

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับชมและการใช้ประโยชน์จากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาลักษณะประชากรของนักศึกษา ศึกษาการเปิดรับชมรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษา ศึกษาการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับชมรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษา และ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับกับการใช้ประโยชน์จากการชมรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษา โดยมีแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

1. แนวคิดมหาวิทยาลัยเปิด
2. แนวคิดรายการเกมโชว์
3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร
4. แนวคิดลักษณะประชากร
5. แนวคิดการใช้ประโยชน์
6. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดมหาวิทยาลัยเปิด

##### 1.1 ความเป็นมา

พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงบูรณปฏิสังขรณ์วัดราชโอรสวราราม และได้จารึกตำราไว้บนแผ่นศิลา ตามเสาระเบียงพระวิหารรวมทั้งทรงปฏิสังขรณ์วัดพระเชตุพนฯ อีกครั้ง โปรดเกล้าฯ ให้จารึกตำรายาไว้บนแผ่นหินอ่อน ประดับไว้ตามผนัง โบสถ์และศาลารายในบริเวณวัด มีตำราบอกสมุฏฐานของโรคและวิธีบำบัด ทรงให้นำสมุนไพรมะพร้าวที่ใช้ในการปรุงยาที่ทำได้ยากมาปลูกไว้ เพื่อให้ราษฎรได้ศึกษาและนำไปใช้ในการรักษาตน โดยมีหวังห้ามไว้ในตระกูลใด นับได้ว่าเป็น"มหาวิทยาลัยเปิด"แห่งแรกในประเทศไทย

แนวคิดเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยเปิด เป็นความพยายามที่รัฐบาลจะขยายโอกาส เพื่อ การศึกษาระดับอุดมศึกษาแก่ประชาชนให้มากที่สุด แนวคิดนี้ได้เคยนำมาใช้แล้วในประเทศไทย โดยมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการเมือง ซึ่งตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2476 ได้จัดการศึกษาระบบ

"ตลาดวิชา" รับนักศึกษาโดยไม่มีการสอบคัดเลือก ไม่บังคับให้เข้าฟังบรรยายแต่ยังคงใช้วิธีการจัดการศึกษาในลักษณะเดียวกับมหาวิทยาลัยทั่วไป คือ ใช้ชั้นเรียนเป็นหลัก นักศึกษาอาจศึกษาได้ด้วยตนเองหรืออาจเข้าฟังบรรยายหรือ ไปพบอาจารย์ที่มหาวิทยาลัยได้ต่อมามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ เปลี่ยนมาเป็นระบบจำกัดการรับนักศึกษาเช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ เมื่อแรกตั้งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เป็น "ตลาดวิชา" หรือมหาวิทยาลัย "เปิด" มี "นักศึกษา" รุ่นแรกถึง 7,094 คน นับว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่ใหญ่ที่สุด เทียบกับจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ตั้งมาก่อนถึง 18 ปีแต่เป็นมหาวิทยาลัย "ปิด" และค่าเล่าเรียนแพงกว่า จึงมี "นิสิต" เพียงเรือนร้อยเท่านั้นเอง ในสมัยนั้นประชากรทั้งประเทศมีเพียง 12 ล้านคน กทม. มีประชากรประมาณ 5 แสนคน นักเรียนเตรียมอุดมศึกษา 2,206 คน ผู้ที่มีสิทธิสมัครเข้าเป็นนักศึกษานั้นจะต้องจบมัธยมบริบูรณ์ สำหรับบุคคลที่แม้มิได้จบมัธยมบริบูรณ์ก็สามารถเข้าเรียนเป็นนักศึกษาได้ดังต่อไปนี้ คือ สมาชิกสภานิติบัญญัติ ผู้แทนตำบล ข้าราชการ (ที่มีคำรับรองจากผู้บังคับบัญชา) ทนายความชั้น 2 ผู้ที่ได้รับประกาศนียบัตรสัตวแพทย์ นายคาบ นางพยาบาล ครูประถมและมัธยม ฯลฯ

## 1.2 มหาวิทยาลัยรามคำแหง

มหาวิทยาลัยรามคำแหงได้รับการสถาปนาเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ มาตั้งแต่ พ.ศ. 2514 ณ บริเวณที่ดินทั้งหมดประมาณ 300 ไร่เศษ ถนนรามคำแหงแขวงหัวหมากเขตบางกะปิ กรุงเทพฯ โดยพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยรามคำแหง พ.ศ. 2514 กำหนดให้มหาวิทยาลัยรามคำแหงเป็นสถาบันการศึกษาและวิจัยแบบตลาดวิชา กล่าวคือ ให้เปิดรับสมัครบุคคลเข้าเป็นนักศึกษาโดยไม่จำกัดจำนวนและไม่มีการสอบคัดเลือก ดำเนินการสอนแบบมีห้องเรียนตามอาคารเรียนภายในมหาวิทยาลัย แต่ไม่บังคับในการเข้าชั้นเรียน นักศึกษาสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง จากตำรา สื่อต่างๆ เช่น เทปบันทึกเสียง วิทยุทัศน์ หรือจากสื่อสารมวลชนเช่น จากรายการวิทยุการศึกษา รายการวิทยุโทรทัศน์การศึกษา เหตุผลที่ตั้งมหาวิทยาลัยรามคำแหงมีสาเหตุมาจากปัญหาการขาดแคลนที่เรียนในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทย เพราะมหาวิทยาลัยต่างๆ ในขณะนั้นมีสถานที่เรียนจำกัด ไม่สามารถรับผู้ที่เข้าศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษาได้ทั้งหมด จึงมีผู้ที่จบการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาแล้วไม่มีโอกาสได้ศึกษาต่อ ดังนั้นรัฐบาลจึงจำเป็นต้องจัดตั้งมหาวิทยาลัยรามคำแหงขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้บุคคลที่ประสงค์จะเข้าเรียนต่อในมหาวิทยาลัยได้เข้ารับการศึกษาอย่างทั่วถึง เพื่อเพิ่มพูนวิทยฐานะแก่ผู้ประกอบอาชีพและขยายโอกาสทางการศึกษา เพื่อพัฒนาคุณภาพของประชาชนทั่วไป

ปัจจุบันมหาวิทยาลัยมีกระบวนวิชาที่เปิดสอน ในระดับปริญญาตรีประมาณ 1,900 กระบวนวิชา ระดับปริญญาโท 130 กระบวนวิชา จัดการสอนในหลักสูตรระดับอนุปริญญา

