

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม的开รับ ความพึงพอใจ และทัศนคติ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการคนค้นคน” นี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงผลสัมฤทธิ์ของรายการคนค้นคน ในการผลิตรายการโทรทัศน์ สารคดีชีวิตเป็นดั่งละคร (Dramatized documentary) ที่นำเสนอวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของ “คนค้นเรื่อง” ที่เป็นคนชายขอบ คนแหกคอก คับบัว เด็ก สตรี คนชรา และคนเล็กๆ ที่สังคมกำลังหลงลืม ตลอดจนการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปร ทางด้านลักษณะทางประชากร พฤติกรรม的开รับชม ความพึงพอใจ และทัศนคติ ที่มีต่อรายการคนค้นคน โดยผู้วิจัยใช้แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้คือ

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开เลือกและการเปิดรับข่าวสาร
 - 1.1 กระบวนการ的开เปิดรับข่าวสาร (Information Exposure)
 - 1.2 กลุ่มทฤษฎีการมีอิทธิพลอย่างจำแนก (Selective Influence Theories)
 - 1.2.1 ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)
 - 1.2.2 ทฤษฎีกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory)
 - 1.2.3 ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationships Theory)
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratification theory)
3. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
4. แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดี
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
 - 5.2 งานวิจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ
 - 5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับทัศนคติ

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเลือกและการเปิดรับข่าวสาร

นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบายพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของบุคคลว่ามีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายในจิตใจของบุคคลที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์แตกต่างกันออกไป ส่งผลต่อทัศนคติหรือการกระทำแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน โดยมีรากฐานความเชื่อที่ว่า บุคลิกภาพของบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกและเปิดรับสาร กล่าวคือ การที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตาม ผู้รับสารจะมีการเลือกสรร และการแสวงหาข่าวสารเป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes)¹ ข่าวสาร ซึ่งกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา

โดยพฤติกรรมในการเปิดรับสารแต่ละครั้งของบุคคลนั้น จะมีการเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องทางความคิด ค่านิยม และความเชื่อของบุคคลที่มีอยู่ ลาซาร์เฟลด์ (Lazarsfeld)² กล่าวว่า คนเราพยายามที่จะแสวงหาเนื้อหาจากสื่อที่มีความสอดคล้องกับค่านิยม และความเชื่อของตน โดยนัยนี้ แสดงว่าผู้คนพยายามที่จะเก็บรักษาทัศนคติเดิมที่ยึดถืออยู่โดยการหลีกเลี่ยงสารที่ทำทลายทัศนคติเดิมของตน

กระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันตามกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารที่ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน³ คือ

1. การเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมที่จะเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกเปิดรับสารประเภทไหน จากสื่ออะไร และเวลาใด ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ผู้รับสารมักจะเลือกรับข่าวสารที่สนับสนุนสอดคล้องแนวความคิดเดิมของตนเสมอ

¹พีระ จิระโสภณ, “ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2537), น. 37.

²Lazarsfeld, อ้างถึงใน พยุรี ชาญณรงค์, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน เอกสารประกอบการบรรยาย วิชา วส. 600 ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. 7.

³สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น. 53-54.

2. การเลือกสารที่สนใจ (Selective Attention) เป็นขั้นตอนที่ถัดจากขั้นตอนแรกที่เกี่ยวข้องกับการภายในบุคคล (จิตวิทยา) เลือกสารสนเทศที่สอดคล้องกับตน (Supportive Information) ท่ามกลางความหลากหลายของสารสนเทศที่เข้ามาสู่ผู้รับสารหลังจากการเปิดรับ

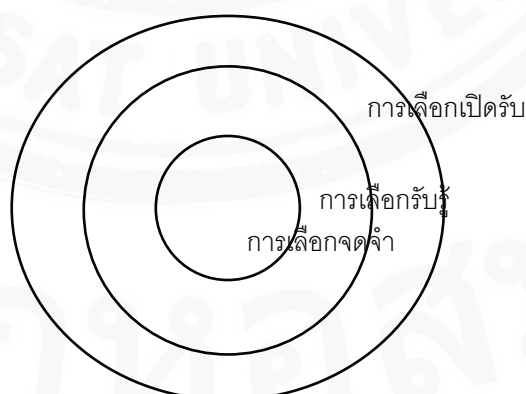
3. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สารสนเทศที่ตนเห็นว่าน่าสนใจ โดยการแปรสภาพสารสนเทศที่สนใจไปเป็นความรู้พื้นฐาน (Cognition) หรือผู้รับสารจะเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง ตามประสบการณ์ ตามความต้องการ เป็นต้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นความรู้พื้นฐานหรือความรู้เบื้องต้นมิใช่เป็นความรู้ที่ถาวร มนุษย์อาจขจัดความรู้นั้นออกไปได้ หรือยอมรับความรู้พื้นฐานแต่เพียงขี้นกลาง หากความรู้พื้นฐานนั้นยังคงสอดคล้องไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของบุคคล ความรู้พื้นฐานนั้นก็จะพัฒนาต่อไปเป็นการยอมรับที่ถาวรพร้อมที่จะจดจำต่อไป

การเลือกจดจำเป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า โดยกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 3 ขั้น ดังนี้⁴

ภาพประกอบที่ 2.1

แบบจำลอง กระบวนการเลือกและเปิดรับข่าวสาร



⁴พีระ จิระโสภณ, “ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีสื่อสาร, หน่วยที่ 11, น. 637.

มนุษย์เรานอกจากจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้วยังมีการแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ชแลมม์ (Schramm)⁵ ได้กล่าวสรุปเป็นหลักเอาไว้ว่า ผู้ใช้สื่อจะใช้วิธีการที่ต้องใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Effort required) แต่ทว่า สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ได้ตั้งใจ (Expectation of Reward) โดยแนวความคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนอีกแนวทางหนึ่ง โดยเน้นในเรื่องพฤติกรรม การเลือกเปิดรับข่าวสารมีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกเปิดรับ หรือหลีกเลี่ยงข่าวสารบางอย่าง อย่างไรก็ตาม ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไหน ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้ที่จะเป็นตัวกำหนด⁶

1. ปัจจัยด้านบุคลิภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกันซึ่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

โดยสรุปแล้ว การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนองสุนทรียคติหรือความคิดและความเข้าใจ ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วน

⁵Schramm W. & W.E. Porter, Men, Women, Messages and Media, 2 ed. (New York: Harper & Row, 1973), อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ศาลาแดง, 2545), น. 313.

⁶ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, “แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร,” ใน พลศาสตร์ของการสื่อสาร, หน่วยที่ 2 (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531), น. 23-26.

บุคคลและเพื่อความบันเทิงใจด้วย นอกจากนี้ การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใดๆ ด้วย เมอร์ริลล์ และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein)⁷ ได้กล่าวถึง เหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ กล่าวคือ

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบที่อยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดจากความรู้สึกสับสน วิดกกังวล หวาดกลัว และการเมินเฉยจากสังคม จึงพยายามที่จะรวมกลุ่ม เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตัวเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งที่น่าสนใจของความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือการกระทำของเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุดแล้ว คงจะไม่มีอะไรดีกว่าสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งนี้มีใช้เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อนองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็นความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่างๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นอีกด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐาน มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้

⁷ John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, Media Messages and Men: New Perspective In Communication (New York: David McKay Company Inc, 1971), อ้างถึงใน มาริยา ไชยเศรษฐ์, “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. 21-22.

ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มี “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนและองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้ เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

โดยสรุป การศึกษาเรื่องการเปิดรับสารนี้ จะเน้นในเรื่องของพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกที่จะรับข่าวสารและไม่รับข่าวสารบางอย่าง หรือเลือกที่จะรับชมรายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดั่งละครและไม่รับชมรายการโดยอาจจะอาศัยทฤษฎีพฤติกรรมการเลือกและการเปิดรับข่าวสารมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย

กลุ่มทฤษฎีการมีอิทธิพลอย่างจำแนก (Selective Influence Theories)

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อต่างๆ ของแต่ละบุคคลนั้น ส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อเพื่อที่จะสนองความต้องการ หรือความพึงพอใจของตนเอง โดยเป็นการพยายามที่จะเติมเต็มอารมณ์ความรู้สึกบางส่วนภายในตนเองให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น การวิจัยที่มุ่งเน้นผู้รับสาร (Receiver) เป็นสำคัญนั้น จะให้ความสนใจวิเคราะห์ลักษณะทางสถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของผู้รับสารหรือรวมไปถึงลักษณะตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา เป็นต้น โดยแนวคิดด้านประชากรศาสตร์นั้น จะเชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย โดยในทางการสื่อสารนั้น นอกจากจะแตกต่างกันในเรื่องการเลือกใช้ถ้อยคำในภาษา หรือการใช้ถ้อยคำภาษา ตลอดจนกลยุทธ์ต่างๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ ตามที่ตนเองต้องการ

กาญจนา แก้วเทพ ได้กล่าวว่า จากการวิจัยใหม่ๆ ที่พบว่าสื่อมวลชนนั้นมิได้มีอำนาจสร้างผลกระทบดังที่ต้องการได้ ทั้งนี้ เนื่องจากในฝ่ายรับสารนั้นมีปรากฏการณ์ของการเลือกรับสาร (Selective Perception) อันเนื่องมาจากเหตุผลที่ต่างกันโดยสามารถสรุปได้ดังนี้⁸

⁸กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา, น. 298-299.

ผู้รับสารแต่ละคนล้วนมีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ประยุกต์มาจากหลักของจิตวิทยาที่ว่าด้วยความแตกต่างระหว่างบุคคล เมื่อตัวบุคคล (Organism) ต่างกัน แม้สิ่งเร้าเดียวกันก็อาจจะทำให้เกิดปฏิกิริยา (Response) ที่ต่างกันไป

เนื่องจากผู้รับสารในแต่ละกลุ่มมีลักษณะทางสังคมแตกต่างกัน (Social Difference) จึงมีแบบแผนการรับสารที่ต่างกัน เช่น คนที่มีอายุ เพศ วัย ฯลฯ ต่างกัน จะมีการเลือกรับสารต่างกัน ที่เรียกว่า “ความแตกต่างทางสังคม” (Social Difference) อันเป็นแนวคิดที่ประยุกต์มาจากหลักด้านสังคมวิทยาในเวลาเดียวกัน คนที่มีลักษณะทางสังคมเหมือนกัน (ที่เรียกว่า “Grouplike”) เช่นเป็นคนในอาชีพเดียวกัน ก็จะมีแบบแผนการใช้และการรับสารที่คล้ายคลึงกัน

เนื่องจากนักวิชาการกลุ่มนี้เชื่อว่า กลุ่มผู้รับสารมิได้มีลักษณะโดดเดี่ยวกระจัดกระจาย (atomized) หากทว่าผู้รับสารยังคงมีสายสัมพันธ์กับบุคคลแวดล้อม (มี Social Interaction) ดังนั้นในการวิเคราะห์ผู้รับสารจึงต้องสนใจว่า ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (ความสัมพันธ์กับคนรอบข้าง) ได้เข้ามามีส่วนในการเปิดรับสารอย่างไร เช่น ผู้ชายบางคนต้องยอมนั่งดูละครโทรทัศน์ทั้งๆ ที่ไม่ชอบ แต่เพื่อใช้เวลาพร้อมกับภรรยาและลูกสาว เป็นต้น

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)

เบอร์โล (Berlo)⁹ กล่าวว่า ผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสามารถหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการสื่อสารมวลชน จึงไม่เกิดประโยชน์อะไรหากผู้ส่งสารไม่สามารถส่งสารไปถึงผู้รับสารได้ ผู้รับสารของสื่อมวลชนนั้นจะมีลักษณะที่หลากหลายแตกต่างกันไป และโดยส่วนใหญ่แล้วมักจะเลือกรับสาร และให้ความสนใจในสารที่สามารถสนองตอบตามความพอใจและความต้องการของตน

⁹Berlo, David Kenneth, The process of communication: an introduction to theory and practice (New York: Holt, Rinehart and Winston, 1960), อ้างถึงใน อัญชลี เรืองฉาย, “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์สตรีในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อการใช้สตรีเป็นผู้แสดงในโฆษณาทางโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2546), น. 16.

เดอเฟลอร์ (Defleur)¹⁰ ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลไว้ว่า เนื่องจากมนุษย์มีความแตกต่างกันทางด้านจิตวิทยา และการรับรู้ ความเข้าใจ ดังนั้น สื่อจึงมีอิทธิพลต่อคนแต่ละคนแตกต่างกันออกไป หรืออีกนัยหนึ่ง เนื้อหาสาระประกอบด้วยสิ่งเร้าที่ทำปฏิกิริยากับบุคลิกลักษณะของผู้รับในลักษณะแตกต่างกัน โดยสามารถสรุปหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลได้ ดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างชีวภาพ หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกชุบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการเลือกจดจำข่าวสาร มีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

โดยสรุป การศึกษาเรื่องความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลนี้ จะเน้นในเรื่องของลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา ของแต่ละบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อต่างๆ กันหรือไม่ หรือคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วยหรือไม่ โดยอาจจะอาศัยทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย

¹⁰Melvin L. DeFleur, Understand Mass Communication (Boston: Houghton Mifflin company, 1991), อ้างถึงใน พิระ จิระโสภณ, “ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11, น. 645-646.

ทฤษฎีกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory)

เดอเฟลอร์ (Defleur)¹¹ ได้อธิบายเกี่ยวกับทฤษฎีกลุ่มทางสังคมไว้ว่า ทฤษฎีนี้มีข้อสันนิฐาน ในสังคมเมืองอุตสาหกรรมประกอบด้วย กลุ่มคน หรือ กลุ่มทางสังคม ซึ่งจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อสื่อในรูปแบบเดียวกัน นอกจากนี้ผู้คนซึ่งมีภูมิหลังที่คล้ายคลึงกัน เช่น อายุ เพศ รายได้ ศาสนา มักจะมีแบบแผนการเปิดรับสื่อ (patterns of media exposure) ตลอดจนการตอบสนองต่อสื่อในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน

นอกจากนี้ เดอเฟลอร์ (Defleur)¹² นักทฤษฎีกลุ่มทางสังคมได้กล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารมวลชนนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ เป็นต้น

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิสำเนา เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้นคือ ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีควมสนใจ หรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน โดยอาจสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของบุคคลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะต่างๆ ของบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ฯลฯ บุคคลที่มีพฤติกรรมเดียวกันมักจะอยู่กลุ่มเดียวกัน ดังนั้น บุคคลที่มีลำดับชั้นทางสังคมเดียวกันก็จะเลือกรับสารที่มีเนื้อหาเหมือนกัน

โดยสรุป การศึกษาเรื่องกลุ่มทางสังคมนี้ จะเน้นในเรื่องของกลุ่มคน หรือ กลุ่มทางสังคม ที่เชื่อว่าประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกันนั้น มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ และจะส่งผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดังละครหรือไม่ โดยอาจจะอาศัยทฤษฎีกลุ่มทางสังคมมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย

¹¹Melvin L. DeFleur, Theories of Mass Communication (New York: David McKay Co.,1966), อ้างถึงใน พยุรี ชาญณรงค์, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” น. 6.

