

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การคาดหวังและความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้ฟังรายการวิทยุ หรือผู้รับสารอันเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในองค์ประกอบของการสื่อสาร การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาจึงต้องการทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ เหตุผลและแรงจูงใจ พฤติกรรม การคาดหวังและความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการส่งข้อความสั้น โดยได้ศึกษาจากแนวคิดทฤษฎี และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับและการใช้สื่อ (The Individual Differences Theory)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses & Gratifications Theory)
3. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับ การเปิดรับและการใช้สื่อ

แนวคิดนี้มีความเชื่อว่า คนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมที่ต่างกันไป ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้น นักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจึงน่าจะแตกต่างกันด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างต่างกัน

1. อายุ (Age) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิด และพฤติกรรมบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสาร ต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารที่เปลี่ยนไปเมื่อตนเองอายุมากขึ้น อายุของผู้สื่อสารเป็นลักษณะทางประชากรหนึ่งที่เราสามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้สื่อสารได้ อายุเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนกันหรือต่างกันในเรื่องของความคิดหรือพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่อายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยม (More Conservative) ยึดถือ

การปฏิบัติ (Pragmatic) มีความระมัดระวัง (Cautious) มากกว่าคนที่อายุน้อย ในขณะที่คนที่มีอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ใจร้อน (Impatient) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) และมองโลกในแง่ดี (Optimistic) มากกว่าคนที่อายุมาก นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้ว อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการชักจูงได้ด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาพบว่าคนที่อายุมากขึ้นโอกาสที่คนจะเปลี่ยนใจ หรือ ถูกชักจูงจะน้อยลง นอกจากนั้นโดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกันด้วย คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสาร มากกว่า คนที่มีอายุน้อยซึ่งมักใช้สื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกันคนที่อายุมากมักจะฟังรายการที่หนัก ๆ ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่เหมือนคนอายุน้อย

2. เพศ การวิจัยทางด้านจิตวิทยาลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่าผู้หญิง และผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และ ทศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของเพศไว้แตกต่างกัน เพศหญิงจัดได้ว่าเป็นเพศที่มีความอ่อนไหว (Sensitive) เจ้าอารมณ์ (Emotional) และ โอนอ่อนผ่อนตามซึ่งเป็นลักษณะที่แตกต่างจากเพศชาย

Wilo, Goldhaber and Yates (1980, p. 114) ศึกษาพบว่า ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่ต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้น ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนศึกษาพบว่าเพศหญิง ใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าการชมโทรทัศน์

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socioeconomic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว รายได้ และ อาชีพเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล โดยรายได้ และ อาชีพของบุคคลนั้นสามารถกำหนดความต้องการ ทศนคติความคิดเห็น กิจกรรม และ พฤติกรรมของบุคคลได้ อันเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผู้สื่อสารเกิดความแตกต่าง

De Fleur (1996) ได้ทำการศึกษาความเกี่ยวพันระหว่างสถานะทางสังคมของบุคคลและพฤติกรรมการสื่อสาร พบว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมในลักษณะเดียวกันจะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน ในเรื่องการเลือกใช้สื่อ การเปิดรับสื่อ และรูปแบบของสารที่

ใช้ โดยลักษณะที่ทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ศาสนา ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมาก และมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวที่หนัก ๆ เช่น อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

4. การศึกษา (Education) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และมักจะใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนมีการศึกษาดำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

จากทฤษฎีและแนวคิดดังที่ได้กล่าวมาเบื้องต้น พบว่า ความแตกต่างของบุคคลในเรื่องอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ รวมไปถึงจนถึงบุคลิกภาพ ภูมิหลัง และสภาพแวดล้อมนั้นเป็นเหตุผลพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้พฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล และสำหรับการศึกษาเรื่อง การคาดหวัง และ ความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้น (SMS) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการสื่อสารของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาข้างต้น โดยกำหนดความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่เชื่อว่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสาร (ในรูปแบบของการส่งข้อความสั้น (SMS) ไว้ดังนี้คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดความแตกต่างในพฤติกรรมการสื่อสารของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses & Gratifications Theory)

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นอีกแนวทางหนึ่งของการวิจัยสื่อสารมวลชน ซึ่งแต่เดิมงานวิจัยสื่อสารมวลชนนิยมศึกษาเกี่ยวกับผล (Effect) ของสื่อที่มีต่อบุคคล การศึกษาในแนวนั้นเป็นแนวตรงกันข้ามกับแนวคิดเดิม กล่าวคือ ไม่ได้ศึกษาว่าบุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือทัศนคติไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่พิจารณาในทางตรงกันข้ามว่าบุคคลเป็นผู้กระทำ (Active Person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจส่วนตัว

เนื่องจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้เป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงมีแนวคิดที่หลากหลายแนวทางจากหลายผู้ศึกษา ดังนี้

Elihu Katz, Blumler and Gurevitch (1974, p. 19) การวิจัยเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจได้รับความสนใจมากขึ้น เมื่อแคทซ์และคณะศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล งานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจพื้นฐาน และความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ งานวิจัยนี้เป็นงานชิ้นแรกที่มีลักษณะเป็นการวิจัยเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจ แคทซ์และคณะได้สร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ องค์ประกอบทั้ง 3 อย่าง ได้แก่

1. Mode คือ ลักษณะของความต้องการ เช่นต้องการให้เพิ่มมากขึ้น ต้องการให้ลดน้อยลง หรือต้องการให้ได้มา

2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้

2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์

2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ

2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. Reference คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่ ตนเอง ครอบครัว เพื่อนฝูง สังคมและรัฐ ชนบทประเพณี วัฒนธรรม โลก และสิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

