

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษา เรื่อง “พฤติกรรม的开รับฟังและการใช้ประโยชน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนที่ 13 (FM 97.75 MHz) ค่ายพระพุทธยอดฟ้า จังหวัดกาญจนบุรี” โดยผู้ศึกษาได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชน

การเลือกสรรในการรับสาร (Selective Process)

ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารมักแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับ การที่ผู้รับสารมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ และความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น ซึ่งกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารนี้ เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ในการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนทั้ง 3 ขั้นตอน¹

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) คือ แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยมีปัจจัยหลายประการที่ทำให้ผู้รับสารเลือกสนใจและเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน เช่น ความเชื่อ

¹Joseph Klapper, อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน เอกสาร การสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 636-639.

ทัศนคติ อุดมการณ์ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ส่วนบุคคล และสถานภาพทางเศรษฐกิจ

2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) คือ เมื่อผู้รับสารทำการเปิดรับสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือตีความหมายที่แตกต่างกันไป โดยจะเลือกรับรู้หรือตีความหมายตามความเข้าใจ ความเชื่อ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ และสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ของตัวเอง ในขณะนั้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือ แนวโน้มในการเลือกจดจำของผู้รับสารที่มักเลือกจดจำข่าวสารที่มีเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง นอกจากนี้ ผู้รับสารมักลืมเนื้อหาของสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเองด้วย

นอกจากนี้ ผลงานวิจัยของแมคคอมบส์และเบเกอร์ (Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker)² ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลถึงการอ่านหนังสือพิมพ์ การฟังวิทยุกระจายเสียง และชมการรายการวิทยุโทรทัศน์ของมนุษย์ว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการของตนในการอ่าน ฟัง และชม ด้วยเหตุผลทั้ง 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อจะได้รู้ที่กำลังมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง เพื่อทันสมัย ทันเหตุการณ์ รวมถึงเพื่อเรียนรู้ในสิ่งสำคัญและสิ่งที่พวกเขาควรรู้
2. เพื่อนำข่าวสารที่รับมาเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน
3. เพื่อให้ได้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการพูดคุยและถกเถียงปัญหากับผู้อื่น
4. เพื่อสร้างความรู้สึกทราบว่าผู้รับสารนั้นร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้จากการเปิดรับสื่อมาช่วยเสริมความคิดเห็นที่มีอยู่เดิมรวมถึงเพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ตัดสินใจและกระทำไปแล้ว
6. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลาย และเพื่อความบันเทิง

การเปิดรับข่าวสาร

เมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (Merill and Lowenstein) ได้สรุปและแสดงความคิดเห็นถึง

²Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1979), pp. 51-52.

ปัจจัยพื้นฐานเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อและข่าวสาร ที่มีผลต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมว่ามีด้วยกัน 4 ปัจจัย³ คือ

1. ความเหงา เนื่องด้วยมนุษย์เป็นสัตว์สังคม ทำให้ต้องมีการรวมกลุ่มเพื่อติดต่อและสังสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม อย่างไรก็ตาม เมื่อมนุษย์ไม่มีโอกาสในการติดต่อหรือสังสรรค์กับบุคคลอื่นตามที่ต้องการ มนุษย์จึงเลือกใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องช่วยแก้เหงา จนบางครั้งมนุษย์บางคนเองก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชน เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือในทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น เนื่องจากเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ไม่ว่าสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลต่อตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือเป็นผลกระทบต่อนักอื่น นอกจากนี้ สิ่งที่ยากรู้อยากเห็นมักเป็นสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงไกลตัวที่สุด ซึ่งสิ่งที่จะตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์นี้ก็คือ สื่อมวลชนนั่นเอง

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานในธรรมชาติของมนุษย์ มนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัว ในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องแสวงหาและใช้ข่าวสารเพื่อเป็นประโยชน์ให้ตนเอง เพื่อสนับสนุนความคิดของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อให้ได้รับข่าวสาร ความรู้ ความสะดวกสบาย ความปลอดภัย ตลอดจนเพื่อให้ได้รับความบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง ลักษณะของสื่อแต่ละอย่างนั้นมีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้รับประโยชน์แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับว่าลักษณะใดจะสนองความต้องการและทำให้ผู้รับสารเกิดความพึงพอใจ

นอกจากนี้ในการวัดพฤติกรรม的开รับสื่อในการวิจัยนั้น แม็คเลอด (McLeod)⁴ กล่าวว่าตัวชี้ (index) ที่ใช้วัดพฤติกรรม的开รับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

1. การวัดเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time Spent with the Media)

³ John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, Media, Message and Men: New Perspectives in Communication (New York: David McKay Company Inc., 1971), pp. 134-135.

