

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับฟัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุ “ร่วมด้วยช่วยกัน” (FM 96.0 MHz) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสาร
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

แนวคิดดังกล่าวนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารในแง่มุมต่าง ๆ อาทิ ลักษณะการแบ่งกลุ่มผู้รับสาร ความแตกต่างของผู้รับสาร การเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสารความรู้ของผู้รับสาร เนื่องจาก กระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้นเมื่อประกอบที่มนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการสื่อสารขึ้นมา ซึ่งการสื่อสารจะบรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิผลเพียงใดนั้น ผู้ส่งสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ที่จะทำให้เราทราบได้ว่า ใครเป็นผู้รับสารเป้าหมาย ผู้รับสารมีลักษณะ มีความต้องการ มีความสนใจ มีความรู้ มีทัศนคติ และค่านิยม รวมถึงการตีความหมาย และมีพฤติกรรมในการตอบสนองต่อสารอย่างไร อีกทั้งยังทำให้สามารถวางแผนเพื่อเตรียมปรับการสื่อสารของเราให้เหมาะสมก่อนที่จะลงมือกระทำการสื่อสารอีกด้วย¹

¹ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 7 (กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 106.

ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะตัวของตน เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะและประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารในแต่ละสถานการณ์ ก็จะมีจำนวนผู้รับสารที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งการสื่อสารมักจะประสบปัญหาในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากมาย เพราะเราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นรายคนได้ เพราะผู้รับสารประกอบไปด้วยคนจำนวนมากเกินไป อีกทั้งผู้ส่งสารยังไม่วัดจักผู้รับสารแต่ละคนอีกด้วย ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ก็คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร (Demographic Characteristic) อาทิ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม หรือ แม้แต่ภูมิภนาของผู้รับสาร ว่าผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกันจะมีพฤติกรรมกรสื่อสาร เช่นเดียวกันหรือไม่ มีการเปิดรับสื่อเหมือนหรือแตกต่างกัน ผลกระทบของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เหมือนกันจะเป็นเช่นเดียวกันหรือไม่ โดยสามารถวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้²

1. อายุ

เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญค่อนข้างมาก เพราะอายุทำให้คนมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่อายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกแง่ดีกว่าคนอายุมาก ในขณะที่คนอายุมาก จะมีแนวคิดอนุรักษนิยม ยึดถือปฏิบัติ ระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนมีอายุน้อย เนื่องจากเคยผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่า และในด้านความแตกต่างของความยากง่ายในการชักจูงใจพบว่า เมื่อมีอายุมากขึ้นโอกาสที่จะถูกเปลี่ยนใจหรือโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจก็จะน้อยลง

2. เพศ

จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของชายหญิงไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักมีความอ่อนไหวและจะถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ซึ่งมักใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง ในด้านกิจกรรมที่กระทำนั้น ผู้หญิงมักจะมีเวลาอยู่กับบ้านมากกว่าผู้ชายที่มักจะใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน ทำให้ผู้หญิงมีเวลาเปิดรับสื่อมากกว่า สามารถรับฟังรายการวิทยุได้มากกว่า แต่มักจะใช้เพื่อความผ่อนคลายหรือเพื่อ

²ยุคล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 49.

สาระความรู้ต่าง ๆ ที่สอดแทรกในรายการ แต่ผู้ขายเนื่องจากมีเวลาในการรับฟังน้อยกว่า ก็มักจะเลือกฟังรายการที่มีเนื้อหาข่าวสารที่หนัก ๆ เช่น ข่าวสารด้านการเมือง เศรษฐกิจ หรือด้านกีฬา เป็นต้น นอกจากนี้ความแตกต่างด้านเพศ ยังทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการสื่อสารที่แตกต่างกันไปด้วย ผู้หญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่า ในขณะที่ผู้ชายต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร พร้อมทั้งสร้างสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กัน กับการส่งและรับข่าวสารนั้นด้วย

3. การศึกษา

การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับ ยุคสมัย ระบบการศึกษา และสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมจะมีรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการแตกต่างกันไป นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล

ซึ่งมีการศึกษาวิจัยหลายเรื่องที่ได้บ่งชี้ว่า³ บุคคลที่ยังมีการศึกษาสูงก็必将มีความสนใจในข่าวสารกว้างขวางไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ จะต้องมีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ ผู้มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์มากกว่าสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และภาพยนตร์ เป็นต้น

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

จากการศึกษาวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสารที่ได้รับ เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวแตกต่างกันก็ย่อมมองโลก มีแนวคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพของแต่ละบุคคลก็ยังสามารถเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยาของผู้ประกอบอาชีพนั้น ๆ ได้ ในเรื่องของรายได้นั้น พบว่าเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ รายได้ที่ต่างกันทำให้คนมีวิถีชีวิต หรือแนวทางการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสาร

³ระวีวรรณ ประกอบผล, “องค์ประกอบและกระบวนการของการสื่อสาร,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 3, พิมพ์ครั้งที่ 2 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 314.

พฤติกรรมกำรรับสารของผู้ฟัง⁴

พฤติกรรมกำรรับสารของผู้ฟัง หมายถึง ลักษณะและรูปแบบการเปิดรับสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่ผู้วิเคราะห์ควรต้องศึกษาและต้องทำความเข้าใจเนื่องจากเป็นพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการฟังวิทยุโดยตรง

การศึกษาในแวดวงนิเทศศาสตร์เริ่มต้นโดยมุ่งศึกษาเพียงผู้ส่งสาร สารและช่องทางการสื่อสาร ศึกษาว่าผู้ส่งสารจะต้องทำอย่างไรจึงจะสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ สารที่ส่งออกไปจะต้องมีรูปแบบ เนื้อหาเป็นอย่างไร ต้องสื่อสารผ่านช่องทางใดจึงจะเหมาะสม มีเป้าหมายหลักคือ การสื่อสารให้บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารโดยไม่เห็นความสำคัญของผู้รับสาร มองว่าผู้รับสารเป็นเสมือนเป้าหมายที่ำหน้าที่รับสารตามทีผู้ส่งสารส่งมา พฤติกรรมกำรรับสารเป็นแบบเฉยชาหรือเป็นผู้ถูกกระทำ (passive) นั่นคือ ผู้รับสารทำหน้าที่รับสารและมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหาของสื่อมวลชนอย่างเป็นเหตุเป็นผล และคาดเดาได้ สารมีความหมายตามทีผู้ส่งสารตั้งใจจะสื่อความหมาย ผู้รับสารไม่ได้เป็นผู้ตีความและสร้างความหมายของสารขึ้นมาเอง

ในปัจจุบันนี้แม้ว่านักนิเทศศาสตร์จะมองว่าพฤติกรรมกำรรับสารของผู้รับสาร เป็นพฤติกรรมทีกระตือรือร้น (active) นั่นคือ ผู้รับสารเลือกรับสารตามความชอบ ความสนใจ ความต้องการของตน และอาจตีความสารทีได้รับเหมือนหรือแตกต่างจากทีผู้ส่งสารตั้งใจก็ได แต่การรับฟังสื่อวิทยุกระจายเสียงซึ่งเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ทีไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการฟังนั้น ยังคงเป็นที่ถกเถียงกันว่ผู้ฟังฟังวิทยุกระจายเสียงอย่างกระตือรือร้นจริงหรือไม่ เพราะบางครั้งผู้ฟังเพียงแค่เปิดวิทยุไว้เฉย ๆ โดยไม่ได้ตั้งใจฟัง หรืออาจจะทำกิจกรรมอย่างอื่น เช่น อ่านหนังสือ หรือทำงานพร้อมกับเปิดรับฟังวิทยุไปด้วย พฤติกรรมกำรฟังวิทยุเช่นนี้จัดเป็นพฤติกรรมกำรรับสารของผู้ฟังกระตือรือร้นหรือไม่

⁴นภาพรณั อัจฉริยะกุล, “ลักษณะและพฤติกรรมกำรรับสารของผู้ฟัง,” ใน การเขียนบทวิทยุกระจายเสียง, หน่วยที่ 2, พิมพ์ครั้งที่ 1 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2547), น. 44-45 อ้างถึงใน อรุณี แดงพันธ์, “การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ.เอ็ม.819 กิโลเฮิร์ตซ์),” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 4.