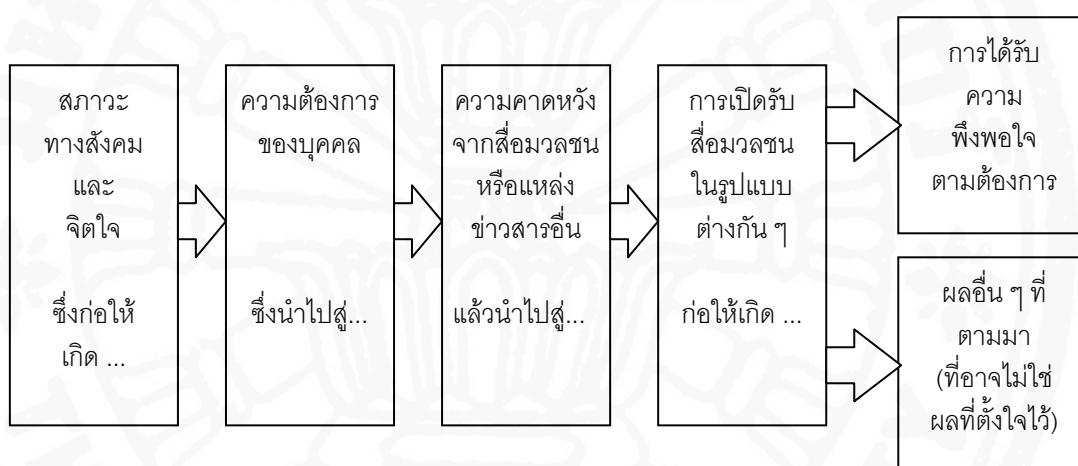
จากองค์ประกอบทั้ง 3 นี้ แคทซ์และคณะได้สร้างข้อความแสดงความต้องการของบุคคลขึ้น จำนวน 35 ข้อความ ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อสนองความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ นอกจากนี้ แคทซ์ยังได้วัดระดับความพึงพอใจที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการสร้างมาตรวัดความพึงพอใจสื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือและภาพยนตร์ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตรวัดความพอใจ เช่น โทรทัศน์สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสาร ความเป็นไปในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย นอกจากนี้ ยังถามประกอบด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ความให้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้ถึงแม้ผลของการวิจัยจะพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นผลประโยชน์ของแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ อาทิ ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็จัดอันดับว่า สื่อมีส่วนช่วย

พอสมควรในการสนองความต้องการต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสันโดษโดยไม่มีการติดต่อกันอย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่น ๆ จะเห็นว่าสื่อมีประโยชน์สูงในการตอบสนองความต้องการ

นอกจากนี้ Elihu Katz, Blumler and Gurevitch (1974, p. 20) ยังได้ให้คำอธิบายในแบบแผนเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสารซึ่งแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้

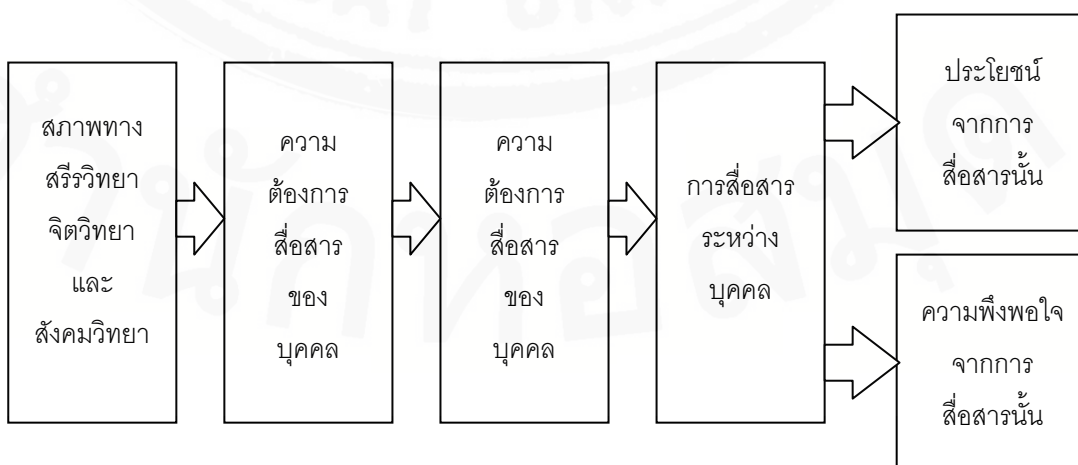
ภาพที่ 2.1

แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ



ภาพที่ 2.2

แสดงแบบจำลองที่ปรับมาใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคล



จากแนวคิดดังกล่าว Katz และกลุ่ม ได้สรุปเพิ่มเติมเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันของมนุษย์ ทำให้การสื่อสารสนองต่อความต้องการแตกต่างกันไปด้วย โดยอธิบายว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่ต่างกัน ทำให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่ต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความต้องการได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป อันเป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน และยังก่อให้เกิดผลอื่น ๆ ที่อาจไม่ได้มุ่งหวังตามมาอีกด้วย นอกจากนี้ แคทซ์ และคณะยังได้สรุปว่า การศึกษาสื่อสารมวลชน ตามแนวทฤษฎีนี้มีข้อตกลงเบื้องต้นที่ควรทำความเข้าใจว่า

1. มนุษย์จงใจแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ
5. มนุษย์ทุกคนถือว่าเป็นปัจเจกชนที่มีความต้องการส่วนตัว

McCombs and Becker (1979, p. 50) อธิบายถึงความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่า “เหตุผล” หมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล และนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Gratifications)

McCombs and Becker ยังได้กล่าวไว้อีกว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการ ดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ความต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น

4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว

6. ความต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

Kippax and Murray (1980, pp. 335-359 อ้างถึงใน มารีญา ไชยเศรษฐ์, 2546, น. 44-45) ได้ศึกษาเรื่องการใช้สื่อและความพึงพอใจและได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษา มีดังนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมาก คือ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ ตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษาโทรทัศน์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับหนึ่งเพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่สนใจ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศรวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย ส่วนหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ นิตยสาร วิทยุ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองมาตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

Rosengren and others (1985, p. 14) ได้สรุปสมมติฐานเบื้องต้นเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ ดังต่อไปนี้

1. ผู้รับสารมีความกระตือรือร้นและเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร
2. การใช้สื่อส่วนใหญ่ จึงถูกมองว่ามีเป้าหมาย
3. สื่อแต่ละชนิดต้องแข่งขันกับแหล่งอื่น ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการ
4. ผู้รับสารได้เชื่อมโยงความต้องการของตนในการเลือกใช้สื่อ

5. การบริโภคสื่อทำให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจได้หลากหลาย
6. เนื้อหาของสื่อเพียงอย่างเดียวไม่สามารถใช้ทำนายรูปแบบของความพึงพอใจได้