⁴ McLeod, Jack K. and Garret J. O. Keefe, "The Socialization Perspective and Communication Behavior," in Current Perspective in Mass Communication Research, eds. Gerrald Kline and Philip J. Tichenor (London: Sage Publication, 1972), p. 123.

2. การวัดจากความถี่ของการใช้สื่อ (Frequency) แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

แม็คเลอด (McLeod) กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ตัวอย่างเช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่ออยู่ใกล้ตัว (Availability of the Media)

ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ความถี่ของการรับฟังรายการข่าววิทยุ เป็นต้น

พรทิพย์ วรภิโกศาทร⁵ ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของผู้รับสารต่อข่าวสาร โดยทั่วไปจะมีอยู่ 4 อย่างดังนี้

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น ฟังข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ ฟังเพลงเพื่อความเพลิดเพลิน

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) คือ ผู้รับสารต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่เปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสารคือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งถือเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลง มีประสบการณ์ใหม่ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

⁵พรทิพย์ วรภิโกศาทร, “ความสำคัญของผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2540), น. 290-292.

ด้วยความที่สื่อมีหลากหลายรูปแบบและหลากหลายลักษณะ ทำให้การเข้าถึงผู้รับสาร เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่าเป็นอย่างไร ดังข้อสรุป ถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่าผู้รับสารเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้เวลา พยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายาก ๆ มักไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ ยากนักก็มักเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้เวลาพยายามมาก เช่น ใน ชนบทประชาชนส่วนใหญ่มักเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหา วิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) คือ เลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน อาทิ นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชน หรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่ วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่สะดวกสบาย (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทาง วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการ รับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะ ขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุก สังคมที่ไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟัง วิทยุกระจายเสียงเป็นประจำมักไม่สนใจโทรทัศน์หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นทั้ง 4 ข้อ เป็นความต้องการสื่อของ ผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดที่มากกว่า ดีกว่า ราคาถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่ง หรือโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เร้าใจ มีความรู้สึก เหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนเฝ้าดูได้ สบาย เป็นต้น

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (The Individual Difference Theory)

เดอเฟลอร์ (DeFleur)⁶ เห็นว่าผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน จึงได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลดังนี้

1. มนุษย์มีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่โดยส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกเลี้ยงดูภายใต้สภาพแวดล้อมต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทำให้มนุษย์มีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อและบุคลิกภาพที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างไปด้วย ซึ่งความแตกต่างนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Condition) ที่กำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

ทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)

นอกจากนี้ เดอเฟลอร์ (DeFleur)⁷ ยังได้เสนอทฤษฎีกลุ่มสังคม ซึ่งกล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน เช่น การศึกษา รายได้ อาชีพ อายุ ภูมิภาค ฯลฯ จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารนี้คล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชนข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการเลือกสรรในการรับสารและการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้นแตกต่างกันออกไป โดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน รวมถึงความต้องการข่าวสารที่ตรงกับความสนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารเองด้วย รวมถึงความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลและความแตกต่างทางสังคมที่ส่งผลให้ผู้รับสารมีพฤติกรรม的开รับสื่อต่างและเหมือนกัน ทั้งนี้จากแนวคิดข้างต้น

⁶Melvin L. Defleur, Theories of Mass Communication, Second Edition (New York: David McKay Co., 1970), pp. 119-122.

⁷Ibid., pp. 122-124.

