองสารของผู้ส่งสาร ประเภทของการสื่อสารกลับแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ตามความเร็วหรือช้าของการรับทราบการสื่อสารกลับนั้น

1. การสื่อสารกลับทันทีทันใด (Intermediate feedback) คือการสื่อสารกลับที่ผู้ส่งสารสามารถทราบปฏิกริยาของผู้รับสารได้รวดเร็ว เช่นในการพูดคุยที่เห็นหน้าค่าตากันระหว่าง 2 คน ผู้ส่งสารสามารถรับทราบการสื่อสารกลับได้ทันทีทั้งจากคำพูดได้ตอบและกิริยาท่าทางของผู้รับสาร

2. การสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ผู้ส่งสารสามารถทราบปฏิกริยาของผู้รับสารได้ช้า เช่น จดหมายจากผู้อ่านถึงบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ จดหมายถึงผู้จัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ ความคิดเห็นของประชาชนในการสำรวจประชามติ เป็นต้น

### ลักษณะของการสื่อสารกลับ

วิธีการในการสื่อสารกลับก็อาศัยวิธีการในการสื่อสารทั่วไป กล่าวคือ การสื่อสารเชิงวัจนะ และการสื่อสารเชิงอวัจนะ

1. การสื่อสารกลับเชิงวัจนะ (Verbal feedback) คือการสื่อสารกลับที่กระทำโดยใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน

การสื่อสารกลับเชิงอวัจนะ (Nonverbal feedback) คือการสื่อสารกลับที่กระทำโดยไม่ใช้ภาษาพูดหรือภาษาเขียน หากแต่ใช้กิริยาอาการ (action) ปริภาษา (paralanguage) เช่น ความค่อยความดังของเสียง การกระแอม ฯลฯ ตลอดจนวิธีการอื่นๆ ในการสื่อสารเชิงอวัจนะ (nonverbal communication)

### 2. จำแนกตามลักษณะการใช้ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1 การสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal communication) หมายถึงการติดต่อสื่อสารที่คำนึงถึงบทบาทหน้าที่และตำแหน่งระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ตาม

ระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารที่เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น การประกาศแจ้งนโยบาย คำสั่งปฏิบัติงาน เป็นต้น

2.2 การสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) หมายถึงการสื่อสารกับบุคคลอื่นโดยไม่พิจารณาถึงตำแหน่งหน้าที่และไม่ได้ดำเนินไปตามระเบียบแบบแผนที่กำหนดไว้ แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากความสนิทสนมคุ้นเคยและจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในทางส่วนตัวมากกว่า การติดต่อสื่อสารในลักษณะนี้ส่วนใหญ่จะเป็นการสื่อสารโดยใช้คำพูดได้แก่ การพบปะพูดคุยสนทนากัน

แนวคิดการสื่อสารนี้ ได้อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการสื่อสารซึ่งได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร ช่องทางการสื่อสาร และผู้รับสาร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยสื่อสารที่มีผลต่อผู้ฟัง หรือเพื่อศึกษาถึงองค์ประกอบทางการสื่อสารว่ามีผลอย่างไรบ้างที่ทำให้ผู้ฟังเปิดรับฟังรายการ Club Friday ซึ่งผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการสื่อสารนี้มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานและเป็นกรอบในการวิจัย อีกทั้งยังได้กล่าวถึงรูปแบบการสื่อสารซึ่งผู้วิจัยสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ และสามารถอธิบายรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของรายการ Club Friday อีกด้วย

### แนวคิดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

โดยทั่วไปแล้ว ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร คือการศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีการใช้คำเรียกที่หลากหลาย เช่น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Source Credibility) การวิจัยความแตกต่างของสถานะ (Status Differential Research) ผู้นำความเห็น (Opinion leadership) และเรื่องของบารมี (charisma) เป็นต้น (Bettinghaus, 1973 : 124 อ้างถึงใน ธวัชชัย กิจรัตนกุล, 2540) โดยมุ่งชี้ให้เห็นว่า คุณลักษณะของผู้ส่งสารนั้นเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (Persuasive Communication) อย่างไร

อริสโตเติลได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกของผู้พูดเป็นสาเหตุของการโน้มน้าวที่สำคัญของการพูด โดยอธิบายว่า เมื่อผู้ฟังไม่รู้จักจริงในเรื่องที่ฟัง เมื่อความเห็นถูกแบ่งแยก เมื่อนั้นผู้พูดมีความหมายมาก การโน้มน้าวใจด้วยบุคลิกมาจาก 3 ประการ คือ

Good Knowledge เป็นผู้มีสติปัญญาลึกซึ้ง มีไหวพริบและเชาว์ปัญญา

Good Will แสดงให้เห็นความปรารถนาดีต่อผู้ฟัง มีความตั้งใจจริง

Good Character แสดงให้เห็นว่าเป็นผู้มีนิสัยดี มั่นอยู่ในศีลธรรม

Hoveland ได้ทำการศึกษาของเขาพร้อมกับ Janis และ Kelly (1953 : 19-53) โดยสรุปว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of Expertness) และความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness)

ความสามารถหรือความเป็นผู้ชำนาญ (Competence of Expertness) หมายถึง ขอบเขตที่แหล่งสารถูกประเมินเรื่องความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง กล่าวให้ชัดเจนขึ้นก็คือ เป็นสิ่งที่ประเมินจากคุณสมบัติที่แหล่งสารหรือผู้ส่งสารมีในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เขาอ้างถึงหรือกำลังพูดอยู่

ส่วนความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้รับสารที่ประเมินเจตนาของผู้ส่งสาร ในการที่จะส่งข่าวสารหรือทำการสื่อสาร ข้อความที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงที่เห็นได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เจตนาที่ผู้ส่งสารจะพูดความจริงอย่างจริงใจ เพื่อประโยชน์ของผู้ฟังส่วนรวมมิได้เคลือบแฝงความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความรู้สึกมั่นใจว่าพฤติกรรมของคนอื่นที่มีต่อเรานั้นจะเป็นไปในทางบวก

ปัจจัยสองประการนี้ ผู้รับสารต้องมองเห็นว่ามีอยู่ในตัวผู้ส่งสาร ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ไม่ใช่สิ่งที่คุณส่งสารจะประกาศให้ทุกคนทราบและได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือไม่ได้มีลักษณะใดๆ เหมือนอย่างอายุ เพศ แต่ต้องเป็นสิ่งที่ผู้รับสารมองเห็น รับรู้ และเชื่อเช่นนั้น ซึ่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะแตกต่างกันไปตามหัวข้อของสารแต่ละเรื่องและแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์

McGuire (1973) ได้อธิบายว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น จะเกิดขึ้นจากการที่ผู้รับสารยอมรับในเนื้อหา ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ดังนั้น ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารจะขึ้นอยู่กับ การรับรู้ของผู้รับสารว่า สิ่งใดถูกต้อง และอะไรเป็นปัจจัยโน้มน้าวให้รับรู้ อาจกล่าวได้ว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารขึ้นอยู่กับ การยอมรับในความเชี่ยวชาญ (Expertise) และสิ่งที่ประจักษ์ (Objectivity)

Applbaum (1973 : 123-124 อ้างถึงใน ธวัชชัย กิจรัตนกุล, 2540 : 15) อธิบายเพิ่มเติมว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร หมายถึงคุณลักษณะ หรือบุคลิกลักษณะ (Characteristics) ของผู้ส่งสาร ที่จะทำให้ผู้รับสารยอมรับ หรือไม่ยอมรับในเนื้อหาที่ได้รับ

การวิจัยด้านความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารได้พัฒนาโดย Berlo, Lemert และ Mertz (1966) ซึ่งวิเคราะห์หรือหาได้ข้อสรุปว่า มีปัจจัย 3 ประการที่ผู้รับสารมักจะทำให้ในการตัดสินใจความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

1. ปัจจัยที่สร้างความอบอุ่นใจและไว้วางใจของผู้ส่งสาร (Safety Factor) ผู้ส่งสารที่จะมีคุณลักษณะด้านนี้ได้ต้องมีคุณสมบัติต่อไปนี้ ใจดี เข้ากับคนอื่นได้ง่าย มีความเป็นเพื่อน ไม่ขัดคอใคร น่าคบ สุขภาพ ไม่เห็นแก่ตัว ยุติธรรม รู้จักให้อภัย เชื่อมั่น ร่าเริง มีศีลธรรม อุดมทุน

2. ปัจจัยที่เป็นคุณสมบัติของผู้ส่งสาร (Qualification Factor) ส่วนใหญ่ปัจจัยนี้จะเน้นความรู้ ความชำนาญ ประสบการณ์ของผู้ส่งสาร คุณสมบัติเหล่านี้ได้แก่ มีประสบการณ์ด้านใดด้านหนึ่ง ได้รับการฝึกฝนที่ดี มีความชำนาญ มีอำนาจในหน้าที่ มีความสามารถ มีเชาว์ปัญญา

3. ปัจจัยด้านพลวัตของผู้ส่งสาร (Dynamism Factor) ปัจจัยนี้ คือ ปัจจัยที่แสดงความคล่องแคล่ว กระตือรือร้น ความไม่เฉื่อยชาของผู้ส่งสาร ได้แก่ มีพลัง เข้มแข็ง รู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเรา ตรงไปตรงมา กล้า กระตือรือร้น รวดเร็ว คล่องแคล่ว

จากปัจจัยทั้ง 3 ประการดังกล่าว หากผู้รับสารพิจารณาว่า ผู้ส่งสารมีคุณสมบัติดังกล่าวแล้ว ก็กล่าวได้ว่าผู้ส่งสารมีความสามารถในการโน้มน้าวใจได้ เชื่อกันว่า เรื่องที่ผู้ส่งสารพูดจะมีความสำคัญน้อยกว่าบุคลิกภาพของตัวผู้ส่งสารเอง ซึ่งจะมีพลังสำคัญในการเปลี่ยนทัศนคติผู้รับสารได้มากกว่า หรืออีกนัยหนึ่งถ้าผู้ฟังเห็นว่า ผู้พูดเป็นผู้ที่ไม่น่าเชื่อถือแล้ว ไม่ว่าจะเรื่องที่จะพูดเป็นเรื่องอะไรก็ยอมจะไม่น่าเชื่อถือไปด้วย (อรวรรณ ปิลาพันธ์ไวยาท, 2546 : 120-123)

ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนี้ สามารถช่วยอธิบายถึงคุณลักษณะของผู้จัดรายการวิทยุ (ดีเจ) ที่ทำให้คนเปิดรับฟังรายการ Club Friday นี้ได้ เป็นการศึกษาลักษณะของผู้ส่งสารซึ่งสามารถนำมาใช้อ้างอิงเป็นเหตุผลในตอนสรุปผลและการอภิปรายผลของการวิจัยในครั้งนี้ต่อไป

**แนวคิดวิธีการนำเสนอรายการวิทยุ**

การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงให้มีประสิทธิภาพ เป็นที่สนใจของผู้ฟังและสามารถ  
 ดึงผู้ฟังไว้ได้นานที่สุด นอกจากจะอยู่ที่การเสนอเนื้อหาของรายการให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังแล้ว  
 ยังต้องคำนึงถึง ศิลปะ หรือเทคนิควิธีการเสนอรายการ (technique of programme presentation)  
 ให้เหมาะสมด้วย

วิธีการเสนอรายการ คือศิลปะอย่างหนึ่งที่จะชวนผู้ฟังให้ตั้งใจฟังรายการด้วยความ  
 พอใจ และเรียกร้องอยากฟังต่อไป ถ้าสถานีใดจัดรายการแล้วได้รับคำบอกกล่าวว่า รายการนั้นดี  
 น่าสนใจ น่าติดตามฟัง แสดงว่ารายการนั้นมีความดีผสมกลมกลืนกันทั้งด้านเนื้อหา และวิธีการ  
 เสนอรายการ แต่ถ้ารายการใดผู้ฟังฟังแล้วเกิดความเบื่อหน่าย ไม่อยากฟังอีก สิ่งแรกที่ฟังสังวร คือ  
 วิธีการเสนอรายการที่ไม่มีประสิทธิภาพดึงดูดผู้ฟังไว้ได้ อาจจะเป็นเพราะใช้วิธีเสนอรายการที่ไม่  
 เหมาะสมกับเนื้อหา หรือองค์ประกอบในการเสนอรายการไม่ดีพอก็ได้ ทั้งๆ ที่เนื้อหาของรายการ  
 นั้นอาจจะดี มีประเด็นน่าสนใจ แต่วิธีเสนอไม่ดีไม่สอดคล้องไม่น่าสนใจก็ทำให้รายการนั้นไม่เป็นที่  
 ประทับใจน่าเบื่อหน่าย (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545: 349 – 352)

### องค์ประกอบของวิธีการเสนอรายการ

วิธีการเสนอรายการวิทยุกระจายเสียง มีองค์ประกอบในการนำเสนอรายการที่สำคัญ คือ  
 การนำเอาเสียงพูด เสียงดนตรี และเสียงประกอบมาผสมผสานกันอย่างเหมาะสม ทั้งนี้ต้อง  
 คำนึงถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย และเนื้อหาสาระ นอกจากนี้แล้วยังต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นในการ  
 เสนอรายการให้สอดคล้องเหมาะสมกันดังนี้ คือ

1. เสนอรูปแบบของรายการให้สอดคล้องกับเนื้อหา เนื้อหาของแต่ละรายการนั้น ผู้จัด  
 รายการสามารถนำมาผลิตรายการได้หลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ให้สอดคล้องกับความ  
 เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เช่น ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ว่าจะจัดรายการประเภทความรู้ เนื้อหาของ  
 รายการจะเสนอเรื่องเกี่ยวกับการณรงค์เรื่องยาเสพติด กลุ่มผู้ฟัง คือ กลุ่มผู้ฟังทั่วไป ใครฟังก็ได้  
 เงื่อนไขเวลาของรายการ ถ้าจัดเวลาให้เสนอรายการประเภทความรู้ ผู้ผลิตรายการอาจเสนอ  
 รายการในรูปแบบของละครต่อต้านยาเสพติด โดยผูกเรื่องให้เห็นโทษของยาเสพติด โดยตัวละคร  
 สามารถจะแสดงความรู้สึกถึงอันตรายที่ได้รับจากยาเสพติด ความทุกข์ทรมานที่ได้รับของคนติด  
 ยาเสพติด และมีข้อเตือนใจมิให้คนหลงผิดคิดเสพยาเสพติดก็ได้

ถ้าเงื่อนไขเวลาของรายการที่จัดให้เสนอรายการมีน้อยกว่า 30 นาที อาจจัดเสนอในรูปแบบของสารคดีที่ให้ความรู้เรื่องยาเสพติด อันตรายจากยาเสพติด ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ นายแพทย์ผู้รักษาผู้ติดยาเสพติด เพื่อให้เล่าถึงอาการของคนติดยาเสพติดบ้าง นำชีวิตของผู้ที่ติดยาเสพติดมาให้ผู้ฟังฟังว่ามีผลต่อครอบครัว งานอาชีพและต่อสังคมอย่างไร และอาจจะปิดท้ายรายการด้วยเพลงที่ต่อต้านยาเสพติดก็ได้ภายในเวลาที่กำหนดให้

ถ้าหากเงื่อนไขเวลาจัดไว้ให้น้อยกว่านี้คือเพียง 15 นาที ก็อาจเสนอด้วยรูปแบบการสนทนากันระหว่างนายแพทย์ 2 คน คุยกันด้วยเรื่องประสบการณ์การรักษาคนไข้ที่ติดยาเสพติดว่ามีอาการร้ายแรง และบันทึกชีวิตเพียงใด ภายในเวลาที่กำหนดให้ก็ได้ หรือหากเงื่อนไขเวลาน้อยกว่านั้น เช่น มีเวลาให้เพียง 5 นาที ก็อาจจะเสนอรูปแบบพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรงเป็นการ “เล่าสู่กันฟัง” ของผู้พูดเล่าให้ผู้ฟังฟังเรื่องภัยร้ายแรงของการติดยาเสพติด อย่างไม่อย่างหนึ่งก็ได้

จากตัวอย่างข้างต้นนี้แสดงให้เห็นว่า เนื้อหาและประเด็นของรายการเรื่องเดียวกัน อาจมีวิธีเสนอรายการด้วยรูปแบบต่างๆ กันได้ ตามเงื่อนไขเวลาจัดไว้เหมาะสม และทุกรูปแบบที่เสนอเป็นการให้ความรู้ได้ตามวัตถุประสงค์ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ผลิตรายการจะพิจารณาว่าเนื้อหาใดสมควรจะเสนอรายการในรูปแบบใดจึงจะเหมาะสมที่สุดและได้บรรณรสดี ที่สุด เหมาะกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายกลุ่มใดมากที่สุด