23 สาขาวิชา ระดับปริญญาตรี 60 สาขาวิชา ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต 1 สาขาวิชา ระดับปริญญาโท 30 สาขาวิชา มีการแบ่งสาขาวิชาเป็นคณะ ได้แก่ นิติศาสตร์ บริหารธุรกิจ มนุษยศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2545 ได้มีการจัดตั้งเพิ่มขึ้นอีก คือ คณะเทคโนโลยีการสื่อสารมวลชนรวม เป็น 8 คณะ และหน่วยงานเทียบเท่าคณะรับผิดชอบการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษาอีก 1 หน่วยงาน คณะวิศวกรรมศาสตร์ ซึ่งมีการรับเข้าศึกษาแบบสอบคัดเลือก หลักสูตรปริญญาเอก และหลักสูตรภาคภาษาอังกฤษ ปัจจุบันมีนักศึกษาในระดับปริญญาตรีรวมทั้งสิ้น 401,873 คนใน 8 คณะที่เข้าเรียนแบบรับไม่จำกัดจำนวน (มหาวิทยาลัยรามคำแหง กองแผนงาน, 2546)

### 1.3 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ.2521 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงลงพระปรมาภิไธยในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ในฐานะที่เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีอำนาจให้ปริญญาและประกาศนียบัตรที่มีศักดิ์และสิทธิเช่นเดียวกับมหาวิทยาลัยของรัฐอื่นๆ ทุกประการ เหตุผลที่ตั้งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชขึ้นมาเพราะสืบเนื่องมาจาก มหาวิทยาลัยรามคำแหงประสบปัญหาต่างๆ เป็นอันมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านอาคารสถานที่เรียนไม่สามารถขยายให้เพียงพอกับจำนวนนักศึกษาที่เพิ่มขึ้นทุกๆ ปี หากมหาวิทยาลัยรามคำแหงจะขยายการจัดการศึกษาที่ดำเนินการอยู่นี้ให้เพียงพอกับความต้องการของผู้เรียนแล้ว รัฐบาลและมหาวิทยาลัยจะต้องรับภาระหนักในด้านการลงทุนซึ่งเพิ่มขึ้นทุกปี เพื่อเป็นการขยายและกระจายโอกาสทางการศึกษาระดับอุดมศึกษาแก่ประชาชน ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีลักษณะเป็นมหาวิทยาลัยในระบบเปิดคือเปิดรับนักศึกษาแบบไม่จำกัดจำนวนกับดำเนินการสอนโดยใช้ระบบการสอนทางไกล ไม่มีห้องเรียน นักศึกษาสามารถศึกษาได้ด้วยตนเองจากตำรา กับสื่อต่างๆ เช่น เทปบันทึกเสียง วิทยุทัศน์หรือจากสื่อสารมวลชน เช่น รายการวิทยุการศึกษา รายการวิทยุโทรทัศน์การศึกษา เป็นต้น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชจึงได้เปิดรับนักศึกษารุ่นแรก เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2523 สาขาวิชาที่เปิดสอน 3 สาขาวิชา คือ สาขาวิชาศิลปศาสตร์ สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ และสาขาวิชาวิทยาการจัดการ ต่อมาในปี พ.ศ.2525 มหาวิทยาลัยได้ขยายการรับนักศึกษาเพิ่มขึ้นในสาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ และสาขาวิชาส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ ปีการศึกษา 2526 มหาวิทยาลัยได้เปิดสอนสาขาวิชารัฐศาสตร์ ปีการศึกษา 2527 เปิดสอนสาขาวิชานิติศาสตร์ ในปีการศึกษา 2538 มหาวิทยาลัยได้เปิดสอนสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และในปี พ.ศ.2544 ได้เปิดสอน

สาขาวิชาพยาบาลศาสตร์ เพิ่มขึ้นอีกสาขาวิชาหนึ่งซึ่งรวมเป็น 12 สาขาวิชาปัจจุบันมีนักศึกษาในระดับปริญญาตรีรวมกันทั้งสิ้น 147,259 คน(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สำนักทะเบียนและวัดผล, 2546)

#### 1.4 มหาวิทยาลัยเปิดในต่างประเทศ

**1.4.1 ประเทศอังกฤษ** การศึกษาทางไกลในต่างประเทศมีมานานพอสมควรในสหราชอาณาจักรตั้งแต่ ค.ศ. 1969 มหาวิทยาลัยเปิด (Open University) ได้สอนในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท และมีบางวิชาในระดับปริญญาโทเป็นวิชาทางการผลิต (manufacturing) และการประยุกต์ใช้คอมพิวเตอร์ในงานอุตสาหกรรมเทคโนโลยีที่ใช้ในสมัยนั้นเป็นการแพร่ภาพและเสียงทางโทรทัศน์และวิทยุ นอกเหนือจากเอกสารและเทปบันทึกภาพต่าง ๆ มหาวิทยาลัยเปิดจะสอนทางสถานีโทรทัศน์บีบีซีบางวิชาจะสอนผ่านอินเทอร์เน็ต โดยการสอนในระดับตั้งแต่ปริญญาตรีถึงปริญญาเอก ผู้เรียนมีอายุระหว่าง 25-45 ปี และสามในสี่จะเป็นผู้ทำงานแล้วแต่มาศึกษาต่อ ([www.education.bsru.ac.th](http://www.education.bsru.ac.th))

**1.4.2 ประเทศญี่ปุ่น** ในประเทศญี่ปุ่นการศึกษาทางไกลเริ่มจากมหาวิทยาลัยทางอากาศ (University of the Air) ซึ่งมีลักษณะเป็นมหาวิทยาลัยเปิด รับนักศึกษาโดยไม่ต้องผ่านการสอบคัดเลือกเริ่มเปิดทำการเมื่อ ค.ศ. 1983 นักศึกษามีทั้งประเภทไม่ต้องการปริญญาและต้องการปริญญา สำหรับผู้ที่ต้องการปริญญาต้องจบโรงเรียนมัธยมศึกษาและทำการศึกษาในมหาวิทยาลัยทางอากาศอย่างน้อย 4 ปี เพื่อให้ได้ 124 หน่วยกิต วิธีการเรียนการสอนใช้การแพร่ภาพและเสียงทางโทรทัศน์ 18 ชั่วโมงต่อวัน โดยมีสถานีโทรทัศน์ของตนเอง ช่วยทำหน้าที่ผลิตสื่อเพื่อแพร่ภาพทางโทรทัศน์ นอกจากนี้ มีสื่ออื่นได้แก่ วิทยุ เทปเสียงการบรรยาย เทปภาพการบรรยาย ตำรา การทดสอบนักศึกษาทางไปรษณีย์ การสอบประจำเทอมที่ศูนย์การศึกษาและการเรียนแบบปกติ (Fact-to-Face) อีก 20 หน่วยกิตก่อนจะจบได้รับปริญญาดังกล่าวระบบมหาวิทยาลัยเปิดที่เปิดสอนทางไกลมี ศูนย์กลางการบรรยายเพื่อแพร่ภาพสดจากสถาบันเทคโนโลยีสารสนเทศแห่งฮอกไกโดไปยังห้องเรียนทั่วประเทศญี่ปุ่น 21 แห่ง ([www.yala.riy.ac.th](http://www.yala.riy.ac.th))