ซึ่ง บิออคคา⁵ ได้เสนอแนวคิดว่าพฤติกรรมการรับสารของผู้ฟังแต่ละคนมีระดับความกระตือรือร้นที่แตกต่างกัน และได้นำเสนอปัจจัยที่วัดระดับความกระตือรือร้น 5 ปัจจัย คือ

1. การเลือก (Selectivity) ผู้รับสารที่กระตือรือร้นยอมที่กระบวนการตัดสินใจเพื่อเลือกรับฟัง ไม่ใช่ฟังอะไรก็ได้ สำหรับผู้ฟังที่ฟังวิทยุเพราะความเคยชินไม่ได้ตั้งใจฟังอย่างจริงจัง ย่อมมีระดับความกระตือรือร้นน้อยกว่าคนที่ฟังวิทยุโดยมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน เป็นต้น

2. การใช้ประโยชน์ (Utilitarianism) ผู้รับสารที่รับสารและใช้ประโยชน์จากสารนั้นอย่างจริงจังไม่ว่าจะเพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อเสาะแสวงหาข้อมูล ย่อมมีความกระตือรือร้นมากกว่าผู้รับสารที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์จากสารที่รับโดยตรง

3. ความตั้งใจ (Intentionality) ผู้รับสารที่ตั้งใจเปิดรับสาร รับสารอย่างมีเป้าหมายชัดเจน ย่อมแสดงถึงพฤติกรรมการรับสารที่กระตือรือร้นมาก อาจะแสดงออกโดยการติดตามฟังรายการใดรายการหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ

4. ความยินยอมรับอิทธิพลจากสื่อ (Resistance to influence) ผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้นสูง ย่อมเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะเลือกรับหรือไม่รับสื่อใด และเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะยอมให้สารมีอิทธิพลต่อตนเองหรือไม่ ซึ่งความยินยอมรับอิทธิพลจากสื่อนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ และลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคลด้วย เช่น ผู้ฟังวัยเด็กอาจจะได้รับอิทธิพลจากสื่อได้ง่ายเนื่องจากมีวุฒิภาวะน้อย

5. การมีส่วนร่วม (Involvement) ผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้นสูง ย่อมแสดงออกด้วยการมีส่วนร่วมในสื่อสูงกว่าผู้รับสารที่เฉื่อยชา การมีส่วนร่วมอาจแสดงออกโดยการสื่อสารกลับไปยังสถานี การเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่ทางสถานีจัดขึ้น เป็นต้น

⁵D. McQuail, J. G. Blumler and J. Brown, "The Television Audience: A Revised Perspective," in Sociology of Mass Communication (Harmondsworth: Penquin, 1972), p. 381.

พรทิพย์ วรภิจโกศาทร⁶ ได้สรุปถึง การเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้เวลาพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ตัวอย่างเช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐ มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่สะดวกสบาย (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ข้อนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดี ราคาถูก และนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือ วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ ง่ายๆ มีความรู้สึกละมุนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ เป็นต้น

นอกจากนี้ พรทิพย์ วรภิจโกศาทร⁷ ยังได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสารว่ามีอยู่ด้วยกัน 4 อย่าง คือ

⁶พรทิพย์ วรภิจโกศาทร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539), น. 292.

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตน (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังเพลงเพื่อความบันเทิง อ่านข่าวที่จะเป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ค่านิยม หรือทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักจะไม่ได้ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกกับการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ว่าข่าวสารนั้นจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์ และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบาก หรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงที่เข้าร้านทำผมมักจะอ่านนิตยสารต่าง ๆ ที่วางอยู่ในร้านทำผม ขณะที่ตนเองกำลังทำผม เป็นต้น

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากจะมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

McCombs และ Becker⁸ ก็ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนของบุคคลว่า บุคคลจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนก็เพื่อสนองตอบความต้องการ 6 ประการของตนเอง คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อช่วยการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้

3. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว

⁷ เรืองเดียวกัน, น. 292.