2. เวลาในการเสนอรายการ การเสนอรายการให้เหมาะสมกับเวลาเป็นสิ่งสำคัญอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้จัดรายการต้องตระหนักถึง หลักสำคัญที่ควรยึดถือในการเสนอรายการนั้น ควรยึดหลักการว่า “ถ้าเนื้อหามากแต่มีเวลาน้อยจงอย่ารวบรัดเนื้อหาหรือตัดทอนออกจนขาดความสำคัญ และขาดรายละเอียดบางประการของรายการไป ทำให้ขาดความเข้มข้น และในทำนองเดียวกัน ถ้ามีเนื้อหาน้อย แต่มีเวลาจัดไว้มาก ก็จงอย่าพยายามยืดหรือขยายเนื้อหาเสียจนยืดขาดหมดรสชาติขาดความกระชับ ดังที่มีคำกล่าวไว้ว่า มีแต่น้ำท่วมทุ่ง”

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ผู้ฟังต้องใช้หูฟังเพียงอย่างเดียว และคนเรามีสมาธิในการฟังที่จำกัด ต่างเพศ ต่างวัย ต่างประสบการณ์กันก็มีสมาธิในการฟังที่ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ถ้าจะเสนอรายการอะไรที่รวบรัดและรวดเร็วเกินไป ผู้ฟังอาจจับความไม่ทัน ฟังแล้วไม่เข้าใจรายการนั้น จะไม่เกิดประโยชน์และขาดความน่าสนใจ ในทำนองเดียวกันถ้ารายการใดที่เสนอรายการอืดอาด

ล่าช้านานเกินสมควร ผู้ฟังก็จะเบื่อหน่ายไม่อยากฟัง เนื่องจากคนเรามีสมาธิในการรับฟังอะไรได้ไม่นานนัก โดยเฉพาะเด็กจะมีสมาธิในการฟังที่จำกัดมาก ดังนั้นรายการเด็กจึงไม่ควรจัดเวลารายการไว้นานเกินไป รูปแบบของรายการก็ต้องเสนอในรูปแบบที่ตื่นเต้นเร้าความสนใจให้มากเป็นพิเศษด้วย เป็นต้น

3. มีความหลากหลายและเอกภาพในรายการ วิธีการเสนอรายการที่ดี ควรจะมีทั้งความหลากหลายและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันหรือเอกภาพอยู่ในรายการเดียวกัน

“ความหลากหลาย” และ “เอกภาพ” คำสองคำนี้เป็นคำที่มีความหมายตรงกันข้าม จึงนับเป็นการยากที่จะนำสิ่งที่มีความแตกต่างในทางตรงข้ามกันนี้มารวมไว้ในรายการเดียวกันอย่างกลมกลืน

3.1 ความสำคัญของ “ความหลากหลาย” ในรายการวิทยุกระจายเสียง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า รายการทางวิทยุกระจายเสียงเป็นรายการที่ผู้ฟังใช้หูฟัง เป็นธรรมชาติของคนเราอยู่ประการหนึ่งว่า ถ้าคนเราได้ฟังอะไรอย่างเดียวกันนานๆ เช่น ฟังเสียงอยู่เพียงเสียงเดียว ฟังรูปแบบรายการรูปแบบเดียว หรือระดับเสียงทำนองเดียวกันตลอด (monotone) หรืออะไรก็ตามที่เป็นอย่างเดียวกัน ผู้ฟังจะรู้สึกเบื่อหน่ายจำเจไม่น่าฟัง ดังนั้นการเร้าใจดึงดูดความสนใจ จึงจำเป็นต้องหาวิธีที่มีความหลากหลายต่างๆ กันมาไว้ในรายการเดียว เพื่อเปลี่ยนอารมณ์ผู้ฟัง เพื่อเร้าและกระตุ้นความสนใจไม่ให้น่าเบื่อ เช่น ความหลากหลายในเสียง สีลาและรูปแบบ เป็นต้น

3.2 ความสำคัญของ “เอกภาพ” ถ้ารายการวิทยุกระจายเสียงมีแต่ความหลากหลายหลายแต่ขาด “ความเป็นหนึ่ง” หรือ “เอกภาพ” ผู้ฟังจะรู้สึกสับสน ยุ่งเหยิง หา “จุดยืน” หรือ “เกาะกลุ่ม” ไม่ได้ จะมีแต่ความรู้สึกที่กระจัดกระจาย และจะกลายเป็นความกระเจิดกระเจิงไปในที่สุด จึงจำเป็นต้องมีหลักยึดเป็นแกนไว้ให้รายการดำเนินไปอย่างมีแบบแผนมีจุดรวม ฟังแล้วไม่เลอะเลือนไม่กระจัดกระจาย แต่จะมีลักษณะที่บ่งบอกได้ว่าเป็นรายการหนึ่งรายการเดียวกันตลอด

ความหลากหลายและเอกภาพในการเสนอรายการวิทยุกระจายเสียงนั้นย่อมทำได้ทุกรายการ แต่รายการใดจะมีมากน้อยเท่าใดนั้นไม่มีข้อกำหนดหรือกฎเกณฑ์ตายตัวกำกับไว้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับศิลปะในการจัดเสนอรายการของแต่ละคนที่จะพิจารณาตามความเหมาะสมเป็นสำคัญ

กล่าวโดยสรุป หลักการจัดการรายการวิทยุกระจายเสียงให้มีประสิทธิภาพที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การคำนึงถึงวิธีการนำเสนอรายการ ซึ่งมีปัจจัยหลายประการมาเกี่ยวข้องนั่นคือ เนื้อหาที่นำเสนอ เวลาในการเสนอรายการ ความยาวของรายการ กลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ความหลากหลายและเอกภาพในรายการ ซึ่งต้องสอดคล้องกับรูปแบบรายการ และวิธีการนำเสนอรายการอื่นจะทำให้ผู้ฟังสนใจและติดตามฟังรายการของสถานีต่อไป

## แนวคิดเกี่ยวกับการให้การปรึกษา

ไอเวีย (Ivey, 1987) ให้คำนิยามของการให้คำปรึกษาว่า การให้คำปรึกษาเป็นกระบวนการให้ความช่วยเหลือบุคคลปกติให้สามารถตัดสินใจแก้ปัญหาหรือสามารถพัฒนาตนเองได้

การให้การปรึกษา คือ สัมพันธภาพระหว่างบุคคลสองคน ซึ่งดำเนินไปเพื่อช่วยเหลือฝ่ายหนึ่งที่กำลังประสบปัญหา ให้สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาตนเองให้เป็นบุคคลที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในการให้การปรึกษา บทบาทของผู้ให้การศึกษา ใช้ศักยภาพและความสามารถของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ กระบวนการของการให้การปรึกษาสรุปได้เป็น 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่หนึ่ง เป็นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้ให้การศึกษาและผู้รับการปรึกษา ขั้นตอนที่สอง ผู้ให้การศึกษาจะช่วยให้ผู้รับการปรึกษาได้สำรวจตนเองและปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เขาได้เห็นสาเหตุของปัญหา ขั้นตอนที่สาม ผู้รับการปรึกษาจะเกิดความชัดเจนในตนเองและเข้าใจถึงปัญหามานานาประการที่กำลังเผชิญอยู่ เห็นสิ่งที่เป็นสาเหตุ และความต้องการต่างๆ ซึ่งจะต้องพัฒนาต่อไป ขั้นตอนที่สี่ เป็นการวางแผนแก้ปัญหา โดยผู้ให้การศึกษาจะช่วยให้ผู้รับการปรึกษาพิจารณาหาทางออก หรือวิธีแก้ไขปัญหาของตนเองและตัดสินใจเลือกสิ่งที่จะต้องปฏิบัติต่อไป ในขั้นตอนสุดท้าย เป็นการสรุปและยุติการปรึกษา เพื่อย้ำถึงความรู้ความเข้าใจที่เกิดขึ้นระหว่างการปรึกษา และให้ผู้รับการปรึกษาได้มีแรงจูงใจและกำลังใจที่จะพัฒนาตนเองต่อไป (ชาคริต สุดสายเนตร, 2539 : 13 – 19)

### ขั้นตอนของกระบวนการให้การปรึกษา

#### ขั้นตอนที่ 1 การสร้างสัมพันธภาพและตกลงบริการ

ผู้ที่มารับการปรึกษาจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการให้การปรึกษา ซึ่งการมีส่วนร่วมนั้นหมายความว่า จะต้องเข้าใจถึงกระบวนการ มีความพร้อมในด้านจิตใจ มีความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง ผู้ให้การปรึกษาไม่สามารถบังคับผู้รับการปรึกษาให้เข้ามามีส่วนร่วมโดยไม่สมัครใจที่จะรับความช่วยเหลือ บทบาทของผู้ให้การปรึกษาในขั้นตอนนี้จึงเป็นการเอื้ออำนวยให้บุคคลที่มาพบบอ่ยๆ รู้สึกสมัครใจอย่างเต็มที่และเกิดความตั้งใจที่จะมีส่วนร่วมในกระบวนการ ผู้ให้การปรึกษาควรจะเจียบแสดงความเป็นมิตร ให้ความอบอุ่น ใส่ใจด้วยท่าทางกิริยาและใช้คำพูดที่ให้กำลังใจแก่ผู้รับการปรึกษา

ในเวลาเดียวกัน ผู้ให้การปรึกษาจะต้องตั้งใจอยู่ในบทบาทของตนเอง แสดงความสนใจและใส่ใจต่อความต้องการของผู้รับการปรึกษา และพยายามส่งเสริมสัมพันธภาพที่ดีระหว่างกัน สิ่งที่ควรปฏิบัติ คือ

1. การต้อนรับอย่างจริงใจและอบอุ่น
2. การแสดงท่าทางเป็นมิตร
3. สื่อความตั้งใจที่จะช่วยเหลือ
4. รับฟังสิ่งที่ผู้รับการปรึกษาเล่า
5. สังเกตสิ่งที่ผู้รับการปรึกษาแสดงออกทั้งคำพูดและกิริยาท่าทาง
6. สังเกตสิ่งที่ผู้รับการปรึกษายังไม่พร้อมที่จะเล่า
7. ยอมรับผู้รับการปรึกษาโดยไม่มีเงื่อนไข
8. ถามคำถามที่เอื้อให้ผู้รับการปรึกษาสามารถเล่าเรื่องตนเอง

### ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจและทำความเข้าใจปัญหา

การที่คนเราจะแก้ปัญหามาของตนเองได้ ก็ต้องเข้าใจในสิ่งที่เป็นปัญหาอย่างชัดเจน บทบาทของผู้ให้การปรึกษาคือช่วยให้ผู้รับการปรึกษาเกิดความเข้าใจในปัญหา โดยผู้ให้การปรึกษาจะต้องปฏิบัติตนเหมือนเป็นผู้ร่วมการเดินทางของผู้รับการปรึกษาในช่วงระยะหนึ่ง เพื่อช่วยให้เขาสามารถพิจารณาตนเอง มองประสบการณ์ที่ผ่านมาและความรู้สึกต่างๆ ทำให้เข้าใจถึงสิ่งที่เป็นเหตุหรือเป็นผล บทบาทของผู้ให้การปรึกษาไม่ได้อยู่ที่การวินิจฉัยปัญหา นานาชนิดของผู้รับการปรึกษา หรือวิเคราะห์สติปัญญา บุคลิก และนิสัยของเขา แต่อยู่ที่การเอื้ออำนวยให้ผู้รับการปรึกษาใช้ความพยายาม ในการพิจารณาชีวิตและปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้ให้การปรึกษาไม่ควรรับให้คำแนะนำหรือแก้ปัญหามาแทน จะต้องเป็นผู้ที่ไวต่อความรู้สึกของผู้ที่มาปรึกษา และสามารถรับรู้ได้ในระดับที่ลึก

กว่าที่เขาเล่าออกมา โดยการสังเกตพฤติกรรมต่างๆ ของเขา บางครั้งผู้รับการปรึกษาอาจจะมองไม่เห็นสิ่งที่เป็สาเหตุของปัญหา หรืออาจจะสับสน เนื่องจากเขาอยู่ใกล้กับสิ่งที่เป็ปัญหามากเกินไป จึงจำเป็นที่จะต้องมึบุคคลที่สามารถไว้วางใจ ช่วยสะท้อนถึงความรู้สึทของเขาคและอธิบายให้เขาเข้าใจอย่างกระจ่างมากขึ้น ในขั้นตอนนี้มีประเด็นสำคัญๆ ที่ผู้ให้การปรึกษาควรคำนึงถึงดังนี้

การระบายถึงสิ่งที่เป็ปัญหาเป็นการบำบัด ผู้ที่แสวงหาความช่วยเหลือนั้น เขามีความต้องการลึกๆ ที่จะบอกเล่าถึงสิ่งที่ทำให้เขาวิตกกังวล ยิ่งให้โอกาสเขาได้พูดในระหว่างการประชุม เขาก็จะยิ่งรู้สึกดีขึ้น เขาต้องการใช้เวลาเพื่อระบายสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในใจของเขา การให้โอกาสผู้รับการปรึกษาเล่าถึงปัญหาจะช่วยให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น บางครั้งคนเราก็มึบางสิ่งบางอย่างอยู่ในใจ แต่ถ้าได้มีโอกาศพูดคุยกับผู้อื่นก็จะได้เห็นแง่มุมต่างๆ อย่างชัดเจนขึ้น การเล่านั้นช่วยให้เกิดการตระหนักรู้ (Insight) ในสิ่งที่เราไม่สามารถเข้าใจได้จากการคิดวิเคราะห์โดยลำพัง การเล่าเรื่องของตนเองจะช่วยให้ค่อยๆ เห็นและเข้าใจถึงปัญหานั้นๆ

การโทษผู้อื่น บางครั้งผู้ที่มารับปรึกษาอาจจะโทษผู้อื่นที่ทำให้เกิดปัญหาขึ้นในชีวิตของตนเอง และใช้เวลาพูดในทำนองกล่าวหาผู้อื่นมากกว่าจะเข้าใจว่าตนเองเป็สาเหตุของปัญหานั้นบ่อยครั้งที่จำเป็นต้องให้เขาได้ผ่านความคิดเช่นนี้มาจนกระทั่งสุดท้ายได้เข้าใจถึงสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง

ปัญหาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับเรื่องสัมพันธ์ภาพ การขัดแย้งระหว่างมนุษย์ เป็ปัญหาที่แก้ไขยากที่สุด สิ่งสำคัญในการรับฟังปัญหา คือ การที่จะไม่เข้าข้างฝ่ายใด แม้ว่าผู้รับการปรึกษาจะเป็นฝ่ายที่มีความผิดบ้าง (ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว เมื่อมีความขัดแย้งก็จะต้องเกี่ยวข้องกับทั้งสองฝ่าย) เขาจะต้องใช้เวลาส่วนหนึ่งจนกระทั่งมองเห็นและยอมรับตนเอง โดยเฉพาะในส่วนที่เขาต้องรับผิดชอบ ในขั้นตอนนี้ผู้ให้การปรึกษาควรปฏิบัติ ดังนี้

1. รับฟังและอดทน
2. ยอมรับและไม่ตัดสิน
3. ตั้งคำถามที่เหมาะสมและเลือกใช้ในเวลาอันสมควร
4. เน้นที่ความรู้สึกของผู้รับการปรึกษา
5. วางตนเป็กลาง พยายามมองสภาพความเป็นจริง



### ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดปัญหา

ในระหว่างที่ผู้รับการปรึกษาพิจารณาปัญหาและความรู้สึกของตนเอง เขาจะค่อยๆ เข้าใจว่าสาเหตุของปัญหาอยู่ที่ไหน และเริ่มมองเห็นว่าตนเองต้องการเป็นคนแบบไหน สามารถยอมรับในสิ่งที่ตนเองจะต้องรับผิดชอบ มองเห็นพฤติกรรมที่เป็นต้นเหตุของปัญหา และเข้าใจว่าการแก้ปัญหาที่ขึ้นอยู่กับตัวเขาเอง และเกิดแรงจูงใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เป็นสาเหตุส่วนหนึ่งของปัญหา

โดยปกติแล้วการที่จะเข้าใจถึงปัญหาของตนเองนั้น ไม่ใช่เรื่องที่จะเกิดขึ้นโดยทันที แต่เป็นกระบวนการที่อาศัยระยะเวลา มักจะเริ่มต้นในขั้นที่ 2 ของกระบวนการให้การปรึกษา และพัฒนาขึ้นจนกระทั่งเกิดความเข้าใจอย่างชัดเจนในสิ่งที่เป็นปัญหา แม้ว่าในบางครั้งก็อาจเป็นไปได้ที่จะเกิดความเข้าใจขึ้นมาในทันทีเหมือนแสงสว่างวูบขึ้นมาในใจ แต่โดยทั่วไปแล้ว ก็มักจะเป็นเรื่องอาศัยเวลาและค่อยๆ เกิดขึ้นตามลำดับ ในบางกรณีก็อาจจะต้องมีการปรึกษาหลายๆ ครั้ง จึงจะเกิดความเข้าใจในปัญหาของตนเองอย่างเต็มที่ และก็มีหลายกรณีที่อาจเกิดความเข้าใจขึ้นมา ในจังหวะหรือสถานการณ์ที่คาดไม่ถึงนอกช่วงเวลาของการปรึกษา

การสรุปสิ่งที่ผู้รับการปรึกษาได้เข้าใจจะช่วยให้เกิดพลังขึ้นในใจเขา เป็นการส่งเสริมและช่วยให้เขาสามารถเข้าสู่ขั้นตอนที่ 4 เพื่อวางแผนแก้ปัญหา และการสรุปความเข้าใจในปัญหา ทั้งยังเป็นการแสดงการร่วมรับรู้และเข้าใจของผู้ให้การปรึกษาที่ได้ผล

บทบาทของผู้ให้การปรึกษา มีดังนี้

1. สรุปสิ่งที่ผู้รับการปรึกษาได้เล่าและได้เข้าใจสิ่งที่เป็นปัญหา
2. ช่วยให้ผู้รับการปรึกษาเข้าใจว่า การแก้ปัญหาที่ขึ้นอยู่กับตัวเขาเอง
3. ให้กำลังใจที่จะยอมรับบางสิ่งบางอย่างที่อาจทำให้เขารู้สึกเจ็บปวดหรือเสียใจ
4. ช่วยให้ผู้รับการปรึกษาได้ตั้งเป้าหมายที่เหมาะสมและเป็นไปได้

### ขั้นตอนที่ 4 การวางแผนและกำหนดวิธีแก้ไขปัญหา

ในขั้นตอนนี้ ผู้รับการปรึกษาจะต้องกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ต้องการกำหนดทางเลือกและกลวิธีต่างๆ และเรียนรู้ที่จะเลือกและตัดสินใจ บทบาทของผู้ให้การปรึกษา คือ ให้อาสาผู้รับการปรึกษาเพื่อพิจารณาข้อดีและข้อเสียของแต่ละวิธีการ และเลือก (กำหนด) วิธีการที่จะทำให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยผู้ให้การปรึกษาอาจจะให้ข้อมูลหรือข้อเสนอแนะ แต่

จะต้องมั่นใจว่าการตัดสินใจและการเลือกวิธีการต่างๆ นั้น เป็นทางเลือกของผู้รับการปรึกษาเอง ในขั้นตอนนี้มีประเด็นที่ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้

หาทางเลือกไว้หลายๆ ทาง บ่อยครั้งที่ผู้ให้การปรึกษาอาจจะเสนอทางเลือกที่ผู้รับการปรึกษาอาจจะนึกไม่ถึง เพราะในการแก้ปัญหาอาจจะมีวิธีการมากมายเกินกว่าที่ผู้รับการปรึกษาจะนึกได้ทั้งหมด

พิจารณาเปรียบเทียบข้อดีและข้อเสียของทางเลือก การพิจารณาข้อดีและข้อเสียของทางเลือกต่างๆ นั้นเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยาก และใช้เวลานานพอสมควร ผู้ให้การปรึกษาจะต้องช่วยให้ผู้รับการปรึกษาได้เริ่มคิดและพิจารณาดูว่า เขามีปฏิกิริยาต่อทางเลือกต่างๆ อย่างไรบ้าง ผู้รับการปรึกษาบางคนอาจจะคิดเองได้ แต่บางคนก็อาจจะต้องการความช่วยเหลือเพื่อให้เห็นชัดเจนขึ้น

การตัดสินใจแก้ปัญหา ผู้ให้การปรึกษาจะต้องระมัดระวังที่จะไม่ทำให้ผู้รับการปรึกษาด่วนตัดสินใจทั้งทางเลือกใดไป แต่ถ้าทางเลือกใดพิจารณาแล้วไม่เหมาะสมก็ควรตัดออกไปโดยไม่ต้องเสียเวลา โดยทั่วไปแล้วถ้าทางเลือกนี้มีน้อยก็อาจทำให้การพิจารณาและการเลือกเป็นไปได้ง่ายขึ้น

การตัดสินใจ ในระหว่างที่ผู้ให้การปรึกษารับฟังและสังเกตพฤติกรรมของผู้รับการปรึกษาคงจะได้เห็นบางสิ่งบางอย่างที่ช่วยให้รู้ว่าวิธีการ หรือทางเลือกใดที่เหมาะสมกับผู้รับการปรึกษา อาศัยการสังเกตเหล่านี้และความเข้าใจในปัญหาของผู้รับการปรึกษา คงสามารถช่วยให้มีการตัดสินใจที่ดีที่สุดในสถานการณ์นั้นๆ แต่ควรจะคำนึงอยู่เสมอว่า การตัดสินใจควรเป็นเรื่องของผู้รับการปรึกษา ไม่ใช่ผู้ให้การปรึกษา และไม่ควรรีบร้อนให้มีการตัดสินใจ

ทักษะต่างๆ ที่ผู้ให้การปรึกษาควรใช้ มีดังต่อไปนี้

1. การให้ข้อมูล
2. การเสนอ
3. การสรุป
4. การให้กำลังใจ

### ขั้นตอนที่ 5 การสิ้นสุดการให้การปรึกษา

ในการให้การปรึกษา ซึ่งอาจเป็นการปรึกษาเพียงครั้งเดียวหรือการปรึกษาหลายๆ ครั้งอย่างต่อเนื่อง และผู้รับการปรึกษาสามารถค้นหาวิธีการแก้ปัญหาและพัฒนาความมั่นใจที่จะเลือกวิธีที่ดีที่สุด และตัดสินใจปฏิบัติ ปัญหาของผู้รับการปรึกษาก็คลี่คลาย และมักจะมองเห็นคุณค่าของตนเองมากขึ้น ถึงจุดที่ผู้รับการปรึกษามีความตั้งใจที่จะลงมือปฏิบัติ ตามที่ได้ตัดสินใจ

ผู้ให้การปรึกษาเป็นผู้ตัดสินใจยุติการปรึกษาแต่ละครั้ง หรือในครั้งสุดท้าย โดยมีขั้นตอนปฏิบัติดังนี้

1. ให้สัญญาให้ผู้รับการปรึกษาว่าใกล้หมดเวลาของการปรึกษาแล้ว
2. ให้ผู้รับการปรึกษาทบทวนการตัดสินใจของตนเอง และสรุปสิ่งที่ได้เข้าใจในระหว่างการปรึกษา ซึ่งจะช่วยให้เสริมแรงให้ผู้รับการปรึกษารับไปปฏิบัติต่อไป บางครั้งผู้ให้การปรึกษาอาจจะช่วยสรุปให้ ทักษะที่ใช้คือ การทวนซ้ำและการสรุป
3. ส่งเสริมการเห็นคุณค่าในตนเอง ไม่ว่าผู้รับการปรึกษาจะสามารถแก้ไขปัญหาได้เรียบร้อยหรือไม่ก็ตาม หรือบางครั้งอาจจะใช้เวลาไปหลายชั่วโมง หรือการปรึกษายังไม่ถึงจุดที่จะตัดสินใจ แต่ถึงเวลาที่ต้องยุติการปรึกษา ผู้ให้การปรึกษาจะต้องช่วยให้การยุติการปรึกษาเป็นไปด้วยความสบายใจทั้งสองฝ่าย และช่วยให้ผู้รับการปรึกษามีความรู้สึกดีขึ้น การชมเชยผู้รับการปรึกษาเมื่อเขาพยายามสำรวจตนเองและทำความเข้าใจในสิ่งที่ปัญหา จะทำให้เขารู้สึกดีๆ กับตัวเอง ทักษะที่ใช้คือ การให้กำลังใจและการมองโลกในแง่ดี
4. พิจารณาวินิจฉัยนำไปปฏิบัติ บางครั้งผู้ให้การปรึกษาอาจจะเสนอวิธีต่างๆ เพื่อให้ผู้รับการปรึกษานำไปปฏิบัติ ซึ่งควรจะเสนอสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ไม่ควรเสนอสิ่งที่หนักเกินไป ทักษะที่ใช้คือ การให้กำลังใจ และเสริมความมั่นใจในตนเอง
5. การนัดหมายครั้งต่อไป ผู้ให้การปรึกษาควรให้โอกาสผู้รับการปรึกษาเลือกว่าจะมาพบครั้งต่อไปหรือไม่ บางครั้งการพูดคุยกันเพียงครั้งเดียวก็ช่วยแก้ปัญหาได้ บางครั้งอาจจะต้องมีการนัดต่อ ในกรณีนี้จะต้องมีการตกลงกันอย่างชัดเจนถึงวันและเวลาที่จะพบ ในกรณีที่ผู้รับการปรึกษาไม่ต้องการพบต่อ ผู้ให้การปรึกษาจะต้องให้เขารู้ว่ายินดีเสมอที่จะให้ความช่วยเหลือถ้าต้องการการปรึกษา ทักษะที่ใช้คือ การยอมรับ และการให้กำลังใจ

ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบผู้มาขอคำปรึกษาเป็นศูนย์กลาง (Client-Centered Theory)

ทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบผู้มาขอคำปรึกษาเป็นศูนย์กลาง เป็นทฤษฎีการให้คำปรึกษาที่เน้นอารมณ์และความรู้สึกของผู้มาขอคำปรึกษา ทฤษฎีนี้รู้จักกันในชื่อของทฤษฎีการให้คำปรึกษาแบบไม่นำทาง (Non-Directive Counseling Theory) กำเนิดขึ้นโดย Carl Ransom Rogers ซึ่งได้เขียนตำราที่ชื่อว่า "Counseling and Psychotherapy" ได้กล่าวถึงวิธีให้คำปรึกษาโดยเน้นความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ และการมองโลกของผู้มาขอคำปรึกษา ซึ่งในสมัยนั้นถือว่าเป็นวิธีการที่แปลกใหม่ เขามีความเห็นว่างบพบาทของผู้ให้คำปรึกษา คือ ผู้เอื้ออำนวยหรือจัดสภาพการณ์ต่างๆ ที่จะส่งเสริมพัฒนาการของผู้มาขอคำปรึกษา (ศรีวรรณ จันทรวงศ์, 2543: 86)

จุดประสงค์ของการให้คำปรึกษาแบบผู้มาขอคำปรึกษาเป็นศูนย์กลาง การที่บุคคลจะเข้ามาขอคำปรึกษา บุคคลนั้นจะต้องมีคำถามและข้อสงสัยเกี่ยวกับตัวเขาเอง อยู่ในใจของเขา ฉันเป็นใคร ความสามารถแท้จริงของฉันเป็นอย่างไร ตัวของตัวเองแท้จริงเป็นอย่างไร ฉันจะรู้ตัวเองได้อย่างไร ดังนั้นจุดประสงค์ของการให้คำปรึกษานี้ คือ

1. เพื่อให้ผู้มาขอคำปรึกษา มีความรู้สึกต่อตนเองที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงเพิ่มขึ้น ลดการบิดเบือนหรือเก็บกด ประสบการณ์ของตน สามารถประเมินตนเองให้ตรงต่อความเป็นจริง
2. เพื่อให้ผู้มาขอคำปรึกษามีความเชื่อมั่นใจตนเองเพิ่มขึ้น ลดความรู้สึกท้อถอย มีกำลังใจต่อชีวิตใหม่ และพร้อมที่จะเลือกดำเนินการกับชีวิตของตนเอง
3. เพื่อให้ผู้มาขอคำปรึกษา รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าเพิ่มขึ้น
4. เพื่อให้ผู้มาขอคำปรึกษา มีความเป็นตัวของตัวเอง สามารถตัดสินใจและแก้ปัญหา อีกทั้งสามารถปฏิบัติภารกิจในชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรวมทั้งด้านการเรียน การทำงาน และส่วนตัว
5. เพื่อให้ผู้มาขอคำปรึกษาเป็นบุคคลที่มีประสิทธิภาพ สามารถยอมรับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในชีวิต มีความพยายามที่จะพัฒนาตนเอง

มีความเชื่อกันโดยทั่วไปว่า บุคคลมีลักษณะไร้เหตุผล ไม่ได้รับการขัดเกลา และชอบทำลาย ซึ่งขณะนั้นรอเจอร์ส (Rogers) กำลังพัฒนาทฤษฎีของเขาอยู่ เขาจึงคัดค้านความเชื่อเหล่านี้ โดยมีความเชื่อว่า มนุษย์เป็นผู้ถูกสังคมนับถือ (Socialized) ได้รับการอบรมสั่งสอน ขัดเกลา สามารถก้าวไปข้างหน้า กล้าเผชิญความจริง และเป็นผู้มีเหตุผล รอเจอร์ส (Rogers, 1974: 29) เชื่อว่า ถ้าบุคคลยอมรับว่าตัวเองเท่านั้นต้องเป็นผู้รับผิดชอบชีวิตของเขา บุคคลนั้นจะเริ่มรู้สึกว่าเขาเหมือนเกิดใหม่ เป็นบุคคลที่สามารถกำหนดวิถีชีวิตของตนเอง สามารถมองตนเองได้แจ่มชัดขึ้น รอเจอร์ส (Rogers) มีความเชื่อเกี่ยวกับมนุษย์ ดังนี้

1. มนุษย์มีศักดิ์ศรี มีคุณค่า และมีความสามารถ รอเจอร์ส (Rogers) เชื่อว่ามนุษย์มีความสามารถที่จะตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ฉะนั้นทุกคนควรมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น และการกระทำ โดยที่การกระทำนั้นไม่ก้าวท้าวสิทธิของบุคคลอื่น ดังนั้นผู้ให้คำปรึกษาพึงสนับสนุนให้ผู้มาขอคำปรึกษาเป็นตัวของตัวเอง ตัดสินใจได้ด้วยตนเอง พึ่งตนเองได้

2. มนุษย์มีแนวโน้มที่จะพัฒนาตนเองอย่างสมบูรณ์ ธรรมชาติของมนุษย์ มีความสามารถจะพัฒนาตนเองได้อย่างเต็มที่ตามศักยภาพและความสามารถ ในวิถีทางดำเนินชีวิตของมนุษย์ อาจกล่าวได้ตั้งแต่การเจริญเติบโต การพัฒนาการสุขภาพ การปรับตัว การพึ่งตนเอง และการเป็นตัวของตัวเอง โดยที่ความสามารถเหล่านี้จะแสดงออกมาอย่างเหมาะสมเท่านั้น ฉะนั้นการให้คำปรึกษาเชิงจิตวิทยาจึงเป็นโอกาสให้บุคคลได้ใช้ความสามารถของเขา เพื่อการพัฒนาอย่างเต็มที่

3. มนุษย์เป็นคนดี น่าเชื่อถือ และไว้วางใจได้ รอเจอร์ส (Rogers) มีความเห็นว่า โดยพื้นฐานด้านมนุษย์เป็นคนดี และน่าเชื่อถือ แต่มีบางครั้งทำสิ่งที่ไม่เหมาะสม เช่น คดโกง เห็นแก่ตัว โหดร้ายนั้น เนื่องมาจากความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อตนเองกับสภาพความเป็นจริง ซึ่งทำให้บุคคลนั้นใช้กลวิธีป้องกันจิตใจตนเอง (Defense Mechanism) ต่างๆ ซึ่งรอเจอร์ส (Rogers) เชื่อว่าถ้าผู้ให้คำปรึกษาสามารถช่วยให้ผู้รับบริการลดการใช้กลวิธีป้องกันจิตใจตนเอง จะทำให้เขาเปิดรับประสบการณ์เพิ่มขึ้น พิจารณาตนเองและสามารถพัฒนาให้เป็นคนดี น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้

4. มนุษย์จะตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมในลักษณะที่เคยรับรู้และมีประสบการณ์มาก่อน ดังนั้นบุคคลจะถือว่า สิ่งแวดล้อมที่บุคคลรับรู้คือความจริงสำหรับเขา

5. มนุษย์ต้องการความรัก ความเอาใจใส่ และการยอมรับจากผู้อื่น

นอกจากนี้รอเจอร์ส (Rogers) เน้นว่าสัมพันธภาพในการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพ ขึ้นอยู่กับลักษณะที่สำคัญ 3 ประการ และทัศนคติของผู้ให้คำปรึกษาได้แก่ (Gerald Corey, 1991: 212-214 อ้างถึงใน ศรีวรรณ จันทรวงศ์, 2543: 95-96)

1. **ความจริงใจ (Congruence หรือ genuineness)** เป็นลักษณะที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก ถ้าในสัมพันธภาพผู้ให้คำปรึกษาขาดความจริงใจ การยอมรับและมีความเข้าใจอย่างร่วมรู้สึกในผู้มาขอคำปรึกษา จะดูเหมือนว่าไม่ได้เกิดขึ้นอย่างแท้จริงและย่อมจะมีผลเสียต่อการสร้างสัมพันธภาพ ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้ให้คำปรึกษารับรู้ประสบการณ์ของอินทรีย์ของตน