ด้วยความเป็นมาจากแนวคิดดังกล่าวจะเห็นได้ว่ารูปแบบการเรียนในมหาวิทยาลัยเปิดมีความหลากหลายมีทั้งการใช้เทคโนโลยีสื่อการสอนทางไกล เช่น วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ มีสื่ออื่นได้แก่ เทปเสียงการบรรยาย เทปภาพการบรรยาย ตำราการทดสอบนักศึกษาทางไปรษณีย์ มีทั้งการเรียนแบบมีชั้นเรียนแต่ไม่บังคับการเข้าชั้นเรียนและแบบไม่มีชั้นเรียนแต่ใช้สื่อต่างๆดังที่กล่าวมาแล้วใช้ในการศึกษา แต่ที่ไม่แตกต่างกันคือการรับนักศึกษาเข้าเรียนแบบไม่จำกัดจำนวน ลักษณะนักศึกษาส่วนมากจะมีความหลากหลายทั้งด้าน อายุ อาชีพ ซึ่งส่วนมากจะเป็น

คนสนใจในการศึกษาแต่ไม่มีเวลาเข้าชั้นเรียนแบบระบบปิดทำให้ต้องใช้เวลาว่างในการศึกษาในมหาวิทยาลัยเปิด โดยเฉพาะนักศึกษามหาวิทยาลัยเปิดในประเทศไทยของรัฐซึ่งมีอยู่สองแห่งคือ มหาวิทยาลัยรามคำแหงกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราชซึ่งย่อมมีความจำเป็นในการใช้สื่อต่างๆ ในการเรียนรู้มากกว่านักศึกษาในระบบปิด

## 2. แนวคิดรายการเกมโชว์

เกมโชว์(Game Show) ที่จัดในประเทศไทยเราใช้ทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษ จากพจนานุกรมของเว็บสเตอร์(Webster, 1986) รายการเกมโชว์มีความหมายถึง“รายการที่มี กิจกรรม หรือกระบวนการ หรือกลยุทธ์ ที่กลุ่มคนใช้ทักษะทางร่างกาย หรือความสามารถทางสติปัญญา เพื่อแสดงความสามารถให้ปรากฏออกมา ซึ่งเป็นการแข่งขันกันระหว่าง 2 ฝ่ายขึ้นไป ภายใต้กฎหรือกติกาตามที่ตกลงกันไว้”

พจนานุกรมของ The World Book Dictionary (1978) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “เกม”ไว้ดังต่อไปนี้“A contest with certain rules, which one side or person tries to win”

ดังนั้น รายการเกม หรือเกมโชว์ จึงเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มคน หรือบุคคลที่ใช้ทักษะทางร่างกาย สติปัญญา ความว่องไว ปฏิภาณไหวพริบ ความรู้รอบตัวตลอดจนการเสี่ยงโชคต่างๆ

2.1 วัตถุประสงค์เบื้องต้นในการผลิตรายการเกมโชว์ เป็นองค์ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของรายการที่ทางผู้ผลิตรายการได้มีการกำหนดไว้ล่วงหน้า และวัตถุประสงค์ของรายการนั้นมีเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 แบบ คือ

2.1.1 วัตถุประสงค์ที่เน้นสาระความรู้เป็นหลัก รายการเกมโชว์ประเภทนี้ ผู้ผลิตรายการจะกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสารประโยชน์ ตลอดจนความรู้ให้กับผู้ชมและผู้แข่งขัน ซึ่งอาจจะมี ความสนุกสนานสอดแทรกอยู่บ้างในการแข่งขัน แต่การแข่งขันและเนื้อหาของรายการจะมุ่งไป เพื่อการแข่งขันทางสติปัญญา การทดสอบความรู้และส่วนใหญ่ก็จะเป็นความรู้ทางวิชาการ

2.1.2 วัตถุประสงค์ที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก รายการเกมโชว์ประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสนุกสนานและความบันเทิง ซึ่งในความบันเทิงนั้นอาจมี สาระ ความรู้สอดแทรกอยู่บ้างแต่น้อยมาก หากเปรียบเทียบกับความบันเทิงให้กับผู้ชมเป็นหลัก ดังนั้น เนื้อหาและรูปแบบของรายการจึงดำเนินไปโดยนำเสนอความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ที่ หลากหลายกันไป

**2.1.3 วัตถุประสงค์ที่เน้นทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิง** รายการเกมโชว์รูปแบบนี้จะมีสัดส่วนของความบันเทิง และความรู้ควบคู่กันไป ซึ่งการนำเสนอจะเน้นไปทางใดทางหนึ่งเป็นพิเศษ กล่าวคือ รายการอาจจะให้ความสำคัญกับความบันเทิงมากกว่า โดยที่สัดส่วนของความรู้และสาระอาจอยู่ในอันดับรอง แต่ภาพรวมของรายการจะต้องเป็นรายการที่ให้ความบันเทิงและสาระประโยชน์และสัดส่วนใดจะมากกว่ากันนั้นขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายการเองที่จะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม ( อรุณฯ สุกประเสริฐ, 2538)

**2.2 สัดส่วนการนำเสนอระหว่างสาระ ความรู้ และบันเทิง** เป็นการพิจารณาสัดส่วนการนำเสนอระหว่างสาระ ความรู้ และบันเทิงที่ทางรายการนำเสนอจริง ๆ ซึ่งอาจจะตรงหรือไม่ตรงตามวัตถุประสงค์เบื้องต้นที่ถูกกำหนดไว้ก่อนหน้านี้อาจได้สำหรับเกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบด้านนี้นั้น สามารถแบ่งได้ดังนี้

**2.2.1 รายการเกมโชว์ที่เน้นหรือนำเสนอสาระความรู้เป็นหลัก** ซึ่งรูปแบบรายการที่นำเสนอจะเป็นไปในเรื่องของ การให้ความรู้ซึ่งความรู้นั้นอาจเป็นความรู้ทางวิชาการหรือความรู้รอบตัวก็ได้

**2.2.2 รายการเกมโชว์ที่เน้นหรือนำเสนอความบันเทิงเป็นหลัก** จะมีรูปแบบที่ให้ความสนุกสนานทั้งในด้านการนำเสนอเรื่องของเกมการแข่งขัน ฉาก พิธีกร ผู้เล่น ซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละครั้ง

**2.2.3 รายการเกมโชว์ที่เน้นหรือมีสัดส่วนระหว่าง สาระความรู้ และความบันเทิงใกล้เคียงกัน**

**2.3 ประเภทรายการเกมโชว์ สำหรับรายการเกมโชว์ในบ้านเรานั้น** มักจะนำแนวคิดหรือต้นแบบรายการมาจากรายการเกมโชว์จากต่างประเทศ ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ได้ชื่อว่าเป็นต้นแบบหลักของรายการเกมโชว์ในบ้านเรา ซึ่งรายการเกมโชว์ของสหรัฐอเมริกาสามารถแบ่งกลุ่ม เกมการแข่งขันได้ 4 ประเภท คือ