สามารถอธิบายได้ถึงเหตุผลในการเปิดรับข่าวสารและเลือกสรรข่าวสารของผู้รับสาร ว่าเหตุใดผู้รับสารจึงทำการเปิดรับสารและเลือกสรรข่าวสารนั้น ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

แนวคิดนี้เป็นการศึกษาถึงผู้รับสารในด้านต่าง ๆ เนื่องจากในกระบวนการการสื่อสารของมนุษย์นั้น มีองค์ประกอบที่มนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย ซึ่งคือ ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน เพราะการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ส่งสารทำการส่งสารออกไปแล้วมีผู้รับสาร เหตุนี้จึงทำให้ผู้ส่งสารต้องเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารได้เพื่อที่จะทราบได้ว่าใครเป็นผู้รับสารเป้าหมาย ผู้รับสารเป้าหมายมีลักษณะ มีความต้องการ มีความสนใจ มีความรู้ ทักษะคติ มีการตีความหมายสาร และมีพฤติกรรมการตอบสนอง (Response) ต่อสารอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารสำหรับผู้ส่งสาร⁸

ผู้รับสารแต่ละคนมีคุณลักษณะเฉพาะตัวของตน อาทิ อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะ และประสบการณ์ ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการสื่อสาร แต่การวิเคราะห์ผู้รับสารในปัจจุบันซึ่งมักมีอุปสรรคเนื่องจากจำนวนของผู้รับสารที่มีมาก ทำให้ต้องมีวิธีการในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด กล่าวคือ มีการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร (Demographic Characteristic) เช่น เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงภูมิภวณของผู้รับสารด้วย ว่าผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารเหมือนกันหรือไม่

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร⁹

1. อายุ (Age) อายุถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมัก

⁸ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 10 (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์, 2546), น. 111.

⁹เรื่องเดียวกัน, น. 112-117.

เป็นคนที่ถืออุดมการณ์มากกว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มียุมาก ในขณะเดียวกัน คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้ โดยปกติแล้วคนที่มียุแตกต่างกันมักมีความต้องการใช้สื่อมวลชนที่แตกต่างกัน อาทิ คนที่มีอายุมากมักใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง อ่านบทบรรณาธิการและอ่านข่าวการบ้านการเมือง เป็นต้น ในขณะที่คนที่มียุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยอ่านบทบรรณาธิการ ซึ่งในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการที่หนัก ๆ เช่น ข่าว การอภิปรายทางสังคม ดนตรีคลาสสิก และรายการศาสนา

2. เพศ (Sex) จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายอันได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม ยิ่งไปกว่านั้นยังมียานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย แต่ผู้ชายจะใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย โดยมีการวิจัยชิ้นหนึ่งที่พบว่าผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำน้อยกว่าผู้หญิง ความแตกต่างอีกอันหนึ่งระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายก็คือ ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ชายมักโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ (Knowledge) เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน และสาขาวิชาการที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ระดับการศึกษาของคนมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มักมีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดี อย่างไรก็ตามคนเหล่านี้จะไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ โดยสารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนมากเพียงพอที่จะถูกโต้แย้งจากบุคคลเหล่านี้ ยิ่งไปกว่านั้นโดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำโดยใช้สื่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ตนเอง

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio - economic Status) หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ซึ่งมีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของคนแต่ละคนทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มี

พื้นฐานทางครอบครัวต่างกันอย่างย่อมมีค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ในทำนองเดียวกับคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวคิด มีอุดมการณ์ และมีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ รวมทั้งมีความต้องการข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันไป นอกจากพื้นฐานทางครอบครัวและอาชีพแล้ว รายได้ก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย โดยรายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคนตลอดจนกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างและพฤติกรรมต่าง ๆ การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนหันมาใช้เครื่องจักรแทนควายในการทำงานนั้น คงยากกว่าการแนะนำคนรวยที่มีรายได้มาก ๆ ซื้อเครื่องจักรไถหรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนี้รายได้ที่ต่างกันยังทำให้คนมีวิถีการดำเนินชีวิตหรือแนวทางการดำเนินชีวิตที่ต่างกันอย่าง

ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ

การศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนได้รับการพัฒนาขึ้นโดยเน้นและให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้รับสาร กล่าวคือ จากอดีตที่ส่วนใหญ่งานวิจัยทางด้านสื่อสารมวลชนมักนิยมศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบ (Effect) ของสื่อที่มีต่อบุคคล ในขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนี้ เป็นการศึกษาที่มุ่งให้ความสำคัญแก่ตัวผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้กระทำการสื่อสาร ซึ่งหมายถึงการที่ผู้รับสารมีลักษณะเป็นผู้เลือกใช้สื่อและเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง หรืออีกนัยหนึ่งอาจกล่าวได้ว่า การศึกษาในเรื่องนี้มองว่าผู้รับสารไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้ที่ถูกป้อนข่าวสาร (Passive Audience) แต่เป็นผู้ที่สามารถเลือกรับข่าวสารหรือเป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น (Active Audience) ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

คาสซาต้าและแอสเต (Cassata and Asnte)¹⁰ ได้ตั้งสมมติฐานเบื้องต้นของแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ ดังต่อไปนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารจะเป็นฝ่ายเลือกสื่อจากสื่อทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อเหล่านั้นจะสนองความต้องการความสนใจ และมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ

¹⁰Mary B. Cassata, and Molifi K. Asnte. Mass Communication (New York: Macmillan Publishing Co., Inc., 1979), pp. 88-89.

4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใด ๆ โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินที่มีอยู่

นอกจากนี้ คาร์ล อีริก โรเซนเกรน (Karl Erik Rosengren)¹¹ ยังได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของคำว่า ประโยชน์ (Uses) และความพึงพอใจ (Gratification) ไว้ว่า ทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กันในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้ ขณะเดียวกันความพึงพอใจอาจได้รับจากประโยชน์ก็เป็นได้

ทางด้านของแคทซ์และคณะ (Katz, E. and Others) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสารไว้ว่า¹² แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

1. สถานะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆกัน อันก่อให้เกิดผล คือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็เป็นได้

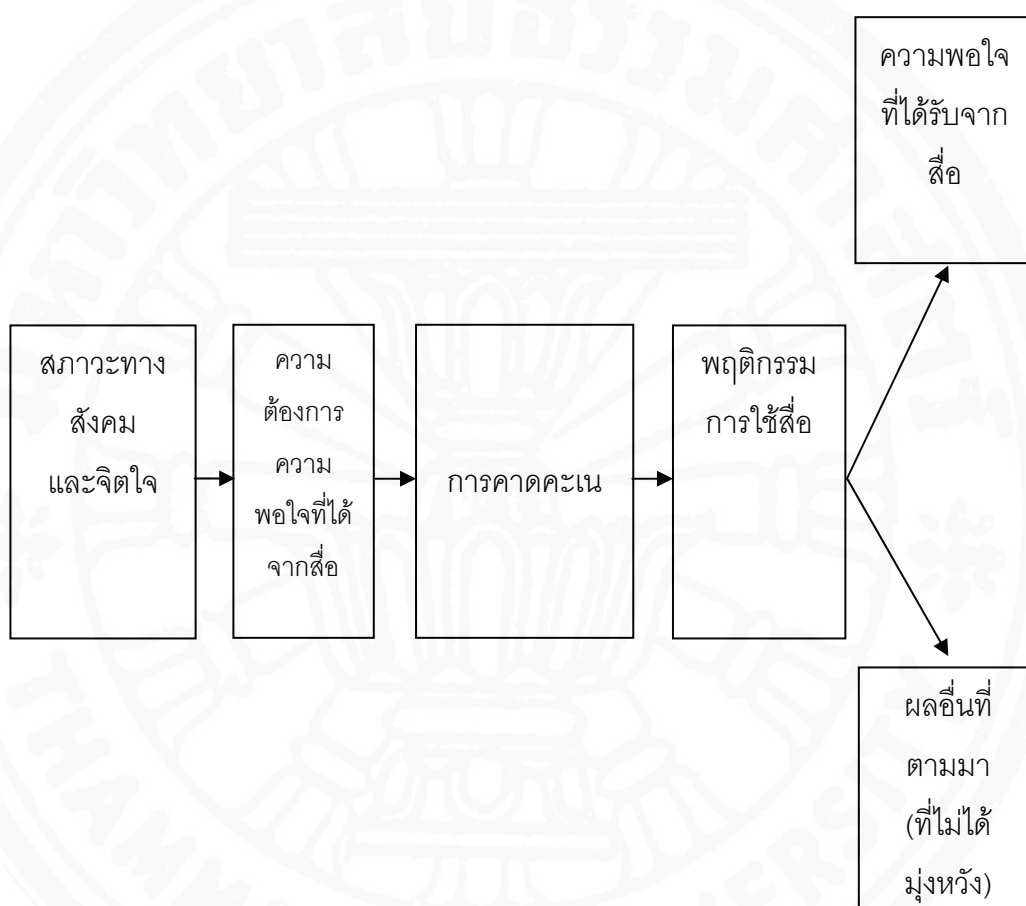
องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นในรูปจำลองได้ดังนี้