⁸ McCombs Maxwell E. and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc., 1979), p. 51.

5. เพื่อช่วยเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และการผ่อนคลายของผู้รับสาร

McLeod⁹ กล่าวถึงตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดวันเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)
2. วัดความถี่จากการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกัน

McLeod กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบที่ได้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาที่คนที่มี และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Medium)

ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อ จึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยา และมักไม่ได้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อสารมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น การวัดความถี่ในการเปิดรับฟังรายการเพลงทางวิทยุ ความถี่ในการอ่านข่าวชู้ปชีบดาราในหนังสือพิมพ์ ความถี่ในการชมรายการประเภทสารคดีทางโทรทัศน์ เป็นต้น

⁹McLeod Jack K. and Garrett J. O' Keefe, "The Socialization Perspectives and Communication Behavior," in Current Perspective in Mass Communication Research (eds.) Kline F. Gerald and Philip J. Tichenor (London: Sage Publication, 1972), p. 123.

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory)

ทฤษฎีนี้ได้รับการพัฒนามาจากแนวคิด เรื่องสิ่งเร้าและการตอบสนอง (Stimulus Response) หรือ ทฤษฎี เอส-อาร์ (S-R Theory) ซึ่งได้การอธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารว่า ผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกันจะมีความสนใจต่อข่าวสารที่แตกต่างกัน

DeFleur¹⁰ (1966) ได้เสนอหลักพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีไว้ว่า

1. บุคคลมีความแตกต่างกับในด้านบุคลิกภาพ และสภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกันจะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกันดังกล่าว

ทฤษฎีเกี่ยวกับการกระบวนการเลือกสรร (Selective Process)

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนต่าง ๆ ในแต่ละวันนั้น ผู้รับสารไม่สามารถที่จะเปิดรับข่าวสารที่มีอยู่มากมายในแต่ละวันได้ทั้งหมด ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตาม ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ กระบวนการรับรู้ข่าวสารนี้เราเรียกว่า กระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งเปรียบเสมือนตัวกรอง (Filter) การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ ที่ประกอบไปด้วย¹¹

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกฟังวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง

¹⁰DeFleur, 1966 อ้างถึงใน พัทนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และ ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 5 (กรุงเทพมหานคร: เบลโล่การพิมพ์ (1988), 2541), น. 211-212.

¹¹พีระ จิโรโสภณ, “การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 636-639.

การเปิดรับข่าวสารนี้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ปัจจัยด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคล อาทิ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม อายุ การศึกษา ความเชื่อ อุดมการณ์ ศาสนา ลัทธินิยม วัฒนธรรม ประสบการณ์ส่วนบุคคล ฯลฯ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation)

เป็นกระบวนการขั้นตอนต่อมาเมื่อบุคคลเลือกเปิดรับสารจากแหล่งแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ใ้ว่าจะรับรู้และตีความหมายไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่เหมือนหรือตรงกัน ซึ่งการตีความหมายของผู้รับสารแต่ละคนนั้นจะแตกต่างกันไปตามการเลือกรับรู้ การเลือกตีความหมายความเข้าใจ หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ของตนเอง หรือตามสภาวะร่างกาย สภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention)

เป็นแนวโน้มการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือขัดแย้งกับความคิดเห็น ความรู้สึกของตนได้ง่ายกว่า ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมย้ำให้กับทัศนคติ ความเชื่อเดิมให้มั่นคงและเปลี่ยนแปลงได้ยากมากขึ้น

ซึ่งพฤติกรรมเลือกในกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) นี้ เป็นการอธิบายให้เห็นถึงลักษณะความกระตือรือร้น (active) ของมวลชนผู้รับสาร ที่แสดงให้เห็นว่ามวลชนผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชนไม่ได้เป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (passive audience) ที่ได้รับผลจากการกระทำของสื่อมวลชน

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory)