**2.3.1 Panel of Expert** เป็นเกมการแข่งขันเช่น การทายภาพปริศนา ซึ่งผู้ทายปริศนาหรือผู้เข้าแข่งขันนั้นมักจะเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาชีพสาขาวิชาต่าง ๆ อาทิเช่น นักธุรกิจ นักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ตัวอย่างของรายการเกมโชว์ประเภทนี้ได้แก่ "I've got a Secret" "To tell The Truth"

**2.3.2 Audience – Contestants** เป็นรายการเกมโชว์ที่ผู้เข้าแข่งขันนั้นเป็นผู้ตอบที่มาจากทางบ้านโดยผู้แข่งขันอาจเขียนจดหมายสมัครเข้ามาแข่งขัน ซึ่งผู้ที่สมัครเหล่านี้จะถูกคัดเลือกเพื่อให้ได้บุคคลที่กล้าและแสดงออกรวมทั้งมีความเชื่อมั่นในตัวเอง ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมีความสามารถทางด้านการพูด ผู้แข่งขันจะได้เข้าร่วมเล่นเกมต่าง ๆ อาทิเช่น การทาย

ราคาสินค้า การทายปริศนาต่างๆ การเลือกแผ่นป้าย เป็นต้น สำหรับรายการประเภท Audience contestants ได้แก่ รายการ “Play Your Hunch”, “The Price is Right” เป็นต้น

2.3.3 *Audience – Participation* เป็นเกมโชว์ที่พิธีกรของรายการ ได้คัดเลือก และติดต่อผู้ชมที่บ้านไว้ล่วงหน้า เพื่อให้มาออกรายการในฐานะที่เป็นบุคคลที่ทำความดีเสียสละ และช่วยเหลือผู้อื่น พิธีกรจะมอบของรางวัลเพื่อเป็นการตอบแทนคุณงามความดีของบุคคลนั้น ตัวอย่างของรายการประเภทนี้ได้แก่ “รายการ Queen for a Day”

2.3.4 *Quiz* รายการเกมโชว์ประเภทนี้ผู้แข่งขันจะต้องตอบคำถาม เรื่องราวต่าง ๆ เพื่อค้นหาผู้ชนะ และได้รับรางวัลไปในที่สุด เกมโชว์ประเภทนี้ไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี 1950 – 1960 แต่ก็มีมีการปรับปรุงและผลิตรายการขึ้นใหม่ ภายหลัง (อรนุช สุกประเสริฐ, 2538)

นอกเหนือจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นต้นแบบแห่งเกมโชว์แล้ว ก็ยังมีประเทศอังกฤษ อีกประเทศหนึ่งที่เป็นต้นแบบแห่งการทำเกมโชว์เช่นกัน สำหรับเกมโชว์ในบ้านเรานั้นต่างก็มีรูปแบบการนำเสนอเกมการแข่งขันที่ไม่มีลักษณะตายตัว เพราะแต่ละรายการจะพยายามที่จะสร้างกลยุทธ์ในการนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ เพื่อครองความนิยมจากผู้รับสารและอีกอย่างหนึ่งก็คือเพื่อการแข่งขันกันในเรื่องของ การตลาด และธุรกิจ จึงทำให้เกมโชว์ในบ้านเราได้รับความนิยมมาโดยตลอด

2.4 องค์ประกอบด้านลักษณะวิธีการเล่น การใช้ความสามารถในการแข่งขัน สามารถแบ่งเกณฑ์ในการพิจารณาไว้ดังนี้

2.4.1 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การวิเคราะห์หาคำตอบด้วยการ ไตร่ตรองการคำนวณ อย่างมีเหตุผล และหลักการในขณะเดียวกันผู้แข่งขันอาจจะต้องใช้พื้นฐานความรู้ทางวิชาการ ความรู้รอบตัวของตนเองมาประกอบในการแข่งขันด้วย

2.4.2 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การคาดเดา การทาย ตลอดจน การใช้ไหวพริบปัญญาและไหวพริบในการตอบคำถาม หรือทายปริศนาต่าง ๆ ซึ่งผู้แข่งขันอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์ ไตร่ตรอง หรือคำนวณ อย่างมีเหตุผล และหลักการทางวิชาการแต่อย่างใดเลย

2.4.3 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้ทักษะทางร่างกายความสามารถ เฉพาะตัว ความสามารถพิเศษในการแข่งขัน เช่นความว่องไว ความรวดเร็ว ความแม่นยำ เป็นต้น

2.4.4 รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การเสี่ยงโชครูปแบบต่าง ๆ ในการแข่งขัน ซึ่งรายการประเภทนี้ผู้เข้าแข่งขันอาจไม่ต้องใช้ความสามารถใดๆเลย ทั้งทางสติปัญญา หรือทางร่างกายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการตัดสินหาผู้แพ้ หรือผู้ชนะของรายการ ซึ่งรายการประเภท

นี้จะใช้การตัดสินจากการเสี่ยงโชคเป็นหลัก เช่น การเปิดแผ่นป้ายคะแนน การกดปุ่มคะแนนหรือ จับฉลากคะแนน เป็นต้น

2.5 องค์ประกอบด้านจุดขาย หรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการ ในการศึกษา วิเคราะห์องค์ประกอบในด้านจุดขายหรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการเกมโชว์นั้น ได้กำหนด เกณฑ์ไว้ดังต่อไปนี้

2.5.1 รายการเกมโชว์ที่มีพิธีกรเป็นจุดดึงดูดความสนใจของรายการ ไม่ว่าจะ เป็น พิธีกรชาย พิธีกรหญิง หรือผู้ช่วยพิธีกร ซึ่งส่วนมากจะเป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจ และเป็นที่ยอมรับของผู้ชม

2.5.2 รายการเกมโชว์ที่มีผู้ร่วมรายการ หรือผู้แข่งขันเป็นจุดดึงดูดความสนใจของ รายการ ซึ่งผู้ร่วมรายการส่วนใหญ่ก็จะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และมักจะเป็นบุคคลที่อยู่ในวงการ บันเทิงที่เป็นที่ยอมรับของผู้ชม เช่น ดารา นักแสดง นักร้อง ดาวตลก เป็นต้น

2.5.3 รายการเกมโชว์ที่มีการแข่งขัน หรือการนำเสนอที่แปลก เร้าใจ มากกว่าเกม ทั่วไปการแข่งขันมักจะฉีกแนวและต่างจากรายการอื่น และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ ติดตามชมได้ตลอด เช่น รายการเกมโชว์ที่ใช้ทปสารถีแปลก ๆ ในการดำเนินการ หรือรายการ เกมโชว์ที่มีการพูดคุยเป็นจุดขาย รวมทั้งการกำหนดการเล่นเกมที่แปลกไปจากรายการอื่นมี

2.5.4 รายการเกมโชว์ที่ใช้เนื้อหาของรายการเป็นจุดขาย รายการประเภทนี้จะมี เนื้อหาข้อมูลต่างๆที่น่าสนใจ เช่น คำถามที่มีข้อมูลที่ที่น่าสนใจ หรือเรื่องราวที่แปลก ๆ และน่ารัก ในวิดีโอ ซึ่งเรื่องราวพวกนี้จะน่าสนใจ และเป็นจุดขายที่สำคัญ