¹¹Karl Erik Rosengren, "Uses and Gratifications: A paradigm Outline," in The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on Gratifications Research, p. 105. Edited by Jay G. Blumler and Katz E. (Beverly Hills: Sage Publications, Inc., 1974), อ้างถึงใน ดนุชา สลิวงค์, "การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุชุมชนมูลนิธิบุญญารมย์ (F.M. 90.75 MHz.) วัดโสภณาราม อำเภอแฉิม จังหวัดเชียงใหม่," วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 34.

¹²Katz E. and Others, อ้างถึงใน พีระ จิโรธ, "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นพบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531), น. 634-636.

แผนภาพที่ 1

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของ Katz และคณะ



จากแบบจำลองข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่า สภาวะของสังคม และจิตใจที่ต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการที่ต่างกัน ความต้องการที่ต่างกันทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันออกไป ขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากสื่อจะต่างกันออกไปด้วย และจากแบบจำลองสามารถชี้ให้เห็นว่ากระบวนการรับสารและการใช้สื่อมวลชนเป็นกระบวนการแบบปัจเจกบุคคล กล่าวคือ การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการ และแรงจูงใจของผู้รับสารเอง ผู้รับสารแต่ละคนก็มีวัตถุประสงค์ ความต้องการ ความตั้งใจในการใช้ประโยชน์เพื่อสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลที่ต่างกันไป เช่น หญิงสาวต้องการปรับปรุง

บุคลิกการแต่งกายของตนเองใหม่เพื่อการยอมรับ จึงซื้อนิตยสารผู้หญิงมาอ่าน จากเดิมที่เคยถามเพื่อนร่วมงานเพียงอย่างเดียว หลังจากเธอได้อ่านนิตยสารผู้หญิงดังกล่าวปรากฏว่าเธอได้รับคำแนะนำที่ดีในการปรับปรุงรูปแบบการแต่งกายของเธอ นอกจากนั้นยังได้ความรู้ในการเข้าสังคมจากการอ่านนิตยสารอีกด้วย

นอกจากนี้ ลอว์เรนซ์ เวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner)¹³ ได้ศึกษาและวิจัยถึงเรื่องเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratification) โดยเขาได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ศึกษาไว้มากมายและสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) โดยแบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มได้ดังนี้

1. Orientation Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่ออ้างอิงและเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข่าวสารข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision Utility)

2. Social Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือเพื่อการจูงใจ เป็นต้น

3. Para - social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ อาทิ การชื่นชอบผู้จัดรายการวิทยุ และชื่นชมนำเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para - orientation Gratification หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปกับความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

จากทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อที่ได้กล่าวมาสามารถอธิบายให้เห็นถึงการที่บุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารนั้นก็เพื่อตอบสนองความต้องการความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ส่วนบุคคล โดยบุคคลนั้นจะเป็นผู้กำหนดเองว่าต้องการสิ่งใดจากสื่อมวลชนโดยพิจารณาจากความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อมวลชน ซึ่งจุดนี้เองได้

¹³Lawrence A. Wenner, "The Nature of News Gratifications," in Current Perspectives in Media Gratification Research, eds. Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Phillip Palmgreen (Beverly Hills: Sage Publication, 1985), pp. 171-193.

ทำให้ทราบว่าบุคคลแต่ละคนไม่ใช่เป็นเพียงแค่ผู้ที่รอรับสาร (Passive Audience) จากสื่อมวลชน แต่บุคคลยังมีบทบาทเป็นฝ่ายกระทำการ (Active Audience) ในการใช้สื่อมวลชนด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรม的开รับและการใช้ประโยชน์จากสถานีวิทยุต่าง ๆ มีดังนี้

ศราณี มณีโชติ¹⁴ ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการความรู้ทางการเกษตรของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการเกษตรทางอากาศผ่านทางหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน” โดยพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับในบางประเด็น กล่าวคือ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับเกือบทุกประเภท ยกเว้นความตั้งใจในการรับฟัง อายุไม่มีความสัมพันธ์กับความถี่และระยะเวลา ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลา ลักษณะ และโอกาสในการรับฟัง รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับโอกาสในการรับฟัง อาชีพ (ประเภทของการทำการเกษตร) ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาและความตั้งใจในการรับฟัง และภูมิฐานะไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการรับฟัง และโอกาสในการรับฟัง ยิ่งไปกว่านี้ เพศและอาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการความรู้ทางการเกษตร นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะติดตามรับฟังรายการความรู้ทางการเกษตรบ่อยครั้ง (5 - 6 วัน/สัปดาห์) โดยใช้เวลาในการรับฟังจนจบรายการ (25 - 30 นาที) ซึ่งช่วงเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุด คือ ตอนเช้าก่อนไปทำงาน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างได้นำความรู้จากรายการทางการเกษตรไปใช้ประโยชน์ในระดับมากที่สุด ในการพัฒนาและปรับปรุงการประกอบอาชีพของตนเองและใช้ในการสนทนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น

¹⁴ศราณี มณีโชติ, “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการความรู้ทางการเกษตรของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการโรงเรียนเกษตรทางอากาศผ่านทางหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง¹⁵ ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม的开รับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬาฯ” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับฟังสถานีวิทยุจุฬาฯเลย ส่วนผู้ที่รับฟังส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาชั้นปีที่ 4 อายุประมาณ 20 ปี โดยส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างนี้มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังน้อยมาก โดยเปิดรับฟังน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีระยะเวลาในการเปิดรับฟังเป็นเวลานานโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง โดยส่วนใหญ่เปิดรับฟังในช่วงก่อนเข้านอน (20.20 - 24.00 น.) ขณะอยู่ที่บ้าน ส่วนพฤติกรรมการรับฟังรายการของกลุ่มตัวอย่างนั้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการเปิดรับฟังรายการ และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเปิดรับฟังรายการในระดับปานกลางในเรื่องการได้รับความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้นกว่าเดิมและช่วยให้รู้สึกสนุกสนานและเพลิดเพลิน

ศลิสนา ภู่อี่ยม¹⁶ ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการมาเป็นเวลา 1 - 2 ปี โดยเปิดรับฟังรายการทุกวัน วันละ 3 - 4 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ฟังรายการคนเดียว ในขณะที่อยู่ที่บ้าน โดยรับฟังรายการตลอดไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น ในส่วนของการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการในส่วนของเพลงอยู่ในระดับมาก และใช้ประโยชน์เพื่อความเพลิดเพลินและคลายความเหงาเป็นส่วนใหญ่ ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟัง โดยอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังเป็นความถี่ในแต่ละสัปดาห์และระยะเวลาในแต่ละวัน แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่เปิดรับฟังรายการ นอกจากนั้น เพศและอายุมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ส่วนระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio

¹⁵สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง, “พฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬาฯ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. บทคัดย่อ.

¹⁶ศลิสนา ภู่อี่ยม, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

บุษราคัม เอี่ยมอำไพ¹⁷ ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จ.ส.100 และการเป็นสมาชิกชมรม จ.ส.100” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ติดตามฟังรายการมาเป็นเวลา 4-5 ปี โดยมีพฤติกรรมการรับฟังรายการทุกวัน โดยเนื้อหาที่ต้องการฟังส่วนใหญ่ นอกเหนือจากการรายงานสภาพการจราจร และจะฟังเฉพาะเรื่องที่ตนสนใจเท่านั้น เช่น การรายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกรณีเหตุเกิดเพลิงไหม้ ตึกถล่ม เป็นต้น สถานีที่ฟังคือ ฟังขณะอยู่บนรถ และจะฟังในช่วงเวลาที่คาดว่าจะมีปัญหาระบบจราจร ยิ่งไปกว่านั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสถานีวิทยุ จ.ส.100 ในระดับสูง นอกจากนี้ยังพบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมด ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับฟังข่าวสารจากสถานีวิทยุ จ.ส.100 ส่วนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กันในภาพรวม

อรุณี แดงพันธ์¹⁸ ได้ศึกษาเรื่อง “การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ.เอ็ม. 819 กิโลเฮิร์ตซ์)” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการทุกวัน วันละ 1 - 2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุด คือ 20.30 - 23.00 น. ทั้งวันจันทร์ - ศุกร์ และวันเสาร์ - อาทิตย์ ส่วนใหญ่รับฟังรายการคนเดียวในขณะที่อยู่ที่บ้าน โดยฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น โดยมีเหตุผลในการเลือกรับฟังคือ เปิดรับฟังเอง ในส่วนของการใช้ประโยชน์จากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ.เอ็ม.819 กิโลเฮิร์ตซ์)พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากรายการในระดับมากและใช้ประโยชน์มากที่สุดในประเด็นที่มีความรู้เรื่องกฎหมายในชีวิตประจำวัน รองลงมาได้แก่ มีความรู้เรื่องการเมืองการปกครองในระบบประชาธิปไตย และมีการใช้ประโยชน์เพื่อได้รับความสุขเพลิดเพลินใจ ด้านการทดสอบสมมุติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และ

¹⁷บุษราคัม เอี่ยมอำไพ, “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จ.ส.100 และการเป็นสมาชิกชมรม จ.ส.100,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. บทคัดย่อ.

¹⁸อรุณี แดงพันธ์, “การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครือข่าย 2 (เอ.เอ็ม. 819 กิโลเฮิร์ตซ์),” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

อาชีพ ที่แตกต่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการไม่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ที่แตกต่างกันมีการใช้ประโยชน์จากรายการแตกต่างกัน

พรนภา แก้วลาย¹⁹ ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังในการเปิดรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเพราะต้องการรู้ความเป็นไปของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และการเปิดรับข่าวนั้นขึ้นอยู่กับความพึงพอใจและประโยชน์ที่จะได้รับจากเนื้อหาของข่าว นอกจากนี้กลุ่มผู้ฟังบางส่วนยังมีความเห็นว่าเปิดรับข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดหรือเสริมย้ำความเชื่อในการตัดสินใจของตน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังในลักษณะบังเอิญหมุนแล้วเจอ แต่ถ้าฟังแล้วจะตั้งใจฟังจนจบ ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ผลที่ได้คือ เพศชายมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมากกว่าเพศหญิง และกลุ่มผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาจะเปิดรับฟังข่าวสารมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ชุดาภา ปุณณะหิตานนท์²⁰ ได้ศึกษาเรื่อง “การสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลัม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟัง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลัม ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลัม พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลัม นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลัมมาก โดยฟังรายการเพราะช่วยผ่อนคลายความเครียด

¹⁹พรนภา แก้วลาย, “ความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจของกลุ่มผู้ฟังในการเปิดรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก: ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. บทคัดย่อ.

²⁰ชุดาภา ปุณณะหิตานนท์, “การสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบลัม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. บทคัดย่อ.

จากภารกิจต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันมากเป็นอันดับแรก รองลงมาฟังเพราะทำให้ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลิน

อุษา จันทรประภาศ²¹ ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี” พบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังค่อนข้างบ่อย สามเหตุที่ฟังเพราะรูปแบบของรายการมีความน่าสนใจ และผู้ฟังให้ความสนใจฟังเนื้อหาเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่าผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์เกิดความพึงพอใจในระดับมาก เฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้

1. หลักการที่เป็นรายการของประชาชน บริการรายการโดยตัวแทนของภาคประชาชน
2. ความรู้
3. ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพ และดำเนินชีวิตประจำวัน
4. รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน
5. วิธีการแก้ปัญหาต่างๆ
6. ข่าวสาร
7. ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยและเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้อื่น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาได้อาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาข้างต้น เพื่อเป็นการกำหนดแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังและการใช้ประโยชน์จากสถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดนที่ 13 (F.M. 97.75 MHz) ค่ายพระพุทธรอยดฟ้า จังหวัดกาญจนบุรี

²¹อุษา จันทรประภาศ, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), น. บทคัดย่อ.