¹²Melvin L. DeFleur, Understand Mass Communication (Boston: Houghton Mifflin Company, 1991), อ้างถึงใน พีระ จิระโสภณ, “ทฤษฎีสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร,” น. 645-646.

ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relationships Theory)

เดอเฟลอร์ (Defleur)¹³ ได้กล่าวถึงทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม โดยแสดงให้เห็นว่า ข่าวสารจากสื่อมวลชนจะมีตัวแปรอีกประเภทหนึ่งที่เกิดจากความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม โดยที่ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ อิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence) โดยจะมีทฤษฎีการสื่อสารมวลชนสองทอด (Two-Step Flow of Communication) ที่มีความคิดเห็นต่างๆ จะไหลผ่านสื่อมวลชนไปยัง ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) ก่อน แล้วจึงมีการถ่ายทอดข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เป็นกลุ่มต่างๆ ในสังคมนี้จะก่อให้เกิดเป็นเครือข่าย (Interpersonal network) ขึ้นในการสื่อสารมวลชน

ในทำนองเดียวกัน ในสังคมของมนุษย์ประกอบไปด้วยกลุ่มต่างๆ มากมาย และกลุ่มต่างๆ นั้นก็มีความแตกต่างกันออกไป และมีการปฏิบัติที่แตกต่างกัน ซึ่งมีทิศทางระเบียบและบรรทัดฐานไปคนละทาง เนื่องด้วยความสนใจเฉพาะกลุ่มแต่ละกลุ่ม ที่ซึ่งผู้บริโภครวบรวมที่จะรวมกลุ่มจะมีบรรทัดฐานของพฤติกรรม ซึ่งทุกคนในกลุ่มต้องทำตามให้สอดคล้องกับกลุ่มในการประพฤติปฏิบัติในแนวเดียวกัน “กลุ่มอ้างอิง” (Reference Group) จึงเป็น “สื่อบุคคล” อีกสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งกับพฤติกรรม的开รับสื่อของบุคคล ซึ่งได้ให้ความหมายของกลุ่มอ้างอิงไว้ว่า¹⁴ กลุ่มอ้างอิง เป็นกลุ่มที่มีอำนาจมีความสามารถ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล เป็นกลุ่มที่มีการแสดงออกในลักษณะเกี่ยวกับทัศนคติ ความคิดฝัน บรรทัดฐาน แหล่งข่าวสารต่างๆ และการจูงใจ กล่าวคือ กลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มเพื่อนนักเรียน หรือกลุ่มเพื่อนที่ทำงาน ซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลในการเป็นผู้นำความคิดเห็นให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในที่สุด

เนื่องจากบุคคลแต่ละคนในสังคมอาจมีบทบาทอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างอยู่ในเวลาเดียวกัน ในสังคมที่ซับซ้อนมากๆ บุคคลอาจมีบทบาทต่างๆ อยู่ในกลุ่มสังคม มีตำแหน่ง

¹³Melvin L DeFleur, Theories of Mass Communication.(New York: David Mckay Co.,1966), อ้างถึงใน อัญชลี เรืองฉาย, “การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์สตรีในงานโฆษณาทางโทรทัศน์ และความคิดเห็นต่อการใช้สตรีเป็นผู้แสดงในโฆษณาทางโทรทัศน์,” น. 16.

¹⁴ปริญ ลักษิตานนท์, จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค (กรุงเทพมหานคร: ทิปปิงพอยท์, 2544), น. 206.

หน้าที่และมีพฤติกรรมต่างๆ ในกลุ่มของตน กลุ่มเหล่านี้จะเป็นเสมือนแหล่งอ้างอิงของบุคคลที่สังกัด กล่าวอีกนัยหนึ่ง ปทัสฐาน บทบาท และพฤติกรรมของกลุ่มที่บุคคลสังกัดอยู่จะเป็นสิ่งที่พฤติกรรมและความเชื่อของบุคคลที่เป็นสมาชิก เมื่อเป็นดังนี้ จึงอาจคาดคะเนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารได้จากบทบาท และพฤติกรรมของกลุ่ม ที่ผู้รับข่าวสารสังกัดอยู่¹⁵

โดยสรุป การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ทางสังคมนี้ จะเน้นในเรื่องของกลุ่มอ้างอิง หรือสื่อบุคคล ว่ามีอิทธิพลต่อการชี้นำ หรือการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดังละครหรือไม่ โดยอาจจะอาศัยทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคมมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย

ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลกับผู้รับสารเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสาร ถ้าผู้รับสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็จะมีผลอะไรกับผู้รับสาร ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับหรือใช้ข่าวสารเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเอง นอกจากนี้ทฤษฎีนี้ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าบุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง การเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารใดเป็นพฤติกรรมที่ถูกจูงใจให้เชื่อว่า สื่อนั้นจะทำหน้าที่ได้ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนต้องการ

การวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Uses and Gratifications Approach) ของกาญจนา แก้วเทพ ได้อธิบายไว้ว่า¹⁶ อันที่จริงการวิเคราะห์แบบแผนการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น อาจถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) เพียงแต่ว่าแทนที่จะตอบคำถามว่า สื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง” เอกลักษณะเด่นๆ ของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นก็คือ นักวิจัยจะให้ความสนใจต่อ

¹⁵Wilbur, Schramm, Channels and Audiences In Handbook of Communication (Chicago: Ran McNally College Publishing Company, 1973), อ้างถึงใน มารีญา ไชยเศรษฐ์, “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5,” น. 23.

¹⁶กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน ทฤษฎี และแนวทางการศึกษา, น. 306-307.

“ตัวผู้รับ / ใช้สาร” (Media users) มากกว่า “ตัวสาร” (Media / content) โดยแนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อมีดังนี้

1. โดยส่วนใหญ่ ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อม สำหรับการลงมือกระทำ

2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงมิใช่กิจกรรมที่กระทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่นอน

3. ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทางเดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียง ตัวเลือก ตัวหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกอื่นๆ และสื่อมวลชนคงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งไปโดยปริยาย

4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้นจะเกิดจากความต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวก็จะถูกแปรมาเป็นแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

นอกจากนี้ สเวนสัน (Swanson)¹⁷ ได้แสดงความคิดเห็นว่า แรงจูงใจ (Motivational Sources) ที่เป็นตัวก่อให้เกิดความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจ (Gratification) โดยผ่านการเปิดรับสื่อ การให้ความสำคัญกับแรงจูงใจรูปแบบของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ การเปิดรับสื่อโดยผ่านทฤษฎีการใช้สื่อ และความพึงพอใจนี้จะมีการศึกษาในส่วนของการใช้สื่อของผู้รับสาร กาญจนา แก้วเทพ¹⁸ ได้อธิบายในเรื่องเกี่ยวกับประเภทของแรงจูงใจ (Motivation) ที่จะใช้สื่อและความพึงพอใจ ได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้¹²

1. การได้รับข้อมูลข่าวสารและคำแนะนำต่างๆ
2. การลดความรู้สึกไม่มั่นใจในตัวเอง
3. การเรียนรู้เกี่ยวกับสังคมและโลกกว้าง
4. การหาข้อสนับสนุนมาตอกย้าค่านิยมที่ตนยึดถืออยู่
5. การแสวงหาความเข้าใจอย่างกระจ่างแจ้งในเรื่องชีวิตของตนเอง (และผู้อื่น)
6. เพื่อจะได้มีประสบการณ์ในการร่วมทุกข์ร่วมสุขกับคนอื่น

¹⁷David L. Swanson, “Gratification Seeking, Media Exposure and Audience Interpretations: Some Directions for Research,” Journalism of Broadcasting & Electronic Media 31 (Summer 1987):237-254.

¹⁸กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, น. 298-299.

7. เพื่อจะได้หาความรู้พื้นฐานในการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
8. เพื่อจะหากิจกรรมอื่นๆ มาทดแทนการติดต่อสัมพันธ์กับผู้คน
9. เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมแบบ “หัวอกเดียวกัน” หรือมี “เพื่อนร่วมทุกข์สุข” กับคนอื่น
10. เพื่อหลบหนีจากปัญหาและความวิตกกังวลอื่นๆ
11. เพื่อเปิดประตูเข้าไปสู่โลกแห่งจินตนาการ
12. เพื่อฆ่าเวลา
13. เพื่อปลดปล่อยทางอารมณ์
14. เพื่อหาแบบแผนในการดำเนินชีวิตประจำวัน

ดังนั้น การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสื่อใดๆ ก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงจูงใจต่อสื่อนั้นก่อน แสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎี การใช้สื่อและความพึงพอใจ

กล่าวสรุปได้ว่า พฤติกรรมของผู้รับสาร มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจ และความพึงพอใจด้วย ซึ่งผู้รับสารมีเป้าหมายที่จะใช้ความพยายามที่จะสนองความพึงพอใจของตน ดังนั้นในการศึกษาด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดังละคร โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีทางด้านการใช้และความพึงพอใจมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

นักวิชาการหลายคนได้ให้คำนิยาม ความหมายของคำว่า “ทัศนคติ” ไว้มากมาย และความหมายของทัศนคติที่ถือว่าเป็นที่ยอมรับและได้รับอ้างอิงบ่อยครั้ง ได้แก่ คำจำกัดความของอัลพอร์ต (Allport)¹⁹ ที่กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความเอนเอียงหรือแนวโน้ม (Predisposition) ของพฤติกรรมในการตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ และเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในรูปแบบของความชื่นชอบ (Favorable) หรือความไม่ชื่นชอบ (Unfavorable)

¹⁹ Allport quoted in Assael, Consumer behavior: a strategic approach (Boston: Houghton Mifflin Company, 2004), p. 258.

ชิฟฟ์แมน และ คานุค (Shiffman and Kanuk)²⁰ กล่าวว่า ทศนคติ (Attitude) หมายถึง ความโน้มเอียงที่บุคคลเรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พอใจหรือไม่พอใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทศนคติของบุคคลจะสะท้อนมุมมองของเขาที่มีต่อสภาพแวดล้อม ขณะเดียวกัน ทศนคติก็น่าจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล ทศนคติไม่สามารถเห็นได้โดยตรง แต่ต้องวินิจฉัยจากสิ่งที่แต่ละบุคคลพูดหรือกระทำ นอร์แมน แอล มัน (Norman L. Mun)²¹ ให้ความหมาย ทศนคติ ไว้ว่า “ทศนคติ (Attitude) เป็นความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด”

ลูทซ์ (Lutz)²² ได้ให้ความหมายว่า ทศนคติ เป็นการแสดงความรู้สึกที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคลในรูปแบบของความชื่นชอบหรือความไม่ชื่นชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยทศนคติจะเกิดจากการเรียนรู้ผ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆ หรือเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่เคยมีมา ซึ่งทศนคติจะเป็นตัวทำนายแนวโน้มของการเกิดพฤติกรรมต่างๆ ได้ เพราะทศนคติจะมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมเสมอ อีกทั้งทศนคติที่เกิดขึ้นนั้น จะต้องมีความคงที่สม่ำเสมอไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

กอร์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ท (Gordon W. Allport)²³ กล่าวว่า “เป็นภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะได้ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์ และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง”

²⁰Schiffman L. G. and Kanuk L., Consumer behavior (Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall, 2004), p. 312.

²¹Mun L. Norman, Introduction to Psychology (Boston: Houghton Muffin, 1971), p. 77.

²²Lutz, R. J. “The role of attitude theory in marketing,” in Perspectives in consumer behavior, 4th ed., Edited by H. H. Kassarian and T. S. Robertson (Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1991), pp. 317-339.

²³Allport Gordon Willard, Psychology: the briefer course (New York: Harper, 1897-1967), อ้างถึงใน พรพิมล วรวิมลพิรุฑพงศ์, ทศนคติและการเปลี่ยนทศนคติ จิตวิทยาสังคมร่วมสมัย (เชียงใหม่: โครงการตำรามนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2527), น. 8.

โฮวาร์ด เอช. เคนด์เลอร์ (Howard H. Kendler)²⁴ กล่าวว่า ทักษะคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคลที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถานการณ์ หรือแนวความคิด

โรเซนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg and Hovland)²⁵ ได้ให้ความหมายของคำว่าทักษะคติไว้ว่า “ทักษะคติ โดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการจูงใจต่อเนื่องโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น”

เจเลียว บุรีภักดี²⁶ ให้ความหมายว่า ทักษะคติเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือบุคคลหนึ่งบุคคลใด ทักษะคติที่เราสัมผัสสิ่งต่างๆ เกิดจากประสบการณ์หรือการเรียนรู้ทั้งสิ้น ดังนั้นจึงอาจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามประสบการณ์ที่รับได้เพิ่มขึ้นแต่กระบวนการเปลี่ยนแปลงอาจจะเร็วหรือช้า แล้วแต่ปัญหาชนิดทักษะคติและประสบการณ์ใหม่ที่ได้รับ

จากความหมายต่างๆ อาจสรุปได้ว่า ทักษะคติหมายถึง ทิศทางและปริมาณของความชอบ ไม่ชอบ การยอมรับ การปฏิเสธ สิ่งใดสิ่งหนึ่งของคนเรา รวมไปถึง ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็น ความรู้สึก และท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ทักษะคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น มีธรรมชาติที่ค่อนข้างเปลี่ยนแปลงยาก โดยทักษะคติมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ²⁷ คือ

²⁴Howard H. Kendler, Basic Psychology (New York:Appleton Century Grofts company, 1963), อ้างถึงใน รัชนิดา ชำนาญมนต์, “ประสิทธิผลของรายการ ทูตแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อรายการ อนุรักษสิ่งแวดล้อมของเด็ก,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. 27.

²⁵Milton J. Rosenberg and Carl I Hovland, Attitude Organization and Change (New Haven: Yale University Press, 1960), อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน.

²⁶เจเลียว บุรีภักดี, ปัญหาและความต้องการด้านสังคม และวัฒนธรรมของสังคมไทยในทศวรรษหน้า (กรุงเทพมหานคร: โครงการปริญญาเอกพัฒนศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547), อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 27.

²⁷นันท์รัตน์ อยู่ฟู, “ทัศนคติของชาวกรุงเทพมหานครต่อการโฆษณาของธนาคารพาณิชย์ผ่านสื่อมวลชน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531), น. 32.