อย่างรู้ตัวได้ทั้งหมด มีความนึกคิดเกี่ยวกับตน สอดคล้องกับประสบการณ์เป็นตัวของตัวเองอย่างแท้จริง หรือกล่าวได้ว่าเป็นผู้ที่มีบุรณภาพและความสมดุลในตน เป็นตัวจริงของตัวเองได้อย่างเต็มที่ ไม่มีการปิดบัง ไม่มีการสวมหน้ากาก ไม่มีการแสดงบทบาท ไม่มีการคิดอย่างหนึ่งแต่ทำอีกอย่างหนึ่ง รับรู้และแสดงออกทั้งความรู้สึกชื่นชมพอใจ และความรู้สึกสะเทือนใจ ถ้ามีความรู้สึกในทางลบเกิดขึ้น ผู้ให้คำปรึกษาต้องใช้ความรู้สึกเช่นนี้สร้างสรรค์ แสดงออกทางภาษาพูดหรือในรูปพฤติกรรมการแสดงออกอื่นๆ อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้ามีความรู้สึกนั้นอย่างรุนแรงและจะเป็นอุปสรรคต่อการยอมรับ และการเข้าใจผู้มาขอคำปรึกษาอย่างร่วมรู้สึก

2. การยอมรับอย่างไม่มีเงื่อนไข (Unconditional positive regard) คือ ผู้ให้คำปรึกษามีความห่วงใยในผู้มาขอคำปรึกษาอย่างลึกซึ้งและจริงใจ ยอมรับประสบการณ์ต่างๆ ที่สัมพันธ์กับตนของผู้มาขอคำปรึกษา โดยไม่มีการประเมินว่ามีคุณค่ามากหรือน้อยต่อการเป็นที่ยอมรับ ไม่มีการประเมินความรู้สึก ความคิด และพฤติกรรมของผู้มาขอคำปรึกษาว่าดีหรือเลว ถูกหรือผิด รู้สึกว่าผู้มาขอคำปรึกษามีคุณค่า ไม่ว่าจะมีความตั้งใจ ความรู้สึกหรือพฤติกรรมอย่างไร การยอมรับคุณค่าของบุคคลไม่ได้หมายถึงการเห็นด้วยกับพฤติกรรมทุกอย่างของบุคคล ยอมรับในตัวจริงของบุคคล ซึ่งย่อมหมายถึงการไม่ประเมินและตัดสินว่าพฤติกรรมใดถูกต้องเห็นด้วยหรือพฤติกรรมใดไม่ถูกต้องไม่เห็นด้วย ไม่มีการประเมินหรือตัดสินผู้มาขอคำปรึกษาไม่ว่าในด้านบวกหรือลบ การยอมรับ สนใจ และห่วงใย เป็นการยอมรับในตัวจริง ในลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล โดยไม่มีความรู้สึกที่จะต้องเข้าไปควบคุม ครอบครองเสมือนสมบัติที่หวงแหน (possessive caring) การยอมรับอย่างไม่มีเงื่อนไขเช่นนี้ ย่อมมีพื้นฐานมาจากทัศนคติในการเคารพและยอมรับในคุณค่า และศักดิ์ศรีของบุคคลอย่างลึกซึ้ง มองเห็นคุณค่าของชีวิตทุกชีวิตอย่างแท้จริง

3. การเข้าใจอย่างร่วมรู้สึก (Accurate understanding) การทำความเข้าใจอย่างถูกต้องในประสบการณ์และความรู้สึกของผู้มาขอคำปรึกษา และความหมายที่ผู้มาขอคำปรึกษาได้จากสิ่งเหล่านี้ ซึ่งแสดงออกในการปะทะสัมพันธ์ในกระบวนการให้คำปรึกษาทุกขณะ ผู้ให้คำปรึกษาพยายามรับรู้ประสบการณ์ส่วนตัวที่เป็นอัตนัยของบุคคลอย่างถูกต้องและอย่างเต็มที่ เสมือนการรับรู้ของผู้มาขอคำปรึกษาเอง เน้นที่ความรู้ในปัจจุบันที่แสดงออก การร่วมรู้สึกอย่างถูกต้องในระดับสูงหมายถึงการสามารถรับรู้ความรู้สึกและประสบการณ์ที่ผู้มาขอคำปรึกษายังรับรู้และสื่อสารได้อย่างชัดเจน โดยบอกแนะที่ซ่อนเร้น ช่วยผู้มาขอคำปรึกษาให้เข้าใจ ประสบการณ์ซึ่งยังไม่ได้มีการรับรู้อย่างเต็มที่ และยากที่จะเข้าใจและแสดงออก การเข้าใจอย่างถูกต้องในโลก

ส่วนตัวของผู้มาขอคำปรึกษาเช่นนี้ ช่วยทำให้ผู้มาขอคำปรึกษาสำรวจตนเองอย่างลึกซึ้ง และอย่างเป็นอิสระ ซึ่งทำให้สามารถเข้าใจตนเองได้ดีขึ้น และกลายมาเป็นบุคคลที่เขาเลือกจะเป็น

### ทฤษฎีการให้คำปรึกษาที่แบบพฤติกรรม (Behavioral Counseling)

การให้คำปรึกษาแบบพฤติกรรมนิยมจะเน้นการเปลี่ยนพฤติกรรม แต่ก็ไม่ได้ละเลยความรู้สึกและความคิดของผู้มาขอคำปรึกษาเสียทีเดียว ผู้ให้คำปรึกษาวิธีนี้ เน้นการเปลี่ยนพฤติกรรมซึ่งชี้เฉพาะเจาะจงว่าเป็นพฤติกรรมใด วิธีให้คำปรึกษาแบบนี้เป็นวิธีการที่มีระบบและมีอยู่ด้วยกันหลายวิธี ซึ่งผู้ให้คำปรึกษาจะเลือกใช้ให้เหมาะกับผู้มาขอคำปรึกษาแต่ละคน (วัชรินทร์พรมมี, 2551: 216)

ক্রিমโบลท์ (John D. Krumboltz, 1964) ได้รับการยกย่องว่าเป็นผู้นำของวิธีการให้คำปรึกษาแบบพฤติกรรมนิยม ได้พิจารณามนุษย์และมีหลักการของทฤษฎีนี้ ดังต่อไปนี้ (วัชรินทร์พรมมี, 2551: 218)

1. มนุษย์สามารถควบคุมพฤติกรรมของตนเอง หรือเปลี่ยนพฤติกรรมของตนเองได้ แม้ว่าสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมก็ตาม
2. นักพฤติกรรมนิยมเชื่อว่าบุคคลเกิดมาโดยไม่ได้มีความดี หรือความเลวติดตัวมา พฤติกรรมของบุคคลได้มาจากการเรียนรู้ ดังนั้นผู้ให้คำปรึกษาจะต้องเข้าใจที่มาของพฤติกรรม และใช้หลักการเรียนรู้เป็นวิธีเปลี่ยนพฤติกรรมของบุคคล

การให้คำปรึกษาเป็นการสร้างประสบการณ์ให้ผู้มาขอคำปรึกษา ดังนั้นผู้ให้คำปรึกษาจะเป็นผู้สร้างหรือจัดสภาพการณ์ต่างๆ ให้ผู้รับบริการได้เรียนรู้และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเอง การที่ผู้ให้คำปรึกษาเพียงแต่เข้าใจผู้มาขอคำปรึกษา ให้ความอบอุ่น ยอมรับ และช่วยให้ผู้มาขอคำปรึกษาเข้าใจตนเองนั้น ไม่แน่ว่าจะทำให้ผู้มาขอคำปรึกษาแก้ปัญหาด้วยตนเองได้

3. การให้คำปรึกษาไม่ได้จัดทำเฉพาะในห้องให้คำปรึกษาเท่านั้น แต่จัดในสิ่งแวดล้อมอื่นด้วย ยิ่งถ้าปัญหาของผู้มาขอคำปรึกษาเกี่ยวข้องกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคลยิ่งจำเป็นต้องมีการดำเนินการนอกห้องให้คำปรึกษา

4. กระบวนการให้คำปรึกษาประกอบด้วย การช่วยให้ผู้มาขอคำปรึกษามองเห็นปัญหา และเห็นพลังในพฤติกรรมที่จะต้องปรับปรุงแก้ไข ตั้งเป้าหมายที่สามารถวัดความก้าวหน้าได้ ผู้ให้

คำปรึกษาจะจัดกลวิธีที่เหมาะสมในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้มาขอคำปรึกษา และปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิธีเมื่อพบว่ากลวิธีที่เลือกใช้นั้นไร้ผล

5. พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลเนื่องจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อน ดังนั้นเราจึงสามารถคาดคะเนพฤติกรรมของบุคคลได้ และถ้าเราสามารถควบคุมเหตุการณ์เหล่านั้นได้ เราก็จะสามารถควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ได้

6. พฤติกรรมที่นำความชื่นชมมาให้ หรือลดความไม่พอใจลงได้ มีแนวโน้มจะเกิดขึ้นซ้ำอีก

7. นักพฤติกรรมนิยมถือว่าความกลัวหรือความวิตกกังวลเป็นสิ่งที่ได้มาจากการเรียนรู้เนื่องมาจากสิ่งเร้านั้นสัมพันธ์กับภาวะที่ทำให้เกิดประสบการณ์ไม่ดีซ้ำๆ กันหลายครั้ง เช่น กลัวความล้มเหลว วิตกกังวลเกี่ยวกับการตัดสินใจ การสอบ ซึ่งล้วนแต่ได้มาจากการเรียนรู้ทั้งนั้น

การให้คำปรึกษาแบบพฤติกรรมนิยม มีกลวิธีการให้คำปรึกษาแตกต่างกันไป ในที่นี้ขอเสนอกลวิธีเรียนรู้จากตัวแบบ (Social Modeling Technique) ซึ่งมีหลักดังนี้ (วัชร ทรัพย์มี, 2551: 229)

1. การให้ผู้มาขอคำปรึกษา ได้เรียนรู้พฤติกรรมใหม่จากการสังเกตพฤติกรรมของตัวแบบ จะช่วยให้ผู้มาขอคำปรึกษาได้เรียนรู้ทักษะในการก่อให้เกิดพฤติกรรมใหม่

2. ผู้มาขอคำปรึกษาอาจจะรู้มาก่อนแล้วถึงวิธีการที่จะไปสู่พฤติกรรมที่พึงปรารถนา แต่ยังไม่สามารถทำได้หรือคิดว่าทำไม่ได้ จากการสังเกตพฤติกรรมของตัวแบบจะช่วยกระตุ้นให้ผู้มาขอคำปรึกษาได้แสดงพฤติกรรมที่เรียนรู้แล้วนั้น

3. ตัวแบบจะต้องมีลักษณะที่น่าสนใจ เป็นแรงจูงใจหรือส่งเสริมให้ผู้มาขอคำปรึกษาเลียนแบบ

4. หลังจากผู้มาขอคำปรึกษาได้สังเกตพฤติกรรมของตัวแบบแล้ว ผู้มาขอคำปรึกษาจะจดจำพฤติกรรมของตัวแบบไว้ในความทรงจำ เพื่อนำไปแสดงพฤติกรรมตามที่ได้จดจำไว้ในวันในอนาคต

5. หลังจากผู้มาขอคำปรึกษาได้สังเกตพฤติกรรมของตัวแบบแล้วและได้มีโอกาสฝึกฝนพฤติกรรมนั้นแล้ว ผู้ให้คำปรึกษาจะเป็นผู้ให้ผลป้อนกลับ (feedback) แก่ผู้มาขอคำปรึกษาด้วยการฝึกนั้นอาจกระทำในสภาพการณ์สมมติก่อน



การใช้กลวิธีเรียนรู้จากตัวแบบ อาจทำได้หลายรูปแบบ เป็นต้นว่า ได้สังเกตพฤติกรรมของบุคคลจริงๆ ได้สังเกตพฤติกรรมของบุคคลทางภาพยนตร์ ได้ฟังจากแถบบันทึกเสียงหรือจากภาพนิ่งประกอบเสียง

### เทคนิคการให้คำปรึกษาเฉพาะอย่าง

เทคนิคการให้คำปรึกษาของผู้ให้คำปรึกษา ได้แก่ (ศรีวรรณ จันทวงศ์, 2543: 129-140)

1. การเริ่มต้นสนทนา (Opening) ควรเป็นบรรยากาศอบอุ่นเป็นกันเอง และมีความสบายใจ ในกระบวนการให้คำปรึกษาต่างๆ ไป ถ้าผู้มาขอคำปรึกษาตื่นเต้นหรืออึดอัดใจ ผู้ให้คำปรึกษาควรกล่าวต้อนรับ

2. การตั้งคำถาม (Questioning) ผู้ให้คำปรึกษาควรตั้งคำถามเพื่อหาข้อสนเทศในเรื่องภูมิหลัง ความสนใจ จุดดี จุดอ่อน ของผู้มาขอคำปรึกษา เพื่อจะได้เข้าใจตัวผู้มาขอคำปรึกษามากขึ้น หรืออาจใช้คำถามเพื่อช่วยให้ผู้มาขอคำปรึกษาเกิดความเข้าใจตนเอง และเป็นแรงจูงใจให้เขาเกิดความรู้สึกกระฉ่างแจ้งในปัญหาของเขา

3. การเสนอแนะ (Suggestion) เป็นการเสนอความคิดแก่ผู้มาขอคำปรึกษาโดยทางอ้อม โดยมีจุดประสงค์จูงใจผู้มาขอคำปรึกษาไปสู่การคิดแก้ปัญหา หรือเสนอแนะวิธีการแก้ปัญหา เพื่อให้เขาปรับเอาไปใช้ ซึ่งการเสนอแนะของผู้ให้คำปรึกษาจะต้องมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมให้ผู้มาขอคำปรึกษาเพิ่มพูนการรู้จักนำ และมีวินัยในตนเองมากกว่าเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การแก้ปัญหา โดยเฉพาะการเสนอแนะที่ดีจะทำให้ผู้มาขอคำปรึกษาเกิดความรู้สึกเป็นอิสระที่จะสำรวจและตัดสินใจ โดยไม่รู้สึกขัดเคือง

4. การตีความหมาย (Interpreting) เป็นขบวนการที่ผู้ให้คำปรึกษาอธิบายความหมายของเหตุการณ์ให้ผู้มาขอคำปรึกษาได้เข้าใจปัญหาของตนเองในด้านอื่นที่อาจยังไม่ได้มองมาก่อนให้เกิดความแจ่มแจ้งเร็วขึ้น โดยทั่วๆ ไปบุคคลมักจะสับสนในข้อสนเทศต่างๆ โดยเฉพาะเกี่ยวกับความต้องการ ความสนใจ และความสามารถของตัวเอง ผู้ให้คำปรึกษาที่เชี่ยวชาญจะพยายามให้ผู้มาขอคำปรึกษามีบทบาทในเทคนิคนี้ ซึ่งจะช่วยให้ผู้มาขอคำปรึกษาเกิดทักษะในการรับรู้และสามารถเข้าใจความหมายที่บุคคลอื่นสื่อสารด้วย เทคนิคตีความหมายจะต้องเป็นประสบการณ์ที่ผู้ให้คำปรึกษาและผู้มาขอคำปรึกษาต้องร่วมมือซึ่งกันและกัน

5. การเงียบและการฟัง (Silence and Listening) เป็นเทคนิคที่ผู้ให้คำปรึกษาส่งเสริมผู้มาขอคำปรึกษาพูดหรือเล่า ผู้ให้คำปรึกษาใช้ความเงียบเพื่อคอยฟังผู้มาขอคำปรึกษาเล่าต่อไป

โดยมีท่าทางที่แสดงให้ผู้มาขอคำปรึกษาเห็นว่ากำลังสนใจฟัง เข้าใจ และยอมรับสิ่งที่ผู้มาขอคำปรึกษาพูดอยู่ หรือผู้ให้คำปรึกษาอาจจะกำลังทบทวนถึงการสนทนาบางตอนที่เพิ่งผ่านไป และความเจียบของผู้มาขอคำปรึกษานั้นอาจจะกำลังรวบรวมคำพูดหรือความคิดอยู่ ผู้ให้คำปรึกษามีทักษะ ต้องรู้จักเลือกเทคนิคที่เหมาะสมกับกาลเทศะ รู้ว่าเมื่อไหร่ควรพูด เมื่อควรเจียบและฟัง

6. การทำให้เกิดความกระจ่างแจ้ง (Clarifying) เป็นเทคนิคที่ผู้ให้คำปรึกษาเรียบเรียงคำพูดของผู้มาขอคำปรึกษา โดยไม่เปลี่ยนเนื้อหาของคำพูดนั้นๆ แต่ควรใช้ในตอนท้ายของกระบวนการให้คำปรึกษา เพราะโดยมากบุคคลที่ประสบปัญหากำลังคับข้องใจ มักจะไม่สามารถกล่าวเรียบเรียงเรื่องราวของตนได้ชัดเจน ซึ่งอาจเกิดจากการขาดความเข้าใจในปัญหาอย่างแท้จริง และปฏิเสธไม่ยอมรับปัญหานั้นๆ หรือมีความรู้สึกผิดปะปนอยู่ มิฉะนั้นก็เนื่องมาจากสาเหตุอื่นๆ ทางด้านความคิดหรือทางอารมณ์ ผู้ให้คำปรึกษาควรใช้เทคนิคนี้หลังจากกระบวนการให้คำปรึกษาได้พูดกันมาพอสมควร และควรระวังความผิดพลาดในเรื่อง และความรู้สึกของผู้มาขอคำปรึกษา

7. การแสดงความเห็นชอบ (Approval) เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมหรือให้กำลังใจแก่ผู้มาขอคำปรึกษา อาจแสดงออกด้วยคำพูด หรืออากัปภิกขัย น้ำเสียงและท่าทางของผู้ให้คำปรึกษา ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่กำลังจะแก้ปัญหาหรือแก้ข้อบกพร่องของตน เพิ่มความเชื่อมั่นในตนเอง และส่งเสริมกระบวนการให้คำปรึกษา เทคนิคนี้จะใช้ได้ผลดีถ้าผู้ให้คำปรึกษามีประสบการณ์และทักษะ แต่ถ้าใช้บ่อยเกินไปและไม่ระมัดระวังแล้ว ทำให้เกิดอันตรายได้ ในกรณีที่ผู้ให้คำปรึกษาไม่สามารถเห็นชอบกับทัศนคติหรือการกระทำของผู้มาขอคำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาควรใช้เทคนิคอื่น เช่นการเสนอแนะหรือการตีความหมายในด้านที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ที่ไม่น่าเห็นชอบด้วย ควรพยายามใช้วิธีนี้อย่างเป็นกลาง

8. การสะท้อนความรู้สึก (Reflection of feeling) เป็นการตีความหมายของคำพูดที่ผู้มาขอคำปรึกษาพูดมาแล้วในเชิงความรู้สึกของผู้มาขอคำปรึกษา ผู้ให้คำปรึกษาอาจจะถอดข้อความและคำพูดนั้นใหม่ โดยเน้นในด้านที่แสดงความรู้สึกของผู้มาขอคำปรึกษามากกว่าที่จะเพ่งเล็งที่สาระคำพูดเป็นการช่วยให้ผู้มาขอคำปรึกษาได้เข้าใจถึงความรู้สึกที่แท้จริงของตนเองโดยไม่ต้องวิตกกังวล ประสิทธิภาพในการสะท้อนความรู้สึกขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ให้คำปรึกษา ในการที่จะบอกหรือแยกแยะถึงความรู้สึกหรือแนวทางของความรู้สึกนั้น เช่น ภาษา ท่าทาง และความหมายที่แฝงอยู่ในเนื้อหาคำพูด

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาถึงรายการ Club Friday เป็นรายการที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังที่บ้านสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในรายการโดยการแบ่งปันประสบการณ์เรื่องราวชีวิตที่เกี่ยวกับความรัก ในบางรายมีชีวิตที่ผิดหวัง พบแต่ความทุกข์ ความเศร้า ต่างๆ นานา ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินรายการจะต้องรับฟังและสื่อสารต่อบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ความคิดเห็น ทางใดทางหนึ่ง แนวคิดนี้จะช่วยให้ผู้วิจัยได้ตอบวัตถุประสงค์ถึงวิธีการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการได้เป็นอย่างดี และสามารถนำแนวคิดนี้ไปอ้างอิงในการอภิปรายผลให้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

### แนวคิดเกี่ยวกับการคิด

คำกล่าวของเดส์คาร์ต (Descartes) ที่ว่า ฉันคิด ดังนั้นฉันจึงมีอยู่ เป็นคำกล่าวที่แสดงให้เห็นลักษณะสำคัญของมนุษย์ คือ มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่สามารถ คิด ได้ และความสามารถนี้เองที่ทำให้มนุษย์มีอำนาจเหนือสิ่งอื่นๆ ได้ ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดี แต่ที่สำคัญที่สุดมนุษย์ใช้ การคิด เป็นเครื่องมือในการพิจารณาสิ่งต่างๆ ที่เป็นปัญหาสำหรับการดำรงชีวิตของตน และใช้ความคิดที่เป็นผลได้จากการคิดมาเป็นข้อมูลในการพิจารณาเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวมนุษย์ให้เกิดเป็นระบบที่มนุษย์สามารถเข้าใจ และมั่นใจได้ว่าสถานการณ์ต่างๆ ที่เป็นอยู่ไม่อาจเป็นอันตรายต่อการดำรงชีวิตของตนเอง ซึ่งที่สำคัญคือ มนุษย์สามารถคิดดัดแปลงสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัวให้มีสภาวะตามที่ตนเองต้องการได้ ด้วยเหตุนี้เมื่อเราพบเห็นวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์คนหนึ่ง ในสภาพแวดล้อมลักษณะหนึ่ง เราก็สามารถเข้าใจได้ว่าเขามีระบบและวิธีการคิดที่สัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตของเขาได้ทันที เพราะวิธีการคิดจะเป็นตัวพื้นฐานที่รองรับรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคลนั่นเอง (รามิล กาญจันดา, 2542: 9)

การคิด (Thinking) คือ การที่มนุษย์พยายามที่จะจัดข้อมูลที่ได้รับมา (ทั้งจากประสบการณ์โดยตรงและโดยอ้อม) ให้เป็นระบบและมีระเบียบ โดยทั้งนี้เพื่อให้ตนเองได้รับประโยชน์ คือ การมีความรู้ ความเข้าใจ ความมั่นใจ และสามารถนำไปใช้ประกอบการดำรงชีวิตได้ ซึ่งที่สำคัญ การคิดจะทำให้มนุษย์สามารถมีการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ ได้อย่างมั่นใจ กล่าวคือ มนุษย์สามารถที่จะ ควบคุม การกระทำและการดำเนินชีวิตของตนเองให้ สอดคล้อง กับเหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละขณะได้ การที่จะทำความเข้าใจต่อวิถีการดำเนินชีวิตของมนุษย์คนหนึ่งๆ เราจึงจำเป็นที่จะต้องรู้และเข้าใจต่อระบบความคิดพื้นฐานของคนๆ นั้นอย่างถ่องแท้ เพื่อที่ว่าเราจะสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเขาได้อย่างสอดคล้องและราบรื่น (รามิล กาญจันดา, 2542: 9)

การใช้ภาษาแสดงความคิด เราสามารถรู้ความคิดของผู้อื่นได้ก็ต่อเมื่อเขาแสดงออกมาเป็นภาษา (ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบหรือสัญลักษณ์ใดก็ตาม) เพราะภาษาเป็น เครื่องมือ ที่มนุษย์เราใช้แสดง ความรู้สึก ความคิด ของตนต่อผู้อื่น โดยในทางกลับกัน เราก็ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือในการทำ ความเข้าใจความรู้สึก ความคิด ของผู้อื่นเช่นเดียวกัน การศึกษาเพื่อทำความเข้าใจว่ามนุษย์ใช้ ภาษาอย่างไรจะทำให้เราสามารถรับรู้และเข้าใจความคิดของมนุษย์ได้อย่างถูกต้อง และที่สำคัญ จะทำให้เราสามารถติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น เมื่อเราเข้าใจความคิดของเขาทั้งหมด (รามิล กาญจนดา, 2542: 9)

### ทักษะการคิดสร้างสรรค์แบบใหม่

ในปัจจุบันทักษะการคิดที่เน้นการริเริ่มสร้างสรรค์นั้นเป็นวิธีการคิดที่ได้รับความนิยมแพร่หลายทั่วโลก เพราะสามารถให้ประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับสังคม จนถึงระดับชาติได้ดีมากกว่าวิธีคิดแบบเดิมๆ ที่อาศัยเพียงเหตุผลเท่านั้น เดอ โบโน ศาสตราจารย์ นายแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านอายุรศาสตร์ ที่มีชื่อเสียงได้รับการยกย่องให้เป็นผู้นำระดับโลก ในการพัฒนาการสอนทักษะความคิดเชิงสร้างสรรค์ เขาเป็นผู้สร้าง คำว่า ความคิดแนวข้าง (Lateral Thinking) ขึ้นมาจนเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป (ม.ล.นิพาดา เทวกุล, 2542: 35)

ด้วยเหตุผลที่ว่า แนวความคิดเดิมที่ยึดถือกันมานั้น ไม่เพียงพอที่จะรับมือกับการแก้ปัญหาในปัจจุบันได้ เดอ โบโน จึงเสนอแนวการคิดแบบใหม่ เพื่อเป็นการเสริมกระบวนการคิดที่มีอยู่ให้สมบูรณ์ แข็งแรง และมีประสิทธิภาพมากขึ้นจนพอที่จะจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในโลกยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงนี้ได้ แนวการคิดแบบใหม่ที่ เดอ โบโน เสนอนั้น ที่สำคัญก็คือ ความคิดคู่ขนาน (Parallel) พร้อมกับวิธีปฏิบัติจริง ที่เรียกว่า หมวกของความคิดหกใบ (Six Thinking Hats) และความคิดแนวข้าง (Lateral Thinking) อันเป็นแนวคิดที่ชื่อเสียงมาสู่ เดอ โบโน เป็นอย่างมากในฐานะเป็นปรมาจารย์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการสอนทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพราะแนวการคิดแบบใหม่ที่ เดอ โบโน เสนอนั้นล้วนเป็นแนวการคิดที่มีลักษณะสร้างสรรค์และใช้งานได้จริงๆ ในทุกขั้นตอนของชีวิตทั้งสิ้น (ม.ล.นิพาดา เทวกุล, 2542: 37)

ในที่นี้ผู้วิจัยขอเสนอ หมวกของความคิดหกใบ (Six Thinking Hats) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งวิธีการคิดมี 2 แบบ คือ วิธีการคิดแบบรับมือหรือตั้งรับ (Coping Thinking) กับวิธีคิดแบบตั้งใจใจคิด (Deliberate Thinking) ดังนี้ (ม.ล.นิพาดา เทวกุล, 2542: 45)

1. วิธีการคิดแบบรับมือหรือตั้งรับ เป็นการตอบโต้หรือตอบสนองต่อสัญลักษณ์และสิ่งต่างๆ รอบตัว เหมือนกับการที่เราขับรถไปตามถนน แล้วเห็นสัญญาณจราจรแบบต่างๆ เราก็ปฏิบัติตามนั้น หรือตัวอย่างจากการโต้เถียงปัญหาเรื่องหนึ่ง เราต้องการเอาชนะ เราเสนอความคิดเห็นของเรา พร้อมกับอ้างเหตุผลหรือหลักฐานทั้งหมดเพื่อสนับสนุนความคิดของเรา ถึงแม้ว่าเราจะฟังความคิดเห็นของคู่แข่งของเรา เราก็ทำเพื่อที่จะตอบโต้กลับ หรือเพื่อที่จะจับผิด หาข้อบกพร่องในความคิดเห็นนั้นๆ ในทุกๆ ขณะเราจะโจมตีคู่แข่งหรือปกป้องตัวเราจากคำกล่าวหาของคู่แข่ง ทั้งเราและคู่แข่งต่างตอบโต้กันไปมาอย่างเอาเป็นเอาตาย

2. วิธีการคิดแบบตั้งใจจงใจคิด เป็นการคิดแบบสร้างสรรค์ ไม่ใช่การตอบโต้ เพราะในวิธีการคิดแบบนี้ มีการสร้างแผนที่ (Map Making) ซึ่งเป็นการสำรวจตรวจสอบประเด็นเรื่องนั้นๆ แล้วก็ลงมือตัดสินใจด้วยใจ ที่เป็นกลางและด้วยใจที่เปิดกว้าง ตัวอย่างเช่น แผนที่เราจะทำการรับมือหรือตอบโต้กับปัญหาที่เกิดขึ้น เราจะทำแผนที่ง่ายๆ ขึ้นมา โดยการสำรวจข้อมูลต่างๆ ของปัญหาเรื่องนั้นๆ ตอนแรกเราจะดูที่ด้านดีหรือด้านบวกของเรื่องนั้นๆ ก่อน แล้วจุดสิ่งต่างๆ ที่สังเกตเห็นลงไป จากนั้นก็ดูด้านไม่ดีหรือด้านลบ แล้วจุดสิ่งต่างๆ ลงไป และท้ายสุดก็พิจารณาดูด้านที่เป็นกลางๆ โดยใส่ไว้ในด้านที่น่าสนใจ เมื่อทำแผนที่หรือสำรวจข้อมูลในด้านต่างๆ เสร็จสิ้นเรียบร้อยแล้ว เราก็สามารถจะตัดสินใจเลือกหนทางที่ดีที่สุด ในการแก้ปัญหาเรื่องนั้นๆ ได้

เดอ โบ โน (1985) ผู้แนะนำทักษะหมวดความคิดหกใบนี้ ได้กล่าวถึงอุปสรรคของการคิดแก้ปัญหาด้วยวิธีแบบเดิมๆ และจุดประสงค์ของหมวดความคิดหกใบที่ต้องการจะแก้ปัญหานี้ว่า อุปสรรคของการคิดก็คือความสับสน เพราะเราพยายามทำหลายๆ อย่าง พร้อมๆ กันมากเกินไป เรามีทั้งอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ข้อมูลข่าวสาร หลักตรรกะของการคิด ความหวัง และการคิดสร้างสรรค์ มันเหมือนกับการที่เราพยายามเลี้ยงลูกบอลหลายๆ ลูกไปพร้อมๆ กัน (ม.ล.นิพาดา เทวกุล, 2542: 46)

จุดประสงค์ของหมวดความคิดหกใบ ก็คือ การแก้ไขความสับสน ในความคิด เพราะผู้คิดจะสามารถใช้ความคิดที่ละด้านได้ที่ละครั้ง แทนที่จะพยายามคิดทุกด้านไปพร้อมๆ กันในเวลาเดียวกัน เปรียบได้กับการพิมพ์ที่มีสี ในตอนแรกสีแต่ละสีจะถูกพิมพ์แยกออกจากกัน แต่ในตอนสุดท้าย ก็จะเอาสีต่างๆ เหล่านี้เข้ามารวมกันเป็นภาพๆ เดียว

วิธีการคิดแบบหมวกหกใบนี้ ได้รับการออกแบบให้เปลี่ยนจากการถกเถียง อ้างเหตุผลมา เป็นการสำรวจตรวจสอบข้อมูล วิธีการแบบนี้จะมีกระบวนการสองขั้นตอน คือ ขั้นแรก คือการทำแผนที่หรือการสำรวจตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ของเรื่องนั้นๆ ในหลายแง่มุมอย่างกว้างขวาง และจดข้อสังเกตลงไว้ ขั้นที่สองจะเป็นการตัดสินใจเลือกทางแก้ไขที่ดีที่สุดที่ปรากฏอยู่ในการสำรวจตรวจสอบข้อมูลต่างๆ ที่ทำขึ้นนั้น ถ้าการตรวจสอบข้อมูลทำได้ละเอียดทุกแง่มุมเป็นอย่างดี ทางออกที่ดีที่สุดก็จะปรากฏขึ้นมาให้เห็นอย่างเด่นชัด (ม.ล.นิพาดา เทวกุล, 2542: 46)

วิธีการคิดหมวกหกใบนั้น เริ่มต้นด้วยการสมมติหมวกสีต่างๆ กันหกใบ สีนั้นเป็นสัญลักษณ์แทนความคิดด้านใดด้านหนึ่ง ผู้คิดจะใช้หมวกแต่ละใบที่ละหน และดำเนินไปตามแบบของความคิดที่หมวกสีนั้นเป็นตัวแทนอยู่ ผู้คิดอาจเลือกหมวกสีใดสีหนึ่งขึ้นมาใส่ หรืออาจถูกขอร้องให้ใส่หมวกสีใดสีหนึ่ง หรืออาจถูกขอร้องให้ถอดหมวกที่ใส่อยู่ออกได้ ทุกคนในที่ประชุมสามารถใส่หมวกหรือแสดงความคิดเห็นในด้านต่างๆ ที่ถูกกำหนดให้ หมวกความคิดหกใบนี้จะครอบคลุมเฉพาะลักษณะสำคัญๆ ของความคิด แต่ไม่ได้ครอบคลุมทุกแง่มุมที่เป็นไปได้ต่างๆ ทั้งหมด สวรรค์ของหมวกจะมีสีต่างๆ กันไป สีหมวกแต่ละใบจะเป็นตัวแทนของความคิดแต่ละด้าน ดังนี้ (ม.ล.นิพาดา เทวกุล, 2542: 46)

#### 1. หมวกขาว : ข้อเท็จจริงและตัวเลข

ขาวดังกระดาษ กระดาษมีความเป็นกลางและใช้บรรจุข้อมูล หมวกขาวจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ อย่างเป็นกลาง โดยไม่ใช้อารมณ์ เมื่อเราใช้หมวกขาว ทุกๆ คนในที่ประชุมนั้นจะพุ่งความสนใจไปในการให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ ข้อมูลใดมีอยู่แล้ว ข้อมูลใดจำเป็นแต่ขาดอยู่ เราได้ข้อมูลที่ต้องการมาได้อย่างไร และมีการจัดคุณภาพของข้อมูล ตั้งแต่ข้อมูลที่น่าหนักแน่น ข้อมูลที่ตรวจสอบได้ ลงไปจนถึงข่าวลือและความคิดเห็นต่างๆ ถ้าข้อมูลใดมีข้อขัดแย้งกันเกิดขึ้น ก็เอาข้อมูลนั้นมาวางเรียงไว้ด้วยกัน แล้วทำการตรวจสอบข้อมูลเหล่านั้นอีกที

#### 2. หมวกแดง : อารมณ์และความรู้สึก

ให้เสรีภาพแก่ผู้ใช้หมวกสีนี้ได้แสดงอารมณ์ความรู้สึกออกมาอย่างเต็มที่ รวมทั้งกลางสังหรณ์ สัญชาตญาณ การหยั่งรู้ ธรรมเนียม ก็สามารถแสดงออกมาในช่วงนี้ได้ถูกต้อง เพราะความรู้สึกเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทรงพลังและมีอยู่จริง ในการแสดงออกซึ่งอารมณ์ความรู้สึก

สัญชาตญาณเหล่านี้ เราไม่จำเป็นต้องหาเหตุผลมาอธิบายสนับสนุน โดยผู้แสดงความรู้สึกนั้นไม่ต้องกล่าวคำขอโทษหรือไม่ต้องรู้สึกผิด

### 3. หมวกดำ : คอยเตือนภัยและให้ระวังตัว

เป็นหมวกที่ใช้กันมากที่สุด และอาจจะมีคุณค่ามากที่สุดด้วย สีดำเป็นสีเสื้อผู้พิพากษา ผู้ทำการประเมินสิ่งต่างๆ อย่างสุขุมรอบคอบระมัดระวัง และไม่เพ้อฝัน สีดำแสดงถึงความมืดครึ้ม และด้านลบ หมวกดำจึงหมายถึง ข้อเสีย ด้านลบ และเหตุผล ในการปฏิเสธหมวกดำเป็นเรื่องของการระมัดระวัง การจัดการเกี่ยวกับความเสี่ยง และการวิพากษ์วิจารณ์ ซึ่งเป็นหัวใจของการคิด ถ้าเราไม่ต้องการทำสิ่งที่ผิดพลาด และไม่ต้องการทำอะไรก็ตามที่จะทำให้ตัวเองหรือผู้อื่นเดือดร้อน เราจะใช้หมวกดำเพื่อตรวจตราสิ่งๆ นั้นว่าเหมาะสมกับข้อมูล ประสพการณ์ วัตถุประสงค์ คุณค่า และจริยธรรมที่เรามีอยู่หรือไม่

### 4. หมวกเหลือง : การคาดการณ์ในทางบวก

หมวกเหลือง หมายถึง ความสว่างไสว และด้านบวก หมวกเหลืองจึงเป็นการมองโลกในแง่ดี ในแง่บวกแสดงถึงความเป็นไปได้ ความหวัง ความมั่นใจว่าทำได้ นอกจากนี้ยังหมายถึงเหตุผลในการยอมรับ เนื่องจากหมวกเหลือง เป็นการอ้างเหตุผลด้านบวก และสีเหลืองเป็นสัญลักษณ์ของแสงแดดและการคิดมองโลกในแง่ดี เมื่อสวมหมวกเหลือง คนทุกคนก็จะคิดไปในแนวเดียวกันนั่นก็คือ คิดในแนวของประโยชน์และคุณค่า นอกจากนี้ หมวกเหลืองยังจะแสดงถึงความพยายามที่จะจัดการหรือทำสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

### 5. หมวกเขียว : ความคิดริเริ่ม

หมวกเขียวเป็นสัญลักษณ์ของความพยายามสร้างสรรค์ ความเขียวก็คือ หญ้า พืช ต้นไม้ ความอุดมสมบูรณ์ ความเจริญเติบโต หมวกเขียวจึงหมายถึงความคิดสร้างสรรค์ ความคิดใหม่ๆ หมวกเขียวจะเป็นตัวเตรียมโอกาสให้กับความพยายามสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ ในขอบเขตของหมวกสีเขียว นั้นจะมีการแสวงหาความคิดใหม่ๆ และแนวทางการเลือกใหม่ๆ หมวกเขียวจะไปพร้อมกับการกระตุ้นให้คิดริเริ่มแปลกๆ ใหม่ๆ และการเคลื่อนไหวไปข้างหน้าของความคิดต่างๆ ที่สำคัญที่สุดก็คือ หมวกเขียวจะเป็นตัวให้เกิดความเป็นไปได้ต่างๆ ความเป็นไปได้ต่างๆ นี่เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการคิด เพราะพลังของความเป็นไปได้ต่างๆ ไม่ใช่การอ้างเหตุผลนี้เอง ที่ก่อให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของตะวันตก ความเป็นไปได้ต่างๆ นี้ จะครอบคลุม

ถึง การคิดสร้างสมมติฐานในวิทยาศาสตร์ จะให้กรอบสำหรับมุมมองการรับรู้ และการจัดระเบียบความคิดและข้อมูลต่างๆ จะก่อให้เกิดคิดใคร่ครวญ คาดคะเน (Speculation) ความจริงต่างๆ นอกจากนี้ความเป็นไปได้ต่างๆ ยังก่อให้เกิดการหยั่งเห็นภายใน (Insight) อีกด้วย

#### 6. หมวกฟ้า : ควบคุมกระบวนการคิด

หมวกฟ้า คือหมวกใบสุดท้าย สีฟ้าเน้นเยือกเย็น และยังเป็นสีแห่งท้องฟ้า ซึ่งอยู่เหนือสรรพสิ่งทั้งหลายอีกด้วย หมวกสีฟ้าจึงเป็นการมองภาพรวมของสิ่งต่างๆ หมวกสีฟ้าจะเกี่ยวข้องกับการควบคุม และการจัดระเบียบของกระบวนการคิด และขั้นตอนของการใช้หมวกสีอื่นๆ หมวกฟ้า เป็นสัญลักษณ์ของการคิดเหมือนวาทกรรมที่พยายามควบคุมวงดนตรีของเขาให้ดีที่สุด ดังนั้นหมวกฟ้าจึงเป็นตัวแทนของการควบคุมกระบวนการคิดให้ประสานกลมเกลียวกันเป็นอย่างดี ตามธรรมเนียมแล้วผู้ใช้หมวกฟ้า คือประธานผู้ช่วย แต่พวกเราทุกคนก็สามารถที่จะให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการคิดได้ภายใต้หมวกสีฟ้า นอกจากนี้หมวกฟ้ายังหาคำจำกัดความให้แก่เรื่องหรือประเด็นปัญหา โดยตั้งคำถามให้ถูกต้อง พร้อมทั้งตีกรอบประเด็นคำถามให้ถูกต้องด้วย ต่อจากนั้นหมวกฟ้ามี่หน้าที่ทำข้อสรุป มองภาพรวมและหาข้อยุติ เมื่อการประชุมสิ้นสุดลง

#### ประโยชน์ของวิธีการคิดหมวกความคิดหกใบ

แนวความคิดหมวกหกใบประโยชน์ดังต่อไปนี้ (ม.ล.นิพาดา เทวกุล, 2542: 50-51)

1) เป็นการคิดแบบคู่ขนาน คือจะไม่มีการทำทนายการไม่เห็นด้วย หรือการโต้แย้ง ถ้อยคำ และความคิดต่างๆ ถูกนำมาเรียงขนานควบคู่กันไป คนทุกคนมุ่งความสนใจไปในทิศทางเดียวกัน และร่วมมือกันคิดไปพร้อมๆ กัน

2) ไม่มีการเมืองและเกมอำนาจ ในหมวกความคิดหกใบนี้จะไม่สามารถมีการโจมตีกันเป็นส่วนตัว หรือการเล่นเกมอำนาจได้ เพราะคนแต่ละคนไม่ใช่คิดเพียงด้านลบของประเด็นเรื่องนั้นๆ เท่านั้น ยังต้องคิดถึงด้านบวกหรือด้านสร้างสรรค์ใหม่ๆ ด้วย

3) มีที่และมีเวลาให้กับความคิดสร้างสรรค์ ทุกๆ คนจำเป็นต้องสร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และมีเวลาให้กับทุกคน

4) ทำให้มีการระมัดระวังในความคิด เพราะไม่สามารถจะด่วนสรุปได้ ความคิดทุกอย่างต้องผ่านการพิจารณาพิเคราะห์เป็นอย่างดี ในเวลาที่เหมาะสม ไม่สามารถจะนั่งคิดด้านลบของทุกอย่างได้อีกต่อไป

5) สามารถแสดงความรู้สึก และการหยั่งรู้ เช่น ลางสังหรณ์มาได้ อย่างเปิดเผย ซึ่งผิดกับการคิดแบบเก่าที่ไม่สามารถทำเช่นนั้นได้

6) เป็นการแสวงหาคคุณค่า แทนที่ความคิดนั้นจะถูกทิ้งออกไป เพราะคำนึงแต่ด้านเสียเพียงอย่างเดียว หมวกความคิดหกใบมีด้านการคิดแสวงหาคคุณค่าและประโยชน์ในสิ่งๆ นั้นด้วย

7) เป็นการคิดเกี่ยวกับการคิดกำหนดกลไกของการคิด เกี่ยวกับการคิด และวางโครงสร้างของกระบวนการคิด แทนที่จะคิดเรื่อยๆ ไปอย่างเลื่อนลอยไร้จุดหมาย

8) กำจัดความคิดเรื่อง "ตัวเรา ของเรา" ออกไป เพราะเป็นธรรมดาที่คนย่อมไม่คิดด้านดีเกี่ยวกับสิ่งที่ตัวไม่ชอบ หรือไม่พยายามหาข้อเสียของสิ่งที่ตนชอบ แต่หมวกความคิดหกใบกำหนดให้คนแต่ละคนต้องแสดงความคิดเห็นตามแง่มุมที่ได้รับการกำหนด แม้ว่าคนๆ นั้นจะไม่ชอบสิ่งนั้นๆ แต่เมื่อสวมหมวกที่กำหนดให้หาคคุณค่าข้อดีของสิ่งนั้นๆ เขาก็จำต้องคิดตาม

9) ทำให้ได้ใช้ภูมิปัญญาอย่างเต็มที่ เพราะในการอ้างเหตุผลแบบเดิมนั้น พลังภูมิปัญญาได้ไปเพียงครึ่งหนึ่งในการมองหาข้อเสียหรือข้อดี แต่วิธีการคิดหมวกความคิดหกใบนี้ พลังภูมิปัญญาทั้งหมดจะถูกนำมาใช้ ความคิดทุกๆ ด้าน ตามข้อกำหนด

10) ทำให้ได้ใช้ความคิดทีละอย่าง ตามธรรมดาในการคิด เราพยายามคิดทุกอย่างไปพร้อมๆ กัน เราคิดสร้างสรรค์วิพากษ์วิจารณ์หาข้อมูลข่าวสารทุกอย่างไปพร้อมๆ กัน วิธีการคิดแบบหมวกหกใบจะช่วยทำให้เราพุ่งความสนใจอย่างเต็มที่ไปที่ความคิดแต่ละอย่าง อย่างเหมาะสม เหมือนกับการพิมพ์ภาพสีที่จะพิมพ์สีแต่ละสีแยกกันโดยพิมพ์ทับลงไปบนสีอื่น ๆ

11) เปิดโอกาสให้มีการแสดงความคิดเห็นได้ในหลายแง่หลายมุม การถูกกำหนดให้เปลี่ยนสีหมวกที่ใช้ความคิดแบบต่างๆ ทำให้คนไม่ต้องคิดแต่ในแง่ต้องจับผิดอยู่อย่างเดียว แต่ยังคงต้องสามารถคิดถึงแง่มุมที่สร้างสรรค์ของเรื่องๆ นั้นไปพร้อมๆ กันด้วย

12) วิธีหมวกความคิด ทำให้สามารถจัดระเบียบการคิด พร้อมทั้งมีเครื่องมือในการที่จะพูดถึงเกี่ยวกับการคิดด้วย แทนที่จะปล่อยให้มึนงงหรือสับสนเพื่อในการที่จะคิดอะไรต่ออะไรเรื่อยๆ ไป ก็เป็นไปได้ที่จะออกแบบลำดับการคิดที่ให้ผลดีที่สุด ซึ่งจะแตกต่างกันไปแต่ละเรื่อง

13) เสรีภาพ คนในที่ประชุมจะรู้สึกเป็นอิสระในการที่จะต้องสนับสนุนหรือโจมตีความคิดใดความคิดหนึ่งอยู่ทุกๆ ขณะ โดยที่พวกเขาไม่เสรีภาพมากขึ้นในการสำรวจตรวจสอบเรื่องนั้นๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการคิดที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สามารถอธิบายเป็นเหตุผลสนับสนุนของวิธีการให้คำปรึกษาของผู้ดำเนินรายการที่สื่อสารไปยังผู้ที่มีปัญหาได้ ซึ่งผู้วิจัยจะนำแนวคิดนี้มาใช้ในการอภิปรายผลของการวิจัยในครั้งนี้

## แนวคิดพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสารของผู้ฟัง

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันและเหตุผลก็ย่อมแตกต่างกัน ซึ่ง Merrill และ Lowenstein (1971) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลเลือกรับสื่อไว้ว่าเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

### 1. ความเหงา

เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสงสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และในบางครั้งบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เนื่องจากสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

### 2. ความอยากรู้อยากเห็น

ตามธรรมชาติ มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร เพราะสามารถที่จะตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้

### 3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-aggrandizement)

มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตัวเอง เป็นการช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้ในสิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ แชมรม (Wilbur Schramm 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of reward)

### 4. ลักษณะเฉพาะ

ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ



ในการที่สื่อมวลชนจะมีอิทธิพลเหนือผู้รับสาร มีสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ ความมีพลัง เบตติงฮาส (Erwin P. Bettinghaus 1980 : 100) ได้สรุปถึงพลังผู้ส่งสารจาก แนวความคิดของจาคอบสัน (Jacobson) ว่า

1. ผู้ส่งสารที่สามารถครอบครองการสื่อสารได้มากจะมีพลังมาก และมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นได้มาก
2. ผู้ส่งสารที่มีข้อมูลมากที่สุดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะเป็นผู้ส่งสารที่มีพลัง
3. ผู้ส่งสารที่ให้สัญญาณกับผู้รับสารได้ในการเสนอข่าวสารตามที่ผู้รับสารต้องการจะมีอิทธิพลสูง
4. ในกรณีที่ผู้ส่งสารเป็นผู้ที่ประสบผลสำเร็จในชีวิต และเป็นที่ยอมรับหรือนิยมจากผู้อื่น จะเป็นผู้ส่งสารที่มีพลัง

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ ซึ่งทำให้ผู้รับสารแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารแตกต่างกัน ได้แก่

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย
  - 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
  - 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตนเอง
  - 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
  - 1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร
2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคน จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม
  - 2.1 อายุ อายุหรือวัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อมีอายุมากขึ้น (Tolela and Myers, 1982 : 5)

โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน (Impatient) และมองโลกในแง่ดี (Optimistic) มากกว่าคนที่มีอายุมาก สำหรับคนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม (Conservative) ยึดถือการปฏิบัติ (Pracmatic) ระมัดระวัง (Cautions) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจาก คนที่มีอายุมาก มักมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคปัญหาต่างๆ ตลอดจนความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย นอกจากนั้น โดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป และมีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 113) ดังนั้น อายุจึงเป็นตัวกำหนดทัศนคติพฤติกรรมและการเลือกเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, goldhabors and Yates, 1980 : 87)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้ง 2 เพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่าย และหยิ่งถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 114)

2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ (occupation) รายได้ (income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (race and ethnic group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (family background) ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 115) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมนั้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2.4 การศึกษา เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมาก ในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 116) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการ ให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร จึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็น ถึงความต้องการของคน ในการที่จะดีต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (information satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evans, 1962 : 772-782)

มนุษย์จะเลือกเปิดรับข่าวสาร จดจำ และนำเนื้อหาสาระไปใช้ประโยชน์ในสิ่งที่มีความสอดคล้อง และตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง ตามแนวของทฤษฎีความสอดคล้อง (Congruity Consistency Theory)

### ทฤษฎีความสอดคล้อง

ตามแนวความคิดของ Orgood ( อ้างใน พัทธนี วรกวิน : 2526) กล่าวว่า บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการให้ข่าวสารนั้นว่า เขามีทัศนคติต่อผู้ให้สารเช่นไร ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้ข่าวสารนั้น ก็จะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อสารนั้นด้วย จึงจะมีผลต่อการยอมรับ โดยการประเมินค่าจากแหล่งสาร

แนวคิดเกี่ยวกับความสอดคล้องนั้น อาจมีชื่อเรียกต่างๆ กันไป ดังที่ Festinger (อ้างใน พัทธนี วรกวิน : 2526) เรียกว่า ทฤษฎีความไม่ลงรอยทางความคิด (Cognitive Dissonance Theory) กล่าวว่า เมื่อมีการตัดสินใจในการเลือก เกิดภาวะความไม่ลงรอยที่จะเลือกเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้นจะพยายามลดความไม่ลงรอย โดยพยายามหาข่าวสารสนับสนุนสิ่งที่ตนเองได้ตัดสินใจเลือกไว้ และลดความน่าสนใจสิ่งที่ตนเองไม่เลือก

จากแนวคิดของ Orgood และ Festinger ซึ่งให้เห็นว่า คนที่มีความแตกต่างกันจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร จดจำ และนำเนื้อหาสาระไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน สำหรับองค์ประกอบด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารที่แตกต่างกันนั้น Schramm (1973) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ มีผลทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมาย หรืออาจเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่ได้พบ

Dominick (1990) ได้จำแนกเหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อเพื่อการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

1. เพื่อการรับรู้ (Cognitive)

หมายถึง มนุษย์มีความต้องการพื้นฐานในด้านความอยากรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น มนุษย์จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยกรรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ และความบันเทิง

## 2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions)

หมายถึง การเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อใช้ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบต่างๆ กันออกไป เช่น

- การกระตุ้นทางอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิตจริง

- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้นหรือลดความเร้าใจในชีวิตประจำวัน

## 3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility)

หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อ เพื่อความต้องการความทันสมัย ต้องการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อคำนิยามใหม่ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน เป็นพวกเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นพยานเชื่อมคนกลุ่มเหล่านั้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่ในปัจจุบัน การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อน หรืออาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมือง อย่างเช่นในกรุงเทพฯ ประชาชนส่วนใหญ่อาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์เป็นเพื่อน มากกว่าการคบกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

## 4. การผลัดจากสังคม (Withdrawal)

มีลักษณะตรงกันข้ามกับเพื่อประโยชน์ทางสังคม เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงสังคม เช่น การเร่งทำงานให้เสร็จเพื่อจะได้รับชมโทรทัศน์

พิจารณาโดยภาพรวมแล้ว จะเห็นได้ว่า แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลเลือกรับสื่อของ Merril และ Lowenstein และแนวคิดเกี่ยวกับเหตุผลการเลือกเปิดรับสื่อของ Dominick ชี้ให้เห็นว่า แรงผลักดันและเหตุผลเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความต้องการพื้นฐานของมนุษย์นั่นเอง

ส่วนนักวิชาการสื่อสารมวลชน เช่น McCombs และ Brecker (1979) ได้กล่าวว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการติดตามและสังเกตความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (decision) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัวได้
3. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (discussions) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลในการนำไปใช้พูดคุยหรือสนทนากับผู้อื่นในชีวิตประจำวัน
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้น
5. เพื่อต้องการข่าวสารมาเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (reinforcement)
6. เพื่อความบันเทิง (entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (relaxing)

จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาข้างต้น เป็นแนวคิดที่แสดงถึงพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ เหตุผลที่ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน ซึ่งมาจากความต้องการแตกต่างกัน และหรือลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุผลนี้ทำให้นักจัดรายการวิทยุต่างๆ จึงจัดรายการโดยคำนึงถึงผู้รับสารหรือผู้ฟังมากขึ้น เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้ฟัง และทำให้รายการเป็นที่น่าสนใจยิ่งขึ้น

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารมาใช้เป็นแนวทางในการวิจัย เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการฟังของผู้ฟังรายการ Club Friday และเหตุจูงใจที่

ทำให้เกิดพฤติกรรมการฟังขึ้น โดยศึกษาว่า ผู้ฟังรายการ Club Friday มีลักษณะอย่างไร มีพฤติกรรมการฟังอย่างไรบ้าง เพราะเหตุใดถึงต้องฟังรายการนี้ ผู้ฟังมีความต้องการอะไรบ้าง ด้วยเหตุผลต่างๆ เหล่านี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีนี้มาช่วยในการออกแบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ใช้เป็นแหล่งอ้างอิง และใช้เป็นเกณฑ์เพื่อกำหนดตัวแปรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้

### แนวคิดเกี่ยวกับการคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสาร

การคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสารของเราย่อมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการสื่อสารของเราทั้งในฐานะผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพราะเป็นเครื่องกำหนดว่าเราควรสร้างและจัดสารอย่างไรในฐานะผู้ส่งสาร เราควรที่จะเลือกรับสารของใคร ชนิดใดในฐานะผู้รับสาร การคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสารจะช่วยทำให้เราเข้าใจคู่สื่อสารได้ดีขึ้น สามารถเตรียมการและปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับคู่สื่อสารได้ ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสิทธิผลของการสื่อสารได้ ทั้งนี้เพราะการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้และมีประสิทธิผลมากหรือน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือกัน (commonness) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร การคาดคะเนคู่สื่อสารทำให้เราสามารถปรับการสื่อสารของเรา ออกช่องโหว่ในเรื่องความแตกต่างระหว่างเรากับคู่สื่อสาร ทำให้เกิดความร่วมมือกันมากที่สุด เพื่อให้มีความหมายร่วมกันมากที่สุด (ปรมะ สตะเวทิน, 2546: 102)

การคาดคะเน (expectation) หรือการทำนาย (prediction) ความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสารสามารถกระทำได้ 2 วิธี วิธีแรกคือ การเอาใจเราเข้าไปใส่ในใจคนอื่น (empathy) วิธีที่สองคือ การมีความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของคนอื่น (ปรมะ สตะเวทิน, 2546: 103) ดังนี้

1. การคาดคะเนโดยการเอาใจเราเข้าไปใส่ในใจคนอื่น (empathy) คือ ความสามารถในการเอาตัวเองเข้าไปอยู่ในบุคลิกของคนอื่น (Berlo, 1960: 119) เป็นการมองคนอื่นเหมือนกับว่าเราเป็นตัวคนๆ นั้นเอง จนสามารถเข้าใจถึงสภาพจิตใจภายในของคนๆ นั้น จนกระทั่งสามารถรู้ว่าเขาคิดอย่างไร รู้สึกอย่างไร จะมีปฏิกิริยาอย่างไร จะมีพฤติกรรมอย่างไร อย่างที่สำนวนไทยเรียกว่า “เอาใจเขามาใส่ใจเรา”

ในเรื่องของการคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคนอื่น โดยเอาใจเราเข้าไปใส่ในใจคนอื่นนั้นมีทฤษฎีที่ใช้อธิบายอยู่ 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการวินิจฉัยคนอื่นจากตัวเราเอง (Inference Theory) และทฤษฎีการสวมบทบาทของคนอื่น (Role-Taking Theory) ทั้งสองทฤษฎีเห็นพ้องต้องกันว่า ข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ในการคาดคะเนก็คือ พฤติกรรมของคนที่แสดงออกมาให้ปรากฏ การทำนายสภาพจิตใจภายในของคนอื่นกระทำได้โดยอาศัยพฤติกรรมที่ปรากฏเห็นได้นี้ แต่ทฤษฎีทั้งสองมีความเห็นแตกต่างกันในเรื่องวิธีการทำนาย

### 1.1 ทฤษฎีการวินิจฉัยคนอื่นจากตัวเราเอง (Inference Theory)

ทฤษฎีนี้อ้างว่าคนสามารถสังเกตพฤติกรรมภายนอกของตนได้โดยตรง และสามารถโยงพฤติกรรมให้เข้ากับสภาพจิตใจภายในของตนได้ เช่น ความรู้สึก ความคิด อารมณ์ เป็นต้น ด้วยกระบวนการเช่นนี้ คนจึงมีความหมาย (ตีความหมาย) สำหรับพฤติกรรมภายนอกของตนได้ และรู้จักตัวเอง (self) ว่าเป็นใคร มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร เมื่อแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งแล้วมีความหมายว่าอย่างไร ดังนั้นเมื่อทำการสื่อสารกับคนอื่น ก็จะสังเกตพฤติกรรมภายนอกของคนอื่น แล้วตีความหมายพฤติกรรมนั้น โดยยึดตัวเองเป็นหลักว่าเมื่อเราแสดงพฤติกรรมเช่นนั้น เรามีความรู้สึกในจิตใจอย่างไร หมายความว่าอย่างไร จากนั้นก็วินิจฉัยความรู้สึกของคนอื่นที่แสดงพฤติกรรมเช่นนั้นว่าเขามีความรู้สึกอย่างไร มีความหมายอย่างไร เมื่อคนนั้นแสดงพฤติกรรมอย่างเดียวกับเรา เขาก็ควรจะมีความรู้สึกและมีความหมายเช่นเดียวกับเรา เป็นการทำนายจิตใจของคนอื่นโดยอาศัยความเหมือนกันระหว่างพฤติกรรมของคนอื่นกับพฤติกรรมของเรา เช่น เมื่อเราทูปโต๊ะ เราแสดงความรู้สึกโกรธ เมื่อเราเห็นใครทูปโต๊ะ เราก็ตัดสินว่าเขาโกรธเช่นกัน

### 1.2 ทฤษฎีการสวมบทบาทของคนอื่น (Role-Taking Theory)

ทฤษฎีนี้เริ่มต้นด้วยการอธิบายความคิดเรื่องตัวเอง หรือการรู้จักตัวเอง (self) ของคน โดยเริ่มจากทารก ทฤษฎีนี้กล่าวว่า ทารกที่เกิดใหม่ไม่สามารถแยกความแตกต่างของคนได้ ทารกไม่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างตัวเองกับคนอื่น ไม่สามารถแยกความแตกต่างระหว่างคนหนึ่งกับอีกคนหนึ่งได้ ในการที่จะรู้จักตัวเองทารกต้องมองตัวเองประหนึ่งว่าตัวเองเป็นสิ่งของอย่างหนึ่ง ต้องกระทำต่อตนเองเสมือนกระทำต่อสิ่งของอื่นๆ หรือต่อคนอื่นๆ เป็นการมองตัวเองจากภายนอกเหมือนคนอื่นมองตัวทารก การมองตัวเองว่าเป็นสิ่งของอย่างหนึ่ง และการรู้จักตัวเองนั้นเกิดจากการที่ทารกได้ทำการสื่อสารกับคนอื่น

การสื่อสารกับคนอื่นจึงเริ่มจากการเลียนแบบพฤติกรรมของคนอื่น เมื่อโตขึ้นก็เพิ่มพฤติกรรมในการสวมบทบาทของคนอื่นมากขึ้น เพิ่มการกระทำต่อตนเองเหมือนกับที่คนอื่นกระทำต่อตนมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็เรียนรู้การสร้างและการใช้ significant symbols ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่ตนเองและคนอื่นมีความหมาย ด้วยความสามารถในการสร้างและการใช้ เด็กเริ่มเข้าใจบทบาทที่ตนสวม เริ่มเข้าใจความหมายว่าทำไมคนอื่นจึงกระทำต่อตนเช่นนั้น เริ่มเอาตัวเองเข้าไปใส่ในตัวคนอื่น มองตัวเองจากสายตาของคนอื่น

เมื่อเติบโตขึ้นมาอีกก็ได้เข้าร่วมในกิจกรรมกลุ่มต่อไปในชีวิต ได้สวมบทบาทของคนต่างๆ มากมาย ในการสวมบทบาทของคนอื่นๆ นี้เรามองตัวเองเหมือนกับที่คนอื่นๆ มองเขา เขามองตัวเองเหมือนมองสิ่งของอย่างหนึ่ง จากการสวมบทบาทของคนอื่นๆ อยู่ตลอดเวลาที่ละน้อย คนเราก็เริ่มกำหนดลักษณะโดยทั่วไปของบทบาทของคนอื่น เริ่มเข้าใจว่าคนอื่นปฏิบัติอย่างไร ดีความหมายของพฤติกรรมอย่างไร กระทำต่อตนอย่างไร เกิดความคิดเรื่องคนโดยทั่วไป เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับบทบาทของคนอื่นที่ปฏิบัติกันโดยทั่วไป หรือปฏิบัติเหมือนๆ กันในกลุ่มเดียวกัน

คนแต่ละคนได้พัฒนาความคิดเรื่องคนโดยทั่วไป โดยอาศัยจากประสบการณ์ของเราที่ได้ประสบในสังคมและการสวมบทบาทของคนอื่น ความคิดเรื่องคนโดยทั่วไปทำให้เราสามารถกำหนดพฤติกรรมของเราได้ว่า เราควรจะทำอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆ สิ่งนี้ทำให้เกิดความคิดเรื่องตัวเอง (self-concept) ทำให้เรารู้จักตัวเอง ความคิดเรื่องตัวเอง หรือการรู้จักตัวเอง จึงเกิดจากการสื่อสารกับคนอื่น การสวมบทบาทของคนอื่น การปฏิบัติต่อตนเองเสมือนว่าตนเองเป็นสิ่งของอย่างหนึ่ง และการเรียนรู้ว่าคนโดยทั่วไปเขาปฏิบัติกันอย่างไร

ดังนั้นความแตกต่างระหว่างทฤษฎีทั้งสอง จึงอยู่ที่ว่า ในทฤษฎีการสวมบทบาทของคนอื่น (Role-Taking Theory) นั้น การรู้จักตัวเอง (self) เกิดจากการสื่อสารกับคนอื่น โดยการสวมบทบาทของคนอื่น จึงทำให้เราสามารถเอาตัวเราเข้าไปใส่ในตัวคนอื่น เอาใจเราเข้าไปใส่ในใจคนอื่น (empathy) ได้ ในขณะที่ทฤษฎีการวินิจฉัยคนอื่นจากตัวเราเอง (Inference Theory) ถือว่าเรารู้จักตัวเอง (self) ก่อน ในการเอาใจเราเข้าไปใส่ในใจคนอื่น (empathy) นั้นกระทำโดยการเอาตัวเข้าไปวินิจฉัยความรู้สึกภายในคนอื่น



**2. ความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของคนอื่น** การทำนายหรือการคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคนอื่นโดยการเอาใจเราเข้าไปใส่ในใจคนอื่น (empathy) นั้น สามารถใช้ได้กับการสื่อสารบางสถานการณ์ เช่น การสื่อสารกับคนที่เรารู้จัก เคยทำการสื่อสารกันมาก่อน เป็นการสื่อสารกับคนไม่มากนักในเวลาเดียวกัน เป็นต้น สำหรับในสถานการณ์อื่นๆ ซึ่งไม่เหมาะสมที่จะใช้การทำนาย หรือคาดคะเนโดยการเอาใจเราเข้าไปใส่ในใจคนอื่น (empathy) นั้น เราสามารถทำนาย หรือคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคนอื่นได้ โดยอาศัยความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของคนนั้นๆ (Social of social-cultural system) ความรู้ของเราเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมของคู่สื่อสาร ช่วยให้เราสามารถทำนาย ความเชื่อ ความรู้ และพฤติกรรมของคู่สื่อสารได้

การที่เรามีความรู้เกี่ยวกับสังคมของบุคคล ทำให้เราได้ทราบว่าวัฒนธรรมของสังคมจะทำให้คนมีพฤติกรรมอย่างไร มีค่านิยมอย่างไร มีการแสดงออกอย่างไร มีความคิดอย่างไร ทำให้เราทราบว่า เมื่อคนผู้นั้นมีบทบาท ตำแหน่ง ชั้น หน้าที่ความรับผิดชอบ ศักดิ์ศรีหรือความนิยมนับถือที่สังคมกำหนดและสมาชิกคนอื่นของสังคมมอบหมายให้แล้ว เขาจะมีพฤติกรรมและทัศนคติอย่างไร มีความรู้อย่างไร จะทำการสื่อสารอย่างไร จะตีความหมายสารอย่างไร จะจัดสารอย่างไร

แม้เราไม่รู้จักเขาเป็นการส่วนตัว ไม่เคยทำการสื่อสารกับเขามาก่อน ไม่รู้ทัศนคติ ความรู้ทักษะในการสื่อสารของเขามาก่อน เราก็ยังสามารถทำนายหรือคาดคะเนคนอื่นได้ค่อนข้างถูกต้องโดยอาศัยความรู้เกี่ยวกับสถานภาพทางสังคมของบุคคล

ในการทำ การสื่อสารซึ่งเราจำต้องอาศัยการคาดคะเน หรือทำนายความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสารนั้น การคาดคะเนหรือการทำนายของเราควรจะต้องอาศัยทุกสิ่งทุกอย่างที่เราารู้เกี่ยวกับคู่สื่อสารของเรา เพื่อให้การทำนายหรือคาดคะเนของเรามีความถูกต้องมากที่สุด แต่พึงระลึกไว้เสมอว่า สิ่งที่เราารู้เกี่ยวกับคู่สื่อสารของเรานั้น เราไม่รู้หมด ดังนั้น เราจึงไม่มีทางที่จะคาดคะเนหรือทำนายคู่สื่อสารของเราได้อย่างตรงเผง (complete accuracy) (ปรมะ สตะเวทิน, 2546: 110)

**ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)**

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

การเลือกเปิดรับสื่อของบุคคลขึ้นอยู่กับลักษณะความต้องการ และสภาพแวดล้อมทาง เศรษฐกิจและสังคม ความกดดันของปัญหาต่างๆ จะเป็นแรงจูงใจให้เลือกเปิดรับสื่อที่สนองความต้องการและความพึงพอใจของตน Palmgreen, Wenner และ Rosengren (1985) ได้สรุป ลักษณะที่สำคัญของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร และมีความกระตือรือร้น
2. ผู้รับสารเลือกใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย
3. สื่อแต่ละชนิดมีการแข่งขันในการตอบสนองความพึงพอใจ
4. สภาพแวดล้อมของผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความต้องการและโอกาสในการเปิดรับสื่อ
5. การเปิดรับสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่างๆ
6. เนื้อหาของสื่อจะไม่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับสารได้คงที่ หรือ ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป
7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะสนองความต้องการและความพึงพอใจแตกต่างกันในแต่ละช่วงของเหตุการณ์และเวลา
8. ความพึงพอใจของผู้รับสารจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ และเวลาขณะที่เปิดรับสื่อ

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อที่ได้รับการพัฒนาขึ้น เป็นอีกแนวทางหนึ่งของการวิจัยสื่อสารมวลชน ผู้รับสารในทางการสื่อสารมวลชนจะหมายถึง กลุ่มผู้รับสารทั่วไป (audience) ซึ่งเป็นใครก็ได้ที่สามารถเข้าถึงสื่อวิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์ ซึ่งแต่เดิมงานวิจัยจะมุ่งศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ต่อมาพบว่า ผู้รับสารไม่ใช่ผู้ถูกกระทำ (passive person) หรือถูกป้อนฝ่ายเดียว ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่เป็นบุคคลผู้กระทำ (active person) หรือมีบทบาทในลักษณะการเลือกสรรและโต้ตอบข่าวสาร ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจส่วนตัว

การศึกษาในด้านนี้มีผู้ที่สนใจศึกษากันมากขึ้น โดยเริ่มจาก คาทซ์ (Katz) เป็นคนแรกที่มีความเห็นว่า งานวิจัยเกี่ยวกับ “ผล” หรืออิทธิพลของสื่อที่มีต่อบุคคลนั้น ควรให้ความสนใจลดน้อยลง แต่ควรให้ความสนใจต่องานวิจัยเกี่ยวกับ “การใช้สื่อ” ของบุคคลให้มากขึ้น โดย คาทซ์ชี้ให้เห็นว่าสื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อบุคคลที่ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และการเลือกใช้นั้นก็สืบเนื่องมาจากเหตุผลทางจิตวิทยาและความต้องการทางสังคมของแต่ละบุคคลนั้นๆ

เดวิสสัน (Davison) เป็นอีกผู้หนึ่งที่ทำให้การสนับสนุนแนวคิดของคาทซ์ โดยให้ข้อคิดว่าบุคคลต่างๆ คนมีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อ หรือเลือกรับข่าวสาร เพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการของสังคม (เมตตา กฤตวิทย์, พัทธนี เขยจรรยา, และถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ 2530 : 123)

การวิจัยการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อในยุคเริ่มแรกที่น่าสนใจ มีงานวิจัยของคาทซ์ (Katz) และคณะ (1973) ศึกษาข้อมูลจากผู้ใช้อสื่อในประเทศอิสราเอล โดย คาทซ์ (Katz) และคณะ (1973) ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่าง มารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่างๆ องค์ประกอบนี้ได้แก่

1. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่น
  - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
  - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
  - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก
  - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
  - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
  - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
  - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
  - 3.1 ตนเอง
  - 3.2 ครอบครัว
  - 3.3 เพื่อนฝูง

- 3.4 สังคม รัฐบาล
- 3.5 ขนบประเพณี วัฒนธรรม
- 3.6 โลก
- 3.7 สิ่งภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้ คาทซ์ (Katz) และคณะ (1973) ได้สร้างข้อความแสดงความ ต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นจำนวนหนึ่ง เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคล ซึ่งสามารถใช้ สื่อต่างๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (Gratifications) และได้นำข้อความชี้ความต้องการของ บุคคลเหล่านี้มาสร้างมาตรวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความ ต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตรวัด 4 ระดับ คือ สำคัญ มาก สำคัญพอใช้ ไม่ค่อยสำคัญนัก ไม่สำคัญเลย

นอกจากนี้ คาทซ์ และคณะ ยังได้วัดระดับของความพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสาร ได้รับจากสื่อประเภทต่างๆ โดยสร้างมาตรวัดความพอใจที่สื่อมวลชนให้กับผู้รับสาร เช่น มาตร วัดความพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุจะตั้งคำถามว่า รายการวิทยุสามารถช่วยในการตอบสนอง ความต้องการของผู้ฟังได้มากน้อยเพียงใด (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย และยังถามประกอบด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มี อะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

ต่อมา คาทซ์ และคณะ ได้อธิบายการใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจไว้ว่า สภาวะ สังคมและจิตใจที่แตกต่างกันนั้น ทำให้บุคคลมีความต้องการแตกต่างกันไป และความต้องการที่ แตกต่างกันนี้เอง ก็ส่งผลไปยังความคาดหวังในสื่อเพื่อการตอบสนองความพอใจแตกต่างกัน ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน ก็จะมี ความแตกต่างกันด้วย สุดท้ายความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะต่างกันไป ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลอง ดังนี้



McCombs (1979) กล่าวถึง ความพึงพอใจ (Gratifications) ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลในที่นี้ หมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็เป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Gratifications)

Rosengren (1985) ได้กล่าวว่า ประโยชน์ (Uses) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ (Gratifications) ในแง่ที่ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจเองก็อาจได้รับประโยชน์ เพราะฉะนั้นในการวิจัยอาจจะศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่ง โดยมีเป้าหมายถึงทั้งสองตัวก็ได้

การใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจอาจจะขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการ ซึ่ง Berger (1982) ได้แบ่งการตอบสนองความต้องการไว้ดังนี้

1. เพื่อความสนุกสนาน
2. สื่อจะสอนลักษณะการวางท่าทางและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ซึ่งแสดงถึงอำนาจ
3. สอนประสบการณ์ที่งดงาม
4. สอนถึงการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน
5. สอนความพึงพอใจในการอยากรู้ อยากเห็นในข่าวสารต่างๆ
6. ทำให้รู้จักการปฏิบัติตนตามหน้าที่ และมีการวางแผนงาน
7. เพื่อความเพลิดเพลิน
8. ทำให้รู้จักเห็นอกเห็นใจผู้อื่น
9. สร้างอารมณ์ต่างๆ
10. ทำให้เกิดการเลียนแบบ
11. สร้างบุคลิกภาพและลีลาของตัวเอง
12. ได้รับข่าวสารทุกๆ ส่วนของโลก
13. เป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านยุติธรรม
14. เป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านความรัก
15. ทำให้เกิดการเรียนรู้ความผิดพลาดของผู้อื่น
16. สอนให้เกิดความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์

17. แสดงจินตนาการความสัมพันธ์ทางเพศของหนุ่มสาว

18. เพื่อความตื่นตัว

คาร์ทซ์, บลัมเมอร์ และกรูวิทซ์ (Katz, Blumler and Gurevitch, 1974) ได้ให้แนวความคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน

2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักในปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ

3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองของความพึงพอใจตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม

4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิกและการเสริมสร้างความเชื่อของสังคม

5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นการเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

การศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้มีผู้ที่ให้แนวความคิดเอาไว้มากมาย ซึ่ง Wenner (1982) ได้รวบรวมผลงานวิจัยเหล่านั้นออกมา และแบ่งความพึงพอใจออกเป็นกลุ่ม ดังนี้

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientational Gratification)

เป็นการใช้ข่าวสารเพื่ออ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียง เลือกตั้ง (Vote Guidance)

2. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification)

เป็นการนำข่าวสารที่รับรู้ไปเข้าเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. การใช้ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล ( Para – Social Gratifications)

เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลเกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือ หรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ ( Para – Oriemtational Gratifications)

เป็นการใช้ข่าวสารในการปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาหมดไป เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทย ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนที่ McQuail และคณะได้สร้างไว้ และนำมาปรับปรุงใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็นและการตัดสินใจ

1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ

1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)

2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 ใช้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
  - 4.1 การหลีกหนี หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
  - 4.2 การผ่อนคลาย
  - 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
  - 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
  - 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
  - 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะเห็นได้ว่าผู้รับสารเป็นบุคคลที่กระทำ ไม่ใช่ผู้ถูกกระทำ ในการเลือกใช้สื่อต่างๆ ที่ตนมีความต้องการและตนมีความพึงพอใจ เพื่อตอบสนองในด้านต่างๆ ของผู้รับสาร ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีนี้มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาถึงการ ใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้ฟังรายการวิทยุ Club Friday เพื่อต้องการศึกษาว่าผู้ฟังมีความต้องการ มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอย่างไรในการฟังรายการ Club Friday ซึ่งทฤษฎีนี้สามารถอธิบายและให้คำตอบต่อการศึกษาวិชาวิจัยในครั้งนี้

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยต่างประเทศ

โจเซฟ แคลปเปอร์ (Joseph Klapper, 1960) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจในการใช้สื่อของแม่บ้านชาวอเมริกัน ถึงการเลือกรับฟังรายการละครวิทยุ พบว่า การฟังรายการละครวิทยุตอบสนองความต้องการโดยการระบายอารมณ์ และทำให้ได้เรียนรู้ชีวิต และวิธีการที่จะจัดการกับปัญหาชีวิตของตน

## งานวิจัยในประเทศ

ชาคริต สุตสายเนตร (2539) ได้ทำการศึกษาวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อผ่อนคลายความวิตกกังวลต่อความตายของผู้ป่วยโรคเอดส์ ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อผ่อนคลายความวิตกกังวลต่อความตาย ในรูปแบบของการให้การปรึกษา ซึ่งใช้แนวทางวิธีการสื่อสารโดยผู้ให้การปรึกษานับสนุนให้ผู้ป่วยมีกำลังใจ และส่งเสริมให้ผู้ป่วยเกิดความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าในตนเอง เมื่อติดตามผู้ป่วยไประยะหนึ่งหลังจากให้การปรึกษาพบว่าผู้ป่วยสามารถผ่อนคลายความวิตกกังวล โดยเงื่อนไขบุคลิกภาพของผู้ป่วย การเปิดเผยสภาพ การได้รับการยอมรับ และความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับบุคคลในครอบครัว ก็เป็นส่วนสำคัญประการหนึ่งในการช่วยให้ผู้ป่วยผ่อนคลายความวิตกกังวลด้วย

จุมพล ผ่องนัยเลิศ (2545) ศึกษาเรื่องทักษะการสื่อสารและกลวิธีการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้นำเยาวชนชนด้านการป้องกันยาเสพติด ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 ทักษะการสื่อสารแบ่งได้เป็น 2 แบบใหญ่ๆ คือ ทักษะการสื่อสารแบบวัจนภาษาซึ่งได้แก่ รูปแบบการสนทนาเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการบรรยาย รูปแบบการตอบปัญหา รูปแบบการวางกฎบังคับ รูปแบบกิจกรรม และทักษะการสื่อสารแบบอวัจนภาษาซึ่งได้แก่ แบบแสดงภาษากาย กับแบบการนิ่งเงียบ ส่วนที่ 2 กลวิธีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจของผู้นำเยาวชนชนด้านการป้องกันยาเสพติด พบว่าผู้นำเยาวชนชุดอบรมมีการใช้กลวิธีในการอบรม 10 วิธี ได้แก่ การยกอุทาหรณ์ การอุปมาอุปไมย การใช้อุปกรณ์การสอน การทำเป็นตัวอย่าง การเล่นภาษา อูบายเลือกคน การรู้จักจังหวะและโอกาส ความยืดหยุ่นในการใช้วิธีการ การลงโทษและการให้รางวัล และกลวิธีแก้ปัญหาเฉพาะหน้า

พิมพ์พรณ อินทรพิมล (2548) ศึกษาถึงวิธีการสื่อสารของสถานีวิทยุชุมชนบ้านจำรุง และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาชุมชนบ้านจำรุง อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ผลการวิจัยพบว่า วิธีการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการ ประกอบด้วย 1.รูปแบบการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การสื่อสารสองทางและลักษณะการใช้ภาษาแบบกึ่งทางการ 2.ภาษาที่ใช้ ได้แก่ ภาษาระยอง ภาษากลาง และภาษาอีสาน 3.ความน่าสนใจของการนำเสนอ ได้แก่ การพูดไปเรื่อยๆ เพลงพื้นบ้าน กลอน สปอตประกอบรายการ การสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ และความตกลงขั้นส่วนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของผู้ฟังรายการพบว่า 1.ผู้ฟังมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร ได้แก่ การใช้โทรศัพท์ การเข้าไปพูดคุยในขณะออกอากาศ และการบอกผ่านผู้ดำเนินรายการ 2.ผู้ฟังในฐานะผู้ส่ง/ผู้ผลิต/ผู้ร่วมผลิต ได้แก่ ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้ส่งสาร ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมใน

ฐานะเป็นผู้ผลิตหรือผู้ดำเนินรายการ ผู้ฟังเข้ามีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้ร่วมผลิตรายการ 3.การมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ได้รับการเผยแพร่ผ่านทางวิทยุชุมชนบ้านจำรุง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในชั้นช่วยงานทั่วไป และการมีส่วนร่วมในชั้นวางแผนกำหนดรูปแบบกิจกรรม

อุษา จันทรประภาศ (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาเกี่ยวกับลักษณะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียง และผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมมารับฟังรายการ คือ ฟังรายการค่อนข้างบ่อย สาเหตุที่ฟังเพราะ รูปแบบรายการมีความน่าสนใจ และผู้ฟังมีความสนใจฟังเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจพบว่า ผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก เฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ 1. หลักการที่เป็นรายการของประชาชน บริหารรายการโดยตัวแทนของประชาชน 2. ความรู้ 3. ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพและการดำเนินชีวิตประจำวัน 4. รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน 5. วิธีการแก้ปัญหาต่างๆ 6. ข่าวสาร 7. ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น

อรพินท์ ศักดิ์เอี่ยม (2536) ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่เด็กได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก ผลการวิจัยพบว่า เหตุผลที่ทำให้เด็กเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กมากที่สุดคือ ทำให้เกิดความรู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน ความพึงพอใจที่เด็กได้รับพบว่า มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนในด้านการใช้ประโยชน์พบว่า เด็กนำสิ่งที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ในระดับปานกลาง โดยนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการพัฒนาสติปัญญาและความสามารถพื้นฐานมากที่สุด

ชูศักดิ์ รongสวัสดิ์ (2537) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหาของรายการมองต่างมุม กับทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมชมรายการมองต่างมุม จะมีพฤติกรรมเจาะจงในการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อตามความพอใจ และความต้องการ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่างๆ รวมทั้งต้องการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการเสริมความคิด และตัดสินใจในข้อมูลข่าวสารที่สนใจนั้นๆ

ปีทมาวดี หล่อวิจิตร (2539) ได้ศึกษาถึง ทักษะคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” ของผู้ชม พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ ระดับการศึกษา และอาชีพมีความสัมพันธ์กับทัศนคติในการรับชม และลักษณะทางประชากร รวมทั้งพฤติกรรมการเปิดรับชม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาการออกอากาศ

จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านสื่อไปยังผู้ฟัง ผู้ส่งสารจะต้องมีคุณสมบัติที่ดี มีการใช้ทักษะและเทคนิคในการสื่อสาร เพื่อให้ตรงความต้องการของผู้ฟังให้ได้มากที่สุด และในส่วนของผู้ฟังก็มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังในลักษณะที่แตกต่างกันไปซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ตามแต่แต่ละบุคคล ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิธีการสื่อสารของผู้ดำเนินรายการวิทยุ Club Friday การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ฟัง ในครั้งนี้