2.5.5 รายการเกมโชว์ที่ใช้รางวัลที่มีมูลค่ามากๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งอาจเป็นเงิน เป็นทองสิ่งของพวก รถยนต์ โทรทัศน์ หรือบางรายการแจกบ้าน ซึ่งนอกจากจะแจกให้แก่ ผู้เข้าร่วมการแข่งขันแล้ว แต่ยังแจกให้แก่ผู้ชมจากที่บ้านที่ส่งไปรษณียบัตรมาเข้าร่วมรายการอื่น ด้วย

2.6 เนื้อหารายการเกมโชว์ ในการพิจารณาเนื้อหาของรายการเกมโชว์ เราสามารถแบ่ง เนื้อหาของรายการออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้คือ

2.6.1 เนื้อหารายการเกมโชว์ที่อาศัยความรู้ (Knowledge) โดยทั่วไปแล้ว เนื้อหาของรายการประเภทที่ต้องอาศัยความรู้นี้อาจจะเป็นเรื่องราวของข้อมูลที่แท้จริงสามารถอ้าง ได้ในตำราเรียนต่างๆอาทิเช่น หนังสืออ้างอิง พจนานุกรม และ Encyclopedias เป็นต้น หรืออาจจะเป็นความรู้ทั่วไปในชีวิตประจำวันก็ได้ สำหรับเนื้อหารายการเกมโชว์ที่ต้องอาศัยความรู้ (Knowledge) สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้ดังนี้

- 1) เนื้อหาความรู้ทางวิชาการ (Academic knowledge) เนื้อหาส่วนใหญ่จะ

เกี่ยวข้องกับวิชาการ ความรู้ที่มีอยู่ในตำรา

2) เนื้อหาความรู้ทั่วไป (General knowledge) เนื้อหาส่วนใหญ่ของการแข่งขันในรายการจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้รอบตัวความรู้นอกเหนือจากหนังสือวิชาการ

### 2.6.2 เนื้อหาของรายการเกมโชว์ที่อาศัยความรู้เกี่ยวกับมนุษย์

(Human Knowledge) เนื้อหาของรายการเกมโชว์ ประเภทนี้เป็นความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ หรือ ความรู้ที่เกี่ยวกับสังคมดังนี้จึงไม่มีการตอบผิดตอบถูกอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้แข่งขันว่าจะสามารถเข้าใจคนได้มากน้อยแค่ไหน รายการนี้แบ่งย่อยเป็น 2 ประเภทคือ

1) เนื้อหาเกี่ยวกับคนทั่วไป (Knowledge of people in general)

2) เนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลที่เฉพาะเจาะจง (Knowledge of specific individual)

นอกจากนั้น ยังมีรายการประเภท “The Dating Game” ที่แขกรับเชิญซึ่งเป็นบุคคลเดียวจะต้องเลือกผู้เข้าแข่งขัน ซึ่งเป็นเพศตรงกันข้าม และไม่เคยรู้จักหรือเห็นหน้ามาก่อน ด้วยการถามคำถามต่าง ๆ มากมาย และผู้เข้าแข่งขันต้องพยายามตอบให้ถูกใจแขกรับเชิญ ซึ่งผู้ชนะในการแข่งขันก็คือ คนที่แขกรับเชิญเป็นผู้เลือกนั่นเอง เช่น รายการเกมเทพผิวดิน หรือนัดบอด (อรนุช สุดประเสริฐ, 2538)

จากแนวความคิดนี้จะทำให้เราทราบถึงที่มา และประวัติของรายการเกมโชว์ว่าเป็นมาอย่างไร รวมไปถึงลักษณะของการแบ่งประเภทของรายการเกมโชว์ว่า แบ่งตามปัจจัยอย่างไรบ้าง เพื่อให้เข้าใจลึกซึ้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ได้ว่า ในมุมมองของนักศึกษา (ผู้รับสาร) นั้นรายการเกมโชว์ที่น่าเสน่อออกมาในรูปแบบใดดีแล้วหรือยังหรือต้องปรับปรุงอย่างไร เพื่อจะทำเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มีความหลากหลายแตกต่างจากการเรียนในระบบเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อสังคมได้มากที่สุด

## 3. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร

### 3.1 ลักษณะแตกต่างของผู้รับสาร

เดวิด เคเบอร์โล (David K Berlo) ผู้ที่ค้นคิดแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร (The process of communication) ซึ่งประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร (Source) สาร (Message) ช่องทางหรือสื่อ (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) โดยในส่วนที่เกี่ยวกับผู้รับสารนั้น เขาได้กล่าวว่า องค์ประกอบด้านผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และผู้รับสารจะมีการตอบสนอง (Feed back) แตกต่างกันไปหลังจากที่ได้รับข่าวสาร ซึ่งการแตกต่างนี้เกิดจาก ผู้รับสารแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันทางทักษะการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรมซึ่งความแตกต่างนี้จะ

ผลกระทบต่อการศึกษา นอกจากนี้อาจการเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อหรือข่าวสารของแต่ละบุคคลยังมีความแตกต่างกันตามทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ของเดอเฟลอร์ DeFleur (1966) ที่กล่าวว่า บุคคลมีความแตกต่างกันที่บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา และความสนใจถ้าผู้รับสารมีลักษณะพื้นฐานคล้ายคลึงกันในด้านอายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ค่านิยม การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ และวัฒนธรรม จะเข้าใจได้คล้ายๆ กัน

ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟลอร์ มี 3 ทฤษฎี คือ

**3.1.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory)** ได้เสนอหลักการพื้นฐาน ดังนี้

- 1) มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- 2) ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- 3) มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
- 4) จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็น ลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปตามทฤษฎีดังกล่าว ความแตกต่างได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชนหรือการเลือกจดจำข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

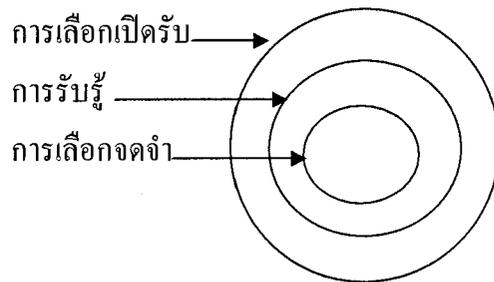
**3.1.2 ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)** กล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันมักจะแสดงพฤติกรรมการศึกษาสื่อสารมวลชนนี้เหมือนกันได้แก่การเปิดรับสื่อมวลชนความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิภานา เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้น ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มักจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

**3.1.3 ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (The Social Relations Theory)** แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้เข้าถึงผู้รับสารในลักษณะความสัมพันธ์แบบสิ่งเร้าการตอบสนอง แต่มีตัวแปรแทรกอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม

### 3.2 การเลือกรับสาร

3.2.1 *กระบวนการเลือกสาร* เมื่อบุคคลมีความเชื่อ ค่านิยม ประสบการณ์ ความต้องการที่แตกต่างกันออกไปสิ่งต่างๆเหล่านี้ จะทำให้บุคคลเกิดกระบวนการเลือกสารเลือกรับรู้ข่าวสารต่างกันกระบวนการเลือกสรร เปรียบเสมือนเครื่องกรองสารในการรับรู้ (Perception filter) ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 3 ชั้นคือ (พีระ จิโรโสภณ, 2535)



ภาพที่ 2.1 กระบวนการเลือกสาร

1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selection Exposure or Selective Attention) หมายถึงการที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งต่างๆตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของตน และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลย์หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า (Cognitive dissonance)

2) การเลือกรับรู้และเลือกตีความ (Selective Perception & Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากจากแหล่งต่างๆตามความสนใจ ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาของของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันแตกต่างกันไปตามความเข้าใจขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ในขณะนั้น

3) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และจะไม่สนใจจดจำในสิ่งที่ตนไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วย การเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารเท่ากับเป็นการช่วยเสริมทัศนคติ ความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มั่นคงยิ่งขึ้น และเก็บเป็นประสบการณ์ เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป

เมอร์ริลล์และโลว์เวินสไตน์ Merrill, Lowenstein (1971) กล่าวว่า ผู้รับข่าวสารแต่ละบุคคลจะมีระดับการเปิดรับสื่อและข่าวสารที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะและปัจจัยที่แตกต่างกัน ซึ่งเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการดังนี้

1) ความเหงาซึ่งเป็นเหตุผลทางจิตวิทยาที่ว่าโดยปกติคนเราจะไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากจะทำให้เกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการมีเงินเฉยจากสังคม จึงต้องพยายามที่จะรวมกลุ่มหรือติดต่อกับบุคคลโดยตรงหรือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ

2) ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์โดยปกติความอยากรู้อยากเห็นจะเริ่มจำสิ่งใกล้ตัวก่อน ตลอดจนสิ่งที่อยู่ห่างตัวเอง ที่จะมีผลกระทบต่อตัวเองทั้งทางตรงและทางอ้อมแล้ว มนุษย์ยังสนใจอยากรู้อยากเห็นสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ ด้วย รวมทั้งผลกระทบ ซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือบุคคลอื่นด้วย

3) ประโยชน์ใช้สอยของตน โดยพื้นฐานมนุษย์มีความเห็นแก่ตัว ดังนั้น ในฐานะที่เป็นผู้รับสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง

4) ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนโดยทั่วไป นอกจากองค์ประกอบเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนทัศนคติความเชื่อต่างๆ จะมีอิทธิพลต่อระดับในการเปิดรับสารแล้ว ลักษณะเฉพาะของผู้รับสารก็มีความต้องการที่ต่างกัน ดังนั้น ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละชนิดมีส่วนทำให้ผู้รับสารจากสื่อมวลชน มีจำนวนและองค์ประกอบที่แตกต่างกัน เพราะผู้รับสารจะเลือกรับข่าวสารเฉพาะอย่างที่สามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง

จากแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อนี้ จะเห็นได้ว่าผู้รับสารแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันทางทักษะการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรมซึ่งความแตกต่างนี้จะมีผลต่อการสื่อสาร ปัจจัยทางจิตวิทยาก็เป็นส่วนสำคัญในการเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อ ความแตกต่างกันที่บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา และความสนใจถ้าผู้รับสารมีลักษณะพื้นฐานคล้ายคลึงกันในด้านอายุ เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ค่านิยม การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ และวัฒนธรรม จะเข้าใจได้คล้ายๆ กันจะเปิดรับสื่อคล้ายๆ กัน และเข้าสู่กระบวนการเลือกสาร คือ เลือกเปิดรับสารตามความสนใจ รับรู้เข้าใจเนื้อหาสารตามประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการตามสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ขณะนั้น และจะเลือกจดจำเนื้อหาสารไปใช้ประโยชน์ต่อไป นอกจากที่กล่าวมาแล้วระดับการเปิดรับสื่อและสารยังขึ้นอยู่กับ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง และลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนที่มีองค์ประกอบแตกต่างกัน

#### 4. ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะบุคคลในทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic of audience) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ

##### 4.1 เพศ ชายและหญิงมีความนึกคิด ทักษะคิด และพฤติกรรมที่แตกต่าง

ตามบทบาททางเพศและอิทธิพลของวัฒนธรรม ผู้หญิงมักเป็นคนจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (Emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (Submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (Home oriented) นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยหลายฉบับยังพบว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย (More people centered) และความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำกว่าผู้ชาย

##### 4.2 อายุ ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดเห็น และพฤติกรรม อายุต่างกันทำให้การเลือกรับเนื้อหาของสาร การเลือกใช้สื่อการชักจูงใจและความยากง่ายต่อการทำให้บรรลุวัตถุประสงค์การสื่อสารต่างกัน

##### 4.3 การศึกษา เป็นตัวแปรที่สำคัญมากต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสาร การศึกษานั้นมีหลายระดับ คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกลึกซึ้ง อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างไปรวมทั้งได้รับประสบการณ์ที่ทำให้ได้เรียนรู้สั่งสมมาจากพ่อแม่ ครู เพื่อน ญาติพี่น้อง ผู้ร่วมงานสื่อมวลชนและตนเอง จึงอาจพบผู้รับสารได้ตั้งแต่ระดับการอ่านออกเขียนได้ ระดับอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ ระดับประถม มัธยมศึกษา ระดับปริญญาตรี โท เอก ซึ่งแต่ละระดับการศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจต่อคำศัพท์ คำพูดหัวข้อเรื่องแตกต่างกัน

##### 4.4 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) อาชีพ และรายได้ของคน ย่อมมีส่วนในการกำหนดความต้องการของคนตลอดจนกำหนดความคิด และพฤติกรรมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ คนที่มีฐานะรายได้สูงมักใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนมักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราว เช่น อ่านบทบรรณาธิการ ชมรายการวิทยุหรือโทรทัศน์เรื่องการเมือง การเมือง ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ เป็นต้น

สรุปได้ว่าลักษณะที่ต่างกันทางประชากรของผู้รับสาร ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับความต้องการการเลือกใช้สื่อ และเปิดรับเนื้อหาสาระจากสาร

## 5. แนวคิดการใช้ประโยชน์

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(Uses and Gratifications Approach)