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจได้รับการพัฒนาขึ้น ซึ่งเป็นอีกแนวทางหนึ่งของการศึกษาวิจัยสื่อสารมวลชน โดยแต่เดิมการศึกษาวิจัยสื่อสารมวลชนนิยมศึกษาเกี่ยวกับผล (effects) ของสื่อที่มีต่อตัวบุคคล การศึกษาในแนวนี้เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับแนวคิดเดิม กล่าวคือ ไม่ได้ศึกษาผู้รับสารในแง่ของผู้ถูกกระทำ (passive person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือพฤติกรรมไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่หากพิจารณาผู้รับสารในแง่ของผู้กระทำ (active person) ที่มีความปรารถนาเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองของความพอใจส่วนตัว¹²

¹² พัทธี เทยจรรยา, เมตตาวิวัฒนากุล และ ถิรนนท์ อนุวัศศิริวงศ์, แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์,

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เน้นผู้รับสาร (media consumer) เป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษา โดยการศึกษาผู้รับสารว่ามีกระบวนการอย่างไรในการเลือกรับสื่อหนึ่ง ๆ กระบวนการดังกล่าวหมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (communication behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์ตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่าการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือ¹³

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้มีบทบาทรุก (active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (goal directed)
2. การใช้ หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้ว ก็เพื่อสนองต่อความต้องการของตนตามข้อ 1 มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลข้างเคียงจากผู้ส่งสารเพียงอย่างเดียว
3. ความพอใจในสื่อเกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อ หรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้น เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในทางกลับกันผู้ส่งสารจำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการให้มวลชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจ

ซึ่ง Cassata และ Asnte¹⁴ ได้ตั้งสมมุติฐานเบื้องต้นของแนวทางศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจไว้ ดังนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อสนองตอบความพึงพอใจของตน
2. ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อหนึ่งจะสนองตอบความต้องการ ความสนใจ และมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินเดิม

สำหรับคำว่า “ความพึงพอใจ” นั้น ใน Longman Dictionary of Contemporary English ได้ให้ความหมายว่า ภาวะที่มีความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ

¹³ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 114.

¹⁴ Marry B. Cassata and Molifi K. Asnte, Mass Communication (New York: Macmillan Publishing Co., Inc., 1979), pp. 50-52.

ในส่วนคำว่า “ประโยชน์” (uses) กับ ความพึงพอใจ นั้น Rosengren¹⁵ ได้กล่าวว่า ทั้ง 2 คำ มีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็สามารถนำไปสู่ได้รับประโยชน์ได้เช่นกัน

แคทซ์ และคณะ (Katz and Others)¹⁶ ได้อธิบายแบบแผนเรื่องการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคล ผู้รับสารว่าประกอบไปด้วย องค์ประกอบ 6 ประการ คือ

1. สภาพาสังคม และจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการของบุคคล ซึ่งทำให้เกิด
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ ซึ่งนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบที่แตกต่างกัน หรือการเข้าเกี่ยวพันเข้ากิจกรรมอื่น ๆ ซึ่งเป็นผลให้เกิด

5. ความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจเป็นผลที่ไม่ได้ตั้งใจไว้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจตามที่กล่าวมา สามารถแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้¹⁷

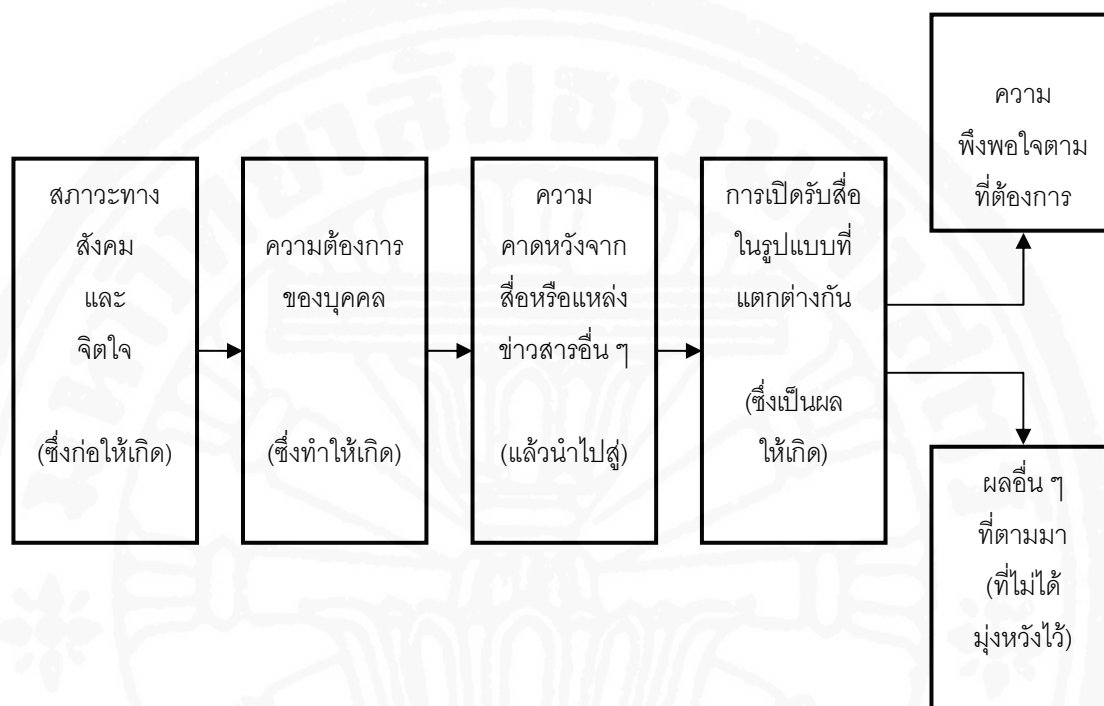
¹⁵Karl Erik Rosengren, “Uses and Gratifications: A Paradigm Outlined,” in The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research, (eds.) J. G. Blumler and E. Katz (Beverly Hills: Sage, 1974), pp. 269-285.

¹⁶Katz E. and Others, อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 634-636.

¹⁷เรื่องเดียวกัน, น. 635.

แผนภูมิที่ 2.1

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน



แบบจำลองนี้สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของปัจเจกบุคคล ซึ่งมีความต้องการตามสภาวะสังคม และจิตใจ เช่น ความต้องการเป็นผู้ที่มีความรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า จะช่วยสนองความต้องการได้ จึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกชมรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนในทุก ๆ วัน ก็อาจจะมีผลอื่น ๆ ตามมา นอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

ส่วน Kippax และ Murray¹⁸ ได้ศึกษาเรื่องการใช้สื่อ และความพึงพอใจ โดยได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยพวกเขาต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อมวลชนกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ได้ผลการศึกษา ดังนี้

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ มีอายุ ตั้งแต่ 9 – 11 ปี จะมีการใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกให้เป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เขาสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองลงมาตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

Wenner¹⁹ ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) โดยรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงถึงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Guidance) เป็นต้น

¹⁸ Susan, Kippax and John P. Murray, "Using The Mass Need Gratification and Perceived Utility," in Communication Research 7 (1980):335-359.

¹⁹ Lawrence a. Wenner, "The Nature of News Gratifications Research," in Current Perspectives in Media Gratifications Research, (eds.) Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen (Beverly Hills: Sage Publication, 1985), pp. 171-193.

2. Social Gratifications เป็นการใช้อ่านสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือ ปรากฏในเนื้อหาสื่อ เช่น การชื่นชอบผู้อ่านข่าว และยึดถือปฏิบัติเป็นแนวทาง

4. Para-Orientation Gratification หมายถึง กระบวนการใช้อ่านสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาว่างให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาอย่างอื่น ทั้งนี้ในการศึกษาวิจัยทางทฤษฎีนี้มีข้อที่ต้องยอมรับก่อน ดังต่อไปนี้²⁰

1. มนุษย์สนใจเสาะแสวงหาความข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบเลี่ยงข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-Directed)

3. สื่อมวลชนต่อแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (needs for orientation) ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน

5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกชนที่มีความต้องการส่วนตัว

จากแนวคิดของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) แสดงให้เห็นว่าปัจเจกชนผู้รับสารแต่ละคนมิใช่เป็นเพียงผู้รับสารแบบเฉยชา (passive) ที่รอรับสารจากสื่อมวลชนเพียงฝ่ายเดียว แต่ปัจเจกบุคคลมีบทบาทเป็นฝ่ายกระทำ (active) ในการสื่อสาร โดยเลือกใช้สื่อมวลชนต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการใช้ ซึ่งเป็นไปเพื่อสนองตอบความต้องการความตั้งใจ และการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของตนเองตามความคาดหวังที่มี

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

²⁰ เสรี วงษ์มณฑา, “จิตวิทยาการสื่อสาร,” วารสารธรรมศาสตร์ ปีที่ 9 เล่มที่ 4 (เมษายน-มิถุนายน 2523):6.

บุษราคัม เขี่ยมอำไพ²¹ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับความสารจากสถานีวิทยุ จส.100 และการเป็นสมาชิกชมรม จส.100 พบความกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามฟังรายการมาเป็นเวลา 4-5 ปี และฟังรายการทุกวัน โดยจะฟังเฉพาะเรื่องที่ตนเองสนใจเท่านั้น สถานที่ที่ฟังคือ ฟังขณะอยู่บนรถ และจะฟังในช่วงเวลาที่คาดว่าจะมีปัญหามาจากรายการ ส่วนเนื้อหาที่ต้องการฟัง คือ การรายงานสภาพการจราจรที่รวดเร็วถูกต้อง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสถานีวิทยุ จส.100 ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อสถานีวิทยุ จส.100 ในระดับสูง นอกจากนี้พบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมด อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 ส่วนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กันในภาพรวม และความพึงพอใจที่มีต่อสถานีวิทยุ จส.100 กับความถี่ในการเปิดรับมีความสัมพันธ์กันในภาพรวมเช่นกัน

นิราวุฒิ สกุลแก้ว²² ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์และความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา รายการ SMEs TODAY ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง F.M. 101 MHz พบว่า ตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์เพียง 2 ประการ อันได้แก่ อายุ และระดับการศึกษา ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ SMEs TODAY ซึ่งอายุที่แตกต่างกันจะมีความถี่และระยะเวลาในการเปิดรับฟังไม่แตกต่างกัน ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังรายการไม่แตกต่างกัน แต่มีความถี่และระยะเวลาในการติดตามฟังรายการแตกต่างกัน

²¹บุษราคัม เขี่ยมอำไพ, “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 และการเป็นสมาชิกชมรม จส.100,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540), น. บทคัดย่อ.

²²นิราวุฒิ สกุลแก้ว, “พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ การใช้ประโยชน์และความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ: กรณีศึกษา รายการ SMEs TODAY ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง F.M. 101 MHz,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. บทคัดย่อ.

พฤติกรรมในการเปิดรับฟังยกเว้นด้านความถี่ในการเปิดรับฟังแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการแตกต่างกัน

ภริดา โกเชก²³ ได้ทำการวิจัยศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษแนวใหม่: ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ “อี ฟอ ทิน” พบว่า ลักษณะความแตกต่างทางประชากร มีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการดูรายการ การเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกันของประชาชน มีผลต่อความพึงพอใจจากการดูรายการ แต่ไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์จากการดูรายการ เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับรายการ “อี ฟอ ทิน” ที่มีความแตกต่างกันแล้วจะส่งผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการดูรายการ และความพึงพอใจจากการดูรายการมีผลต่อการใช้ประโยชน์จากการดูรายการ

ศราณี มณีโชติ²⁴ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการความรู้ทางเกษตรของเกษตรกร ที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนเกษตรทางอากาศผ่านทางหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับในบางประเด็น คือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับเกือบทุกประเภท ยกเว้นความตั้งใจในการรับฟัง อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่และระยะเวลา ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ลักษณะและโอกาสในการรับฟัง รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาและความตั้งใจในการรับฟัง และภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการรับฟังและโอกาสในการรับฟัง นอกจากนี้เพศและอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการความรู้ทางเกษตร

²³ภริดา โกเชก, “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษแนวใหม่: ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ อี ฟอ ทิน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ.

²⁴ศราณี มณีโชติ, “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการความรู้ทางเกษตรของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ ผ่านทางหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

ศลิสนา ภู่อี่ยม²⁵ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟัง รายการ 104.5 Fat Radio พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับโดยอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังเป็นความถี่ ในแต่ละสัปดาห์และระยะเวลาในแต่ละวัน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เปิดรับฟังรายการ นอกจากนั้นคือ รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังทั้งระยะเวลา ความถี่ในแต่ละสัปดาห์ ระยะเวลาในแต่ละวัน ส่วนเพศเป็นตัวแปรเดียวที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังทั้งระยะเวลา ความถี่ในแต่ละสัปดาห์ ระยะเวลาในแต่ละวัน นอกจากนี้ยังพบว่าเพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการและความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ส่วนระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการและความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการ

วรวิจ หิรัญวัฒนศิริ²⁶ ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการรับฟัง รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวและสาระความรู้ “คุยกันที่เรือนชาน” ของสถานีวิทยุกระจายเสียง 919 สำนักงานพัฒนาพิเศษกองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ กองบัญชาการทหารสูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ถ้าเปิดรับฟังรายการแล้วจะตั้งใจฟังจนจบรายการ (30 นาที) โดยจะนำข่าวสารความรู้ที่ได้รับไปใช้ในชีวิตรประจำวัน จากการทดสอบสมมุติฐาน พบว่า ผู้ที่มีอายุ 41-60 ปี จะมีทัศนคติในแง่บวกมากกว่าผู้ที่มีอายุ 25-30 ปี และผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำ (ประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย) จะมีทัศนคติต่อรายการคุยกันที่เรือนชานในแง่บวกไปในทางบวกมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง (อาชีวศึกษาถึงปริญญาตรี) นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้มีอายุ 41-60 ปี จะมีการเปิดรับฟังรายการคุยกันที่เรือนชานมากกว่าผู้ที่มี

²⁵ ศลิสนา ภู่อี่ยม, “ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟัง รายการ 104.5 Fat Radio,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

²⁶ วรวิจ หิรัญวัฒนศิริ, “การศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการรับฟังรายการ วิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวและสาระความรู้ “คุยกันที่เรือนชาน” ของสถานีวิทยุกระจายเสียง 919 สำนักงานพัฒนาพิเศษกองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ กองบัญชาการทหารสูงสุด,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), น. บทคัดย่อ.

อายุ 25-30 ปี และพบว่า ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการรับฟังรายการคุยกันที่ซานเรื่อนมากจะมีการเปิดรับฟังรายการมากด้วย

สุกัญญา อัมพันธ์แสง²⁷ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟัง รายการข่าวสารความรู้ ทางหอกระจายข่าว ในเขตตำบลหนองตาด จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับในบางประเด็น คือ อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะในการรับฟัง ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะในการรับฟัง และระยะเวลาในการรับฟัง นอกจากนี้ อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับฟัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟัง อีกทั้งการเปิดรับฟังรายการด้าน ความถี่ในการรับฟัง ลักษณะในการรับฟัง และวิธีในการรับฟัง ต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟัง

มารีญา ไชยเศรษฐ์²⁸ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 พบว่า อายุ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ประการเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่นี้ประเทศไทย ในด้านความคาดหวังต่อรายการ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันจะมีความคาดหวังต่อรายการแตกต่างกัน ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อรายการที่นี้ประเทศไทย กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ พบว่า มีความสัมพันธ์กันทางบวก ในระดับต่ำ และความหวังที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับสูง กับการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการที่นี้ประเทศไทย ในส่วนความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่นี้ประเทศไทยกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการ มีความสัมพันธ์ทางบวก ในระดับปานกลาง ในภาพรวม

²⁷ สุกัญญา อัมพันธ์แสง, “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟัง รายการข่าวสารความรู้ ทางหอกระจายข่าว ในเขตตำบลหนองตาด จังหวัดบุรีรัมย์,” (วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

²⁸ มารีญา ไชยเศรษฐ์, “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชม ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.