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (The Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น ลูทซ์ (Lutz)²⁸ ได้อธิบายว่า องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognition) หมายถึง ความเชื่อ (Beliefs) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยที่ ชิฟแมนท์ และคานุค (Shiffman and Kanuk)²⁹ ได้อธิบายเสริมต่อไปว่า ความรู้ (Knowledge) และการรับรู้ (Perceptions) ของบุคคลที่เกิดขึ้นจากส่วนประสมของประสบการณ์ (Experience) และข้อมูลข่าวสาร (Information) ของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทั้งสองส่วนนั้นจะก่อตัวเป็นความเชื่อ (Beliefs) ที่จะเป็นแนวโน้มในการเกิดพฤติกรรมที่สัมพันธ์กับความเชื่อนั้นต่อไป

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Component) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์เกี่ยวเนื่องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนๆ นั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน ลูทซ์ (Lutz)³⁰ ได้ให้ความหมายว่า การตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในรูปแบบของความรู้สึก (Emotional) ทั้งที่เป็นความรู้สึกในเชิงบวก (Positive) และเป็นความรู้สึกในเชิงลบ (Negative) โดยที่ ชิฟแมนท์ และคานุค (Shiffman and Kanuk)³¹ ได้กล่าวไปในทำนองเดียวกันว่า คือ การประเมิน (Evaluation) สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยใช้ความรู้สึก (Emotions or feelings) ในการตัดสินใจ โดยจะเป็นความรู้สึกในรูปแบบของความชื่นชอบ (Favorable) และความไม่ชื่นชอบ (Unfavorable) หรือความรู้สึกว่าดี (Good) และไม่ดี (Bad) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (The Behavioral Component) คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก หรืออาจเรียกได้อีกแบบคือ องค์ประกอบด้านความโน้มเอียง (Conation) หมายถึง แนวโน้มหรือความตั้งใจที่จะเกิดพฤติกรรมรวมถึงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นแล้วต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง Lutz ซึ่งแนวโน้มพฤติกรรมหรือพฤติกรรมที่ได้ทำไปแล้วนั้น เป็นผลซึ่งสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมุมมองทัศนคติแบบสามองค์ประกอบ (Tripartite view of attitude) นี้ ลูทซ์ (Lutz) ได้อธิบายว่า แต่ละองค์ประกอบนั้นจะเป็นส่วนเติมเต็ม (Integral) ซึ่งกันและกันในการเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยในแต่ละองค์ประกอบจะมีระดับของความชื่นชอบในลักษณะที่สัมพันธ์กัน

²⁸Lutz R. J, op. cit., footnote 22, pp. 317-339.

²⁹Schiffman L. G. and Kanuk L. L, op. cit., footnote 20, p. 316.

³⁰Lutz R. J, op. cit., footnote 22, pp. 317-339.

³¹Schiffman L. G. and Kanuk L. L, op. cit., footnote 20, p. 316.

กล่าวคือ หากบุคคลมีความรู้ความเข้าใจหรือความเชื่อ (Cognition) ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับสูงแล้ว ก็จะมีผลให้มีความรู้สึกชื่นชอบ (Affect) ต่อสิ่งนั้นในระดับสูงด้วย อันจะส่งผลให้เกิดแนวโน้มที่จะเกิดพฤติกรรม (Conation) ในลักษณะของการแสดงความชื่นชอบต่อสิ่งนั้นในระดับสูงด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ ลักษณะที่สำคัญของทัศนคตินั้น อาจจะอธิบายอย่างง่าย ๆ คือ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ของมนุษย์หรือประสบการณ์ที่เกิดขึ้นของแต่ละคน ไม่ใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวเรามาตั้งแต่กำเนิด โดยทัศนคตินั้นเป็นสภาพทางจิตใจของมนุษย์ที่มีอิทธิพลต่อความคิด การกระทำของบุคคล และมีความคงทนถาวรพอสมควร อย่างไรก็ตามทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ จากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ นอกจากนี้ เรายังสามารถอธิบายพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของมนุษย์ โดยอิงจากหลักทฤษฎีทางทัศนคติ มีดังนี้³²

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับความตรงกันและความเหมือนกัน ทฤษฎีหมายถึง การที่นาย ก. ชอบนาย ข. และนาย ข. ชอบสิ่งของ ค. จะมีแนวโน้มทำให้นาย ก. ชอบสิ่งของ ค. ซึ่งสังเกตถึงความสัมพันธ์ว่าจะมีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน ซึ่งทำให้เกิดภาวะสมดุล แต่ถ้าบุคคลมีปัญหาภาวะความไม่สมดุลแล้ว บุคคลก็จะพยายามแก้ปัญหาให้อยู่ในภาวะสมดุลได้หลายทาง เช่น เปลี่ยนความคิดตัวเองไม่ยอมรับเพื่อนคนนั้น พยายามลืมความขัดแย้ง

2. ทฤษฎีเกี่ยวกับความขัดแย้งของความคิด ทฤษฎีนี้มีพื้นฐานมาจากธรรมชาติกลไกของการปรับตัวของมนุษย์ ซึ่งสรุปว่ามนุษย์ไม่สามารถทนต่อสิ่งที่เปลี่ยนแปลง ขัดแย้งหรือไม่ลงรอยกันได้คือ เมื่อใดมนุษย์มีสิ่งที่ขัดแย้งกัน มนุษย์จะพยายามหาทางขจัดความขัดแย้งนั้นให้หมดไป โดยที่บุคคลนั้นมีกิจกรรมและทิศทางให้บุคคลนั้นมีปฏิกิริยาไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ซึ่งการทำการกิจกรรมนั้นๆ จะทำให้ภาวะความไม่สบายใจจากความขัดแย้งของความคิดลดลงได้

3. ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติโดยการปรับตัวให้เข้ากับสังคม ทฤษฎีนี้เชื่อว่ากระบวนการในการปรับตัวของบุคคลนั้น เกิดจากปฏิกิริยาของทัศนคติของบุคคลนั้นกับสิ่งแวดล้อม และในกระบวนการของการเปลี่ยนทัศนคตินี้มีขั้นตอนของการเกิดขึ้นสองขั้นคือ

ขั้นที่ 1 บุคคลจะตัดสินใจและให้การวินิจฉัยข่าวสารที่เขาได้รับใหม่ โดยเอาความรู้หรือข่าวสารที่เขาเคยได้รับมามีส่วนเกี่ยวข้องกันด้วย

ขั้นที่ 2 ทัศนคติเกิดขึ้นภายหลังจากการได้ทำการวินิจฉัยแล้ว หรือตัดสินใจแล้ว

³²Zimbardo, Ebberson and Maslach, อ้างถึงใน รัชนิดา ชำนาญมนต์, “ประสิทธิผลของรายการทุ่งแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อรายการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก,” น. 27-28.

มิติของทัศนคติ

ฮันนา และ วอสเน็ค (Hanna and Wozniak)³³ ได้กล่าวถึง มิติของทัศนคติ (Dimensions of attitudes) ไว้ว่า การเกิดทัศนคติของบุคคลนั้นจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละมิติ ได้แก่ ทิศทาง (Valence) ความเข้มข้น (Intensity) และความเป็นศูนย์กลาง (Centrality) ซึ่งในแต่ละมิติมีรายละเอียด ดังนี้

มิติที่ 1 คือ ทิศทาง (Valence) โดยทัศนคตินั้นจะมีทิศทางไปในทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นทิศทางในเชิงบวก (Positive) ซึ่งอาจหมายถึง ความชื่นชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือทิศทางในเชิงลบ (Negative) ซึ่งอาจหมายถึง ความไม่ชื่นชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

มิติที่ 2 คือ ความเข้มข้น (Intensity) หมายถึง การที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในระดับที่มากหรือน้อยต่างกัน โดยระดับความเข้มข้นของทัศนคติของบุคคล จะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปลี่ยนไปใช้สินค้าอื่น

มิติที่ 3 คือ ความเป็นศูนย์กลาง (Centrality) ซึ่งทัศนคติเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับค่านิยม (Values) และความเชื่อ (Beliefs) ของบุคคล โดยถ้าบุคคลได้รับข้อมูลข่าวสารหรือมีประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ใกล้เคียงกับค่านิยมและความเชื่อของตนเองมากเท่าไร ก็ยิ่งจะทำให้บุคคลนั้นมีทัศนคติที่ชื่นชอบต่อสิ่งๆ นั้นมากขึ้นเท่านั้น รวมถึงจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติของบุคคลนั้นได้ยากด้วยเช่นกัน

การเกิดทัศนคติ

ชาร์ลส์ อาร์ ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster)³⁴ ได้ให้แนวความคิดการเกิดของทัศนคติว่ามาจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการคือ

1. ประสบการณ์ (Experience) ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่างๆ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในบุคคล จากการได้พบเห็นคุ้นเคย ซึ่งถือว่าเป็นประสบการณ์โดยตรง

³³Hanna N. and Wozniak, Consumer behavior: an applied approach (Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, 2001), p. 228.

³⁴Charles R. Foster, Psychology for life today (Chicago: American Technical Society 1961), อ้างถึงใน รัชนิดา ชำนาญมนต์, “ประสิทธิผลของรายการ ทูตแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อรายการ อนุรักษสิ่งแวดล้อมของเด็ก,” น. 29.

(Direct Experience) กับการได้ยินได้ฟัง ได้เห็นรูปภาพ หรือได้อ่านเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ แต่ไม่ได้พบเห็น ไม่ได้ทดลองกับของจริงด้วยตนเอง ซึ่งถือเป็นประสบการณ์โดยอ้อม (Indirect Experience) และเนื่องจากทัศนคติเป็นสิ่งที่บุคคลรับทราบ ดังนั้นบุคคลจะไม่มีทัศนคติต่อสิ่งที่เขาไม่มีประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. ระบบค่านิยมและการตัดสินใจตามค่านิยม (Value System And Judgment) เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยม และมาตรฐานเกี่ยวกับความดีและความชอบไม่เหมือนกัน คนแต่ละกลุ่มจึงอาจมีทัศนคติต่อสิ่งเดียวกันแตกต่างกันได้ ดังนั้นการที่บุคคลหนึ่งบุคคลใดจะมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือมีความรู้สึกว่าจะสิ่งใดถูกสิ่งใดผิดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมค่านิยม หรือมาตรฐานของกลุ่มที่บุคคลนั้นใช้ชีวิตร่วมอยู่ด้วย

ทัศนคติเกิดจากแหล่งต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

ชาร์ลส์ อาร์ ฟอสเตอร์ (Charles R. Foster)³⁵ ได้อธิบายว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติต่างๆ ที่สำคัญดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experiences) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

2. การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (Communication) การได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากผู้อื่นได้

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นโดยขั้นแรกเมื่อเหตุการณ์บางอย่าง บุคคลจะสังเกตว่าบุคคลอื่นปฏิบัติอย่างไร ขึ้นต่อไปบุคคลนั้นจะแปลความหมายของการปฏิบัตินั้นในรูปแบบของทัศนคติ

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติหลายอย่างของบุคคลเกิดขึ้น เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น ครอบครัว โรงเรียน หรือหน่วยงาน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาจากแหล่งที่มาของทัศนคติดังกล่าว จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบสำคัญที่จะเป็นตัวเชื่อมโยงทำให้มนุษย์เกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ก็คือการติดต่อสื่อสารทั้งนี้เพราะไม่ว่าทัศนคติจะเกิดจากประสบการณ์เฉพาะอย่าง การติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นสิ่งที่เป็นแบบอย่าง หรือความ

³⁵Charles R. Foster, Psychology for life today (Chicago: American Technical Society 1961), อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 30.

เกี่ยวข้องกับสถาบัน ก็มักจะมีการติดต่อสื่อสารแทรกอยู่เสมอ จึงอาจจะกล่าวได้ว่าการติดต่อสื่อสารเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างมากที่มีผลทำให้บุคคลเกิดทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นได้

การแสดงออกของทัศนคติ

บุคคลจะแสดงออกของทัศนคติ 3 ประเภทด้วยกันคือ³⁶

1. ทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) คือทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น ต่อเรื่องราวใดเรื่องราวหนึ่ง ต่อบทบัญญัติหรือต่อองค์กร เช่น คนงานในโรงงานอุตสาหกรรมจำนวนมาก ย่อมมีทัศนคติทางบวกหรือมีความรู้สึกที่ดีต่อสภาพแรงงาน (Labor Unions) และพากันเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ที่สหภาพจัดขึ้นเสมอ เป็นต้น

2. ทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) คือทัศนคติที่เกิดขึ้นได้ในบุคคลทุกคน ได้แก่มีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อองค์กรหรือสถาบัน ทัศนคติในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความรู้สึกระหองระแหง (Unpleasantness) หรือความไม่พอใจ (Dissatisfaction) คนงานบางคนอาจมีทัศนคติด้านลบต่อสภาพแรงงานซึ่งทัศนคติด้านลบนี้อาจก่อให้เกิดอคติขึ้นในใจของเขา เป็นสาเหตุให้คนงานนั้นด่วนสรุปตัดสินถึงวัตถุประสงค์และการดำเนินงานของสหภาพอย่างมีอคติ โดยปราศจากความเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงการช่วยเหลือด้านสวัสดิการคนงานของสหภาพฯ เป็นต้น

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) คือทัศนคติที่บุคคลมีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือต่อบุคคลหรือองค์กรสถาบัน อาจเป็นทัศนคติที่นิ่งเฉยก็ได้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากบุคคลผู้นั้นไม่มีความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ โดยสิ้นเชิง เช่นคนงานที่มีทัศนคติเฉยเมยต่อสภาพแรงงานนั้น อาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อปัญหาได้แย่งนั้นๆ รวมทั้งนโยบาย และกิจกรรมการดำเนินงานของสหภาพฯ เป็นต้น

³⁶ ดารณี พาลุสุข, ทฤษฎีการจูงใจ, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2532), น. 49-51.

หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ

แดเนียล แคทซ์ (Daniel Katz)³⁷ ได้อธิบายถึง หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติที่สำคัญไว้ 4 ประการ

1. เพื่อใช้สำหรับการปรับตัว (Adjustment) หมายความว่า ตัวบุคคลทุกคนจะอาศัยทัศนคติเป็นเครื่องยึดถือสำหรับการปรับพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่ตนสูงที่สุดและให้มีผลเสียน้อยที่สุด ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถเป็นกลไกที่จะสะท้อนให้เห็นถึงเป้าหมายที่พึงประสงค์และที่ไม่พึงประสงค์ของเขา และด้วยสิ่งเหล่านี้เองที่จะทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมเป็นไปในทางที่ต้องการมากที่สุด

2. เพื่อป้องกันตัว (Ego - Defensive) โดยปกติในทุกขณะ คนทั่วไปมักจะมีแนวโน้มที่จะไม่ยอมรับความจริงในสิ่งซึ่งเป็นที่ขัดแย้งกับความนึกคิดของตน (Self - Image) ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถสะท้อนออกมาเป็นกลไกที่ป้องกันตัว โดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกถูกเหยียดหยามหรือติฉินนินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น

การก่อตัวที่เกิดขึ้นมาของทัศนคติในลักษณะนี้ จะมีลักษณะแตกต่างจากการมีทัศนคติเป็นเครื่องมือในการปรับตัวดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น กล่าวคือ ทัศนคติจะมีใช้พัฒนาขึ้นมาจากการมีประสบการณ์กับสิ่งนั้นๆ โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายในตัวผู้หนึ่งเอง และสิ่งที่เป็นเป้าหมายของการแสดงออกมาซึ่งทัศนคตินั้น ก็เป็นเพียงสิ่งที่เขาผู้นั้นหวังใช้เพียงเพื่อการระบายความรู้สึกเท่านั้น

3. เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม (Value Expressive) ทัศนคตินั้นเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมต่างๆ และด้วยทัศนคตินี้เองที่จะใช้สำหรับสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมต่างๆ ในลักษณะที่จำเพาะเจาะจงยิ่งขึ้น ดังนั้นทัศนคติจึงสามารถใช้สำหรับอธิบาย และบรรยายความเกี่ยวกับค่านิยมต่างๆ ได้

4. เพื่อเป็นตัวจัดระเบียบเป็นความรู้ (Knowledge) ทัศนคติจะเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเขา ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้ตัวบุคคลสามารถรู้และเข้าใจถึงระบบ และระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเขาได้

³⁷ Katz Daniel, "The Functional Approach to the Study of Attitude," Public Opinion Quarterly 24 (Summer 1960):163-191.

การวัดทัศนคติ

อัลลาร์ท (Allart)³⁸ ได้อธิบายถึงเรื่องเกี่ยวกับการวัดทัศนคติ ซึ่งมีเทคนิควิธีการหลายวิธี ซึ่งแตกต่างกันออกไป วิธีการเหล่านี้ได้แก่

1. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีช่วงปรากฏเท่ากัน (Equal Appearing Intervals) วิธีนี้สร้างขึ้นโดย Thurstone มีขั้นตอนในการสร้างคือ ขั้นแรกต้องทำการสร้างข้อความที่แทนความรู้สึกของกลุ่มบุคคล ให้ได้ข้อความมากที่สุดเท่าที่จะมากได้ เพื่อนำไปให้กรรมการพิจารณาให้ความคิดเห็นต่อข้อความที่สร้างขึ้น โดยเรียงลำดับความเห็นด้วยมากที่สุดไปจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างมาก จำนวน 11 ดีกรี แล้วนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ซึ่งได้จากการให้ดีกรีข้อความต่างๆ ทั้งหมดจากคณะกรรมการ

2. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีลิเกิร์ต (Likert Method or Summated Rating) วิธีนี้สร้างขึ้นโดย Renis Likert โดยการสร้างข้อความ (Attitude Statements) ขึ้นหลายๆ ข้อความให้ครอบคลุมหัวข้อที่จะศึกษาการตอบแบบสอบถามนี้มีข้อให้เลือก 5 ข้อคือ 1. เห็นด้วยอย่างมาก 2. เห็นด้วย 3. ไม่แน่ใจ 4. ไม่เห็นด้วย 5. ไม่เห็นด้วยอย่างมาก การให้คะแนนนั้นขึ้นอยู่กับชนิดของข้อความว่าเป็นทางบวกหรือทางลบ การให้คะแนนอาจให้คะแนน 0-4 หรือ 1-5 การตีความหมายของคะแนนไม่แตกต่างกัน

3. การวัดทัศนคติโดยวิธีเทคนิคความหมายจำแนก (Scalegram Analysis) วิเคราะห์สเกลนี้เป็นวิธีการที่อธิบายถึงขบวนการในการประเมินผลกลุ่มข้อความกลุ่มหนึ่งๆ ว่าเป็นไปตามข้อจำกัดหรือครบถ้วนตามลักษณะที่ถูกต้อง ในการสร้างสเกลโดยวิธีของ กัทท์แมน (Guttman) หรือไม่เท่านั้น ตามความคิดเห็นของ กัทท์แมน (Guttman) เชื่อว่าในสเกลสำหรับวัดทัศนคตินั้น ควรเลือกข้อความซึ่งเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด

4. การวัดทัศนคติโดยวิธีเทคนิคความหมายจำแนก (Semantic Differential) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับความคิดรวบยอด เป็นการศึกษาถึงความหมายของสิ่งต่างๆ ตามความคิดเห็นของกลุ่มที่เราจะศึกษา โดยทั่วไปสเกลแบบเทคนิคความหมายจำแนก จะประกอบด้วยข้อให้เลือก 7 ข้อ ซึ่งจะให้กลุ่มบุคคลที่ศึกษาประเมินค่ากับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สเกลนี้ให้ผู้ตอบประเมินค่ามากน้อย เช่น ดี-เลว ใหญ่-เล็ก ช้า-เร็ว เป็นต้น โดยการประเมินนั้นจะใช้คำคุณศัพท์ซึ่งตรงกันข้ามกัน

³⁸ Allart, อ้างถึงใน รัชนิดา ชำนาญมนตรี, “ประสิทธิผลของรายการ ทูตแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อรายการ อนุรักษสิ่งแวดล้อมของเด็ก,” น. 31-32.

ดังตัวอย่างที่กล่าวและมีลำดับของความ มาก- น้อย จากด้านหนึ่งไปสู่อีกด้านหนึ่งทั้งหมด 7 อันดับ

5. การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีเทคนิคการฉายภาพ (Projective Method) การวัดทัศนคติโดยใช้วิธีเทคนิคการฉายภาพนี้ เป็นการศึกษาทางอ้อม (Indirect Method) จากกลุ่มบุคคลที่จะศึกษานั้นเอง ซึ่งมีวิธีการด้วยกันหลาย ๆ วิธี ได้แก่ การตอบประโยคให้สมบูรณ์ วิธีการใช้ภาพ การดูเป็นสิ่งที่เร้า การแปลความหมายโดยใช้ภาพเป็นสิ่งที่เร้า การใช้จินตนาการหรือการแต่งเรื่องเป็นสิ่งที่กระตุ้น เป็นต้น

ทั้งนี้ หากเราต้องการที่จะวัดทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการโทรทัศน์นั้น ไอชิ ซู และวาตานาเบ้ (Ishii. Su, & Watanabe)³⁹ ได้ทำการวัดทัศนคติที่ผู้ชมมีต่อรายการโทรทัศน์ เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติที่ผู้ชมมีต่อรายการโทรทัศน์ของอเมริกากับทัศนคติที่ผู้ชมมีต่อรายการโทรทัศน์ญี่ปุ่น โดยการให้กลุ่มตัวอย่างทำการประเมินรายการโทรทัศน์ ด้วยการตั้งคำถามกลุ่มตัวอย่างว่าเห็นด้วยกับประเด็นเหล่านี้หรือไม่ คือ

- (1) รายการโทรทัศน์นี้มีความสนุกสนานเป็นอย่างยิ่ง (Amusing)
- (2) รายการโทรทัศน์นี้เป็นรายการที่มีความสร้างสรรค์ (Creative)
- (3) รายการนี้สามารถชมเพื่อฆ่าเวลา ได้เป็นอย่างดี (Good for killing time)
- (4) ฉันชมรายการนี้เป็นประจำ (Watch the program habitually)
- (5) เนื้อหาของรายการนี้มีความใกล้เคียงกับความเป็นจริง (Close to the real life)
- (6) รายการนี้เป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจชีวิตในประเทศเจ้าของรายการ (Useful for understanding the life in that country)
- (7) ฉันสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ผ่านการชมรายการนี้ (Learn new things through the program)
- (8) ฉันมักพูดคุยเกี่ยวกับรายการนี้บ่อยครั้ง (Often talk about the program)
- (9) ฉันชมรายการนี้เพราะชื่นชอบบุคลิกภาพของนักแสดงหรือบุคลิกภาพของรายการโทรทัศน์ (Watch the program because I like actors or TV personalities) และ

³⁹ Kenichi Ishii, Heng Su and Satoshi Watanabe, Journal of Broadcasting & Electronic (Media Japanese and U.S. programs in Taiwan: New patterns in Taiwanese television, 1999), อ้างถึงใน แพรวไพลิน อิทธิอุดม, “บุคลิกภาพตราสินค้าของรายการสนทนาข่าวเช้า ทางโทรทัศน์ กับบุคลิกภาพ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้บริโภค,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548), น. 11.

(10) เนื้อหาของรายการนี้มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชีวิตของฉัน (Closely related with my own life) ซึ่ง Ishii สามารถนำผลที่ได้จากการวัดครั้งนี้มาใช้ในการอธิบายทัศนคติที่ผู้ชมมีต่อรายการ

โดยสรุป ทัศนคติ ในงานวิจัยนี้เป็นเรื่องของจิตใจ ท่าที ความรู้สึก และความโน้มเอียงของบุคคลที่มีต่อข้อมูลข่าวสารและการเปิดรับรายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดังละครที่ได้รับมา ซึ่งเป็นไปได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยทัศนคตินั้นมีผลให้มีการแสดงพฤติกรรมออกมา จะเห็นได้ว่าทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ และความรู้สึกนั้นออกมาโดยทางพฤติกรรม

ดังนั้นในการศึกษาด้านทัศนคติของประชาชนที่มีต่อรายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดังละคร อาศัยแนวคิดทัศนคติมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดี

“Nanook of the North” คือ ภาพยนตร์สารคดีเรื่องแรกของโลก จากการถ่ายทำของ โรเบิร์ต ฟลาเฮอร์ตี้ (Robert Flaherty) ที่ใช้เวลาปีกว่าในการถ่ายทำวิถีชีวิตของชาวเอสกิโม จนเป็นที่กล่าวขานของผู้ชม ต่อมาโรเบิร์ตได้รับทุนจากบริษัทเอกชนให้ทำภาพยนตร์สารคดีอีกหลายเรื่อง เช่น Moana (ถ่านทำที่หมู่บ้านทะเลใต้) และ Samoa (เป็นภาพยนตร์เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของชาวเกาะซามัว) หลังจากนั้น จอห์น เกียร์สัน (John Grierson) ได้วิจารณ์ ภาพยนตร์สารคดีเรื่อง Moana ลงในบทความที่ชื่อว่า “The Movie Goer” ของหนังสือพิมพ์ New York Sun ในปี 1926 ว่าเป็นภาพยนตร์ที่ถ่ายทอดให้เห็นขนบธรรมเนียมประเพณี และชีวิตของเด็กหนุ่มชาวโพลินีเซียน และมีคุณค่าทางสารคดี

ความหมายของสารคดี

การให้ความหมายของคำว่า สารคดี (Documentary) นั้น ได้มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านให้ความหมายไว้ต่างๆ กัน ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน⁴⁰ ได้ให้ความหมายของสารคดีว่า เรื่องที่เรียบเรียงขึ้นจากความจริง ไม่ใช่จากจินตนาการ เช่น สารคดีท่องเที่ยว สารคดีชีวประวัติ

จอห์น วิลสัน (John Wilson)⁴¹ ได้ให้ความหมายของสารคดีไว้ว่า รายการสารคดีที่ผลิตผ่านทางโทรทัศน์-วิทยุ เป็นรายการที่สำรวจรายละเอียดของชีวิตจริงเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิต เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ เหตุการณ์ต่างๆ ทั้งนี้สารคดีจะมีการตรวจสอบหัวข้ออย่างเจาะลึก เพื่อให้น่าเชื่อถือ

จอห์น เกียร์สัน (John Grierson)⁴² ได้ให้ความหมายของ สารคดี ว่าหมายถึงภาพยนตร์ที่มีการวิจารณ์ และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณค่าทางสังคม และการเมือง

รายการสารคดี⁴³ หมายถึง รายการที่เสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างลึกซึ้ง โดยมีการนำเสนอในรูปแบบเดียวหรือหลายรูปแบบคละคล้ากันไป ถือได้ว่าเป็นการเสนอเรื่องราวที่มีทั้งเอกภาพ (Unity) และความหลากหลาย (Variety)

สารคดี⁴⁴ คือ การนำเอาข้อมูลหรือข้อเท็จจริงมาเสนอโดยผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ ดังนั้นเมื่อคิดจะเขียน “สารคดี” จะต้องคำนึงถึงข้อมูลและกลวิธีการนำเสนอในสัดส่วนที่เท่ากัน

⁴⁰ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, 2546), น. 1182.

⁴¹John Wilson, Documentaries (Microsoft Encarta 99 Encyclopedia., 1999), p. 145.

⁴²John Grierson, The background of English literature and other essays. (Harmondsworth: Penguin Books, 1962), อ้างถึงใน วิจิตรา วัชรกรสกุล, “กระบวนการผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์: ศึกษาเฉพาะกรณีการผลิตรายการ “หัวใจสีขาว”, (สารนิพนธ์วารสารศาสตรบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540), น. 5.

⁴³พิไลพรรณ ปุกนุด, “การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์, หน่วยที่ 4 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2530), น. 207.

⁴⁴ธีรภาพ โลหิตกุล, กว่าจะเป็นสารคดี (กรุงเทพมหานคร: แพร่สำนักพิมพ์, 2544), น. 152.

สุทธิ ชันติยะ⁴⁵ ได้ให้ความหมายของรูปแบบสารคดี (Documentary) ว่าเป็นรายการโทรทัศน์ที่เสนอเนื้อหาสาระเชิงความรู้ ทั้งภาพและเสียงไปพร้อมกัน

สารคดี⁴⁶ คือ เรื่องราวต่างๆ ที่เป็นความจริง เป็นเหตุการณ์จริง มีอยู่จริง และถูกถ่ายทอดออกมา เพื่อกระตุ้นอารมณ์ ความรู้สึก หรือเหตุผลของผู้ชม โดยเร่งเร้าและขยายขอบเขตของการรับรู้ให้กว้างขวางออกไป เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ และความเข้าใจอันดีระหว่างกัน

ดังนั้น สรุปได้ว่า สารคดีคือ เรื่องราวต่างๆ ที่เป็นความจริง โดยนำเอาข้อมูลหรือข้อเท็จจริงมานำเสนออย่างลึกซึ้ง อาจจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิต ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ธรรมชาติ เหตุการณ์ต่างๆ ทั้งนี้สารคดีจะมีการตรวจสอบหัวข้ออย่างละเอียด เพื่อให้น่าเชื่อถือ

ลักษณะของรายการสารคดี

ลักษณะที่สำคัญของรายการสารคดี⁴⁷ คือ สิ่งแรก รายการสารคดีมีทั้งเอกภาพ (Unity) และความหลากหลาย (Variety) อยู่ในตัวรายการ เอกภาพของรายการสารคดีอยู่ที่การนำเสนอเรื่องราวข้อเท็จจริงเป็นเรื่องเดียวกันตลอดทั้งรายการ (One subject or One topic) แต่มีความหลากหลายอยู่ที่การนำเสนอหลายๆ รูปแบบในแต่ละส่วนของรายการ ภายใต้หัวข้อเรื่องเดียวกัน ส่วนการที่จะเน้นเนื้อหาส่วนใด ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการผลิต อันดับต่อมา คือ การเสนอสารคดีต้องเป็นข้อเท็จจริงทั้งหมด โดยค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประกอบรายการให้มีเนื้อหาครอบคลุมทุกแง่มุม โดยเนื้อหาสาระเหล่านั้นต้องเป็นความจริงที่สามารถอ้างอิงได้ และสิ่งสุดท้ายคือ เป็นการเล่าเรื่องโดยละเอียด ด้วยเทคนิคการนำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างกันในหนึ่งรายการ ดังนั้นในรายการสารคดีรายการหนึ่งนั้น อาจใช้รูปแบบการบรรยาย สัมภาษณ์ ฉะคร

⁴⁵ สุทธิ ชันติยะ, กว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ รวมบทความจากประสบการณ์งานโทรทัศน์, น. 64.

⁴⁶ บริษัทพาโนรามาโดคคิวเม้นทารี่ จำกัด, “หลักการงานสารคดีคุณภาพ,” เอกสารประกอบการสัมมนา ปี 2539, (อัดสำเนา), อ้างถึงใน เมธา แนนไส, “สารคดี...สื่อเพื่อความเข้าใจชีวิต,” (สารนิพนธ์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540), น. 16.

⁴⁷ พริยา กุสุมา ณ อยุธยา, “การผลิตรายการสารคดีสั้น ของบริษัท เจ เอส แอล จำกัด,” (สารนิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 5.

สั้น สนทนา รวมทั้งเพลงและดนตรี มาผสมผสานกัน โดยเรียงลำดับเนื้อหาให้เหมาะสมกับรูปแบบต่างๆ นั้น เพื่อจูงใจให้ผู้ฟังสนใจติดตามตั้งแต่ต้นจนจบ

ดังนั้น เราสามารถสรุปถึงลักษณะโดยรวมของคำว่า “รายการสารคดี” ได้ 5 ลักษณะดังต่อไปนี้⁴⁸

1. จะต้องเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นหรืออ้างอิงจากความเป็นจริง หมายถึงรายการสารคดีที่จะต้องมีการค้นคว้าหาข้อเท็จจริงมาอย่างละเอียดถี่ถ้วนและนำเสนอข้อเท็จจริงนั้นมาเสนอต่อผู้ชมโดยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจโดยกระจ่างถึงจุดยืนของเรื่องนั้นๆ ในความหมายเดียว
2. มักเป็นเรื่องราวที่นิยมถ่ายทำในสถานที่เกิดเหตุการณ์นั้นจริง ถ่ายทอดให้เห็นบรรยากาศของเรื่องราวนั้นได้อย่างสมจริง บุคคลที่อยู่ในเรื่องก็ต้องเป็นบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์จริง ซึ่งลักษณะเช่นนี้อาจทำให้รายการสารคดีต้องสูญเสียเวลาในการถ่ายทำมากกว่ารายการประเภทอื่นๆ ที่สามารถสร้างเหตุการณ์จำลองขึ้นได้
3. เรื่องราวและเนื้อหาที่นำเสนออาจกล่าวถึงเรื่องราวในอดีตเหตุการณ์ในปัจจุบัน หรือสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตก็ได้ แต่ทั้งนี้จะต้องไม่เป็นเรื่องที่ขัดกับความจริง อาจมีการสอดแทรกความคิดเห็นเข้าไปในเรื่องราวนั้น แต่ที่สำคัญจะต้องไม่เป็นการสร้างเรื่องราวขึ้นเองได้โดยไม่มีข้อมูลหลักฐานเพียงพอ
4. เรื่องราวที่เสนอต้องเป็นเรื่องที่น่าสนใจก่อให้เกิดประโยชน์แก่สังคม ชักนำให้ผู้ชมกระทำสิ่งที่ถูกต้อง ก่อให้เกิดความคิดที่สร้างสรรค์ โดยมีลักษณะการนำเสนอที่ให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมโดยสอดแทรกเนื้อหาสาระเข้าไปด้วย
5. รายการสารคดีควรคำนึงถึงเทคนิคในการผลิตรายการ เพื่อให้เหมาะสมกับสื่อประเภทที่ใช้ในการถ่ายทอดสู่ผู้ชม เพื่อให้เรื่องราวที่ต้องการนำเสนอที่น่าสนใจ ดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้อยากติดตามเรื่องราวนั้นอีกทั้งควรจะใช้เทคนิคในการนำเสนอที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเรื่องราวนั้นได้ง่ายและไม่เกิดความเบื่อหน่าย

⁴⁸ รัชฎาภรณ์ สนธิวงศ์ ณ อยุธยา, “โลกสวยด้วยมือเรา: สารคดีเพื่อสิ่งแวดล้อม,” (สารนิพนธ์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), น. 5.

องค์ประกอบของรายการสารคดี

องค์ประกอบของการนำเสนอรายการสารคดีโทรทัศน์ที่น่าสนใจ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่⁴⁹ ส่วนของเนื้อหา ความคิด ส่วนของภาพ และส่วนของเสียง ความน่าสนใจยังขึ้นอยู่กับลักษณะของเนื้อหา วิธีการนำเสนอ และการใช้ภาษาที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะเนื้อหาความคิดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด ดังนั้น ผู้เขียนบท (Script Writer) ควรจะได้ศึกษาทำความเข้าใจกับเรื่องราวอย่างรอบด้านและชัดเจน พยายามกลั่นกรองและเลือกเฟ้นประเด็นที่น่าสนใจและแปลกใหม่ นำมาเป็นข้อมูลความคิดหลักสำหรับเขียนเป็นบทโทรทัศน์ นอกจากนี้ รายการสารคดีไม่จำกัดว่าเนื้อหาของรายการ จะเป็นความรู้ ข่าวสาร หรือบันเทิง แต่สัดส่วนเนื้อหาของรายการสารคดีนั้นจะเน้นหนักไปในเรื่องด้านความรู้หรือข่าวสารมากกว่า โดยสัดส่วนด้านความบันเทิงนั้นจะออกมาในรูปแบบของ ศิลปะการนำเสนอ องค์ประกอบของรายการ หรือเทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อ การให้เพลงและเสียงประกอบ ซึ่งทั้งหมดนี้ต้องเป็นความบันเทิงที่มีคุณภาพ ผู้ชมชมแล้วติดตา ตื่นใจ เพลิดเพลินน่าสนใจ ดังที่ สุทธิติ ชัตติยะ⁵⁰ กล่าวเกี่ยวกับการผลิตรายการสารคดีโทรทัศน์อย่างไร ให้น่าสนใจ โดยอธิบายว่า รายการโทรทัศน์รูปแบบสารคดี เป็นรายการโทรทัศน์ที่มักพบเห็นเสมอจากการนำเสนอออกอากาศของโทรทัศน์ทุกช่องโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสื่อข้อมูลข่าวสารที่เป็นความรู้แก่ผู้ชม ความยากของการผลิตสารคดี จึงอยู่ที่ว่าจะทำอย่างไรให้ผู้ชมได้รับความรู้และชวนติดตามอย่างสนุกสนานและไม่น่าเบื่อ

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า รายการสารคดีที่ดีควรมี องค์ประกอบหลักที่สำคัญ 6 ส่วน ที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชม ให้ติดตามรับชมรายการอยู่เป็นประจำ คือ ด้านเนื้อหาที่น่าสนใจของรายการที่น่าสนใจ กล่าวคือ ควรมีการนำเสนอเนื้อหาของรายการที่ส่งผลให้ผู้ชมได้รับความรู้ใหม่ๆ วิถีทางการดำรงชีวิตของคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคม รวมไปถึง ประวัติศาสตร์ความเป็นมา เรื่องต่างๆ ที่น่าสนใจ มากกว่าความบันเทิง ความสนุกสนานดังเช่น รายการประเภทละคร เกมโชว์ และวาไรตี้ ด้านรูปแบบวิธีการนำเสนอรายการที่น่าสนใจ กล่าวคือ ควรมีรูปแบบ วิธีการนำเสนอรายการที่แปลกใหม่กว่าที่เคยนำเสนอมาจากอดีต หรือรายการที่มีวิธีนำเสนอที่ไม่เคยปรากฏในประเทศไทยมาก่อน ยกตัวอย่างเช่น รายการคนค้นคน รายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดั่งละคร (Dramatized Documentary) ด้านค่านิยมที่ดีและแบบอย่างทางพฤติกรรมที่

⁴⁹ สุทธิติ ชัตติยะ, กว่าจะเป็นรายการโทรทัศน์ รวบรวมบทความจากประสบการณ์งานโทรทัศน์, น. 63.

⁵⁰ เรื่องเดียวกัน, น. 65.

พึงปฏิบัติของคนในสังคม กล่าวคือ ผู้ชมรายการสารคดี เมื่อรับชมรายการแล้วผู้ชมรายการสามารถนำค่านิยม หรือพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติของบุคคลนั้นๆ ที่นำเสนอ เพื่อนำไปเป็นแบบอย่างในการใช้ชีวิตในอนาคตได้ ด้านคุณสมบัติของพิธีกร กล่าวคือ ต้องมีการคัดเลือกให้เหมาะสม เพราะตัวพิธีกรจะทำหน้าที่เหมือนสัญลักษณ์ของรายการ ตัวพิธีกรผู้ดำเนินเรื่องราวสารคดีนั้นจะต้องมีความสามารถ มีไหวพริบ วิธีการพูดที่น่าเชื่อถือ รวมไปถึงมีบุคลิกภาพดี พูดชัดเจน หรืออาจจะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นที่รู้จักของคนในสังคม เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามรับชมมากยิ่งขึ้น และด้านวันเวลาการออกอากาศ กล่าวคือ การเลือกวันและเวลาการออกอากาศนั้น ควรจะเลือกวันและเวลาใด ที่จะเหมาะสม หรือสะดวกต่อการรับชมของกลุ่มผู้ชมทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นเด็ก หรือผู้ใหญ่ ได้ดีที่สุด

ประเภทของรายการสารคดี

การแบ่งประเภทของรายการสารคดีนั้น ได้มีนักวิชาการ หรือ นักสื่อสารมวลชน หลายท่านได้จัดประเภทของรายการสารคดีเอาไว้หลายเกณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นแบ่งตามรูปแบบการนำเสนอ แบ่งตามลักษณะของเนื้อหา และแบ่งตามลักษณะของวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ดังนี้

สุทธิ ชันติยะ⁵¹ ได้แบ่งประเภทของสารคดี (Documentary) ออกเป็น 2 ประเภท คือ สารคดีเต็มรูป (Documentary) และกึ่งสารคดีกึ่งพูดคนเดียว (Semi-Documentary) การเลือกประเภทสารคดีมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องนำมาพิจารณาให้เหมาะสม ทั้งนี้ รูปแบบสารคดีเต็มรูปจะดำเนินเรื่องด้วยภาพตลอด อาจมีการถามความเห็นของผู้เกี่ยวข้องบ้างแต่ควรสั้นไม่เกินครึ่งละ 1 นาที ซึ่งรายการเดียวกันอาจมีผู้ให้ความคิดเห็นหลายคนก็ได้ ส่วนรูปแบบกึ่งสารคดีกึ่งพูดคนเดียวจะมีผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เดินเรื่องพูดคุยกับผู้ชม และให้เสียงบรรยายตลอดรายการหรือให้ผู้อื่นเป็นผู้บรรยายแทน ผู้ดำเนินรายการมักปรากฏตัวเพียงตอนต้นหรือตอนกลางเท่าที่จำเป็น และตอนท้ายของรายการเพื่อสรุปรายการโดยทั่วไปเท่านั้น นอกนั้นเป็นภาพประกอบคำบรรยายที่แสดงเรื่องราวหรือกระบวนการตามแนวของเรื่อง

ในทำนองเดียวกัน มีการแบ่งประเภทรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ตามลักษณะของเนื้อหา และตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ ได้ดังนี้⁵²

⁵¹ เรื่องเดียวกัน, น. 64-65.

⁵² พิไลพรรณ ปุกนุด, “การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์,” น. 211.

การแบ่งประเภทรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ตามลักษณะของเนื้อหา ได้ 5 ลักษณะ คือ

1. รายการสารคดีทั่วไป เป็นรายการสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวทั่วไป ที่จะให้ความรู้ ความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม ยิ่งกว่าที่จะเน้นสาระที่เป็นข้อเท็จจริง
2. รายการสารคดีในโอกาสพิเศษ สารคดีประเภทนี้ผู้จัดทำข้อมูลได้ง่าย เพราะโอกาสพิเศษต่างๆ นั้น มักมีผู้บันทึกหรือเก็บหลักฐานแล้วมากมาย การจัดลำดับเนื้อหาอาจทำได้ในลักษณะการเล่าถึงบุคคล สถานที่หรือโอกาสนั้นๆ ว่ามีความสำคัญ ความเป็นมา หรือมีประวัติอย่างไร เกี่ยวกับผู้ชมอย่างไร การสรุปมักเป็นการให้ระลึกถึงความสำคัญของโอกาสพิเศษนั้นในแง่ของวัฒนธรรม ประเพณี สังคม และประวัติศาสตร์
3. รายการสารคดีท่องเที่ยว เนื้อหารายการจะชัดเจน เพราะเน้นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติความเป็นมา สิ่งที่น่าสนใจ วิธีการเดินทาง การเตรียมตัว ที่พักอาศัย ค่าใช้จ่าย
4. รายการสารคดีเชิงวิจารณ์ เนื้อหาเน้นหนักในข้อเท็จจริง การแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การวิเคราะห์ปัญหา การแก้ปัญหา การทำนายเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รายการประเภทนี้ก่อนจบมักทิ้งเรื่องราวไว้ให้ผู้ชมขบคิดต่อไป
5. รายการสารคดีเชิงข่าว สารคดีเชิงข่าวจะมีเนื้อหาสืบเนื่องมาจากข่าวที่น่าสนใจทั้งสิ้น เป็นการเสนอเบื้องหลังข่าวในแง่ของข้อเท็จจริงและเรื่องราวความเป็นมา ตลอดจนสาเหตุต่างๆ หากเป็นข่าวเกี่ยวกับบุคคลสองฝ่าย ต้องเสนอข้อเท็จจริงให้ยุติธรรมทั้งสองฝ่าย ไม่ควรแทรกความคิดเห็นส่วนตัวแทรกลงไป ข่าวที่มาทำเป็นสารคดีมักเป็นข่าวที่ยังมีปัญหากล่าวขวัญกันอยู่

นอกจากนี้ เกณฑ์การแบ่งตามลักษณะเนื้อหานั้น อูฟาร์ เนืองจำนง ได้แบ่งตามเนื้อหาที่น่าสนใจโดยละเอียดได้อีก 14 ลักษณะ ดังนี้⁵³

1. เรื่องราวที่เกี่ยวกับการปรับปรุง ส่งเสริมตัวเองให้ดีขึ้น (Personal Improvement) ได้แก่ การเสริมสวย บำรุงรักษาสุขภาพ ออกกำลังกาย ฯลฯ
2. แนววิธีการที่สามารถปฏิบัติได้ (Practical Methods) เช่น การแก้ไขเครื่องใช้ภายในบ้าน การซ่อมเก้าอี้ การแก้พัดลม ซ่อมหลังคารั่ว ฯลฯ

⁵³ อูฟาร์ เนืองจำนง, สื่อสารมวลชนวิทยุ-โทรทัศน์ (กรุงเทพมหานคร: อักษรบัณฑิต, 2526), น. 147.

3. แนะนำสถานที่ที่คนไม่ค่อยรู้จัก (Unfamiliar Places) เป็นการแนะนำให้รู้จักกับสถานที่พักผ่อน หรือที่ควรศึกษาหาความรู้ด้านประวัติศาสตร์ก็ได้ โดยสถานที่ที่กล่าวถึงน้อยผู้คนยังไม่รู้จักดี เป็นแบบสารคดีท่องเที่ยว

4. แนะนำสิ่งแปลกใหม่ที่ไม่ค่อยได้พบ (Unusual Articles and objects) เช่น การส่งจรวดไปโลกพระจันทร์ แฟชั่นใหม่ๆ สิ่งก่อสร้างใหม่ๆ ฯลฯ

5. เรื่องพืชและสัตว์ (Plants and Animals) เช่น ความเจริญเติบโตของพืชพันธุ์ไม้ต่างๆ ที่มนุษย์ชอบนำมาปลูกไว้ดูเล่น การดูลักษณะของนกเขาว่ารูปร่างอย่างไรดีจึงจะมีราคา ฯลฯ

6. ชีวิตและวิถีของประชาชน (People and Their ways) เช่น ความเป็นอยู่ของชาวเขาชาวอีสาน อธิบายให้รู้ว่าชาวเขามีชีวิตความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวันอย่างไร ฯลฯ

7. ประสบการณ์ที่แปลก ผิดธรรมดา (Extra – Ordinary Experiences) เช่น หมูคลอดลูกเป็นช้าง ต้นมะพร้าวให้ผลเป็นกล้วย ฯลฯ

8. การค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์ (Technical and Scientific Data) เป็นการอธิบายให้ทราบถึงผลของการค้นคว้าทางวิทยาศาสตร์หรือสถิติต่างๆ

9. เหตุการณ์สำคัญที่บันทึกไว้ (Notable Occasion and Occurrence) เช่น เหตุการณ์เรื่องสงคราม ภูเขาไฟระเบิด เชื้อนพิษ ฯลฯ

10. บุคคลที่น่าสนใจ (Interesting Persons) เช่น เรื่องราวของศรีปราชญ์ เชื้อสเปียร์ จูเลียส ซีซาร์ ฯลฯ

11. ผลการสืบสวนสอบสวน (Investigation Results) เช่น การติดตามข่าวเกี่ยวกับคดีฆาตกรรม การติดต่อกับผู้ร้ายก่อนที่เจ้าหน้าที่จะมีโอกาสได้พบตัว

12. ข้อคิดเห็นที่สำคัญ (Significant Ideas) เช่น การนำเอาข้อคิดเห็นในการสร้างบ้านสำเร็จรูปยกเคลื่อนย้ายได้ การยกตึกให้สูงขึ้นกว่าเดิมโดยไม่ต้องขนย้ายสิ่งของ

13. การวิพากษ์วิจารณ์และโต้ตอบ (Critical Judgment and Reactions) เช่น การวิพากษ์วิจารณ์หนังสือ การโต้ตอบความคิดเห็นที่ขัดแย้ง ฯลฯ

14. ใจให้สนุกสนานเพลิดเพลิน (Diversion or Amusement) ได้แก่ วิธีการที่เขียนสร้างอารมณ์สนุกสนานให้ผู้ฟัง หรือผู้อ่าน

การแบ่งประเภทรายการสารคดีทางโทรทัศน์ ยลยศ เปลี่ยนปริชาเนาว์ ได้แบ่งตามลักษณะของวัตถุประสงค์ สามารถแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ⁵⁴

1. การกระทำ (action) เป็นสารคดีที่เน้นถึงเหตุการณ์ หรือการกระทำ อาจไม่จำเป็นต้องเป็นเวลาเดียวกัน และแสดงให้เห็นว่า ผู้ชมสามารถจะทำอะไรกับปัญหานี้ เช่น อาจแสดงถึงวิธีการที่สังคมแห่งหนึ่งแก้ปัญหาการขาดแคลนครู ซึ่งสังคมอื่นสามารถที่จะทำได้เหมือนกัน หรือสารคดีเกี่ยวกับอุบัติเหตุ หรือการป้องกันพิษสุนัขบ้า เป็นต้น

2. ข่าวสาร หรือสาระความรู้ (information) เป็นสารคดีที่มุ่งนำเสนอข่าวสาร สาระ ในรูปข้อมูล สถิติ ตัวเลขประกอบกันเข้าเป็นเรื่องราว เช่น การจัดส่งจรวดไปดวงจันทร์ การลดราคาน้ำมัน เป็นต้น

3. ละคร หรือความบันเทิง (dramatization) เป็นสารคดีที่มีได้มุ่งให้ข้อมูลข่าวสาร ดังเช่นรายการ 2 รูปแบบที่กล่าวมาแล้ว แต่มุ่งเสนอเนื้อหาในรูปแบบการแสดง เช่น ละคร โดยนำเสนอความจริงทั้งหมด หรือบางส่วนมาสร้างเป็นโครงเรื่อง หรือเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน เป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ ด้วยศิลปะของการแสดงที่สมจริงสมจัง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ประเภทของรายการสารคดีนั้นส่วนใหญ่จะเป็น รายการที่นำเสนอข่าวสาร หรือสาระความรู้ มากกว่าความบันเทิง ความสนุกสนาน โดยที่รายการสารคดีทั่วไปนั้นจะมุ่งให้สาระ ประโยชน์กับผู้ชมเป็นหลัก แต่ในปัจจุบัน รายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีของไทยได้มีการเปลี่ยนแปลงจากอดีต นั่นคือ การผลิตรายการสารคดีแนวสารคดีชีวิตเป็นดังละคร (Dramatized documentary)

รายการโทรทัศน์แนวสารคดีชีวิตเป็นดังละคร (Dramatized documentary)

เทพพนม เพชรไกร⁵⁵ ได้ให้ความหมายของรายการสารคดีชีวิตเป็นดังละคร (Dramatized documentary) หมายถึง สารคดีที่มีได้มุ่งเสนอข่าวสาร แต่มุ่งเสนอเนื้อหาในรูปแบบการแสดงโดยมีการนำเสนอข้อเท็จจริงในรูปแบบของละครเพื่อให้การดำเนินเรื่องให้มีสีสันมากขึ้น

⁵⁴ ยลยศ เปลี่ยนปริชาเนาว์, “การผลิตรายการสารคดีทางโทรทัศน์,” (สารนิพนธ์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2524), น. 8.

⁵⁵ เทพพนม เพชรไกร, “การเตรียมผลิตรายการสารคดีอย่างสร้างสรรค์ของบริษัทพานิรามา ดอกคิวเมนทรี จำกัด,” (สารนิพนธ์บัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. 10.

มักใช้ในการนำเสนอเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ หรือเรื่องราวที่เกี่ยวกับชีวประวัติและอัตชีวประวัติบุคคลสำคัญ ทั้งนี้ ในระยะแรกจะใช้นักแสดงอาชีพแสดงแทนบุคคลจริงและถ่ายทำในสตูดิโอ โดยการสร้างฉากให้ดูเหมือนจริง การนำเสนอรายการสารคดีประเภทนี้จะนำเสนอโดยอาศัยองค์ประกอบของละคร เช่น กำหนดโครงเรื่อง แก่นเรื่อง ตัวละคร ความขัดแย้ง ฉาก มุมมองในการเล่าเรื่อง กลวิธีด้านภาพและเสียง เป็นต้น การใช้กลวิธีการเล่าเรื่องเช่นนี้จะช่วยสร้างอารมณ์ได้เป็นอย่างดี รายการสารคดีประเภทนี้ในระยะต้นจึงมีลักษณะ ใช้นักแสดงอาชีพที่มีลักษณะใกล้เคียงบุคคลจริงในเรื่อง เป็นการแสดงตามบทที่เขียนขึ้น ฉากมีลักษณะใกล้เคียงกับสถานที่จริงหรืออาจเป็นสถานที่จริง และเนื้อเรื่องเป็นไปตามเรื่องจริงที่เกิดขึ้น โดยต่อมาเมื่อการถ่ายทำนอกสถานที่ทำได้ง่ายขึ้น รายการสารคดีประเภทนี้จึงนิยมถ่ายทำจากสถานที่จริงและใช้ตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของเรื่องหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการเล่าเรื่องแทน ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะสร้างความสมจริงน่าเชื่อถือ และน่าติดตามจากผู้รับชมรายการมากขึ้น

พรพรรณ สมบูรณ์บัติ⁵⁶ ได้ทำวิจัยเรื่อง “หญิงชรา : ภาพตัวแทนในรายการสารคดีโทรทัศน์ “คนค้นคน” ” ได้ให้ความหมายของรายการสารคดีชีวิตเป็นดั่งละคร (Dramatized documentary) หมายถึง รายการที่สร้างมาจากเรื่องจริงหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง แต่มีกลวิธีการนำเสนอหรือการเล่าเรื่องแบบบันเทิงคดี (Fiction) เพื่อสร้างความน่าสนใจในเนื้อหาและสร้างอารมณ์สในการรับชมรายการแก่ผู้ชมรายการ ประกอบด้วย *คนค้นเรื่อง* หมายถึง ตัวละครหลักหรือบุคคลที่เป็นเจ้าของเรื่องราวที่นำเสนอในรายการสารคดีโทรทัศน์ “คนค้นคน” *คนนำเรื่อง* หมายถึง ผู้ดำเนินรายการในห้องอัดรายการของรายการสารคดีโทรทัศน์ “คนค้นคน” และ*คนเดินเรื่อง* หมายถึง ผู้ดำเนินรายการภาคสนามของรายการสารคดีโทรทัศน์ “คนค้นคน”

นอกจากจะมีรายการสารคดีประเภทละคร แบบ Dramatized Documentary แล้ว ยังมีรายการสารคดีเชิงละคร แบบ Docu-Drama ซึ่งถือได้ว่าเป็นอีกขั้นหนึ่งของพัฒนาการของละคร โดยทั้ง 2 แบบนั้น จะมีลักษณะจะมีความคล้ายคลึงกันมาก และทำให้เกิดความสับสนในความแตกต่างระหว่าง Dramatized Documentary กับ Documentary Drama (Docu-Drama)

⁵⁶พรพรรณ สมบูรณ์บัติ, “หญิงชรา: ภาพตัวแทนในรายการสารคดีโทรทัศน์ “คนค้นคน”,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 13.

จอห์น โคกี้ (John Caughie)⁵⁷ ได้อธิบายความแตกต่างระหว่าง Dramatized Documentary กับ Documentary Drama (Docu-Drama) ว่า รูปแบบของ Dramatized Documentary จะอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงที่ได้มาจากการสืบสวนและการค้นคว้าวิจัย รูปแบบรายการนี้จะมาจากหลักฐานที่มีอยู่จริง เช่น สำเนาหรือบันทึกของราชการ เรื่องราวในประวัติศาสตร์ หรือประวัติบุคคลสำคัญ โดยนำสิ่งเหล่านี้มานำเสนอในรูปแบบของละคร เช่น สารคดีเรื่อง Police State ของรายการโทรทัศน์ประเทศออสเตรเลีย ที่ใช้นักแสดงมืออาชีพมาแสดง เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของสื่อมวลชนที่สืบสวนการคอร์รัปชันในวงการตำรวจ

ส่วน Documentary Drama (Docu-Drama) จะมีลักษณะตรงกันข้าม กล่าวคือ รูปแบบรายการจะมีความเป็นละครสูงและอยู่บนพื้นฐานการเล่าเรื่องแบบบันเทิงคดีที่อ้างอิงสถานการณ์ เหตุการณ์ ตัวบุคคลจริง หรือน่าจะเป็นไปได้ โคกี้ (Caughie) เรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “สิ่งที่ดูคล้ายสารคดี” (Documentary Look) เป็นการสร้างความรู้สึกต่อเรื่องจริงด้วยบันเทิงคดีโดยถอดแบบการใช้ภาษา มุมกล้องและแสดงแบบสารคดี

ดังนั้น สรุปได้ว่า รายการคนค้นคน จัดเป็นรายการสารคดีชีวิตเป็นดั่งละคร (Dramatized Documentary) ที่มุ่งนำเสนอเรื่องราวชีวิตคนในรูปแบบการเล่าเรื่องแบบบันเทิงคดี โดยมีการเก็บข้อมูลปฐมภูมิเพื่อกำหนดโครงเรื่อง และแก่นเรื่อง รวมถึงการถ่ายทำจากสถานที่จริง และใช้บุคคลเจ้าของเรื่องราวเป็นตัวละครในการเล่าเรื่อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ รวมถึงให้รู้สึกเป็นธรรมชาติในการนำเสนอเรื่องราวโดยมีรูปแบบรายการที่ไม่ได้เพียงแค่การนั่งสนทนา สัมผัสชีวิตเพียงผิวเผิน ทว่าตามติดเสมือนเงา นอนไหนนอนนั้น ถึงไหนถึงกัน บวกกับการบอกเล่าผ่านมุมมองและการค้นหาแง่มุมชีวิตที่ลึกซึ้ง กินใจและแฝงไปด้วยบทเรียนชีวิต พร้อมกับการนำเสนอวิถีชีวิตของบุคคลธรรมดาที่ไม่มีชื่อเสียง และถูกมองว่าไร้ค่า เช่น คับบัว เด็ก สตรี คนชรา และคนเล็กๆ ที่สังคมหลงลืมที่ร่วมเป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตและประสบการณ์

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และทัศนคติ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการคนค้นคน ครั้งนี้ นอกจากจะใช้ทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น เพื่อสร้างกรอบแนวความคิดนำไปอธิบายปรากฏการณ์ตามผลการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยยังได้พยายามศึกษา

⁵⁷ John Caughie (1980), quoted in Keith Beattie , Documentary Screens (New York: Palgrave Macmillan, 2004), p. 148.

ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความพึงพอใจ และทัศนคติ ที่มีผู้วิจัยไว้อีกหลายท่าน ดังต่อไปนี้

ลี และบราวน์ (Lee and Brown)⁵⁸ ทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ พบว่า อายุเป็นคุณลักษณะทางประชากรตัวหนึ่ง ที่มีผลต่อการให้ความสำคัญในการดูโทรทัศน์ของแต่ละบุคคล โดยผู้ใหญ่ให้ความสำคัญในการดูโทรทัศน์น้อยกว่าวัยรุ่นและวัยเด็ก

ลี และบราวน์ (Lee and Brown)⁵⁹ ยังได้ศึกษาถึงการดูโทรทัศน์เพื่อการใช้และการตอบสนองพบว่า ผู้ใหญ่และนักศึกษาดูโทรทัศน์เพื่อการเรียนรู้ และเพื่อให้ได้ข่าวสารมากขึ้น มากกว่าเหตุผลอื่นๆ วัยรุ่นและวัยเด็กดูโทรทัศน์เพื่อความตื่นเต้น เพื่อฆ่าเวลา และเพราะไม่อะไรจะทำ มากกว่าเหตุผลอื่น กล่าวคือ ในวัยที่แตกต่างกัน เหตุผลสำคัญในการดูโทรทัศน์ของแต่ละวัย ก็แตกต่างหรือให้ความสำคัญไม่เท่ากัน โดยสามารถแสดงออกมาเป็นตารางได้ ดังนี้

⁵⁸Lee and Brown, อ้างถึงใน บัณฑิต หล่อวิจิตร, “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. 49.

⁵⁹เรื่องเดียวกัน, น. 37-39.

ตารางที่ 2.1

แสดงการให้ความสำคัญของการดูโทรทัศน์ของบุคคลในวัยต่างๆ คำถาม ท่านคิดว่า
การดูทีวีเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องดูทุกๆ วันหรือไม่

ผู้ตอบ	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่รู้	เห็นด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ผู้ใหญ่	37.3 %	44.1 %	3.7 %	11.8 %	3.1 %
นักศึกษา	24.2 %	41.7 %	8.3 %	18.3 %	7.5 %
วัยรุ่น	28.9 %	9.3 %	24.7 %	12.4 %	24.7 %
วัยเด็ก	43.9 %	9.1 %	15.7 %	9.1 %	22.7 %

จากตารางนี้ สามารถสรุปว่า ผู้ใหญ่ให้ความสำคัญในการดูโทรทัศน์น้อยกว่าวัยรุ่นและวัยเด็ก และจากการศึกษาในครั้งนี้ ลีและบราวน์ (Lee and Brown) ยังได้ศึกษาถึงการดูโทรทัศน์เพื่อการใช้และการตอบสนอง ได้ผลดังตารางนี้

จํานักหอสมุด

ตารางที่ 2.2
แสดงการดูโทรทัศน์เพื่อการใช้และการตอบสนอง

เหตุผล	ผู้ใหญ่	นักศึกษา	วัยรุ่น	วัยเด็ก
1. เพื่อการเรียนรู้	35.2 %	35 %	15.8 %	10.6 %
2. เพื่อให้ได้ข่าวสารความรู้มากขึ้น	16.2 %	16.7 %	0.0 %	18.0 %
3. ไม่มีอะไรจะทำ	4.9 %	6.7 %	17.8 %	24.2 %
4. เพื่อฆ่าเวลา	11.7 %	10.8 %	18.8 %	10.6 %
6. เพื่อการพักผ่อน	13.6 %	25.0 %	9.9 %	7.6 %
5. เพื่อลิ้มเรื่องต่างๆ	4.9 %	4.2 %	6.9 %	10.6 %
6. เพื่อความตื่นเต้น	2.5 %	1.7 %	21.8 %	18.2 %

จากตารางสามารถสรุปได้ว่า ผู้ใหญ่และนักศึกษาดูโทรทัศน์เพื่อการเรียนรู้ และเพื่อให้ได้ข่าวสารมากขึ้น มากกว่าเหตุผลอื่นๆ วัยรุ่นและวัยเด็กดูโทรทัศน์เพื่อความตื่นเต้น มากกว่าเหตุผลอื่น กล่าวคือในวัยที่แตกต่างกัน เหตุผลสำคัญในการดูโทรทัศน์ของแต่ละวัยก็แตกต่างกันหรือให้ความสำคัญไม่เท่ากัน

ชนิสฐา เบญจาทิกุล⁶⁰ ศึกษาวิจัยเรื่อง ทศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะประชากร ทัศนคติต่อรายการและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชมจากรายการ สาเหตุของการไม่ชมรายการ ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากร กับทัศนคติกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 500 คน ได้กล่าวเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการหนึ่งในร้อย ยังไม่เป็นที่น่าพอใจนัก ดังจะเห็นได้จากปริมาณของกลุ่มตัวอย่างที่ชมรายการมีสัดส่วนใกล้เคียงกันกับผู้ที่ไม่ชม อีกทั้งความถี่ในการชม พฤติกรรมขณะชมรายการ แสดงถึงการให้ความสนใจต่อรายการเพียงผิวเผิน สำหรับระยะเวลาที่เคยชมรายการมาน้อยกว่า 3 ปี แสดงถึง

⁶⁰ชนิสฐา เบญจาทิกุล, “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2535), น. บทคัดย่อ.

ความบกพร่องของผู้ผลิตในการประชาสัมพันธ์ ดังนั้น ผู้มีหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตรายการควรจะได้ตระหนักถึงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้กว้างขวางขึ้น ในขณะเดียวกันควรจะมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาที่น่าสนใจโดยละเอียด ศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย ศึกษากระบวนการเปิดรับ และควรจะมีการศึกษาวิจัยเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่อง

ทัศนีย์ ยาสมาน⁶¹ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การชมรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาเปรียบเทียบการจัดรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ 4 สถานี ศึกษาความสนใจการรับชม และความต้องการรายการโทรทัศน์ของประชาชนว่าเป็นอย่างไร ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ สรุปได้ว่า สถานีโทรทัศน์ต่างๆ จัดรายการประเภทส่งเสริมความรู้ทุกสถานี แต่จัดในอัตราส่วนไม่เท่าเทียมกัน โดยสถานีไทยโทรทัศน์ช่อง 9 จัดรายการส่งเสริมความรู้มากกว่าสถานีอื่น คือ เฉลี่ยประมาณร้อยละ 15 ของรายการโทรทัศน์ทั้งหมด และช่อง 3 จัดรายการส่งเสริมความรู้น้อยกว่าสถานีอื่น คือ เฉลี่ยประมาณร้อยละ 0.613 ของรายการทั้งหมด นอกจากนี้ ช่วงเวลาการเสนอรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการรับชม เพราะช่วงเวลาที่ประชาชนชอบชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดในวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ คือ ช่วงเวลา 18.00-20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนต้องการให้รายการโทรทัศน์ที่ชอบหรือที่สนใจมากที่สุดออกอากาศช่วงนี้ด้วย แต่จากการวิเคราะห์รายการโทรทัศน์ปรากฏว่าช่วงเวลาดังกล่าวนี้อาจมีรายการเพื่อศึกษาประมาณ 20-30 นาที บางสถานีไม่จัดรายการเพื่อการศึกษาในช่วงเวลานี้เลย โดยในทางกลับกัน ช่วงเวลา 16.00-18.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ประชาชนมีโอกาสรับชมรายการโทรทัศน์น้อยที่สุด แต่รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาส่วนใหญ่จัดในช่วงเวลานี้ ประชาชนเห็นประโยชน์ของการชมรายการโทรทัศน์ว่า นอกจากจะได้ความเพลิดเพลินแล้ว ยังทำให้เป็นคนทันต่อเหตุการณ์ และมีความรู้รอบตัวในด้านต่างๆ มากขึ้นในการเลือกชมโทรทัศน์แต่ละครั้งนั้น ประชาชนเลือกชมโดยใช้เหตุผลที่ว่าดูรายการที่ให้ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และที่ให้ความรู้หรือมีประโยชน์เป็นเหตุผลในการตัดสินใจ และประชาชนมีความคิดเห็นว่ารายการความรู้หรือสารคดีที่จัดอยู่ในปัจจุบันมีคุณภาพและปริมาณปานกลาง สถานีโทรทัศน์ควรจัดรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาเพิ่มขึ้นมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และต้องการรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมความรู้ รองลงมา คือ ส่งเสริม ศิลธรรมและให้ความบันเทิง

⁶¹ ทัศนีย์ ยาสมาน, “การชมรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของประชาชนในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2519), น. บทคัดย่อ.

ณรงศร เนาวบุตร⁶² ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของสารคดีชุดรอยไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 ที่มีผลกระทบต่อภาพพจน์ของ ธนาкарศรีนคร โดยมุ่งศึกษาให้ทราบถึง ความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติของประชาชน ที่มีผลต่อภาพพจน์ธนาкарศรีนคร และทำให้ทราบ ประเภทของสื่อที่ประชาชนเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จาก ธนาкарศรีนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องการเปิดรับว่า ตัวแปรด้านการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับ แต่มีตัวแปรทางด้าน เพศ อายุ และอาชีพ ที่มีความสัมพันธ์กับสื่อบางประเภท ดังนั้นการทำประชาสัมพันธ์สมควรต้องคัดเลือก ใช้สื่อให้เหมาะสมกับ เพศ อายุ และอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่างด้วย เพื่อให้การประชาสัมพันธ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด

มารีญา ไชยเศรษฐ์⁶³ ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการที่นี้ประเทศไทย โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจ และใช้แบบสอบถาม ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีระดับศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี นอกจากนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดดูโทรทัศน์ทุกวัน ส่วนใหญ่เปิดรับชมโทรทัศน์ 3-4 ชั่วโมงต่อวัน ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. มากที่สุด โดยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่นี้ประเทศไทย ส่วนใหญ่ รู้จักรายการจากการเปิดรับชมโดยบังเอิญ กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโดยรวมในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมรายการมาเป็นเวลา 1 ปี และเปิดรับชม 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ ส่วนระยะในการเปิดรับชมรายการประมาณ 30 นาที และเลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ

⁶²ณรงศร เนาวบุตร, “ประสิทธิภาพของสารคดีชุดรอยไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 ที่มีผลกระทบต่อภาพพจน์ของธนาкарศรีนคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2540), น. บทคัดย่อ.

⁶³มารีญา ไชยเศรษฐ์, “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5,” น. บทคัดย่อ.

อิสราวดี ชำนาญกิจ⁶⁴ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์ มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาทัศนคติทางการเมือง ความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเปิดรับชมรายการด้านการเมืองในลักษณะต่างๆ เน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์กับทัศนคติทางการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับ และความสัมพันธ์ของทัศนคติทางการเมืองของผู้ชมรายการกับความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปทั้ง เพศชายและเพศหญิง จำนวน 389 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรม的开รับว่า ในส่วนการรับชมรายการด้านการเมืองทางโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์มากกว่า 4 วันต่อสัปดาห์ ช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ คือ 18.00–21.00 น. และ 21.00–24.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมจำนวนใกล้เคียงกับส่วนรายการที่สนใจนั้นส่วนใหญ่จะสนใจติดตามชมรายการข่าว โดยเฉพาะข่าวประจำวันและวิเคราะห์ข่าว มีการรับชมรายการเมืองค่อนข้างบ่อย แต่ไม่ทุกวัน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมรายการด้านการเมืองในรูปแบบสนทนามากที่สุดเพราะมีการนำเสนอในแง่มุมมองหลากหลายโดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ และรองลงมาเป็นรูปแบบสัมภาษณ์และยังพบอีกว่า การเปิดชมรายการด้านการเมืองมีความสอดคล้องกับการชอบชมรายการด้านการเมือง

สุภาพันท์ บุนนาค⁶⁵ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชม และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กใน จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง

⁶⁴อิสราวดี ชำนาญกิจ, “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542), น. บทคัดย่อ

⁶⁵สุภาพันท์ บุนนาค, “พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำของเด็กในจังหวัดเชียงใหม่,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ

ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับชม และลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชม กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำ โดยการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เด็กในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 380 คน ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับชม โดยเปิดรับชมทุกวัน ใช้ระยะเวลาในการเปิดรับชมประมาณ 1 ชั่วโมง มีสาเหตุที่เปิดรับชมเพราะต้องการเปิดรับชมเอง มีลักษณะการเปิดรับชมตั้งใจชมพอสมควรโดยเปลี่ยนไปชมช่องอื่นเมื่อละครไม่สนุกหรือน่าเบื่อ บุคคลที่ร่วมรับชมนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชมกับพ่อ แม่ ผู้ปกครอง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการสนทนากับพ่อแม่หรือผู้ปกครองถึงเรื่องราวของละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำนานๆ ครั้ง

วไลรัตน์ พูนวสิน⁶⁶ ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการรายการโทรทัศน์ของเด็กชนบทในจังหวัดสุรินทร์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-6 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของเด็กชนบท ที่มีต่อรายการโทรทัศน์โดยมุ่งเน้นใน 2 ลักษณะ คือ เนื้อหาและรูปแบบของรายการโทรทัศน์ นอกจากนี้การสำรวจยังได้ศึกษาพฤติกรรมขณะชมรายการโทรทัศน์ของเด็กอีกด้วย อีกทั้งการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยการสำรวจ ซึ่งใช้วิธีการ Purposive Sampling เก็บข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามและการเฝ้าสังเกตปฏิบัติการ โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเด็กนักเรียนระดับประถมศึกษา 4-6 ของโรงเรียนบ้านหัวแรตนาโพธิ์ โรงเรียนบ้านช้างปี และโรงเรียนตระคร้อในจังหวัดสุรินทร์ จำนวน 240 คน ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับว่า พบว่าเด็กส่วนใหญ่ที่มีโทรทัศน์จะรับชมที่บ้าน แต่บ่อยครั้งจะออกไปดูโทรทัศน์นอกบ้านซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมทางสังคม รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ การ์ตูน รองลงมาคือรายการสำหรับเด็ก และละคร ซึ่งการ์ตูนที่เด็กชอบนั้นมีลักษณะสนุกสนาน ผจญภัย และมีโครงเรื่องอย่างง่าย ๆ ส่วนรายการสำหรับเด็ก จะชอบที่ลักษณะบันเทิงมากกว่า รายการที่มีเนื้อหามุ่งสอนความรู้ สำหรับละครนั้น เด็กจะชอบที่เนื้อเรื่องสนุกสนาน และสนใจในตัวแสดงมากกว่าเนื้อหาของละคร นอกจากนี้ ยังพบว่าการดูโทรทัศน์เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางสังคมและเวลาว่าง โทรทัศน์ถูกใช้เป็นส่วนประกอบในขณะที่สมาชิกทำกิจวัตรประจำวัน และพบว่าตำแหน่งในการดูโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความมีอำนาจในครอบครัว นอกจากนี้ ยังพบว่าเด็กนิยมดูโทรทัศน์ช่วงเวลา 21.00–22.00 น. และเป็นช่วงเวลากการดูโทรทัศน์ของครอบครัว

⁶⁶วไลรัตน์ พูนวสิน, “การศึกษาความต้องการรายการโทรทัศน์ของเด็กชนบทในจังหวัดสุรินทร์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), น. บทคัดย่อ.

และเด็กชอบดูโทรทัศน์เป็นกลุ่มมากกว่าคนเดียว เพราะเด็กได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องที่กำลังดู และยังได้ทำกิจกรรมอื่นขณะที่รายการไม่น่าสนใจ และพบว่าการดูละครนั้นเด็กจะมีวีรบุรุษ หรือ วีรสตรีที่ตัวเองชอบเป็นแบบอย่าง และการดูโทรทัศน์ของเด็กชนบทนั้นมีการผ่านกระบวนการทางความคิดและการถ่ายทอดค่านิยมอีกด้วย

ศิริพร สิริพิชญ์⁶⁷ ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาร์ไรต์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา : รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาร์ไรต์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีระเบียบวิธีวิจัยแบบกรณีศึกษา โดยเลือกเจาะจงเฉพาะรายการทไวไลท์โชว์ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างของเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 400 คน ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยนานๆ ชมครั้งเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้นรายการทไวไลท์โชว์ และรายการระเบิดเถิดเทิง ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมชมเกือบทุกครั้งและชมบ่อยครั้ง โดยตรงกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสารที่ว่า ผู้รับสารมีการเลือกเปิดรับสาร มีการเลือกสารที่ตัวเองสนใจ มีการเลือกรับรู้และเลือกที่จะจดจำสาร ซึ่งการที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับสาร เลือกรับรู้หรือเลือกที่จะจดจำนั้น รายการโทรทัศน์ประเภทวาร์ไรต์โชว์ที่นำเสนออยู่ในปัจจุบันต้องสร้างความน่าสนใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร มีรูปแบบในการนำเสนอที่ชัดเจน หรือเป็นที่โดดเด่นจนสามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความจดจำและติดตามชมรายการได้อย่างสม่ำเสมอ

⁶⁷ศิริพร สิริพิชญ์, “การศึกษาความพึงพอใจต่อรายการโทรทัศน์ประเภทวาร์ไรต์โชว์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา: รายการทไวไลท์โชว์ ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2541), น. บทคัดย่อ.

งานวิจัยที่เกี่ยวกับความพึงพอใจจากสื่อ

ศกุนต์ สายบุญลี⁶⁸ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์รายการสารคดีพัฒนาชุมชน มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการสารคดีพัฒนาชุมชน โดยศึกษาความคิดเห็นของผู้ชม และศึกษาการใช้ประโยชน์จากการชมรายการสารคดีพัฒนาชุมชน ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 419 คน ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรความพึงพอใจกับการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ผู้ใช้ประโยชน์มาก ส่วนใหญ่เป็นผู้มีความพึงพอใจสูงมากกว่าผู้มีความพึงพอใจปานกลางและต่ำ โดยให้ข้อเสนอแนะว่าระยะเวลาที่เหมาะสมในการนำเสนอแต่ละตอนคือ 5 นาที และให้ออกอากาศในช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 17.01–20.00 น. ควรนำเสนอเรื่องเกี่ยวกับการเกษตรและการรวมกลุ่มอาชีพ โดยให้มีเนื้อหาสาระละเอียดด้านวิธีการประกอบอาชีพให้มากขึ้น

อิสราวดี ชำนาญกิจ⁶⁹ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์ มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาทัศนคติทางการเมือง การคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเปิดรับชมรายการด้านการเมืองในลักษณะต่างๆ เน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์กับทัศนคติทางการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับ และความสัมพันธ์ของทัศนคติทางการเมืองของผู้ชมรายการกับความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรชาวกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปทั้ง เพศชายและเพศหญิง จำนวน 389 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อข้อมูลข่าวสารที่รับเกิดการเรียนรู้ มีความรู้ทางการเมืองที่ใหม่

⁶⁸ศกุนต์ สายบุญลี, “ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์รายการสารคดีพัฒนาชุมชน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543), น. บทคัดย่อ.

⁶⁹อิสราวดี ชำนาญกิจ, “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์,” น. บทคัดย่อ.

ทันสมัยและมีผลกระทบกับวิถีชีวิตของตนโดยตรง กลุ่มตัวอย่างสามารถทบทวนความรู้ทางการเมือง ได้รับประโยชน์จากข้อมูลที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์

มารีญา ไชยเศรษฐ์⁷⁰ ศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการที่นี้ประเทศไทย โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจ และใช้แบบสอบถาม ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจต่อรายการที่นี้ประเทศไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อรายการในด้านเนื้อหารายการและการดำเนินรายการ พบว่า มีความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ การดำเนินรายการ และระยะเวลาในการดำเนินรายการ อยู่ในระดับมาก ในด้านของความคาดหวังต่อรายการนั้น พบว่า มีความคาดหวังต่อการได้รับความรู้ ข่าวสารที่ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว ทันสมัย และทราบความเคลื่อนไหวต่างๆ ในสังคมมากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวกับทัศนคติ

ซี เมเปิล เจนิส และดี ไรฟ์ (C. Maple, Janis and D. Rife)⁷¹ ได้ศึกษาวิจัยเรื่องเกี่ยวกับความแตกต่าง สรุปได้ว่า การชักจูงจิตใจหรือโน้มน้าวจิตใจของคนจะยากขึ้นตามอายุของคนที่เพิ่มขึ้น ยิ่งกว่านั้นยังมีการศึกษาค้นพบว่า คนหนุ่มสาวนั้นจะเป็นผู้ที่ยึดถืออุดมการณ์มองโลกในแง่ดี และจิตใจไม่มั่นคงมากกว่าคนแก่ ในขณะที่คนแก่จะมีความเป็นคนหัวรั้นและมีความระมัดระวังมากกว่าคนหนุ่มสาว และจากการศึกษาของ ฟรีแมน (Freedman)⁷² พบว่า คนที่มีอายุ

⁷⁰มารีญา ไชยเศรษฐ์, “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่นี้ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5,” น. บทคัดย่อ.

⁷¹C. Maple, I.L Janis and D. Rife, อ้างถึงใน ณรงค์ เนาวบุตร, “ประสิทธิผลของสารคดีชุดรอยไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 ที่มีผลกระทบต่อภาพพจน์ของ ธนาคารศรีนคร,” น. 45.

⁷² Jonathan L. Freedman, Merrill J. Calsmith and David O. Sear, Social Psychology (Englewood Cliffs: Prentice-Hall Inc., 1970), อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 46.

ต่างกันมีทัศนคติแตกต่างกันด้วย โดยผู้ที่มีอายุน้อย จะมีการเรียนรู้และทัศนคติในระดับสูงกว่าผู้ที่มีอายุมาก จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า อายุของผู้รับสารมีอิทธิพลต่อการสื่อสารไม่มากนัก

ชนิษฐา เบญจาทิกุล⁷³ ศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ลักษณะประชากร ทัศนคติต่อรายการและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชมจากรายการ สาเหตุของการไม่ชมรายการ ตลอดจนศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะประชากร กับทัศนคติกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ และเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 500 คน ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติต่อรายการ และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมรายการนั้น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการ และเห็นด้วยในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับชมจากรายการ และจากการศึกษาพบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับชมจากรายการ โดยผู้ชมรายการมีความคิดเห็นต่อสิ่งที่ควรปรับปรุงของรายการมากที่สุด คือ เวลาออกอากาศ รองลงมาคือ วันออกอากาศ รูปแบบการนำเสนอ และพร้อมกับแสดงความคิดเห็นต่อความชอบเนื้อหาจากรายการสารคดี ซึ่งส่วนใหญ่ชอบชมเรื่องเกี่ยวกับ พืช สัตว์ สิ่งของที่หาดูได้ยาก รองลงมาคือ เรื่องศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีไทย และมูลเหตุจูงใจที่จะทำให้ชมรายการหนึ่งในร้อย คือ มีเรื่องที่หาดูได้ยาก รองลงมาคือมีเนื้อเรื่องน่าเชื่อถือได้ ได้รับความรู้

ณรงศร เนาวบุตร⁷⁴ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของสารคดีชุดรอยไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 ที่มีผลกระทบต่อภาพพจน์ของ ธนาคารศรีนคร โดยมุ่งศึกษาให้ทราบถึงความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติของประชาชน ที่มีผลต่อภาพพจน์ธนาคารศรีนคร และทำให้ทราบประเภทของสื่อที่ประชาชนเปิดรับข้อมูลข่าวสาร จาก ธนาคารศรีนคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติว่า ตัวแปรด้าน เพศ อายุ และอาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อภาพพจน์ของธนาคารศรีนคร ตัวแปรด้าน

⁷³ชนิษฐา เบญจาทิกุล, “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณี รายการหนึ่งในร้อย,” น. บทคัดย่อ.

⁷⁴ณรงศร เนาวบุตร, “ประสิทธิภาพของสารคดีชุดรอยไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 ที่มีผลกระทบต่อภาพพจน์ของธนาคารศรีนคร,” น. บทคัดย่อ.

การศึกษาเท่านั้น ที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อภาพพจน์ของธนาคารศรีนคร กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาในระดับ ม.4 – ม.6 / ปวช และ ม.1 – ม.3 มีทัศนคติในเชิงบวกมากกว่ากลุ่มการศึกษาอื่นๆ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพพจน์ จะต้องคำนึงถึงระดับการศึกษาของกลุ่มเป้าหมายด้วย เพื่อที่จะสามารถทำการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ตรงตามลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

ปัทมา คงบุญ⁷⁵ ศึกษาวิจัยเรื่อง การเปิดรับ ทัศนคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรอสรณการณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ทัศนคติและความต้องการของประชาชนที่มีต่อรายการกรอสรณการณ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติว่า ประชาชนมีการเปิดรับรายการกรอสรณการณอยู่ในระดับต่ำ มีทัศนคติที่ดีต่อรายการกรอสรณการณ กล่าวคือ ประชาชนจะมีทัศนคติที่ดีต่อรายการ เพราะมีเนื้อหา หรือรูปแบบของรายการอาจจะไปสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่เดิมได้เป็นอย่างดี และการที่มีการเปิดรับข่าวสารมากเท่าใด บุคคลนั้นก็จะมีความรู้ และทัศนคติที่สอดคล้องมากขึ้น และมีความต้องการรายการในระดับปานกลาง กล่าวคือ ประชาชนส่วนใหญ่มีการเปิดรับรายการในระดับต่ำ ในขณะที่มีความต้องการให้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรายการมีสูง

อิสราวดิ ชำนาญกิจ⁷⁶ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์ มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาทัศนคติทางการเมือง การคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อการเปิดรับชมรายการด้านการเมืองในลักษณะต่างๆ เน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์กับทัศนคติทางการเมือง ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับ และความสัมพันธ์ของทัศนคติทางการเมืองของผู้ชมรายการกับความคาดหวังการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรเขต

⁷⁵ปัทมา คงบุญ, “การเปิดรับ ทัศนคติ และความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการกรอสรณการณ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), น. บทคัดย่อ

⁷⁶อิสราวดิ ชำนาญกิจ, “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการด้านการเมืองที่เสนอทางสถานีโทรทัศน์,” น. บทคัดย่อ.

กรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปทั้ง เพศชายและเพศหญิง จำนวน 389 ตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเมืองในแง่บวก โดยภาพรวมมีความเข้าใจการเมืองค่อนข้างสูง และเมื่อจำแนกในรายละเอียดใน 4 ประเด็นหลัก คือทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยทางด้านความเชื่อในหลักการแห่งการใช้เหตุผล ด้านความเชื่อมั่นศรัทธาต่อหลักการปกครองแบบประชาธิปไตย ด้านการมองโลกในแง่ดี และด้านความสำคัญของศักดิ์ศรีและความเสมอภาค ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติทางการเมืองในแต่ละประเด็นค่อนข้างสูงเช่นกัน

รัชนิดา ชำนาญมนต์⁷⁷ ศึกษาวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพของรายการ ทุ่งแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก เป็นการวิจัยเชิงทดลองของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร และนักเรียนประถมศึกษาปีที่ 6 ในเขตชนบท จำนวน 200 คน โดยศึกษาในรูปแบบการวิจัยแบบ Pretest – Posttest Design และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติ พบว่า นักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครมีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่านักเรียนในเขตชนบท ทั้งก่อนและหลังการเปิดรับชมรายการ แต่นักเรียนเขตชนบทมีทัศนคติที่ดีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งก่อนและหลังการเปิดรับชมรายการดีกว่านักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร สำหรับการเพิ่มความรู้และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักเรียนทั้งสองกลุ่มนั้นไม่แตกต่างกันส่วนตัวแปรทางด้านเพศ อาชีพของมารดา สถานะทางเศรษฐกิจ และพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการไม่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มความรู้และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยกเว้นตัวแปรต้นอาชีพของบิดา ที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในส่วนด้านความคิดเห็นที่มีต่อรายการนั้น กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นแตกต่างกัน คือ นักเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร คิดว่าเป็นรายการที่ดีมีประโยชน์ ทำให้ได้รับความรู้และทราบถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมในประเทศไทยแต่ควรปรับปรุงในด้านภาษาของตัวแสดงและมี พิธีกรวัยรุ่นเพิ่มขึ้น ตลอดจนการเพิ่มเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในกรุงเทพมหานคร ส่วนนักเรียนในเขตชนบทคิดว่า เป็นรายการที่ดีและมีประโยชน์ ได้รับความรู้และความสนุกสนาน ทำให้เกิดความรักและห่วงหาสิ่งแวดล้อมในภูมิลำเนาของตนเอง ตลอดจนมีความชื่นชอบในตัวพิธีกรซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของ

⁷⁷ รัชนิดา ชำนาญมนต์, “ประสิทธิภาพของรายการ ทุ่งแสงตะวัน ในด้านความรู้และทัศนคติต่อรายการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของเด็ก,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. บทคัดย่อ.

รายการและต้องการให้เพิ่มเนื้อหาสิ่งแวดล้อมในเขตชนบท โดยเฉพาะเรื่องราวระหว่างเด็กกับสัตว์เลี้ยงให้มากขึ้น

อภิรดี สุคนธมาน⁷⁸ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ด้านกฎหมาย รายการรู้กฎหมายได้ประโยชน์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประโยชน์ที่ผู้ชมได้รับจากรายการ ตลอดจนศึกษาถึงการทำหน้าที่และบทบาทของรายการ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ชมรายการรู้กฎหมายได้ประโยชน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่องทัศนคติ พบว่า เนื้อหารายการมีผลต่อข้อมูลทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชมรายการ โดย เนื้อหากฎหมายที่รายการนำเสนอ น่าจะมีผลต่อทัศนคติ ในการดำเนินชีวิตในสังคม หรือมีผลต่อพฤติกรรม เช่น เมื่อได้รับทราบข้อมูลกฎหมายและโทษแล้วก็จะทำให้เคารพกฎหมายมากขึ้น หรือเกิดการมีส่วนร่วมในสังคมมากขึ้นข้อมูลเหล่านั้นจะก่อให้เกิดพฤติกรรมและให้ทัศนคติแก่ประชาชน นอกจากนี้รายการที่ให้ความรู้ด้านกฎหมายซึ่งนำเสนอด้วยละครเบาสมอง อาจทำให้ประชาชนเปลี่ยนทัศนคติว่ากฎหมายไม่ใช่เรื่องยากที่จะทำความเข้าใจ

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงอาศัยกรอบแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับข่าวสาร (Information Exposure) ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “พฤติกรรม的开รับ ความพึงพอใจ และทัศนคติ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการคนค้นคน” ดังนั้น สามารถเขียนกรอบแนวคิดในงานวิจัยครั้งนี้ ได้ดังนี้

⁷⁸อภิรดี สุคนธมาน, “การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ด้านกฎหมาย รายการรู้กฎหมายได้ประโยชน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. บทคัดย่อ.

ภาพที่ 2.2

กรอบแนวคิด แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