แม่นยำ

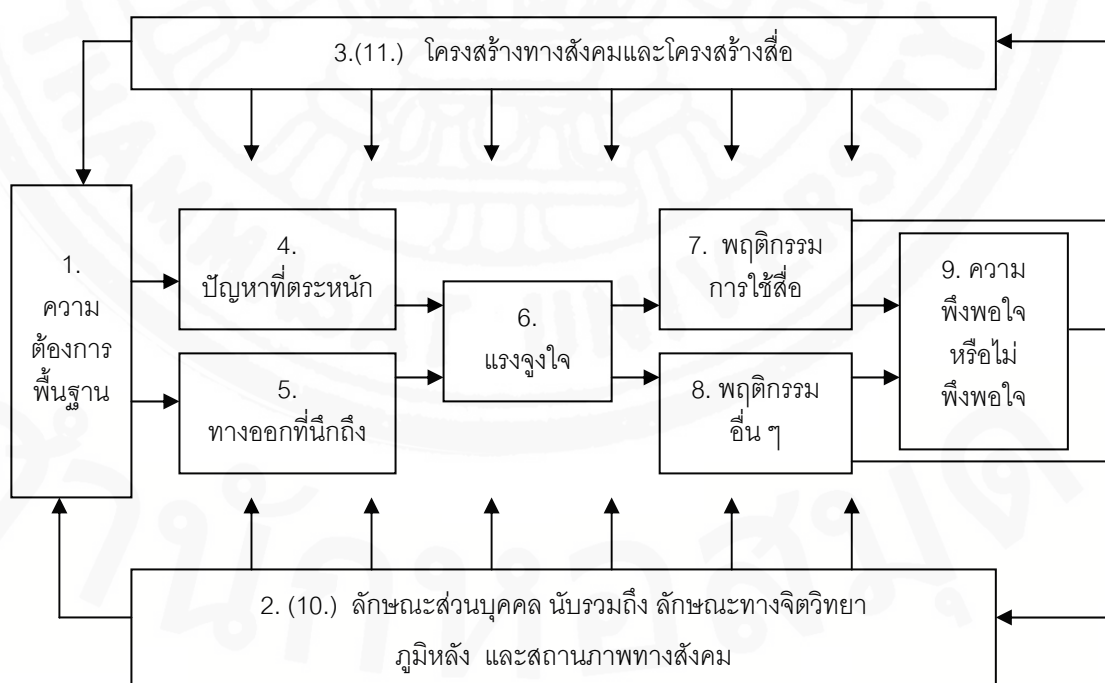
7. คุณลักษณะของสื่อจะเป็นตัวกำหนดระดับความต้องการที่ได้รับการตอบสนองในเวลาต่าง ๆ กัน

8. ความพึงพอใจที่ได้รับนั้นมีจุดเริ่มต้นมาจากเนื้อหาของสื่อ การเปิดรับหรือไม่เปิดรับสื่อสถานการณ์ทางสังคมที่การเปิดรับสื่อเกิดขึ้น

Rosengren ได้อธิบายแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจด้วยแบบจำลองที่พยายามอธิบายความสัมพันธ์ของหน่วยประกอบต่าง ๆ 11 หน่วยของการใช้และการเกิดความพอใจสื่อมวลชนและแสดงความสัมพันธ์ของหน่วยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบจำลองนี้มีผู้นำไปอ้างอิงถึงอย่างกว้างขวางมากที่สุด หน่วยประกอบทั้ง 11 หน่วยของแบบจำลองได้แสดงไว้ในแผนภาพ ดังนี้

ภาพที่ 2.3

แสดงความสัมพันธ์ของหน่วยประกอบ 11 หน่วย ของ โรเซนเกรน



ที่มา: Karl Erik Rosengren, (1974, p. 271)

จากแผนภาพข้างต้นนี้ ในขั้นที่ 1 แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์ของมาสโลว์ (Maslow's basic human needs) ซึ่งเรียกว่า Maslow hierarchy of needs ทั้งความจำเป็นขั้นต่ำ (lower order) เช่นความต้องการทางกายและความปลอดภัย และความจำเป็นขั้นสูง (higher order) เช่น ความต้องการการยอมรับจากบุคคลอื่น เป็นจุดเริ่มต้นของความ ต้องการ โดยความต้องการขั้นสูงมีความแตกต่างกันที่สุดในแบบจำลองนี้ ความต้องการนี้จะมีปฏิสัมพันธ์กับส่วนประกอบภายนอกและภายในตัวบุคคลกับโครงสร้างของสังคมแวดล้อม รวมทั้งโครงสร้างสื่อมวลชนในขั้นที่ 2-3 เป็นผลทำให้ปัจเจกชนมองเห็นปัญหาแต่ละปัญหา และแนวทางแก้ไขปัญหามาที่ได้รับรู้มา ในขั้นที่ 4-5 จึงก่อให้เกิดแรงจูงใจในการแสวงหาความพึงพอใจหรือพฤติกรรมในการแก้ปัญหาในขั้นที่ 6 และนำไปสู่การหาทางผ่อนคลายความตึงเครียดด้านการบริโภคสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ ในขั้นที่ 7 และรูปแบบพฤติกรรมอื่น ๆ ในขั้นที่ 8 เช่น ถูกจูงใจให้ดูละครโทรทัศน์ ฟังหรือดูข่าวจากสื่อมวลชน และบางคนก็ไม่ใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของสื่อมวลชนแต่อย่างใดเลย ด้วยพฤติกรรมต่าง ๆ เหล่านี้จึงทำให้เกิดรูปแบบที่แตกต่างกันของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจขึ้นในขั้นที่ 9 และมีอิทธิพลต่อการผสมผสานลักษณะภายในและภายนอกของปัจเจกชนในขั้นที่ 10 เช่นเดียวกันกับอิทธิพลที่มีต่อโครงสร้างสื่อมวลชนและโครงสร้างอื่น ๆ ทางสังคม การเมือง วัฒนธรรมและเศรษฐกิจในสังคมนั้น (ณรงค์ สมพงษ์, 2543, น. 73)

นอกจากแนวคิดและการศึกษาจากทฤษฎีดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีแนวคิดและทฤษฎีสำคัญที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ การคาดหวัง และความพึงพอใจจากสื่อที่มีความเกี่ยวข้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use & Gratification Theory) อีก 2 ทฤษฎีดังต่อไปนี้

ทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (A Theories of Motivation)

นักวิชาการในวงการสื่อสารมวลชน และ วงการจิตวิทยาได้นิยามความหมายของแรงจูงใจที่นักศึกษาไว้ดังนี้

McClelland (1987, p. 4) ได้อธิบายถึงแรงจูงใจว่า ถ้าจะมองในแง่สามัญสำนึกปกติ ก็ควรจะหมายถึง ความตั้งใจอย่างมีสติ (conscious intents) ซึ่งเป็นความนึกคิดภายในตัวบุคคล และอีกนัยหนึ่งก็เป็นการมองพฤติกรรมจากภายนอก ซึ่งทำให้แรงจูงใจหมายถึง การอ้างไปถึงความตั้งใจที่มีสติที่รู้มาจากการมีพฤติกรรมที่สังเกตได้จากภายนอก ดังนั้นถ้าเห็นผู้หนึ่งคนหนึ่งกระทำการบางอย่าง เช่น เดินเข้ามาในห้องแล้วนั่งลงเล่นเปียโน ก็สามารถอ้างจากพฤติกรรมที่เห็นว่าผู้หนึ่งคนนั้นอยากเล่นเปียโน อย่างไรก็ตามมีหลายสถานการณ์หรือหลายพฤติกรรมที่ไม่

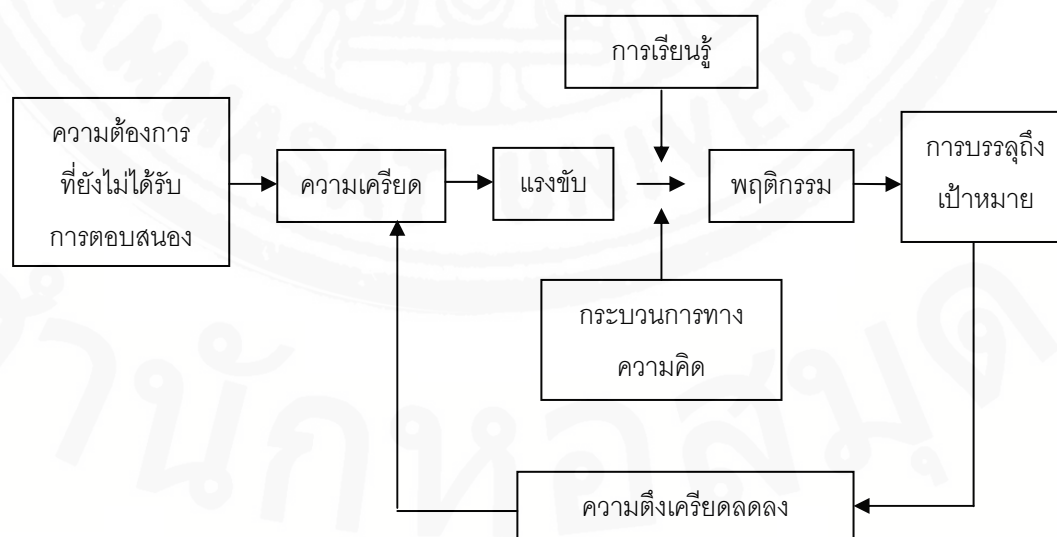
สามารถอธิบายได้ว่าทำไมคนเราจึงทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งก็เหมาะเอาว่าเป็นแรงจูงใจที่มาจากความตั้งใจที่ไร้สติ (unconscious intents) ดังนั้น แม็กเซลแลนดจึงมองแรงจูงใจว่า เป็นความตั้งใจที่มีสติ และไม่มีสติที่จะเกิดพฤติกรรม

Schiffman and Kanuk (2000, p. 63) ได้ให้ความหมาย ของการจูงใจ (Motivation) หรือสิ่งจูงใจ (Motives) ว่าหมายถึง พลังสิ่งกระตุ้น (Drive) ภายในแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ จากความหมายนี้พลังสิ่งกระตุ้นจะประกอบด้วย พลังความตึงเครียด ซึ่งเกิดจากผลของความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนอง ความต้องการของบุคคลทั้งที่รู้สึกตัวและจิตใต้สำนึกจะพยายามลดความตึงเครียดโดยใช้พฤติกรรมที่คาดว่าจะสนองความต้องการของตน และทำให้ผ่อนคลายความรู้สึกตึงเครียด จุดมุ่งหมายเฉพาะในการเลือกพฤติกรรมเป็นผลจากความคิดและการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล

Schiffman and Kanuk (2000, p. 64) ยังได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและแรงจูงใจ ด้วยการเสนอแบบจำลองกระบวนการของแรงจูงใจ (model of motivation process) ไว้ดังนี้

ภาพที่ 2.4

แสดงแนวคิดของกระบวนการจูงใจ



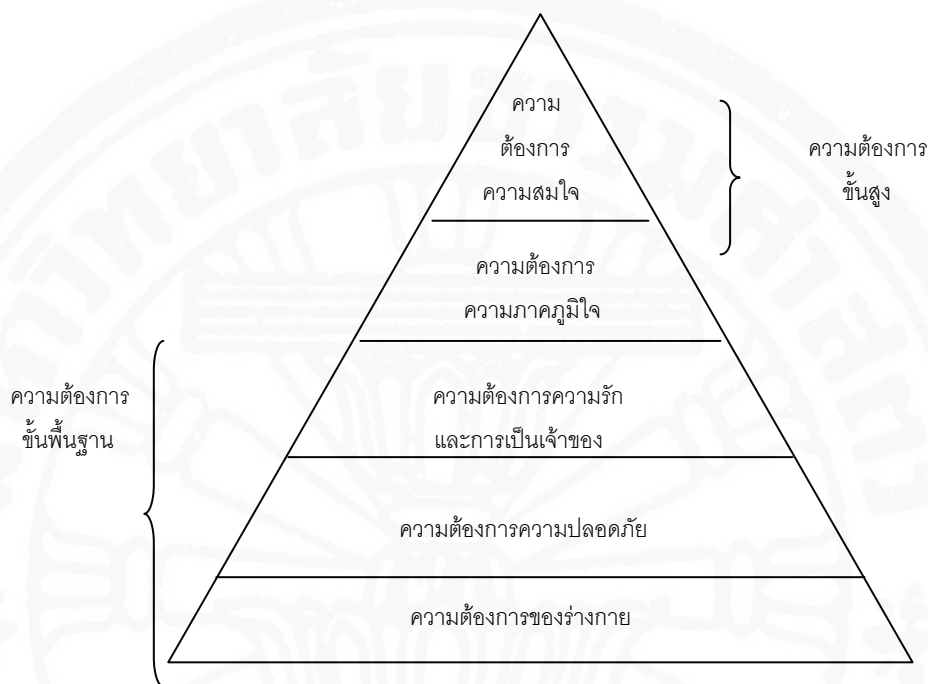
ที่มา: Schiffman and Kanuk (2000, p. 64).

จากแผนภาพสามารถอธิบายการเกิดแรงจูงใจได้ว่า เมื่อบุคคลหนึ่งมีความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Unfulfilled Needs, Wants and Desires) เกิดขึ้น ก็จะทำให้บุคคลนั้นเกิดความตึงเครียด (Tension) ความตึงเครียดนี้เองที่ทำให้เกิดแรงขับ (Drive) ที่จะผลักดันให้บุคคลนั้นเกิดพฤติกรรมใดพฤติกรรม (Behavior) หนึ่งขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Goal and Need Fulfillment) ที่ตนตั้งใจไว้ หรือเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของตนเองในที่สุด และการเกิดพฤติกรรมใด ๆ ขึ้นนั้น จะทำให้ความตึงเครียดลดน้อยลง (Tension Reduction) เนื่องจากความต้องการได้รับการตอบสนองเรียบร้อยแล้ว นอกจากนั้นแบบจำลองนี้ยังให้ความสำคัญไปที่ปัจจัย 2 ปัจจัย ซึ่งทำให้บุคคลที่แตกต่างกันเกิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้อง คือ การเรียนรู้ (Learning) และกระบวนการทางความคิด (Cognitive Processes) ของบุคคล

มาสโลว์ (1908-1970) ได้อธิบายทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (A Theory of Motivation) ในหนังสือเรื่อง Motivation and Personality (1954) (อ้างถึงใน John Adair, 1996, p. 31) โดยกล่าวถึงทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ว่ามี 5 ระดับซึ่งจัดตามลำดับความสำคัญจากความต้องการลำดับต่ำไปสู่ความต้องการลำดับสูง บุคคลจะแสวงหาความต้องการระดับต่ำก่อน เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้วจึงแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป ซึ่งทฤษฎีนี้ได้รับการโต้แย้งจากนักจิตวิทยาบางกลุ่มว่าไม่จำเป็นเสมอไปที่บุคคลจะได้รับความพึงพอใจใน needs แต่ละขั้นตอนเต็มทีที่ก่อน จึงจะพัฒนาความต้องการในขั้นต่อไป ในชีวิตจริงเป็นการยากที่จะแบ่งลำดับขั้นตอนของความต้องการออกจากกันได้เด็ดขาด นอกจากนั้นแล้วความรู้สึก “พอ” ของแต่ละบุคคลในการได้รับตอบสนองความต้องการเหล่านั้นมีความแตกต่างกันไปในรายบุคคล

ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ 5 ลำดับขั้น โดยเรียงลำดับตั้งแต่ขั้นพื้นฐานที่สุด (basic level needs) จนถึงขั้นสูงสุด (upper level needs) สามารถแสดงเป็นภาพได้ดังนี้

ภาพที่ 2.5
ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์



ที่มา: Lefrancois (1993, p. 70)

1. ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการลำดับพื้นฐานที่สุดซึ่งเป็นการจำเป็นต่อร่างกายเพื่อดำรงชีวิตในสังคม และมีสุขภาพที่ดี เช่น ความต้องการอากาศ น้ำ อาหาร อุณหภูมิที่เหมาะสม การกำจัดของเสียจากร่างกาย เป็นต้น เป็นลำดับขั้นที่ต้องได้รับการตอบสนองก่อนที่จะเกิดความต้องการลำดับที่สูงกว่าตามมา
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) คือ ความต้องการความปลอดภัยทั้งทางกายและความมั่นคงทางใจ เช่น ความคุ้นเคย ความสามารถทำนายได้ การอยู่ในสถานที่ปลอดภัย หรือสถานที่ที่คุ้นเคย ความต้องการการป้องกันคุ้มครอง ความมั่นคงในชีวิต เป็นต้น
3. ความต้องการความรักหรือการเป็นเจ้าของ (Belongingness and Love Needs) เป็นความต้องการสัมพันธ์กับผู้อื่น ความต้องการเป็นมิตรกับผู้อื่น ความต้องการเป็นเจ้าของและมีความรักในรูปแบบต่างกัน เช่น ความรักระหว่าง คู่รัก พ่อ แม่ ลูก เพื่อน สามี ภรรยา ความต้องการ

ได้รับความชมเชยจากผู้อื่น รวมถึงการเข้าเป็นสมาชิกในกลุ่มและการอยู่ร่วมกับผู้อื่น เพื่อไม่ให้รู้สึกโดดเดี่ยวและท้อแท้

4. ความต้องการความภาคภูมิใจ (Esteem Needs) หรือความต้องการการยอมรับนับถือจากผู้อื่น รวมหมายถึงความต้องการประสบความสำเร็จ ชื่อเสียง สถานภาพในสังคมและความมั่นใจในตัวเองถือเป็นความต้องการที่เกี่ยวข้องกัน ความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง จะเห็นได้ว่าความต้องการลำดับขั้นนี้สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งภายในและภายนอกบุคคล เช่น ความรู้สึกในความสามารถความสำเร็จของตนเอง เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล แต่การเป็นที่ยอมรับนับถือจากผู้อื่น หรือการมีชื่อเสียงที่ผู้อื่นกล่าวถึง จะเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากภายนอก

5. ความต้องการความสนใจ (Self-Actualization) เป็นความต้องการลำดับสูงสุดของมนุษย์ เป็นความต้องการความสมบูรณ์ในชีวิตเท่าที่บุคคลนั้นจะเป็นได้ ความต้องการนี้สามารถแสดงออกมาได้แตกต่างกัน เช่น นักธุรกิจต้องการมีบริษัทที่เป็นผู้นำทางการตลาดในอุตสาหกรรมนั้น ๆ นักกีฬาต้องการได้เหรียญทองโอลิมปิก เป็นต้น ความต้องการในลำดับขั้นนี้จะก่อให้เกิดพฤติกรรมได้

จากแนวคิดและทฤษฎีเรื่องแรงจูงใจข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งของแนวทางการศึกษาเพื่อประกอบการทำความเข้าใจถึงความต้องการของบุคคล อันมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกับองค์ประกอบภายนอกและภายในตัวบุคคล ซึ่งส่งผลต่อเหตุผล และ แรงจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการส่งข้อความสั้น (SMS) ในรายการวิทยุของกลุ่มเป้าหมายที่ทำการศึกษา

ทฤษฎีการคาดหวัง

ทฤษฎีการคาดหวังเป็นทฤษฎีที่ใช้สำหรับการอธิบายถึงกระบวนการการคาดหวังของผู้ใช้สารโดยมีแนวคิดและการศึกษาที่น่าสนใจดังนี้

ทฤษฎีการคาดหวังของวีรูม (Vroom's Expectancy Theory) ทฤษฎีนี้ได้รับอิทธิพลมาจากแนวคิดของนักจิตวิทยารุ่นแรก ๆ หลายคน เช่น เลวิน (Kurt Lewin) และ ทอลแมน (Edward Tolman) จึงทำให้มีผู้เรียกทฤษฎีของวีรูมนี้ว่า เป็นทฤษฎีการคาดหวังหรือมีชื่อย่อที่เรียกกันทั่วไปว่า ทฤษฎี V.I.E. ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

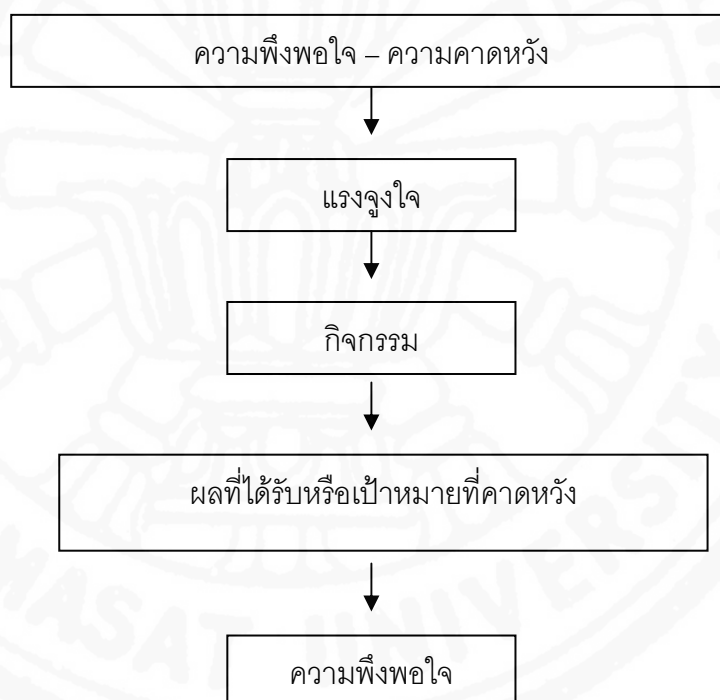
V มาจากคำว่า Valence หมายถึงความพึงพอใจ

I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึงสื่อ เครื่องมืออุปกรณ์ที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึงความคาดหวังภายในตัวบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลจะมีการคาดหวังในหลาย ๆ ระดับ นับตั้งแต่ปัจจัย 4 จนไปถึงการประสบความสำเร็จในชีวิต ซึ่งความคาดหวังอาจจะเป็นไปในทางบวกหรือทางลบก็ได้

ภาพที่ 2.6

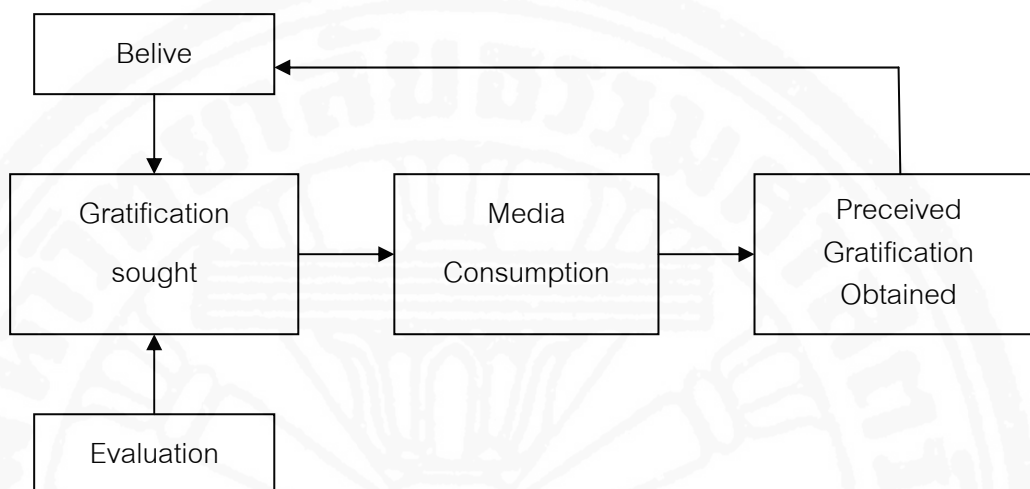
ทฤษฎีการจูงใจของวิกเตอร์ วีรูมหรือ ทฤษฎี V.I.E.



ในขณะที่ Rayburn and Plamgreen ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อ และ ความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาอีกแบบหนึ่ง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของ ตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวคิด Expectancy Value ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

ภาพที่ 2.7

Expectancy – Value Model of Gratification Sought and Gratification Obtained



ที่มา: Phillip Palmgreen and J.D. Rayburn (1985, pp. 63-64)

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่า การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ เกิดจากความคาดหวัง และการประเมินค่าของบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ ทำให้เกิดความพึงพอใจที่บุคคลได้รับหรือเชื่อว่าได้รับ ซึ่งจะส่งผลย้อนกลับไปยังสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อ หรือ ความคาดหวังที่มีอยู่เดิมของบุคคล อันเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อ หรือ เนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ แต่จะไม่มีผลต่อการประเมินค่า เนื่องจากการประเมินค่าเป็นตัวแปรคงที่ซึ่งเป็นผลของความต้องการ และ ค่านิยมของแต่ละบุคคล

จากแนวคิดและทฤษฎีเรื่องความคาดหวังนี้ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีแรงจูงใจก่อนหน้านี้ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งของกรอบแนวคิด และ แนวทางการศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการที่จะได้รับของผู้ฟังรายการวิทยุในเขตกรุงเทพมหานครก่อนการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้สามารถอธิบายได้โดยสรุปว่าการสื่อสารนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือ แรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพ และปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อที่มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่ส่งผ่านมาทางสื่อมวลชน ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการในการใช้ข่าวสารสนองตอบความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่ต่างกัน

และสำหรับการศึกษาเรื่อง การคาดหวัง และ ความพึงพอใจในการส่งข้อความสั้นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครในครั้งนี้ ได้ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นกรอบในการศึกษาถึงประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้น หลังจากที่ได้ผู้ฟังซึ่งเป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครได้มีการส่งข้อความสั้นที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบตัวแปรเรื่องการใช้ประโยชน์ไว้ 4 ด้าน คือ ด้านการผ่อนคลายความเครียด หรือความเหงา ด้านการได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ด้านการได้รับรางวัล และด้านการสะดวกรวดเร็วในการสื่อสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

Bogart and others (1965, p. 30) พบว่า ความคาดหวัง และแรงจูงใจมีบทบาทสำคัญต่อการบริโภคสื่อ

Palmgreen Wenner and Rayburn (1981, pp. 451-478) ได้ศึกษาส่วนต่างระหว่างความคาดหวัง กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์ โดยศึกษาจาก 3 ช่อง คือ ABC CBS และ NBC พบว่า ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมข่าวโทรทัศน์ การเปิดรับชมรายการข่าวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) และพบว่า การเลือกดูรายการข่าวช่องที่ชอบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ จึงสรุปได้ว่า การเลือกชมข่าวในช่องที่ชอบเป็นตัวทำนายความพึงพอใจ นอกจากนั้นพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ รายได้ครอบครัว และการศึกษา) เป็นตัวทำนายการเปิดรับสื่อ นอกจากนี้ยังพบอีกว่าการประเมินความชอบในตัวผู้อ่านข่าว (Anchor person) รูปแบบรายการ (Program Format) และคุณภาพของข่าว (News Quality) มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชม

Choi and Becker (1987, p. 274) ศึกษาพบว่า แรงจูงใจที่ต่างกันนำไปสู่พฤติกรรม การเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกัน โดยใช้คำว่า “แรงจูงใจ” ในความหมายของความพึงพอใจที่คนเราแสวงหา ซึ่งอธิบายว่า “แรงจูงใจ” เป็นแนวคิดรวบยอดหรือแนวคิดโดยสรุปที่ครอบคลุมทั้งการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

Blumler (1992, pp. 41-49) ได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 1,000 คน ใน Britain ปี ค.ศ. 1975 โดยแบ่งกลุ่มความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ ข้อมูลข่าวสาร (Surveillance) ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) ความหลากหลาย (Diversions) และเอกลักษณ์ปัจเจกบุคคล (Personal Identity) พบว่า ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) มีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง และความพึงพอใจ เช่นเพศชายที่มีความพึงพอใจด้านการได้รับรู้จากสื่อมากกว่าเพศหญิง และความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างพื้นฐานทางการศึกษากับความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสาร และความสัมพันธ์ในทางลบระหว่างพื้นฐานทางการศึกษากับความพึงพอใจด้านความหลากหลาย นอกจากนั้นพบว่า แนวโน้มที่มากขึ้นของคะแนนความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารในกลุ่มผู้ที่มีอายุเพิ่มขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

เสาวนีย์ ศรีทับทิม (2545, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การจัดการสารของบริการเสริม รับส่งข้อความสั้น SMS : กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล แอ็คเซ็ส คอมมูนิเคชั่น จำกัด (มหาชน) ” พบว่า แนวคิดหลักของการให้บริการเสริมรับส่งข้อความสั้นในปัจจุบัน จะให้ความสำคัญในหมวดสารที่เป็นความบันเทิงที่มุ่งตอบสนองด้านอารมณ์เป็นหลัก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริการต่อผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับต้น ๆ คือ ปัจจัยด้านแนวโน้มทิศทางการตลาด เนื่องจากการบริการเสริมรับส่งข้อความสั้นของบริษัท จะต้องเป็นบริการที่สามารถสร้างกำไรให้กับองค์กรได้เป็นสำคัญ นอกจากนี้ในเรื่องช่องทางสาร ยังพบว่าผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่จะทำหน้าที่ในฐานะเชื่อมต่อช่องทางสารเท่านั้น ขณะที่ในส่วนตัวเนื้อหาสารผู้ให้บริการเนื้อหา (Content Provider) ภายนอก ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง จะทวีความสำคัญขึ้นในอนาคต

ธนรัตน์ กวีวิทยเวชญ์ (2537, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องลักษณะการเปิดเพลงของรายการสไมล์ เรดิโอ เน็ทเวิร์ค 3 โดยการศึกษาเทคนิคและรูปแบบของนักจัดรายการพบว่า การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาพูดคุยและแสดงความคิดเห็น ถือเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและกำหนดเนื้อหาของรายการซึ่งเป็นผลให้รายการนอกจากจะสร้างความบันเทิง สนุกสนานแล้วยังเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นเป็นศูนย์กลางของการกระจายข่าวสาร และ เป็นแหล่งที่ผู้ฟังสามารถพูดคุยทำความรู้จัก และ สร้างสังคมในกลุ่มตนได้

วลัยลักษณ์ เศรษฐฤทธิ์ (2539, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่ม เกิดจากความต้องการตอบสนองทางอารมณ์ (Affective Need) เพลิดเพลินสนุกสนาน และมีเพื่อนแก้เหงา ความต้องการตระหนักรู้ (Cognitive Need) รับทราบสาระความรู้ ข่าวคราว ความต้องการกลุ่ม (Integrative Need) เพื่อให้เกิดการยอมรับจากเพื่อน มีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม และความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา (Escape Need) ผ่อนคลายความเครียดและลืมปัญหาหรือแรงกดดันที่เผชิญอยู่

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2532, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไป ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ FM. SCA โดยที่การวิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไป ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ FM. SCA ได้ทำการสุ่มตัวอย่างมาศึกษาเป็นจำนวน 200 คนเป็นกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่ใช้บริการรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ ผลการวิจัยพบว่าผู้โดยสารทั้งเพศชาย และ หญิงมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และผู้โดยสารที่มีช่วงอายุต่างกัน และอาชีพต่างกันมีความคาดหวัง และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน โดยผู้ที่มีความคาดหวังต่ำและความพึงพอใจต่ำเป็นผู้ที่มีอายุน้อย และ/หรือ มีอาชีพรับราชการ ส่วนผู้ที่มีความคาดหวังสูง และ ความพึงพอใจสูงคือผู้ที่มีอายุน้อย และ/หรือมีอาชีพรับจ้าง (ผู้ใช้แรงงาน)

สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง (2539, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อสถานีวิทยุจุฬาฯ “ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ศึกษาชั้นปีที่4 อายุประมาณ 20ปี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการรับฟังรายการสถานีวิทยุจุฬาน้อยมากคือน้อยกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์ โดยมีการเปิดรับฟังรายการประมาณ 2 ชั่วโมง และผู้ฟังจะฟังรายการมากที่สุดในช่วงเวลา 20.00 – 24.00น.ขณะอยู่ที่บ้าน สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการกับความพึงพอใจในการเปิดรับฟังรายการของกลุ่มตัวอย่างพบว่ามีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ในเรื่องของการได้รับความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้นกว่าเดิมและช่วยให้รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน

ชุดาภา ปุณณะหิตานนท์ (2541, น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “ การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลล์ม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการมาก โดยรับฟังรายการเพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดจากกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันอันดับแรก รองลงมาฟังเพราะทำให้ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลิน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับฟังรายการพบว่า เพศ อายุ และรายได้ มีความสัมพันธ์พฤติกรรมการรับฟังรายการ

อรนุช สุตประเสริฐ (2538, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลพบว่ารายการแข่งขันชิงรางวัลแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือรายการประเภทที่เน้นสาระความรู้เป็นหลัก รายการที่เน้นความบันเทิงเป็นหลักและรายการประเภทที่เน้นทั้งสาระความรู้ และ ความบันเทิง และ จากการใช้เครื่องมือแบบสอบถามสำรวจทัศนคติของผู้ชมพบว่าผู้ชมนิยมรับชมรายการแข่งขันชิงรางวัลคละกันไปทั้ง 3 ประเภท แต่ส่วนใหญ่ก็มีความต้องการที่จะชมรายการแข่งขันชิงรางวัลประเภทที่เน้นทั้งสาระ ความรู้และความบันเทิงผสมอยู่ในรายการเดียวกันเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่ารายการแข่งขันชิงรางวัลในปัจจุบันนั้นสะท้อนให้เห็นค่านิยมในสังคมไทยทั้งด้านบวก และ ด้านลบ แต่ลักษณะของค่านิยมในด้านลบจะปรากฏอย่างชัดเจนมากกว่าในด้านบวก

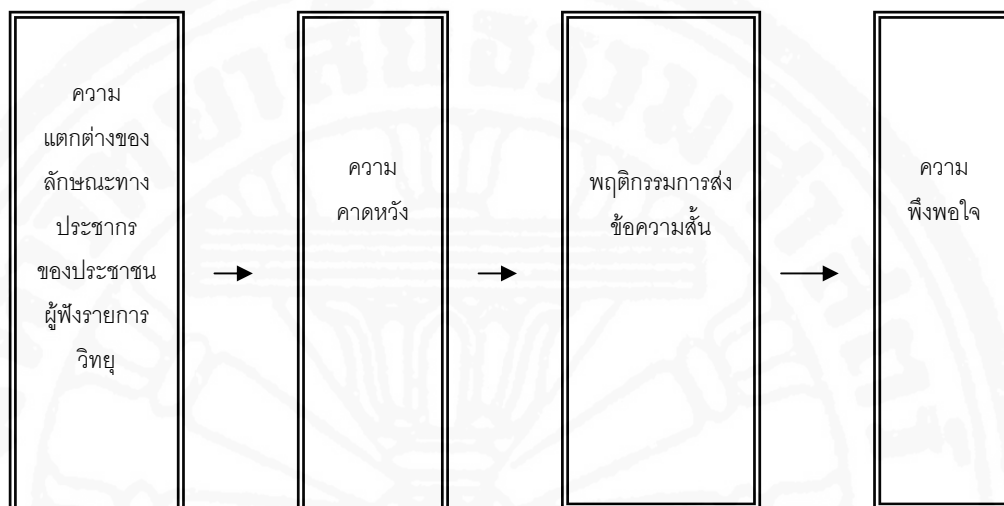
นภารัตน์ พฤษสุราลัย (2541, น. บทคัดย่อ) การวิจัยเรื่อง "ทัศนคติและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ" ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 25-39 ปี กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เกือบทั้งหมดมีเครื่องมือสื่อสารขณะเปิดรับชมรายการโทรทัศน์รูปแบบ อินเตอร์แอคทีฟ โดยโทรศัพท์มือถือเป็นชนิดของเครื่องมือสื่อสารที่มีมากที่สุด พฤติกรรมเปิดรับชมรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการทุกวัน วันละ 1 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 3-4 รายการ โดยเปิดรับชมในลักษณะสลับช่องไปมากับรายการอื่น รูปแบบรายการที่เปิดรับชมบ่อยที่สุดคือ รายการสนทนาข่าว และเปิดรับชมรายการเรื่องเล่าเช้านี้บ่อยที่สุด เพราะทำให้ทราบข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์มากที่สุด นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมีส่วนร่วมในรายการ แต่สนใจอยากมีส่วนร่วม โดยอยากมีส่วนร่วมในรายการถึงลูกถึงคนมากที่สุด และการ

เล่นเกม/ชิงรางวัลเป็นลักษณะการมีส่วนร่วมที่สนใจมากที่สุด ทักษะที่ดีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่ดีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ โดยมีทักษะที่ดีต่อรูปแบบรายการ และมีทักษะดี เป็นกลางต่อการสื่อสารกับรายการ ความต้องการที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟในระดับมาก โดยมีความต้องการทั้งต่อรูปแบบรายการ และต่อการสื่อสารกับรายการในระดับมาก ข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเสนอแนะให้ปรับปรุงเรื่องการกำหนดค่าใช้จ่ายในการมีส่วนร่วมมากที่สุด

ในการวิจัยเรื่อง “ ความคาดหวังและความพึงพอใจจากการส่งข้อความสั้นในรายการวิทยุของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้อาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาทั้งหมดมากำหนดเป็นแนวทางสำหรับการวิจัย เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมในการส่งข้อความสั้นของประชาชนผู้ฟังรายการวิทยุ ซึ่งย่อมมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความต่างของปัจจัยภายนอกและภายในตัวบุคคล โดยที่การส่งข้อความสั้นนั้นผู้รับสารเป็นฝ่ายกระทำ คือ เป็นฝ่ายเลือกเพราะมีเหตุผลหรือแรงจูงใจ และ การคาดหวังในผลตอบแทนที่จะได้รับหลังจากการส่งข้อความสั้น ซึ่งผลตอบแทนนั้นอาจไม่ใช่เพียงทรัพย์สินเงินทองหรือวัตถุ แต่อาจอยู่ในรูปของความสบายใจจากการได้เสนอแนะแลกเปลี่ยน ความคิดเห็น หรือ ความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้รับการกล่าวถึง หรือถูกชื่นชม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

ภาพที่ 2.8

แสดงความสัมพันธ์ของแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย



ภาพที่ 2.9

แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย