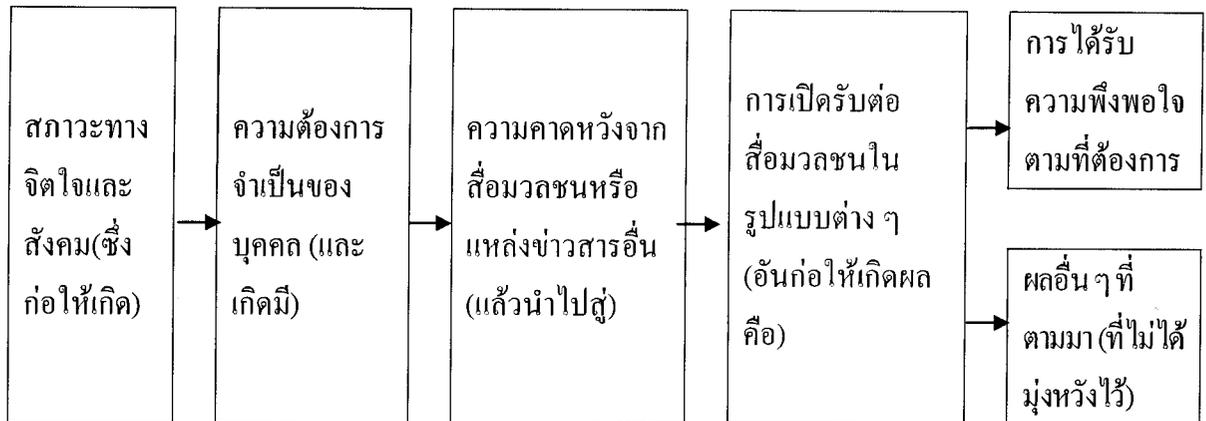
แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรสื่ออะไรและสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักษ์ที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษานับผู้รับสาร (Media Consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดสื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าว หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่า การใช้สื่อและความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน คือ

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร(Goal directed)
  2. การใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อหนึ่งๆที่เลือกสรรแล้ว ก็เพื่อสนองต่อความต้องการของตนเองมิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารแต่อย่างเดียว
  3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อ หรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในทางกลับกันผู้ส่งสารต่างหากจำเป็นต้องแข่งขันกัน เพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้น พอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านั้น
- สุรพงษ์ โสภนะเสถียร(2533)

แคทซ์ และคณะ Katz, E. and Others (1974) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสารว่า "แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาพทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2) ความต้องการจดจำเป็นของบุคคล และเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้"

องค์ประกอบต่างๆเกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการสื่อสารของแคทซ์และคณะ

งานวิจัยเกี่ยวกับการจำแนกองค์ประกอบหรือกลุ่มของการวัดความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีการอ้างอิงเป็นผลงานของเบคเกอร์ Lee B. Becker (1979)

เบคเกอร์วิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจ 3 องค์ประกอบคือ

1. การติดตามข่าวสารและการแนะนำพฤติกรรม (Surveillance/Guidance) ซึ่งสะท้อนให้เห็นขอบเขตที่ปัจเจกชนใช้สื่อมวลชน เพื่อจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและเพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น
2. การใช้ประโยชน์ทางการติดต่อสื่อสาร ความตื่นเต้นและเสริมย้ำความเชื่อ (Communicatory Utility Excitement / Reinforcement) ซึ่งครอบคลุมถึงการหลบหนีจากงานประจำ การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารกับผู้อื่นและการซึมซับข่าวสารเข้าสู่ชีวิตประจำวัน
3. การหลีกเลี่ยงไม่ใช้สื่อ (Media Avoidance) สะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่คนไม่ใช้สื่อไม่รับข่าวสารจากสื่อ เป็นต้น

เบคเกอร์ศึกษาพบว่า องค์ประกอบเรื่องการติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นองค์ประกอบที่มีความมั่นคงสูง ในการวัดตัวแปรความคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจหรือการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) แม้ว่าเวลาหรือสถานการณ์จะเปลี่ยนไปก็ตาม การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจอีกขั้น คือ งานของ

เวนเนอร์และคณะซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification's) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications Map)

เวนเนอร์ Lawrence A. Wenner (1985) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. **Orientational Gratifications** หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้าในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับบุคคล รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. **Social Gratifications** เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. **Para-social Gratifications** หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. **Para-Orientational Gratifications** หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

นอกจากนี้ สิริชัย สิริกาษะและกาญจนา แก้วเทพ ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนด้วยความพึงพอใจของผู้รับสาร ดังนี้

#### 1. ความต้องการสารสนเทศ

1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

2) เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ

3) สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ

4) เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเอง

5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

#### 2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

1) ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2) ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

- 3) แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ มองทะลุภายในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
  - 1) มองทะลุเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
  - 2) แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
  - 3) นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
  - 4) ใช้แทนเพื่อน
  - 5) ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
  - 6) สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม
4. ความต้องการความบันเทิง
  - 1) การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
  - 2) การผ่อนคลาย
  - 3) ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
  - 4) ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
  - 5) ปลดปล่อยอารมณ์
  - 6) เป็นการกระตุ้นทางเพศ สิริชัย สิริกาเยและกาญจนา แก้วเทพ(2531)

จากแนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(The Use and Gratification Theory) ดังกล่าวจะเห็นได้ว่าสื่อสารมวลชนไม่ได้เป็นตัวเลือกเพียงตัวเดียวของผู้รับสารแต่เป็นตัวเลือกเพียงตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ ที่แข่งขันกันเพื่อเข้าถึงผู้รับสาร เป็นการศึกษาว่าคนแต่ละคนใช้สื่อในการทำหน้าที่ยะไรบ้าง และมีความต้องการของบุคคลเป็นเบื้องต้นที่ผลักดันหรือจูงใจ (Motivation) ให้เลือกเปิดรับสื่อประเภทไหน เมื่อมีความต้องการ หรือมีความตั้งใจในการเลือกสื่อการเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่การกระทำที่ไร้เป้าหมาย แต่ก็มีเป้าหมายจุดประสงค์ที่แน่นอนในการศึกษาครั้งนี้ประเภทรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์จึงเป็นทางเลือกของนักศึกษาทางหนึ่งที่สนองความต้องการตั้งใจแสวงหาข่าวสารเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ของตนเองในการเชื่อมโยงจากตนเอง ไปสู่การทำงานหรือกิจกรรม และสังคมในที่สุด และจากการศึกษาผลงานวิจัยของ เบคเกอร์ เวนเนอร์ สิริชัย สิริกาเยและกาญจนา แก้วเทพ ที่ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน โดยนำมาวิเคราะห์ และรวบรวมขึ้นใหม่แล้วพบว่าความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อของบุคคลมีหลักสำคัญอยู่ 4 ประการคือ (1) เพื่อความต้องการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ (2) เพื่อสร้างเอกลักษณ์หรือค่านิยมของตนเอง (3) เพื่อความสัมพันธ์ในสังคม (4) เพื่อความบันเทิง และหลีกเลี่ยงปัญหาต่างๆ ในสังคม ซึ่งจะได้นำมาใช้ในการสร้างตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ต่อไป

## 6. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 6.1 งานวิจัยในประเทศ

อรวรรณ วิจักขณะ (2533) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร” โดยศึกษาเพื่อให้เห็นถึงความสนใจ ความชื่นชมต่อนโยบายของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ จำแนกตามสาขาวิชาที่เรียนและเพศ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ และสาขาวิชาสังคมศาสตร์ ทั้งชายและหญิง สำหรับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พบว่าส่วนใหญ่ดูเป็นประจำทุกวัน เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เหตุผลในการดูโทรทัศน์เพราะติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ นิสิตส่วนใหญ่ได้มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และสื่อมวลชนยังมีผลต่อการเปลี่ยนแปลง ค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมอีกด้วย

ตรีรัตน์ นิลรัตน์ (2535) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเองของนักศึกษา” พบว่า การเปิดรับชมรายการเพื่อการศึกษาศึกษาและความรู้ รายการเด็ก รายการเพลง คอนเสิร์ต มิวสิควีดีโอ และรายการภาพยนตร์ไทยเรื่องยาวมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความสามารถนำสิ่งที่ได้รับจากการดูรายการโทรทัศน์ไปใช้ในการพัฒนาบุคลิกภาพ สติปัญญา จริยธรรม และการเปิดรับชมรายการสารคดี รายการศิลปวัฒนธรรมและธรรมะ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงการนำสิ่งที่ได้รับจากการดูละครโทรทัศน์ไปใช้พัฒนาบุคลิกภาพและจริยธรรม ส่วนการรับชมรายการกีฬามีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้พัฒนาบุคลิกภาพเท่านั้น ในขณะที่การรับชมรายการภาพยนตร์ต่างประเทศเรื่องยาวและภาพยนตร์หรือละครชุดต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการพัฒนาสติปัญญาเท่านั้น

พรทิพย์ ท้วมเริงรัมย์ (2536) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม” พบว่า นักศึกษามีการเลือกเปิดรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนตามความพึงพอใจและความต้องการส่วนตัวเป็นสำคัญ ส่วนรายการที่เปิดรับมากที่สุด คือ รายการเพลง รายการบิณฑกะบันเทิงและรายการเกมโชว์ ตามลำดับ ซึ่งเนื้อหาที่ล้วนแล้วแต่เป็นการผ่อนคลาย ความเครียด และต้องการการพักผ่อน มากกว่าจะรับรู้เรื่องราวอย่างจริงจัง

ภัทนิดา พันธุมเสน (2536) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรี ปีการศึกษา 2535” พบว่า นักเรียนเปิดรับสื่อต่าง ๆ

เรียงตามลำดับคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง โดยมีเนื้อหา 3 ประเภทเป็นหลัก คือ รายการประเภทบันเทิงจะนิยมมากที่สุด

อรนุช สุกประเสริฐ (2538) ศึกษาในเรื่อง “การวิเคราะห์รายการแข่งขันรางวัลทางโทรทัศน์” จากการศึกษาวิเคราะห์ได้ว่า รายการแข่งขันชิงรางวัลสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ รายการประเภทเน้นสาระความรู้เป็นหลัก รายการเน้นความบันเทิงเป็นหลัก, และรายการที่เน้นทั้ง สาระ ความรู้ และความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่งในแต่ละรายการก็มีรูปแบบและลีลาในการนำเสนอที่ แตกต่างกันไป เพื่อครองความนิยมของผู้ชม

สมควร เจริญสุข (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่านักศึกษามี ความพึงพอใจต่อเรื่องราวที่บันเทิง เพราะได้รับแล้วทำให้สามารถลดความเครียดในชีวิตประจำวัน ได้และประเด็นที่สอง รายการนั้นต้องมีสาระประโยชน์ การฝึกทักษะต่างๆที่นำไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ มากกว่ารายการที่ไร้สาระโดยสิ้นเชิง หากขาดจาก 2 ประเด็นดังกล่าวความพึงพอใจก็จะลดน้อยลง จนกว่ารายการจะพัฒนาให้ดีกว่าเดิมในทุกๆด้าน

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว(2544) ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาเปรียบเทียบการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทสาระความรู้ และสาระบันเทิงการจดจำได้ และการนำไปใช้ประโยชน์” พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมรายการเกมโชว์กับการนำความรู้ต่างๆไปใช้ประโยชน์พบว่ามี ความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 หมายความว่าประชาชนใน เขตกรุงเทพมหานครรับชมรายการเกมโชว์มาก จะมีการจดจำเนื้อหาความรู้ต่างๆ ได้ และนำไปใช้ ประโยชน์มากตามไปด้วย เนื่องจากผู้ชมมีความมีความเพลิดเพลิน และสนุกสนานในการรับชม รายการเกมโชว์อีกทั้งผู้จัดรายการเกมโชว์ยังมีการแข่งขันกันในการจัดรูปแบบรายการให้มีความ แปลกใหม่ตลอดเวลา มีการแทรกสาระความรู้ด้านต่างๆทำให้มีความสนใจติดตามรับชมตลอด รายการ

## 6.2 งานวิจัยต่างประเทศ

เชียร์ และ ฟรีดแมนSears and Freedman (1967) ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับ สารของบุคคล พบว่า กลุ่มตัวแปรทางด้านบุคคลที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมกาเลือกเปิดรับ สื่อมวลชนที่ดีที่สุดคือ ระดับการศึกษา และระดับชั้นทางสังคม ซึ่งตัวแปรหลังนี้ใช้อธิพเป็น เครื่องชี้ได้

โรบินสันRobinson (1972) ได้ทำการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมี ความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มี การศึกษาต่างกันจะมีการใช้สื่อ และมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วยกล่าวคือ

กลุ่มคนที่มีความรู้สูง เป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูล และจะเพิ่มพูนความรู้ของตนให้มากขึ้น โดยการ  
ใช้สื่อสารมวลชน

### กรอบแนวคิดทฤษฎี

ทฤษฎีหลัก	แนวคิด
<p>ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Use and Gratification Theory) Katz, E. and Others, 1974</p> <p>ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) DeFleur, 1966</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.มหาวิทยาลัยเปิด               <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1มหาวิทยาลัยรามคำแหง</li> <li>1.2มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช</li> </ol> </li> <li>2.รายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์               <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1 วัตถุประสงค์ในการผลิตรายการเกมโชว์</li> <li>2.2 ศึกษาค้นคว้านำเสนอระหว่าง ความรู้ และบันเทิง</li> <li>2.3 ประเภทรายการเกมโชว์</li> <li>2.4 องค์ประกอบด้านลักษณะวิธีการเล่น</li> <li>2.5 องค์ประกอบด้านจุดขาย หรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการ</li> <li>2.6 เนื้อหารายการเกมโชว์</li> </ol> </li> <li>3.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร               <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1 ลักษณะแตกต่างของผู้รับสาร</li> <li>3.2 การเลือกรับสาร</li> </ol> </li> <li>4.ลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร               <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1 เพศ</li> <li>4.2 อายุ</li> <li>4.3 การศึกษา</li> <li>4.4 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ</li> </ol> </li> </ol>

## กรอบแนวคิดทฤษฎี(ต่อ)

ทฤษฎีหลัก	แนวคิด
	5. แนวคิดการใช้ประโยชน์ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ 1.ความต้องการสารสนเทศ 2.ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล 3.ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 4. ความต้องการความบันเทิง

ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดทฤษฎี