

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์” นี้ เน้นศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจากการชมรายการคุณพระช่วย ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบแนวความคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม
2. แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์
3. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร
(Selective and Information Seeking Theory)
4. แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
(The Uses and Gratifications Theory)
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

ในการศึกษาวิจัยเรื่องใดก็ตามจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจความหมายของสิ่งที่ทำการศึกษา เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันอย่างถูกต้อง โดยความหมายของคำว่า “วัฒนธรรม” นี้ ได้มีนักวิชาการหลายท่านทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้นิยามไว้ในหลายแง่มุม ดังนี้¹

คำว่า วัฒนธรรม ในทางภาษานั้นเป็นคำจากการรวมคำ 2 คำที่มาจากภาษาบาลีและสันสกฤต คำว่า วัฒนธรรม เป็นภาษาบาลี หมายถึง สิ่งที่เกิดจากอกอง ความก้าวหน้า ส่วนคำว่า ธรรม เป็นภาษาสันสกฤต หมายถึง คุณความดี เมื่อนำมารวมกันแล้ว วัฒนธรรม จึงหมายถึง คุณธรรมหรือลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความหมายดังกล่าวนี้คนทั่วไปมักจะเข้าใจตรงกัน

¹สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม: แนวทางศึกษาวิเคราะห์และวางแผน (ขอนแก่น: โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา, 2536), น. 3-4.

ความหมายในทางปกครอง พระราชบัญญัติวัฒนธรรม พ.ศ. 2485 ได้กำหนดไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีของประชาชน

ส่วนวัฒนธรรมในทางสังคมศาสตร์มีความหมายที่แตกต่างจากความหมายที่คนทั่วไปใช้กัน คือ นักสังคมศาสตร์จะไม่พิจารณาถึงเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ความดี ความเลว ความเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม แต่จะพิจารณาถึงวัฒนธรรมในแง่ของปัจจัยสำคัญที่อำนวยความสะดวกต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคม ยกตัวอย่างดังนี้

สุพัตรา สุภาพ² ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า “วัฒนธรรมมีความหมายครอบคลุมทุกสิ่งทุกอย่าง อันเป็นแบบแผนในความคิดและการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์ วิธีการในการปฏิบัติ การจัดระเบียบตลอดจนระบบความเชื่อ ความนิยม ความรู้ และเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ”

พัทธา สายหนู³ ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมว่า “แบบอย่างการดำเนินชีวิตในเรื่องต่าง ๆ ของกลุ่มสังคมหนึ่ง ซึ่งเห็นได้ว่า ทำให้แตกต่างจากกลุ่มสังคมอื่น เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มเดียวกันย่อมทำอะไรในแบบอย่างเดียวกัน วัฒนธรรมจึงเป็นเสมือนเครื่องหมายหรือตราประจำของกลุ่มที่คนอื่นเห็นแล้วรู้ได้ทันที”

เทย์เลอร์ (Tylor)⁴ นักมานุษยวิทยาและเป็นบิดาของสาขาวิชามานุษยวิทยาวัฒนธรรม ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมว่า “วัฒนธรรม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งได้มาจากการเรียนรู้ของสังคมและสมาชิกได้มีส่วนร่วมในการใช้สิ่งนั้น ๆ สมาชิกในสังคมจะได้รับวัฒนธรรม เป็นมรดกทางสังคม และเขาอาจปรับปรุง เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมนั้น ๆ เพื่อเป็นมรดกแก่ชนรุ่นต่อไป”

²สุพัตรา สุภาพ, สังคมและวัฒนธรรมไทย: ค่านิยม ครอบครั้ว ศาสนา ประเพณี, พิมพ์ครั้งที่ 11 (กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2543), น. 101.

³พัทธา สายหนู, กลไกของสังคม, พิมพ์ครั้งที่ 10 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544), น. 23.

⁴Tylor Edward Burnett, Primitive Culture (London: John Murray, 1871), p. 1, อ้างถึงใน สุรพล สุวรรณ, ดนตรีไทยในวัฒนธรรมไทย (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), น. 8.

กรีน (Green)⁵ นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน ได้ให้ความหมายของคำว่าวัฒนธรรมไว้ว่า “วัฒนธรรม คือ กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมให้บุคคลเกิดความรู้ รู้จักวิธีปฏิบัติ มีความเชื่อ ตลอดจนเข้าใจผลผลิตทางศิลปะทั้งหลาย และดำรงรักษาสิ่งเหล่านั้นไว้ หรือเปลี่ยนแปลงไปในเวลาที่เหมาะสม”

ความหมายของ คำว่า วัฒนธรรม จึงสรุปได้ว่า วัฒนธรรม คือ กิจกรรมที่มนุษย์สรรค์สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์แห่งการดำรงชีวิตและสืบทอดเผ่าพันธุ์เป็นแบบแผนการประพฤติปฏิบัติร่วมกันในสังคมด้วยความเรียบร้อยสวยงาม มีการสั่งสม แลกเปลี่ยน พัฒนา และถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังชนอีกรุ่นหนึ่ง เป็นเครื่องแสดงถึงพื้นฐานจิตใจและสภาพสังคมของกลุ่มชนนั้น ๆ

สำหรับประเภทของวัฒนธรรม ในสังคมจะมองเห็นได้หลายลักษณะแตกต่างกันออกไปแล้วแต่สภาพของสิ่งแวดล้อมและมุมมองของแต่ละกลุ่มคน ซึ่งอาจจะเป็นทางด้านสังคมวิทยา ตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติหรืออาจจะแยกสาขาก็ได้

ทางด้านสังคมวิทยา เป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มของสังคมทั่ว ๆ ไปว่า วัฒนธรรมได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของสังคมทั้งอดีตและปัจจุบันจะต้องสอดคล้องเป็นเหตุผลต่อกัน แต่จะเป็นรูปแบบสวนทางกัน ดังนี้⁶

1. วัฒนธรรมด้านวัตถุ (Material culture) เป็นวัฒนธรรมที่เน้นสิ่งที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ สิ่งของ หรือวัตถุที่มนุษย์ได้ประดิษฐ์คิดค้นและสร้างขึ้น เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ เครื่องบิน เครื่องยนต์ สิ่งก่อสร้าง และอาคารบ้านเรือน เป็นต้น

2. วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-material culture) เป็นวัฒนธรรมที่เน้นสิ่งที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ภาษา ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ลัทธิประเพณีต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำรงชีพของมนุษย์

⁵Green Arnold W., Sociology (New York: McGraw-Hill, Inc., 1972), p. 75, อ้างถึงใน สมศักดิ์ ศรีสันติสุข, การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม: แนวทางการศึกษาวิเคราะห์และวางแผน, น. 4.

⁶เรื่องเดียวกัน, น. 14-16.

ตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ.2485 ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้เป็น 4 ประเภท⁷ คือ

1. คตินิยม (Moral culture) เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับหลักของการดำเนินชีวิตในสังคม และส่วนใหญ่เป็นเรื่องของจิตใจ โดยเน้นทางด้านคุณธรรม ศีลธรรม เพราะถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิตมนุษย์เราทุกคน ถ้าหากขาดวัฒนธรรมทางด้านคตินิยม จะทำให้มนุษย์เราไม่สมบูรณ์ อยู่ในสังคมได้ด้วยความปลอดภัยเข้ากับคนอื่นได้ยาก

2. เนติกรรม (Legal culture) เป็นวัฒนธรรมเกี่ยวกับกฎหมาย กฎเกณฑ์ของสังคมหรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับว่ามีความสำคัญเท่าเทียมกันกับกฎหมาย เพราะทุกสังคมจำเป็นต้องมีทั้งกฎหมาย และขนบธรรมเนียมประเพณีเพื่อควบคุม และปิดช่องว่างกฎหมายแต่ละอย่างให้ประชาชนในสังคมไม่ทำความผิดหรือทำความผิดน้อยลง

3. วัตถุกรรม (Material culture) เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับวัตถุเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ในการดำรงชีวิต เช่น เกี่ยวกับการกินดีอยู่ดี เครื่องนุ่งห่ม บ้านเรือน ยารักษาโรค โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ สิ่งของที่เป็นสาธารณสมบัติ เพื่อเป็นการประกอบอาชีพเป็นการเพิ่มพูนรายได้ ยกฐานะความเป็นอยู่ของตนเองให้สูงขึ้น

4. สหกรรม (Social culture) เป็นวัฒนธรรมทางสังคม ซึ่งรวมถึงคุณธรรมต่าง ๆ ที่ทำให้มนุษย์เราอยู่ร่วมกันอย่างผาสุกถ้อยทีถ้อยอาศัยกันรวมทั้งระเบียบมารยาทที่พึงปฏิบัติต่อกันในสังคมทุกชนิดทุกรูปแบบอย่างเหมาะสมถูกต้อง เช่น มารยาทในการรับแขก มารยาทในการรับประทานอาหาร การไปงานมงคลทุกชนิด การไปงานศพ การเดินทางด้วยยานพาหนะที่แตกต่างกัน เป็นต้น

เมื่อได้มีการแบ่งวัฒนธรรมตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ ซึ่งจะได้เป็น 4 ประเภทนั้น ขณะเดียวกันสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ยังได้แบ่งวัฒนธรรมตามลักษณะเนื้อหาของวัฒนธรรมไทยออกเป็น 5 สาขาอีกด้วย เพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดขึ้นดังนี้⁸

1. ศิลปกรรม (Arts) ได้แก่ ภาษา วรรณกรรม การละคร นาฏศิลป์ ดนตรี จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และศิลปะการแสดงอื่น ๆ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่เกิดจากความรัก ชอบ และจะต้องมีความสามารถพิเศษเฉพาะตัว

⁷ สุรพล สุวรรณ, ดนตรีไทยในวัฒนธรรมไทย, น. 14-15.

⁸ เรื่องเดียวกัน, น. 15-16.

2. มนุษยศาสตร์ (Humanities) ได้แก่ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม ขนบธรรมเนียม ประเพณี กฎหมาย การปกครอง ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ปรัชญา ศาสนา ซึ่งถือว่าสำคัญ นำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ปลอดภัย เกิดความรักใคร่ปรองดองกัน

3. การช่างฝีมือ (Practical craft) ได้แก่ การเย็บปักถักร้อย การแกะสลัก การทอ การจักสาน การทำเครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องทอง ซึ่งเป็นวิชาชีพที่เกิดจากการเรียนรู้มาจากบรรพบุรุษ สืบทอดต่อกันไปเรื่อย ๆ ตลอดชั่วอายุ แล้วไปวิวัฒนาการขึ้นใหม่ตามยุคสมัยของสังคมนั้น ๆ

4. กีฬาและนันทนาการ (Sports and recreation) ได้แก่ มวยไทย กระบี่ กระบอง ตะกร้อ การละเล่นพื้นเมือง ดนตรีไทย นาฏศิลป์ ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของไทยอย่างแท้จริง จะไม่เหมือนกับของต่างชาติ ถึงแม้จะเลียนแบบกันก็ไม่เหมือนต้นแบบ

5. คหกรรม (Domestic arts) ได้แก่ ระเบียบ กฎเกณฑ์เกี่ยวกับพฤติกรรมในเรื่องของการดำรงชีวิตด้านการกินอยู่ มารยาทในสังคม การแต่งกาย การตกแต่งอาคารสถานที่ของบ้าน หรือสถานที่ทำงาน การดูแลเลี้ยงเด็กให้มีสุขภาพอนามัยที่ดีถูกต้อง

นอกจากนี้ กรมศิลปากรยังได้แบ่งมรดกศิลปวัฒนธรรมไทยในความรับผิดชอบออกเป็น 5 ประเภท⁹ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. มรดกศิลปวัฒนธรรมที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุ ประเภทโบราณสถาน คือ สิ่งก่อสร้างที่เคลื่อนย้ายไม่ได้ มีลักษณะที่เห็นรูปทรงชัดเจน เช่น ปราสาท ราชวัง วัด ป้อม ค่าย กำแพง ที่เห็นรูปไม่ชัด ได้แก่ คูน้ำ คันดิน ถนนโบราณ เนินดินที่ปกคลุมเจดีย์ โบสถ์ วิหาร เนินดินที่เป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ชุมชน เช่น บ้านเรือน หรืออนุสรณ์สถานต่าง ๆ อันเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์

ส่วนโบราณวัตถุ จะเป็นของที่ทำจากสิ่งมีชีวิต เช่น ผ้า ใบลาน กระดาษ หนังสือตัวกระดุก งาช้าง ที่ทำจากสิ่งไม่มีชีวิต ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา แก้ว โลหะ เครื่องมือหิน และซากสิ่งมีชีวิต เช่น โครงกระดูก โครงสัตว์

2. มรดกทางศิลปวัฒนธรรมประเภทงานจิตรกรรม งานศิลปวัฒนธรรมประเภทนี้จะมีอยู่ในวัดเป็นส่วนใหญ่ เช่น งานเขียนลายรดน้ำ ภาพเขียนตู้พระธรรม จิตรกรรมฝาผนังในผนังพระ

⁹สมคิด โชติทวณิชย์, “แนวทางการอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรมไทย,” ใน โครงการสืบสานวัฒนธรรมไทย “ภูมิไทย นิยมไทย” (กรุงเทพมหานคร: สำนักเสริมศึกษาและบริการสังคม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. 10-12.

อุโบสถ พระวิหาร งานจิตรกรรมในสมุดไทย โบราณ เช่น หนังสือตำราพิชัยสงคราม ตำรายาแผนโบราณ ตำราคชลักษณ์ ภาพพระบาง

3. มรดกทางศิลปวัฒนธรรมประเภทงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน ในที่นี้หมายถึง เครื่องมือ เครื่องใช้ เครื่องประดับ เสื้อผ้าพื้นบ้านพื้นเมือง ซึ่งส่วนมากมีการผลิตอย่างง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน ใช้วัสดุในท้องถิ่น ผลิตโดยชาวบ้าน คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันเป็นสำคัญ เช่น เครื่องจักสาน ผ้าไหม ผ้าฝ้ายแบบต่าง ๆ ภาชนะดินเผา เสื้อผ้า เครื่องประดับ เป็นต้น

4. มรดกทางศิลปวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ ประเพณี ขนบธรรมเนียม แบบแผนข้อปฏิบัติในกลุ่มหรือสังคมซึ่งยอมรับปฏิบัติสืบต่อกันมา เช่น ศาสนา จารีต ความรู้สือต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น แต่จะสัมผัสได้ทางประสาทสัมผัสอื่น ๆ เมื่อได้นำเอา สิ่งที่มองไม่เห็นดังกล่าวมาแสดงออกในรูปของการปฏิบัติ ได้แก่ พิธีกรรมทางศาสนา การพูดหรือสื่อภาษา การเขียนหรือจารึก การร้อง-เล่นดนตรีเป็นการสื่อทำนองออกมาเป็นเสียง เป็นต้น มรดกทางศิลปวัฒนธรรมประเภทที่เป็นนามธรรมเหล่านี้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และภาษาและวรรณกรรม

5. ศิลปะการแสดง มรดกทางศิลปวัฒนธรรมประเภทสร้างความบันเทิงใจ ศิลปะการแสดงของไทยที่เป็นมรดกตกทอดมาตั้งแต่สมัยโบราณ ได้แก่ การเล่นเพลงพื้นเมือง เพลงอีแซว เพลงเหย่ย เพลงปรบไก่ เพลงเกี่ยวข้าว โนราห์ หนังตะลุง รองเง็ง ฟ้อนเล็บ ฟ้อนผี ลิเก ละคร ไซน กระบี่กระบอง หุ่นกระบอก หนังใหญ่ ลำตัด เป็นต้น ในการแสดงต่าง ๆ เหล่านี้ส่วนใหญ่จะต้องมีดนตรีและการขับร้องประกอบ

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบเนื้อหาที่น่าสนใจในแต่ละช่วงรายการคุณพระช่วย กับประเภทของวัฒนธรรมไทย ข้างต้น สรุปได้ว่ารายการคุณพระช่วยได้มีการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในทุกประเภทที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงได้นำการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาสาระจากรายการเป็น 5 ด้านคือ มรดกทางศิลปวัฒนธรรมที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัตถุ มรดกทางศิลปวัฒนธรรมประเภทงานจิตรกรรม มรดกทางศิลปวัฒนธรรมประเภทงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน มรดกศิลปวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม และศิลปะการแสดง ตามที่กรมศิลปากรได้แบ่งไว้ โดยมีการปรับปรุงภาษาเล็กน้อยเพื่อเป็นกรอบในการวิจัย และเพิ่มความกระชับ ชัดเจน ให้กับเครื่องมือวิจัยมากยิ่งขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์

มนุษย์มีความต้องการในการติดต่อสื่อสารเพื่อให้การดำเนินชีวิตเป็นไปได้อย่างดี ซึ่งฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell)¹⁰ และชาร์ลส์ ไรท์ (Charles Wright)¹¹ นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนได้สรุปโยงความต้องการของมนุษย์ในการสื่อสารเข้าสู่หน้าที่ของการสื่อสาร ดังนี้

1. ดูแลและบอกกล่าวถึงสภาพแวดล้อม (Surveillance of the Environment) หมายถึง การระแวดระวังสอดส่องดูเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อบอกกล่าวให้แก่สมาชิกในสังคมได้รับรู้เพื่อระมัดระวัง ปรับตัวหรือเตรียมการ ซึ่งเท่ากับการรายงานเหตุการณ์ที่น่าสนใจนั่นเอง

2. ผสมผสานส่วนต่าง ๆ ของสังคม (Correlation of the Parts of Society) หมายถึง การทำหน้าที่ในการประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคมโดยเป็นเวทีของการแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่น่าสนใจร่วมกัน เพื่อหาข้อตกลงหรือข้อยุติร่วมกัน

3. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม (Transmission of Social Inheritance) คือ การให้ความรู้ให้การศึกษาโดยการถ่ายทอดสอนสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้เพื่อให้ความรู้นั้นโดยมีการสืบทอดต่อไป

4. การให้บันเทิง (Entertainment) นับเป็นความต้องการของมนุษย์ประการหนึ่งในการแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจ จึงได้พยายามถ่ายทอดสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว

สำหรับสื่อโทรทัศน์จัดเป็นสื่อมวลชนที่สามารถสนองความต้องการในการสื่อสาร และทำหน้าที่ให้บริการตามที่มนุษย์ต้องการและคาดหวังได้เป็นอย่างดี โดยหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์นั้น

¹⁰Harold D. Lasswell, "The Structure and Function of Communication in Society," in L. Bryson (ed.). The Communication of Ideas (New York: Harper and Brothers, 1948), อ้างถึงใน อรรถ ตรีสันทิสุข, "บทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์, หน่วยที่ 3 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2528), น. 115-116.

¹¹Charles, R. Wright, "Functional Analysis and Mass Communication," In Lewis A. Dexter and David Manning White (eds.). People, Society and Mass Communication, (New York: Free Press, 1964), อ้างถึงใน เรื่องเดียวกัน, น. 115-116.

ประกอบไปด้วยหน้าที่หลัก 4 ประการที่สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการติดต่อสื่อสารและหน้าที่ของการสื่อสาร¹² ดังนี้คือ

1. หน้าที่เสนอข่าวสาร เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะมีผู้คอยเฝ้ายามคอยดูแลความปลอดภัยให้ ซึ่งในการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์นั้นโทรทัศน์ก็ต้องมีหน้าที่รายงานเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารมาให้ผู้อื่นได้ทราบทั่วกัน

2. หน้าที่เสนอความคิดเห็น เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือการหาข้อตกลงข้อยุติในประเด็นปัญหาต่าง ๆ จากความต้องการนั้นจึงต้องการสถานที่หรือเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งโทรทัศน์ก็สามารถทำหน้าที่เพื่อการนี้ได้

3. หน้าที่เสนอบริการการศึกษา เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการเรียนรู้ศิลปะวิทยาการต่าง ๆ เพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ หรือเพื่อความสุนทรีย์ของชีวิต ซึ่งความต้องการนี้ก็สามารถใช้โทรทัศน์ ทำหน้าที่บริการให้การศึกษาได้

4. หน้าที่บริการความบันเทิง เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนานเป็นความพอใจที่คนส่วนใหญ่แสวงหา ซึ่งโทรทัศน์มีศักยภาพอันเหมาะสมยิ่งในการบริการความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการด้านพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์

สื่อโทรทัศน์นับเป็นสื่อมวลชนที่ได้รับการยอมรับโดยทั่วไปว่า เป็นสื่อมวลชนที่เข้ามามีอิทธิพลและเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มได้มากที่สุด รายการโทรทัศน์จึงกลายเป็นธุรกิจบันเทิงที่มีการแข่งขันสูงกว่าสื่ออื่น ๆ และมีเม็ดเงินหมุนเวียนอยู่ในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งสังเกตได้จากบริษัทผู้ผลิตรายการและสถานีโทรทัศน์ต่างก็นำเสนอรายการโทรทัศน์ออกมามากมายในหลากหลายรูปแบบ ทั้งที่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกลุ่มผู้ชมให้ได้มากที่สุด

¹² เรืองเดียวกัน, น. 116.

สำหรับรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในการจัดรายการโทรทัศน์กันอย่างแพร่หลาย มีดังนี้¹³

1. พูดคุย รายการพูดคุย (Talk Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชม โดยการหยิบยกเอาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับข่าวสาร ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์สาระความรู้ หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ซึ่งอาจมีการสัมภาษณ์ สันทนา ภาพประกอบหรือส่วนประกอบอื่น ๆ ร่วมด้วย ในสหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่ารายการทอล์คโชว์ (Talk Show)

2. สนทนา รายการสนทนา (Conversational Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คน โดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการหรือดำเนินการสนทนา ส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนา และคอยคุมการสนทนาให้เป็นไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการ คอยเชื่อมโยงประเด็นการสนทนา เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนา ผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุยกับผู้ร่วมรายการ ในขณะเดียวกันก็ต้องคอยพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วย โดยเฉพาะในช่วงต้นที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนา และช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา ซึ่งรายการสนทนาแตกต่างจากรายการพูดคุย คือ รายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง แต่รายการสนทนาเป็นการสนทนากันระหว่างผู้ร่วมรายการ

3. อภิปราย รายการอภิปราย (Discussion Programme) เป็นรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะหนึ่ง แต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง หากแต่เป็นการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการ ซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2 – 4 คน ผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์ มีความเชี่ยวชาญ หรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่อภิปราย ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชิญมาร่วมรายการแต่ละครั้งควรมีความหลากหลายเพื่อให้ผู้ชมจะได้รับรู้ในทฤษฎีหรือมุมมองที่แตกต่างกันไป วัตถุประสงค์ของรายการอภิปราย ส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นเวทีแสดงทฤษฎีหรือความคิดเห็น และแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการ หากเป็นรายการอภิปรายที่ถ่ายทอดสด (live) อาจเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมแสดงความคิดเห็นด้วย

¹³ชัยยงค์ พรหมวงศ์ นิคม ทาแดง และไพบูรณ์ คะเชนทร์พรรค, “รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2546), น. 149-155.

4. สัมภาษณ์ รายการสัมภาษณ์ (Interview Programme) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คน หรือมากกว่ามาร่วมพูดคุย ชักถามปัญหา ข้อสงสัย หรือชี้แจงข้อเท็จจริง ตามหัวข้อที่กำหนดในแต่ละรายการ โดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คน ทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือชักถาม และผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริงต่อข้อคำถาม ซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด

รายการสัมภาษณ์ จะแตกต่างจากรายการสนทนาตรงที่ผู้ดำเนินรายการหรือผู้สัมภาษณ์จะต้องทำหน้าที่คอยตั้งคำถาม แล้วให้ผู้ร่วมรายการตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริงให้มากที่สุด จะไม่ร่วมตอบคำถามนั้น ๆ ด้วย แต่อาจสรุปข้อคำตอบให้ชัดเจน

5. สาธิตและทดลอง รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธี เทคนิค วิธีการ กระบวนการ และขั้นตอน หรือรายละเอียดอื่น ๆ ของการกระทำหรือการประดิษฐ์สิ่งใดสิ่งหนึ่ง ด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิค แต่ละวิธีการหรือแต่ละขั้นตอนเพื่อให้ผู้ชมรายการได้รับความรู้ความเข้าใจในแนวทางและขั้นตอนที่เป็นรูปธรรม สามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริง เช่น การสาธิตการเสริมสวย การทำผม การแต่งหน้า การสาธิตปรุงอาหาร การสาธิตการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

6. ข่าว รายการข่าว (News Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์ เรื่องราว ข้อเท็จจริง หรือข้อคิดเห็น ที่น่าสนใจ มีความสดใหม่ มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่น ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศ การอ่านคำบรรยายข่าวประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าว การรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าว ในสถานที่จริงหรือลักษณะอื่น ๆ นอกจากจะใช้รูปแบบการนำเสนอข่าวโดยตรงแล้วยังอาจนำเสนอในลักษณะของการวิเคราะห์หรือวิจารณ์ข่าว (News Analysis หรือ News Commentary) สารคดีเชิงข่าว (News Documentary)

7. สารคดี รายการสารคดี (Documentary Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นเรื่องจริงหรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริง ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผูกพันกับเหตุการณ์และบุคคลจริง เกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับมนุษย์ อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นการนำเสนอเรื่องจริง แต่การนำเสนอจะต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ไม่ใช่ออกเลียนแบบจากของจริงทั้งหมดโดยไม่มีการตกแต่ง เพื่อให้รายการเป็นที่น่าสนใจ น่าติดตาม ไม่น่าเบื่อ ผู้ชมชมแล้วนอกจากจะได้สาระความรู้แล้วยังจะรู้สึกเพลิดเพลินและผ่อนคลายไปในขณะเดียวกัน

8. ละคร รายการละคร (Drama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่เสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริง เพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับสาระ ข้อคิด คติเตือนใจ และความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการ โดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการละคร ศิลปะการแสดง เทคนิคการถ่ายทำ การตัดต่อลำดับภาพ และการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบ เพื่อให้เรื่องราวมีความสมจริงสมจัง ผู้ชมชมแล้วมีอารมณ์ร่วม และเกิดความรู้สึกคล้อยตาม วัตถุประสงค์ของรายการละครมุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันก็อาจสอดแทรกสาระความรู้ ข้อคิด หรือคติเตือนใจไปด้วย

9. สาระละคร รายการสาระละคร (Docudrama Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัยรูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละคร เป็นการนำเอารูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดสาระความรู้ หรือสะท้อนปัญหาในด้านต่าง ๆ โดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหา สาเหตุของปัญหา และอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำ อธิบายหรือขยายสาระ และสรุปประเด็น เพื่อให้ผู้ชมได้สาระความรู้ และความบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน

10. เพลงและดนตรี รายการเพลง (Music Programme) เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรี ซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลงที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลงที่เรียกว่า มิวสิควิดีโอ (Music Video) หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ต ซึ่งอาจจะเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่ภาพ หรือเป็นการถ่ายทอดสด โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการ พูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลงหรือการแสดงดนตรีของนักร้อง และพูดปิดรายการ

วัตถุประสงค์โดยตรงของรายการเพลงและดนตรี มุ่งเน้นให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกันอาจมีวัตถุประสงค์โดยอ้อมเพื่อสอดแทรกสาระความรู้เล็ก ๆ น้อย ๆ หรือการพูดชักจูงโน้มน้าวใจ กระตุ้นหรือสร้างจิตสำนึกบางสิ่งบางอย่าง

11. นิตยสาร รายการนิตยสาร (Magazine Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลาย ซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่องย่อยต่างกันหลาย ๆ เรื่อง แต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกันหรือต่างแนวกันก็ได้ และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกัน เช่น อาจเริ่มด้วยรายการเพลง สลับด้วยรายการสัมภาษณ์ รายการสารคดี รายการสนทนา หรือรายการละคร แต่สิ่งสำคัญของรูปแบบนิตยสารก็คือ การเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน

วัตถุประสงค์ของรายการนิตยสารส่วนใหญ่มุ่งให้ความบันเทิงโดยสอดแทรกสาระความรู้ในเนื้อหาของรายการ อย่างไรก็ตามแม้รายการนิตยสารจะมีความหลากหลายทั้งในแง่เนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอ แต่ผู้จัดรายการพึงตระหนักว่าจะต้องเป็นรายการที่มีเอกภาพ (Unity) นั่นคือ ต้องคำนึงถึงเนื้อหาสาระที่เป็นแกนของรายการและแนวทางการนำเสนอรายการ

12. ปิกนิกะ รายการปิกนิกะ (Variety Programme) หรือที่นิยมเรียกว่ารายการวไรตี้ (Variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิงหลากหลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการปิกนิกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงหรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รายการปิกนิกะจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอ ด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจ สร้างความสนุกสนานบันเทิงใจ ให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน

รูปแบบรายการที่มักปรากฏในรายการปิกนิกะได้แก่ รายการแสดงดนตรีและร้องเพลง รายการแสดงตลก หรือละครตลกเบาสมอง รายการสัมภาษณ์นักร้องนักแสดงที่มีชื่อเสียง พร้อมการแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการปิกนิกะก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในการนำเสนอ มีไหวพริบดี แก้ปัญหาเฉพาะหน้าเก่งและมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

13. เกมโชว์ รายการเกมโชว์ (Game Show Programme) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกมหรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้น ภายใต้เงื่อนไขของกฎและกติกาตามที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกายหรือใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขัน ฝ่ายชนะจะได้รางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทน โดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกาคอยดำเนินการและควบคุมการแข่งขันให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรม ในกรณีที่เป็นการแข่งขันตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา (Quiz Programme) ซึ่งมักเป็นการทดสอบความรู้หรือเชาว์ปัญญาในเรื่องต่าง ๆ

14. สปอต รายการสปอต (Spot Programme) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่องและเรียบเรียงให้สั้นกะทัดรัด และใช้ศิลปะการนำเสนอด้วยภาพและเสียงที่สอดคล้อง และกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30 – 60 วินาที

วัตถุประสงค์ของการนำเสนอในรูปแบบสปอตโทรทัศน์เพื่อจะตอกย้ำด้วยการออกอากาศแพร่ภาพบ่อยครั้ง เช่น สปอตประชาสัมพันธ์ สปอตโฆษณา สปอตรณรงค์ในเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาใดปัญหาหนึ่งของสังคมซึ่งผู้รณรงค์ต้องการโน้มน้าวหรือชักจูงให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้และร่วมมือกันปฏิบัติตาม

จากรูปแบบของรายการต่าง ๆ ข้างต้น อาจกล่าวได้ว่ารายการคุณพระช่วย ที่นำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นรายการประเภทนิตยสาร (Magazine Programme) เนื่องจากมีความหลากหลาย ทั้งในแง่เนื้อหาสาระและรูปแบบการนำเสนอ รวมทั้งเนื้อหาที่เสนอมีความเป็นเอกภาพ (Unity) คือนำเสนอเฉพาะเรื่องราวที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยเท่านั้น แต่ทั้งนี้จากการที่รายการคุณพระช่วยได้รับรางวัลประเภทรายการปกิณกะดีเด่น จากเวทีโทรทัศน์ทองคำ รวมทั้งประชาชนส่วนใหญ่มีความเข้าใจว่าเป็นเช่นนั้น จึงอาจนิยามรายการคุณพระช่วยว่าเป็นรายการปกิณกะ หรือ Variety Programme ได้

นอกจากประเภทและลักษณะของรายการโทรทัศน์ดังกล่าว การวิจัยครั้งนี้ยังควรต้องทราบถึงหลักในการจัดรายการเพื่อวัฒนธรรมร่วมด้วย เนื่องจากรายการคุณพระช่วย จัดเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีแนวคิดหลักเพื่อการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมไทย โดยหลักการจัดรายการเพื่อวัฒนธรรมนั้น สามารถกล่าวได้โดยสังเขป ดังนี้¹⁴

เมื่อกล่าวถึงรายการโทรทัศน์เพื่อวัฒนธรรมก็มีความหมายเป็น 2 นัย กล่าวคือ นัยแรก รายการเพื่อสาธารณชน รายการเพื่อการศึกษา และรายการสาระประโยชน์ทุกชนิดเป็นรายการเพื่อวัฒนธรรม นัยที่สอง มีความหมายแคบกว่า คือหมายถึง รายการเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมโดยเฉพาะเท่านั้น เพื่อให้มวลชนได้เรียนรู้ รักษา และพัฒนาให้สืบทอดต่อไป ซึ่งรายการคุณพระช่วย ที่นำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จัดว่าเป็นรายการเพื่อวัฒนธรรมตามความหมายนัยที่สอง คือ เป็นรายการที่ส่งเสริมวัฒนธรรมโดยเฉพาะ

ในการจัดรายการวัฒนธรรมนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมุ่งเสนอสิ่งที่เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรม ที่บรรพบุรุษของชนในชาติสร้างสมขึ้นมาเพื่อความดีงาม และความเจริญ รายการวัฒนธรรมที่จัดเสนอทางสื่อมวลชนของไทย บางโอกาสก็มุ่งเสนอเฉพาะสิ่งที่ดีงาม เช่น รายการ

¹⁴ วิจิตร ภัคธีรัตน์, “หลักการจัดรายการเพื่อวัฒนธรรม,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุและโทรทัศน์, หน่วยที่ 12 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2528), น. 845-846.

เอกลักษณ์ไทย บางโอกาสก็เสนอในลักษณะสร้างความเจริญแก่มวลชนด้วยรายการที่ปลูกฝังและปฏิบัติตามค่านิยมพื้นฐานต่าง ๆ

ในประเทศที่พัฒนา รายการเพื่อวัฒนธรรมนั้นมุ่งส่งเสริมเชิดชูศิลปกรรมและวัฒนธรรมทางดนตรี นาฏศิลป์เป็นหลัก เพราะวัฒนธรรมด้านนี้มนุษย์สามารถสัมผัสสุนทรียะได้ ประจักษ์และวิจักษ์คือรับรู้และเห็นคุณค่าได้ง่าย และมีความเชื่อมั่นว่าเมื่อชนในชาติสัมผัสวัฒนธรรมที่เป็นรูปธรรมได้ ก็สามารถชักนำไปสู่การสัมผัสวัฒนธรรมระดับสูงด้วยใจ ได้แก่ เรื่องอันเป็นนามธรรมต่าง ๆ ได้ไม่ยากนัก

การนำแนวคิดด้านรายการโทรทัศน์มาสนับสนุนการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เข้าใจภาพรวมของรายการโทรทัศน์มากขึ้น ทั้งในส่วนลักษณะของรายการโทรทัศน์โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการประเภทนิตยสารและปกิณกะ รวมทั้งหลักการผลิตรายการเพื่อส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมที่ถือเป็นแนวคิดหลักของรายการคุณพระช่วย ที่นำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร **(Selective and Information Seeking Theory)**

การเปิดรับข่าวสารนั้น จัดได้ว่าเป็นการรับรู้ในชีวิตประจำวันของมนุษย์อย่างหนึ่ง ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสารความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน นอกจากนั้นบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้และเป็นคนทันสมัย ทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย และอิทธิพลของการสื่อสารจะมีมากน้อยเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับผู้รับสาร กล่าวคือหากผู้รับสารมีสิทธิเลือกเปิดรับสื่อนั้น ๆ ได้ อิทธิพลของสื่อต่อผู้รับสารก็จะมีไม่มากนัก ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับว่า ผู้รับสารแต่ละบุคคลจะเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจข่าวสารใด นอกจากนั้นผู้รับสารแต่ละคนยังมีความสามารถในการตีความและจดจำ ตลอดจนตอบสนองต่อข่าวสารนั้น ๆ แตกต่างกันไปอีกด้วย

เมื่อผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำ (Passive) หรือถูกป้อนฝ่ายเดียว แต่มีการกระทำ (Active) หรือมีบทบาทในการแสวงหาและโต้ตอบข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่มีอยู่รอบ ๆ ตัวในชีวิตประจำวัน ผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงความต้องการของผู้รับสารเพื่อให้การ

สื่อสารครั้งนั้นสัมฤทธิ์ผล ซึ่งโดยทั่วไปมนุษย์เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อจุดประสงค์ต่าง ๆ ดังนี้¹⁵

1. เพื่อทราบความเป็นไปของเหตุการณ์รอบตัว ทำให้เป็นคนรอบรู้ ทันเหตุการณ์ ทันสมัย ไม่ล้าหลัง
2. เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และมีอยู่รอบตัวเราทั้งใกล้และไกล
3. เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกทำให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ที่เราได้รับรู้
4. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความบันเทิง ผู้บริโภคข่าวสารสื่อมวลชนจำนวนมากไม่น้อยที่เปิดรับสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิง หรือเพื่อหนีความเป็นจริงที่เผชิญหน้าอยู่สักชั่วครู่ชั่วยาม ไปสู่จินตนาการ หรือความฝันต่าง ๆ แล้ง ๆ จากภาพยนตร์ ละคร หรือนวนิยายที่มีอยู่ในสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักถูกกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความล้มเหลวของการสื่อสารไปยังผู้รับสาร ก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการตระเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและมีความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ไม่ได้ยืนยันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ และความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น¹⁶ ดังนี้

¹⁵พีระ จิรโสภณ, “ผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์, หน่วยที่ 9 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์บางกอกบลิ๊ก, 2531), น. 435-436.

¹⁶พีระ จิรโสภณ, “การเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11, พิมพ์ครั้งที่ 2 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 636-640.

ภาพที่ 2.1
กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น



1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด โดยบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมแล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า “Cognitive Dissonance”

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตนเองสนใจ ความต้องการ ทศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ดังนั้นการสื่อสารมวลชน เช่น การโฆษณาหรือการรณรงค์ในเรื่องต่าง ๆ อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำก็เป็นได้เสมอ

พฤติกรรมในการเลือกในการสื่อสารนี้ เป็นการอธิบายให้เห็นถึงลักษณะความกระตือรือร้น (Active) ของผู้รับสาร แสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชน ไม่ได้เป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive audience) ที่รับผลจากการกระทำของสื่อมวลชน

สำหรับการแสวงหาข่าวสารนั้น อาจจะจัดอยู่ในหัวข้อเดียวกับแนวทางการศึกษาทฤษฎีเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนได้ ทั้งนี้เพราะมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน ในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนั้น ชี้ให้เห็นว่าปัจเจกบุคคลเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจต่าง ๆ ของตนเอง สำหรับการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสาร เน้นเรื่องพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดว่า ทำไมบุคคลจึงเลือก หรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

ปัจจัยที่ทำให้บุคคลเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง ชาร์ลส์ แอตคิน¹⁷ กล่าวว่า บุคคลเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ซึ่งสอดคล้องกับ วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm)¹⁸ ที่ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่าคนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) กล่าวคือ ผู้อ่านก็ดี ผู้ดูก็ดี หรือผู้ฟังก็ดี จะเลือกรับสื่อที่ตัวเองมีความสะดวกที่สุด และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward) ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่ได้รับ (เช่น

¹⁷Charles K. Atkin, "Anticipated Communication and Mass Media International Seeking," In Public Opinion Quarterly (New York: Free Press, 1973), อ้างถึงใน พิระ จิโรธณ, "การเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 639.

¹⁸Wilbur Schramm, "Channels and Audiences," In Handbook of Communication (Chicago: Ran McNally College Publishing Company, 1973).

การได้รับข่าวสารหรือ ความบันเทิงตามที่ต้องการ) สูงกว่าการลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา) หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพันเช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้ง ถ้าหากความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสาร บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาซ้ำ ๆ ซาก ๆ ในโทรทัศน์ก็เนื่องจากหลีกเลี่ยงเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหม่นไปช่องไหน ๆ ก็เจอแต่โฆษณาก็เลยจำใจต้องนั่งดูทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ

เมอร์ริล และโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein)¹⁹ ได้กล่าวถึงเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้มีการใช้สื่อเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ กล่าวคือ

1. ความเหงา เป็นเหตุผลทางจิตวิทยาโดยตรงที่ว่า ปกติคนเราย่อมจะไม่ชอบที่อยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดจากความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเฝ้าระวังจากสังคมจึงพยายามที่จะรวมกลุ่ม เพื่อสังสรรค์กับผู้อื่นเท่าที่โอกาสจะอำนวยให้ เมื่อไม่สามารถจะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลใดโดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร ปกติมนุษย์จะอยากรู้อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวเองที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดตามลำดับ และไม่ว่าสิ่งทีสนองความอยากรู้อยากเห็นนั้นจะเกิดจากวัตถุสิ่งของ ความคิด หรือการกระทำของเพื่อนบ้าน หรือเพื่อนร่วมโลก ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เกิดขึ้นใกล้ชิดกับตนเองมากที่สุดแล้ว คงจะไม่มีอะไรดีว่าสื่อมวลชนต่าง ๆ ทั้งนี้มิใช่ เพราะว่าสิ่งเหล่านั้นจะมีผลกระทบต่อนตนเองทั้งทางตรงและทางอ้อมเท่านั้น แต่เป็น

¹⁹Merrill, John C., and Lowenstein, Ralph L., Media Messages and Men: New Perspective In Communication (New York: David McKay Company Inc., 1971), pp. 134-135.

ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งที่เกิดขึ้นในแง่ต่าง ๆ เช่น สาเหตุของเหตุการณ์ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้น รวมทั้งผลกระทบซึ่งอาจจะเกิดขึ้นกับตนเองหรือผู้อื่นอีกด้วย

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง โดยพื้นฐานมนุษย์เป็นผู้เห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสารจึงต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะใช้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุผล เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป สื่อมวลชนแต่ละอย่างก็มี “ลักษณะเฉพาะ” ที่ผู้รับข่าวสารแต่ละคนแสวงหาและที่ได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน “ลักษณะเฉพาะ” ของสื่อแต่ละอย่างจึงมีส่วนที่ทำให้ผู้รับข่าวสารจากสื่อมวลชนมีจำนวนองค์ประกอบแตกต่างกันไป ทั้งนี้เพราะว่าผู้รับข่าวสารแต่ละคนย่อมจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin)²⁰ ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (entertainment) ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

²⁰Charles K. Atkin, “Anticipated Communication and Mass Media International Seeking,” In Public Opinion Quarterly (New York: Free Press, 1973), อ้างถึงใน
 พิระ จิรโสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 639-640.

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้น แอตคิน เรียกว่า “ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค” (Immediate Consummatory Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) นั้น แอตคิน ให้ชื่อว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด และแก้ปัญหาต่าง ๆ” (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิง ขณะเดียวกัน

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเร้าใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เจยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับภาระประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย

นอกจากนี้ การเลือกเปิดรับสื่อ ยังขึ้นอยู่กับเกณฑ์การเลือกสื่อ ดังต่อไปนี้²¹

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก ตัวอย่างเช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐ มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน เป็นต้น

3. เลือกสื่อที่สะดวก (Convenience) ในปัจจุบัน ผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมี

²¹พรทิพย์ วรภิภาคาร, “ผู้รับสาร,” ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 292-293.

พฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามทัศนคติ เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ข้อนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคากถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เข้าใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย เป็นต้น

สำหรับการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อในการวิจัยนั้น แม็คเลอด (McLeod)²² กล่าวว่า ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

1. การวัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time Spent with the Media)
2. การวัดจากความถี่ของการใช้สื่อ (Frequency)

แม็คเลอด กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้รับสาร เวลาว่างที่มีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Media) ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายในทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการโทรทัศน์ ความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น

²²McLeod, Jack K., and O, Keefe Garrett, "the Socialization Perspective and Communication Behavior," Gerald Kline and Philip J. Tichenor (eds.), In Current Perspectives in Mass Communication Research (London: Sage Publications, 1972), p. 123.

จากทฤษฎีข้างต้น ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน แสดงให้เห็นว่าการเปิดรับสารของบุคคลนั้นมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้วยหลายประการ บุคคลที่มีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมีโอกาสที่จะมีความสนใจต่อการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน จึงเป็นพื้นฐานอย่างหนึ่งในการศึกษาวิจัยว่า ผู้ชมรายการคุณพระช่วยในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมกาเปิดรับสารอย่างไร และเพื่อประโยชน์ใดบ้าง

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ **(The Uses and Gratifications Theory)**

การวิจัยการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Uses and Gratifications Research) เป็นการศึกษาสื่อมวลชน ในแนวทางที่แตกต่างไปจากการศึกษาเรื่องผลกระทบของสื่อ (Media Effect Research) ซึ่งให้ความสนใจเฉพาะอิทธิพลของสื่อต่อผู้รับสาร แต่เพียงอย่างเดียว แต่ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร จะเน้นที่ผู้รับสารเป็นผู้ริเริ่มในการเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเนื้อหาของสารที่สนองตอบความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคล และให้ความพอใจแก่ผู้รับสารในการใช้สื่อและสารนั้น ๆ ผู้รับสารนั้นจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชน²³ หากแต่เป็นผู้ที่สามารถกำหนดได้ว่า ตนต้องการอะไร จากสื่อใด สารประเภทไหน และสารที่ได้เหล่านั้นไปตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร

การศึกษาในแนวการใช้ประโยชน์และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนี้ เป็นการศึกษา มมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคม โดยเน้นที่ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาแนวทฤษฎีนี้จึงเน้นความต้องการ และ สาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน วิธีการตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ได้ชี้ให้เห็นความต้องการต่าง ๆ ของผู้รับสารที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น ทั้งนี้เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่น ๆ ต่างมีส่วนช่วยอธิบายการที่มนุษย์เราแสวงหา หรือหลีกเลี่ยงการใช้ข่าวสารที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนไปใช้ให้เป็นประโยชน์

²³ยูล เบ็ญจรงค์กิจ, “การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ,” วารสารนิเทศศาสตร์ 6 (สิงหาคม 2528):32.

การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ ได้แก่

1. ความต้องการของผู้รับสาร จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ ได้แก่

- ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตน
- ต้องการประสบการณ์ใหม่
- ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1. อายุ อายุหรือวัยนับเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันด้านความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนมีอายุมากขึ้น²⁴

โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (idealistic) ใจร้อน (impatient) และมองโลกในแง่ดี (optimistic) มากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีความคิดอนุรักษนิยม (conservative) ยึดถือการปฏิบัติ (pragmatic) ระมัดระวัง (cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (pessimistic) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีอายุ มีประสบการณ์ชีวิต ซึ่งเคยผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย นอกจากนั้น โดยปกติแล้วคนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย²⁵ ดังนั้น อายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

²⁴Myer, Michele Toela and Myers, Gail E., Managiry by Comm : An Organizational Approach (Tokyo: Mc Graw-Hill Kogakush Ltd., 1982), p. 5.

²⁵ประมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ 10 (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2546), น. 113.

2.2. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้ม และมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย²⁶

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของหญิงชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีความใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ (emotional) โอนอ่อนผ่อนตาม (submissive) และเป็นแม่บ้านแม่เรือน (home-oriented) และมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผล และจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง²⁷

2.3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ (occupation) รายได้ (income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (race and ethnic group) และภูมิหลังทางครอบครัว (family background) การวิจัยทางด้านนิเทศศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่ามีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรม ประสพการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน²⁸

2.4. การศึกษา ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสารอย่างมาก ซึ่งอาจจะพบได้ตั้งแต่การตีความ การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกันไป ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาระดับใด เพื่อสามารถเสนอข่าวสาร คำแนะนำและบริการ โดยเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมกับผู้รับสาร²⁹

²⁶Willo, O.A. Goldhabers, G.M. and Yates, M.P., "Organization Communication Research: Time for Reflection," In dam Nimo (ed.), Communication Yearbook 4 (New Jersey: International Communication Association, 1980), p. 87.

²⁷ปรมะ สตะเวทิน, หลักนิเทศศาสตร์, น. 114.

²⁸เรื่องเดียวกัน, น. 114-116.

²⁹สมร ทองดี, "จิตวิทยาเกี่ยวกับการรับสารนิเทศ," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสาร, หน่วยที่ 5 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532), น. 229.

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจ และประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (information satisfaction) เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่าง ๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้³⁰

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้ส่งสารมาเป็นความต้องการของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีนี้อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 ขั้นที่มาสโลว์ (Maslow)³¹ กล่าวไว้ คือ ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอยากรู้อยากเห็น ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม เป็นการยอมรับว่า มนุษย์เราสนใจแสวงหาสารจากสื่อมวลชนไม่ใช่ถูกยัดเยียดข้อความให้ดังที่เคยคิดกัน

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ก็คือว่า เราศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความข่าวสารของการสื่อสาร เราศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้ มากกว่าที่จะศึกษาว่าข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไร และจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เรา

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมีข้อสรุปที่ยอมรับกัน ดังนี้

³⁰Evans. John W, "Alienation and leaning in a Hospital Setting," In American Sociology Review (December 1962):772-782.

³¹Maslow, A.H., Motivation and Personality (New York: Harper and Brothers, 1954).

1. มนุษย์ใจ และแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือก และการหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Gold-Directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน³²

การศึกษาทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจนี้ ได้มีผู้ริเริ่มมาตั้งแต่ต้นยุค 1940 เมื่อ เฮร์ซอก (Herzog)³³ ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน โดยที่ในขณะเดียวกันนั้น การศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสาร เริ่มส่อเค้าให้เห็นว่า สื่อสารมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมาก ดังที่นักวิชาการในยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้

การค้นพบครั้งนี้ เป็นแนวทางให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเอาเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ซึ่งถือว่าในการสื่อสารนั้นผู้รับสาร คือ ตัวจักรสำคัญในการตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานของตนเป็นหลัก และได้รับการสนับสนุนเป็นจริงเป็นจังจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

³² เสรี วงษ์มณฑา, “จิตวิทยาในการสื่อสาร,” วารสารธรรมศาสตร์ 9 (เมษายน-มิถุนายน 2523):6.

³³ Herzog H., “What do we really know about daytime serial listeners,” In Radio Research (New York: Duell Sloan and Pearce, 1944), pp. 349-353.

ต่อมา แคทซ์ และคณะ (Katz and others)³⁴ ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ต งานวิจัยชิ้นนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยสำรวจขั้นพื้นฐานและความพยายามที่จะประดิษฐ์ เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานชิ้นแรกที่มีลักษณะเป็นการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ซึ่งถือเป็นต้นแบบของงานวิจัยในแนวนี้

แคทซ์ และคณะ ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในแง่ต่าง ๆ องค์ประกอบทั้งสามนี้ได้แก่

ก. Mode คือลักษณะของความต้องการ เช่น

- (1) ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- (2) ต้องการให้ลดน้อยลง
- (3) ต้องการให้ได้มา

ข. Connection คือจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ

- (1) การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
- (2) การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
- (3) การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
- (4) การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ค. Referent คือบุคคลหรือสิ่งภายนอก ที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- (1) ตนเอง
- (2) ครอบครัว
- (3) เพื่อนฝูง
- (4) สังคม รัฐบาล
- (5) ขนบประเพณี วัฒนธรรม
- (6) โลก

³⁴Katz and others, "Utilization of mass communications by the individual," In The Uses of Mass Communication (Beverly Hills: Sage, 1973), อ้างถึงใน ยุบด เป็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 85-88.

(7) สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้งสามนี้ แคทซ์ และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้น เป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้ดังนี้ คือ ก1 ข4 ค2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว ซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน ก2 ข4 ค1 คือความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเองนั่นคือ ความต้องการที่จะหนีพ้น (Escape) จากสถานะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิงจะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

แคทซ์ และคณะ นำข้อความซึ่งความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความมาสร้างมาตราวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการและอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับ คือความต้องการแง่ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก (4) ไม่สำคัญเลย

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผู้ให้สัมภาษณ์ชาวอิสราเอล ได้ถูกนำมาวิเคราะห์โดยใช้ Guttman's SSA (Smallest Space Analysis) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับ Cluster Analysis และ Factor Analysis คือเป็นความพยายามจัดกลุ่มให้ความต้องการที่ได้รับการให้คะแนน (1-4) ความสำคัญจากผู้ให้สัมภาษณ์คนเดียวกัน มีความใกล้เคียงกับความต้องการอื่น ๆ มากน้อยแค่ไหน เพื่อที่จะได้ข้อเท็จจริงว่า บุคคลแต่ละคนให้ความสำคัญต่อความต้องการประเภทใด คล้ายคลึงกันบ้าง แคทซ์ และคณะ ค้นพบว่าความต้องการเกี่ยวกับตนเองและความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่นและสิ่งอื่น ๆ ถูกจัดความสำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบตัวที่สาม (Referent) ซึ่งได้แก่ ตนเอง บุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติของความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคล 2 ประเภท

นอกจากนี้ แคทซ์ และคณะ ยังได้วัดระดับของความพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือสร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือและภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตราวัดความพอใจ เช่น โทรทัศน์ สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปได้ในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย

นอกจากนี้ยังถามประกอบด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ให้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

ถึงแม้ว่าผลของการวิจัยจะพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์ของแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ อาทิเช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็จัดอันดับว่า สื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้องการต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสันโดษ ไม่มีการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่น ๆ จะเห็นว่าสื่อมีประโยชน์สูงในการสนองความต้องการ แคทซ์ และคณะยังพบว่า สื่อมวลชนช่วยในการสนองความต้องการที่จะหนี (Escape) จากสภาพเป็นจริงได้ดี และคนที่ให้ความสำคัญต่อความต้องการรักษาสถานภาพของรัฐให้มั่นคง มักจะเห็นว่า สื่อช่วยในการสนองความต้องการนี้ได้ดี

แคทซ์ และคณะ³⁵ ได้ให้คำอธิบายในแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสาร ดังนี้

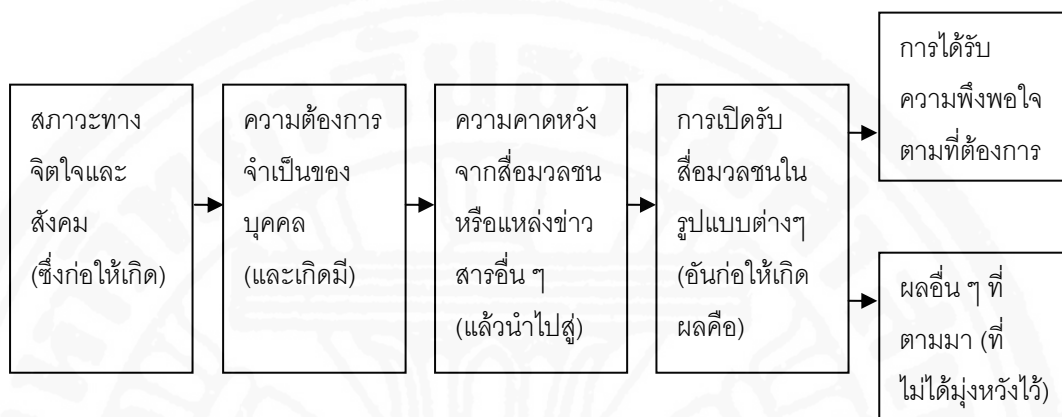
แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ 1. สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด 2. ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี 3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ 4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ 5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ 6. ผลอื่น ๆ ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้

³⁵Katz, E. and Others, "Utilization of mass communications by the individual," In The Uses of Mass Communication (Beverly Hills: Sage, 1973), อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 634-635.

ภาพที่ 2.2

องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์ของการได้รับความพอใจ



แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างกัน

แนวทางการใช้สื่อและความพึงพอใจจะเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่อง ซึ่งความต้องการ (และที่มาของความต้องการ) แรงจูงใจ พฤติกรรมและความพึงพอใจที่ติดตามมาจะเชื่อมโยงต่อเนื่องกันเป็นลูกโซ่ การศึกษาวิจัยนั้นจึงอาจจะเจาะศึกษาที่ช่วงใดช่วงหนึ่งของลูกโซ่ โดยเฉพาะก็ได้³⁶

โดยความหมายของคำว่า ประโยชน์ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratifications) นั้น โรเซนเกรน³⁷ กล่าวไว้ว่า ทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความ

³⁶ ยูปล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 84.

³⁷ Rosengren, Karl Erick, "Used and Gratifications: A Paradigm Outlined," In The Used of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research, Edited by J.G. Blumler and E. Katz (Beverly Hills: Sage Publications, 1974), pp. 269-285.

พึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ เพราะฉะนั้น นักวิจัยอาจจะศึกษาเฉพาะตัว
หนึ่งตัวใจ โดยมีเป้าหมายถึงทั้งสองตัวได้

นอกจากนี้ ยังมีผลการวิจัยอื่น ๆ ที่ชี้ให้เห็นด้วยว่า การอ่านหนังสือพิมพ์ การรับฟัง
รายการวิทยุ และการชมรายการโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลยังขึ้นอยู่กับเหตุผลอื่น ๆ ซึ่ง แม็คคอมบส์
และเบคเกอร์ (McCombs and Becker)³⁸ ได้เน้นเหตุผลในการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนใน
มุมมองของผู้รับสารเป็น 6 ประการ ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและ
สังเกตการณ์รอบตัว เพื่อให้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไร
เป็นสิ่งสำคัญที่ควรจะต้องรู้

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการ
ตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่

3. เพื่อนำเอาไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)

4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่
กำลังเกิดขึ้นด้วย

5. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เพื่อเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้นหรือ
ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลาย
อารมณ์ (Emotional Release)

สวันคิปแพ็ค และเมอร์เรย์ (Kippax and Murray)³⁹ ได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการ
รับรู้ในคุณสมบัติของสื่อโดยเขาต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับ
ความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณสมบัติของสื่อ ผลการศึกษา มีดังนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและ
การรับรู้ในคุณสมบัติของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ
มาก คือ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่าง

³⁸Maxwell, McCombs E., and Becker, Lee B, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs: N.J. Prentice-Hall, Inc., 1979), pp. 51-52.

³⁹Kippax, Susan., and Murray, John P, "Using The Mass Media Need Gratification and Perceived Utility," Communication Research 7 (1980):335-359.

ที่มีอายุน้อย คือ ตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อ เพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูง จะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์ โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เขาสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลก และเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองมาตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

จากการศึกษาของคิปแพ็ค และคณะ สรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคือ งานของเวนเนอร์ (Lawrence Wenner)⁴⁰ ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) เวนเนอร์ แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientation Gratification หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล ใช้เพื่ออ้างอิงเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (surveillance) หรือ การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยตัดสินใจ (decisional utility)

2. Social Gratifications เป็นการใช้อخبارเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

⁴⁰Lawrence A. Wenner, "The Nature of News Gratifications," In Media Gratifications Research: Current Perspective (Beverly, Calif.: Sage Publications, 1985), pp. 171-193.

3. Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para-Orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

สำหรับความพึงพอใจที่จะทำให้เกิดการรับสารนั้น บลูมเลอร์ (Jay G. Blunler)⁴¹ ได้จำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การเบนความสนใจออกไปจากสภาพการณ์ในชีวิตจริง (diversion) ผู้รับสารจะใช้สื่อเพื่อให้สามารถหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหาในชีวิต หรือความจำเจในงานประจำวันไปสู่โลกแห่งจินตนาการในโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น

2. การตอบสนองความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกอื่น ๆ ของสังคม (personal relationship) ความเป็นเพื่อน เป็นการใช้สื่อเพื่อชดเชย เป็นรูปแบบที่ชัดเจนมาก เช่น แม่บ้านเปิดวิทยุทิ้งไว้เป็นเพื่อนยามต้องอยู่บ้านคนเดียวตอนกลางวัน ผู้รับสารบางคนก็พบว่าเป็นการยากที่จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างแท้จริงกับคนอื่น จึงหันมาใช้สื่อเป็นเพื่อน นอกจากนั้น สื่อยังตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ทางสังคมอีก เช่น การดูโทรทัศน์ช่วยสร้างประเด็นในการสนทนา การถ่ายทอดประสบการณ์หรือการถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องราวในชีวิตประจำวันซึ่งทำให้มีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่น ๆ ในสังคม เป็นไปง่ายขึ้น

3. การตอบสนองความต้องการการแสวงหาเอกลักษณ์ส่วนบุคคล (personal identity) ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะใช้สารที่ได้รับจากรายการมาเปรียบเทียบโดยตรงกับสถานการณ์ในชีวิตของตนเองหรือกับบุคคลใกล้เคียง หรือคนที่รู้จักการสำรวจความเป็นจริงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการ เพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจชีวิต ส่วนการสนับสนุนคุณค่าหรือมาตรฐานทางศีลธรรม สังคมและการเมืองที่จะมาสนับสนุนค่านิยมที่ตนมีอยู่

⁴¹ Jay G. Blunler, "The Social Character of Media Gratifications," In Media Gratifications Research: Current Perspective (Beverly, Calif.: Sage Publications, 1985), p. 50.

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ต่าง ๆ (Surveillance) ให้รู้ทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leader) ใช้สื่อเพื่อติดตามข้อมูลข่าวสารในการที่จะดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตน

นอกจากนี้ ปาล์มกรีน และคณะ (Palmgreen Phillip and others)⁴² ที่สนใจศึกษาและพัฒนาแนวความคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้สรุปถึงสมมติฐานทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจอย่างรวบรัด ดังนี้

1. ผู้รับสารมีความกระตือรือร้น (active)
2. การใช้สื่อของผู้รับสารส่วนใหญ่จะถูกมองว่าผู้รับสารมีเป้าหมาย (goal directed) และ...
3. จะมีการแข่งขันกับแหล่งอื่น ๆ ในการได้มาซึ่งการตอบสนองความพึงพอใจและเมื่อ...
4. ผู้รับสารเชื่อมโยงความต้องการ (needs) ของตนในการเลือกใช้สื่อ
5. การบริโภคสื่ออาจบรรลุความพึงพอใจได้แตกต่างกัน ถึงแม้ว่า...
6. เนื้อหาสื่อเพียงอย่างเดียวนั้นไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจได้อย่างถูกต้อง เนื่องจาก...
7. คุณลักษณะของสื่อ (media characteristics) จะเป็นตัวกำหนดระดับความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองตามความต้องการ (needs) ในแต่ละครั้งแตกต่างกัน และเนื่องจาก...
8. ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองนั้น สามารถมีจุดเริ่มต้นที่เนื้อหาสื่อ การเปิดรับหรือไม่เปิดรับ และ/หรือ สถานการณ์ทางสังคมที่มีการเปิดรับสื่อเกิดขึ้น

⁴²Palmgreen Phillip and J.D. Rayburn, "An Expectancy-Value Approach to Media Gratification," In Media Gratifications Research: Current Perspective (Beverly, Calif.: Sage Publications, 1985), p. 14.

นอกจากนี้ สำหรับประเทศไทย ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ⁴³ ได้ศึกษาชุดตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน ซึ่งแมคเคเวล และคณะ ได้สร้างไว้ และได้ปรับปรุงขึ้นใหม่เพื่อสอดคล้องกับการใช้สื่อสารมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อมูลแนะนำในการปฏิบัติหรือความคิดเห็นในการตัดสินใจ

1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็นและสนองความสนใจ

1.4 ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษาตนเอง

1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อสารมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)

2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์สังคม

3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น

3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ

3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.4 ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม

3.5 สร้างสานสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

⁴³McQuial, Dennis.; Blumer, Jay G., and Brown, J.R., The Television

Audience: A Revised Perspective in Sociology of Mass Communication (New York:

Dennis, Penquin Book, 1972), อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ, ทฤษฎีการ

สื่อสารมวลชน (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531), น. 110-

112.

4. ความต้องการความบันเทิง

4.1 การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ

4.2 การผ่อนคลาย

4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ

4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป

4.5 ปลดปล่อยอารมณ์

4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนั้นเป็นการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ว่าเป็นการสื่อสารที่เกิดจากแรงผลักดันภายในผู้รับสารเอง หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “ความต้องการของผู้รับสาร” เพื่อเลือกใช้สื่อเพื่อสนองตอบความต้องการด้านต่าง ๆ และนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริโภคสื่อเหล่านั้น ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีความต้องการใช้ข่าวสารตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลต่างกัน⁴⁴

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถนำมาใช้สนับสนุนงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่เปิดรับชมรายการคุณพระช่วยทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ โดยการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมรายการทางโทรทัศน์ดังกล่าว ถือเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญยิ่ง ทั้งยังสำคัญต่อการวิจัยในแนวทางของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีนี้มาเป็นกรอบในการวิจัยโดยได้ศึกษาถึงตัวแปรการใช้ประโยชน์จากการชมรายการดังกล่าวว่า ผู้ชมสามารถนำข่าวสารที่ได้รับจากการชมรายการคุณพระช่วยไปใช้ประโยชน์ ขณะเดียวกันก็เกิดความพึงพอใจตามมาอย่างไรด้วย

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์” นี้ นอกจากทฤษฎีที่ได้กล่าวถึงข้างต้น เพื่อสร้างกรอบความคิดนำไปอธิบายปรากฏการณ์ตามผลการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในเรื่องของลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ

⁴⁴ยูปล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 39.

รวมทั้งการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ชมได้รับจากสื่อมวลชน เพื่อนำใช้เป็นแนวทางการศึกษาดังนี้

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ มีดังนี้

โรบินสัน (Robinson, John P)⁴⁵ พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและมีระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสาร และจะเพิ่มพูน ความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้น โดยใช้สื่อมวลชน

ปาล์มกรีน, เว็นเนอร์ และเรย์เบิร์น (Palmgreen, Wenner, and Rayburn)⁴⁶ ได้ศึกษาส่วนต่างระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการข่าวโทรทัศน์ โดยศึกษาจาก 3 ช่อง คือ ABC CBS และ NBC พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ รายได้ครอบครัว และการศึกษา) เป็นตัวทำนายการเปิดรับสื่อ และพบว่า การประเมินความชอบในตัวผู้อ่านข่าว (Anchor Person) รูปแบบรายการ (Program Format) และคุณภาพของข่าว (News Quality) มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชม รวมทั้ง ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมข่าวโทรทัศน์ การเปิดรับชมรายการข่าวมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ การเลือกดูรายการข่าวช่องที่ชอบมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับ จึงสรุปได้ว่า การเลือกชมข่าวช่องที่ชอบเป็นตัวทำนายความพึงพอใจ

⁴⁵Robinson, John P, "Mass Communication and Information Diffusion," In Kline and Tichenor, Current Perspectives in Mass Communication Research (London: Sage Publications, 1972), p. 77.

⁴⁶Palmgreen, Philip; Wenner, Lawrence A., and Rayburn, J.D., "Gratification Discrepancies and News Program Choice," Communication Research 8 (October 1981):451-478.

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ มีดังนี้

วรรณา สุชาติสุทธธรรม⁴⁷ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “บทบาทและผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อความคิดเห็นในการได้รับความรู้ด้านวัฒนธรรมไทย และการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย” พบว่า ความถี่ในการชมรายการโทรทัศน์ด้านวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการได้รับความรู้ด้านวัฒนธรรมไทย และการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย และระยะเวลาในการชมโทรทัศน์ (จำนวนชั่วโมงต่อวัน) มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นในการได้รับความรู้ด้านวัฒนธรรมไทย แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย ในขณะเดียวกัน ลักษณะทางประชากรที่ศึกษานั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย แต่กลับพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย

อลงกรณ์ ปริวุฒิพงศ์⁴⁸ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับการรับรู้ข่าวสารวัฒนธรรมไทย ของนักเรียนมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับสื่อประเภทโทรทัศน์เป็นสื่อที่เปิดรับข่าวสารด้านวัฒนธรรมไทยมากที่สุด โดยชอบชมรายการประเภทละครและภาพยนตร์มากที่สุด รองลงมาคือรายการประเภทรายการปิกนิกะบันเทิง และรายการประเภทเพลง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการข่าวสารทางวัฒนธรรมไทยจากสื่อมวลชนในรูปแบบของบันเทิงคดี และสารคดี มากกว่ารูปแบบอื่น ๆ

⁴⁷วรรณา สุชาติสุทธธรรม, “บทบาทและผลกระทบของโทรทัศน์ที่มีต่อความคิดเห็นในการได้รับความรู้ด้านวัฒนธรรมไทย และการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. บทคัดย่อ.

⁴⁸อลงกรณ์ ปริวุฒิพงศ์, “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสื่อสารกับการรับรู้ข่าวสารวัฒนธรรมไทย ของนักเรียนมัธยมปลายในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540), น. บทคัดย่อ.

รัชฎา ขวัญดี⁴⁹ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษา กรุงเทพมหานครในการชมรายการวัฒนธรรมไทยทางวิทยุโทรทัศน์” พบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปี รายได้ แตกต่างกัน ไม่ทำให้นักศึกษามีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการ วัฒนธรรมไทยแตกต่างกันในขณะที่นักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการวัฒนธรรมไทยแตกต่างกัน และพบว่า การเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทางด้าน วัฒนธรรมไทยมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากรายการวัฒนธรรมไทยทางโทรทัศน์

วัชรียา อานามวัฒน์⁵⁰ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม的开รับสื่อโทรทัศน์ เพื่อการใช้ ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ” โดยศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียน มัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรม的开รับสื่อโทรทัศน์ คือ กลุ่มเพศหญิงมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวัน มากกว่ากลุ่มเพศชาย และกลุ่มที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีปริมาณการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวัน แตกต่างกัน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างชมรายการเพื่อประโยชน์และเพื่อตอบสนองความต้องการ ดังนี้ คือ เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ เพื่อต้องการคำแนะนำ เพื่อนำเอาไปใช้สนทนา เพื่อเสริมความ คิดเห็น เพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายอารมณ์

อรณี ฝูงวรรณลักษณ์⁵¹ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาใน กรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับ

⁴⁹รัชฎา ขวัญดี, “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ของนักศึกษา กรุงเทพมหานครในการ ชมรายการวัฒนธรรมไทยทางวิทยุโทรทัศน์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2543), น. บทคัดย่อ.

⁵⁰วัชรียา อานามวัฒน์, “พฤติกรรม的开รับสื่อโทรทัศน์ เพื่อการใช้ประโยชน์และการ ตอบสนองความต้องการ: ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขต กรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533), น. บทคัดย่อ.

⁵¹อรณี ฝูงวรรณลักษณ์, “การเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจใน รายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น. บทคัดย่อ.

ความพึงพอใจของสมาชิกชมรมพระพุทธศาสนา และการคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา

วียดา เกียวกุล⁵² ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแตกต่างกัน และประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้การเปิดรับรายการข่าวโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ปัทมาวดี หล่อวิจิตร⁵³ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม” ผลการวิจัยพบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง และพฤติกรรมการเปิดรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาการออกอากาศ

อนุชิต มุรธาทิพย์⁵⁴ ทำการวิจัยเรื่อง “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.” ผลการวิจัย ในส่วนความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการตีสิบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจและใช้ประโยชน์จากการชมเพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินและความบันเทิงมากที่สุด รองลงมา คือเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ทันโลก

⁵²วียดา เกียวกุล, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น. บทคัดย่อ.

⁵³ปัทมาวดี หล่อวิจิตร, “ทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองของผู้ชม,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น. บทคัดย่อ.

⁵⁴อนุชิต มุรธาทิพย์, “ทัศนคติ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการตีสิบ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 อ.ส.ม.ท.,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542), น. บทคัดย่อ.

เพศที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมในการชมรายการทีลึบ ไม่แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการชมรายการแตกต่างกัน และพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีระยะเวลาในการชมรายการไม่แตกต่างกัน

มารียา ไชยเศรษฐี⁵⁵ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5” พบว่า อายุ เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ประการเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่ประเทศไทย ส่วนผู้ชมที่มีเพศ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการไม่แตกต่างกัน

นอกจากนั้นยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับปานกลางกับความพึงพอใจที่มีต่อรายการในด้านเนื้อหารายการ และมีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับต่ำ กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการในด้านการดำเนินรายการ สรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทางบวก ในระดับปานกลาง กับความพึงพอใจที่มีต่อรายการโดยรวม

สุมาลี ลิ้มตั้ง⁵⁶ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ต่อข่าวสารเรื่องธรรมชาติบำบัดของผู้ดูแลสุขภาพแบบธรรมชาติบำบัดในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า ประเภทของสื่อที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจต่อข่าวสารแตกต่างกัน ส่วนระยะเวลาที่เปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อข่าวสารในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับต่ำ ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารกับการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร พบว่า ทั้งประเภท

⁵⁵มารียา ไชยเศรษฐี, “ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการที่ประเทศไทย ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

⁵⁶สุมาลี ลิ้มตั้ง, “การเปิดรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ต่อข่าวสารเรื่องธรรมชาติบำบัดของผู้ดูแลสุขภาพแบบธรรมชาติบำบัดในเขตกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. บทคัดย่อ.

ของสื่อและระยะเวลาที่เปิดรับข่าวสารต่างก็ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเรื่องธรรมชาติบำบัด

วีณา วัฒนาศิริพานิช⁵⁷ ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม的开รับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตีโชว์ : กรณีศึกษารายการ UBC Academy Fantasia 2 ประเทศไทย” พบว่า เพศและรายได้ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรม的开รับชมรายการ UBC Academy Fantasia 2 ทางช่อง UBC และ ITV ไม่แตกต่างกัน แต่อายุที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม的开รับชมรายการ ทางช่อง UBC และ ITV แตกต่างกัน นอกจากนี้ในส่วนของการสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับกับการใช้ประโยชน์ พบว่า พฤติกรรม的开รับชมทางช่อง UBC และ ITV มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์ในการรับชมรายการแต่เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับกับความพึงพอใจ พบว่า พฤติกรรม的开รับชมทางช่อง UBC และ ITV มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการรับชมรายการ แต่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร จากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์” นี้ มองกลุ่มตัวอย่างในฐานะผู้รับสารที่มีการเลือกใช้สื่อเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง ซึ่งสื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลอย่างยิ่งในทุก ๆ ด้าน รวมทั้งด้านวัฒนธรรมด้วย สื่อโทรทัศน์สามารถอบบรมบ่มเพาะ ปลูกฝัง รวมทั้งส่งเสริมความรู้ด้านวัฒนธรรมให้ประชาชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้พฤติกรรม的开รับสารของประชาชน ก็มีปัจจัยทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยทางจิตวิทยา ที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดพฤติกรรม的开รับสาร ทั้งในแง่พฤติกรรม的开รับที่เชื่อว่าผู้รับสารจะมีการเลือกสรรในการเปิดรับสารที่ต่างกัน หรือในแง่ของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับสาร ซึ่งผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย เหมือนหรือต่างกันก็ย่อมต้องขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละบุคคล

⁵⁷วีณา วัฒนาศิริพานิช, “พฤติกรรม的开รับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตีโชว์ : กรณีศึกษารายการ UBC Academy Fantasia 2 ประเทศไทย,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. บทคัดย่อ.

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กรอบแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้น มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย คือ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร (Selective and Information Seeking Theory) และแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้กำหนดตัวแปรในการศึกษาและศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับชม และพฤติกรรมการเปิดรับชมกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการเปิดรับชมรายการคุณพระช่วย ทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ รวมทั้งอภิปรายผลการศึกษาที่จะได้รับในครั้งนี้ด้วย

ภาพที่ 2.3

แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

