

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อสถานวิทยุจุฬาฯ” นี้ เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อวิทยุกระจายเสียง ซึ่งนับว่าเป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง จึงต้องอาศัยทฤษฎีการสื่อสารรูปแบบจำลองการสื่อสาร เป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญอันจะนำไปสู่ความเข้าใจถึงคำตอบที่จะได้รับจากงานวิจัยชิ้นนี้ ทั้งยังมีเรื่องของบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ควรจะเป็นตามแนวหลักวิชาการทางนิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ อีกทั้งงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจจะนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้ ดังนี้คือ

1. แบบจำลองการสื่อสาร

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) กล่าวถึงแบบจำลองการสื่อสารว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ

1. ผู้ส่งสาร (source)
2. สาร (message)
3. สื่อ (channel)
4. ผู้รับสาร (receiver)

ย่อเป็นสัญลักษณ์ว่า SMCR model และกล่าวว่าการสื่อสารจะมีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 4 นี้ ว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

Source มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) ทัศนคติ (attitude) ความรู้ (knowledge) ระบบสังคม (social system) วัฒนธรรม (culture)

Message บัญญัติของสารคือ รหัส(code) เนื้อหา (ontent) การจัดเสนอ (treatment)

Channel ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ผู้รับคือ การเห็น (seeing) การได้ยิน (hearing) การสัมผัส (touching) การได้กลิ่น (smelling) การลิ้มรส (tasting)

Reclver บัญญัติของผู้รับสารประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) ทศนคติ (attitude) ความรู้ (knowledge) ระบบสังคม (social system) วัฒนธรรม (culture)

2. หน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนาสังคม

ประมะ สตะเวทิน ได้กล่าวไว้ในหนังสือหลักนิเทศศาสตร์ถึงหน้าที่ที่สื่อมวลชนประเภทวิทยุที่จำเป็น ต้องทำเพื่อก่อให้เกิดผลต่อสังคมก็คือ

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (information function)
2. หน้าที่ในการชักจูงใจ (persuasive function)
3. หน้าที่ในการให้ความรู้ (educational function)

วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนไว้ 2 ประเภทด้วยกัน คือ

ทางด้านผู้ส่ง

1. เพื่อบอกกล่าว (to inform)
2. เพื่อให้ความรู้ (to teach)
3. เพื่อความบันเทิง (to entertainment)
4. เพื่อชักจูงใจ (to persuade)

ทางด้านผู้รับ

1. เพื่อทำความเข้าใจ (to understand)
2. เพื่อเรียนรู้ (to learn)
3. เพื่อความบันเทิง (to entertain)

4. เพื่อรับหลักการหรือตัดสินใจ (to decide)

การที่ประเทศไทยได้ยอมรับประโยชน์วิทยุและนำมาใช้เป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาประเทศนี้ เป็นเพราะวิทยุมีข้อได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ หลายประการ

1. เวลา วิทยุสามารถเข้าถึงประชากรได้อย่างกว้างขวางทั่วถึงในเวลาอันรวดเร็ว (วัชร จันทาโก, 2526)

2. ผู้ฟังที่ไม่รู้หนังสือ อ่านไม่ออก เขียนไม่ได้ก็สามารถเข้าใจรายการวิทยุได้

3. วิทยุมีความรวดเร็วในการเสนอข่าว ทำให้ได้รับข่าวสารจากวิทยุที่นั้น ข้อเท็จจริง เบื้องต้น (Primary Facts) ที่ผู้ฟังติดตามหารายละเอียด จากสื่อชนิดอื่นต่อไป (ชาติริ รั้วเจริญ, 2527)

4. วิทยุสามารถแบ่งสรรกลุ่มผู้ฟังได้ตามสภาพภูมิศาสตร์ จึงทำให้สามารถเป็นข่าวสารได้เฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งได้เพื่อกลุ่มผู้ฟังโดยเฉพาะ

5. การลงทุนผลิตรายการวิทยุเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นแล้ว ต้นทุนต่อคนของวิทยุจะอยู่ในอัตราต่ำกว่าพอควร

6. การผลิตรายการวิทยุมีขั้นตอนที่ไม่ต้องใช้เวลาามาก จึงสามารถเสนอข่าวสารได้บ่อยครั้งในแต่ละวัน ซึ่งทำให้เนื้อหาสาระของข่าวสารทันสมัยอยู่ตลอดเวลา

7. สามารถสร้างความรู้สึกทางอารมณ์ได้ดี โดยใช้เสียงประกอบ (sound effect) หรือน้ำเสียงต่าง ๆ ได้ เหมือนผู้ฟังได้เข้าไปอยู่ในสถานที่เกิดเหตุการณ์นั้นจริง ๆ เช่น รายการถ่ายทอดเสียงซีเกมส์ครั้งที่ 15, การแสดงต่าง ๆ เป็นต้น (อรรถนพ เขียวถาวร, 2524)

8. วิทยุกระจายเสียงสามารถเสนอข่าวได้บ่อยครั้ง สามารถเสนอเนื้อหาที่นั้นซ้ำ ๆ กันได้และทำได้ทันที ชาวจึงมีความสดใหม่ในเนื้อหา

แต่อย่างไรก็ตามโดยธรรมชาติของสื่อวิทยุเอง ก็ถือว่ามีข้อจำกัดบางประการคือ

1. รายการวิทยุกระจายเสียง ผู้ฟังไม่สามารถกลับมาย้อนฟังอีกครั้งและไม่สามารถยืนยันพิสูจน์ได้ทันทีเมื่อต้องการ

2. ผู้ฟังต้องใช้สมาธิพอควรในการรับฟัง จึงได้เนื้อหาสาระและข้อความที่สมบูรณ์

3. วิทยุกระจายเสียงใช้การฟังเป็นหลัก ผู้ฟังต้องใช้จินตนาการเอาเอง ฉะนั้นต้องจัดรายการให้เหมาะแก่การฟัง การเสนอรายการบางประเภท อาจไม่ได้ผลดี จำเป็นต้องมีการปฏิบัติควบคู่ไปด้วย

4. การรับฟังวิทยุกระจายเสียง ต้องฟังตรงตามเวลาที่ทางสถานีเสนอ จึงไม่สะดวกต่อผู้ฟังในบางโอกาส อาจแก้ไขโดยการบันทึกเสียงฟังแต่ก็เกิดความยุ่งยาก

3. ลักษณะรายการวิทยุที่ดี

ในการพิจารณารายการวิทยุว่ารายการใดดีมีคุณภาพ จำเป็นต้องพิจารณาที่องค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ คือ

1. รูปแบบรายการ
2. เนื้อหาสาระ
3. วิธีการนำเสนอรายการต้องคำนึงถึง ภาษา, เพลงและเสียงประกอบ, วิธีการดำเนินรายการ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2522)

โดยทั่วไปแล้ว สื่อมวลชนมีหน้าที่เสนอข่าวและให้ความบันเทิงแก่ Schramm ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับความเพลิดเพลินอันเกิดจากสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนสามารถสร้างความพอใจหรือไม่พอใจที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลินหรือความพึงพอใจให้ผู้รับได้ด้วยลักษณะข่าวสารที่น่าเสนอไปได้นั้น ทำให้ผู้รับเกิดความสบายใจ พอใจทำให้คนเลือกรับสารในลักษณะเพื่อสนองความพอใจของเขาเอง ทางจิตวิทยาพบว่า คนเรามักยอมรับสิ่งที่เป็นความสนุกเพลิดเพลินมากกว่าจะยอมรับ ความเป็นจริง ซึ่ง Schramm กล่าวว่าทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างจริงจัง (ศิริชัย ศิริกายะ, 2524) จึงเห็นได้ว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทต่อการพัฒนาอยู่มาก หากรู้จักใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพัฒนา

นอกจากเป้าหมายการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวิทยุกระจายเสียง จะทำการทดสอบจากผู้ฟังในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้หรือความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อ
2. ความสามารถในการดึงดูดความสนใจหรือกระตุ้นให้เกิดความสนใจต่อไป
3. เนื้อหาที่ส่งไปนั้นเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายโดยตรง

4. ทฤษฎีการเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure)

ในการสื่อสารนั้น สื่อมวลชนในฐานะของผู้ส่งสาร จะสามารถดำเนินบทบาทสำเร็จ ลุส่งไปได้เพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของประชาชน โดยมีปัจจัย พื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับสื่อ 4 ประการด้วยกัน จากการสรุปของเมอร์ วิลล์และโลเวนสไตน์ (John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein, 1971 : 134-135) ได้กล่าวไว้ดังนี้

1. ความเหงา สื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการ สนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ
2. ความอยากรู้ อยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากรู้ อยากเห็นโดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะตอบสนองใน สิ่งเหล่านี้ได้
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้ เป็นประโยชน์แก่ตัวเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองเกิดความสะดวก สบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้ในสิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm, 1954 : 3-26) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward)
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหา ลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

จากปัจจัยพื้นฐานต่าง ๆ เหล่านี้ องค์ประกอบทางด้านสังคม นับเป็นตัวแปรหนึ่งที่ มีอิทธิพลทางอ้อม ทั้งสามารถสร้างประสบการณ์ กล่อมเกลา และปลูกฝังทัศนคติ ความคิด รวมทั้งพฤติกรรมทั่ว ๆ ไป ของผู้รับข่าวสารโดยตรง องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ (ซวรัตน์ เชิดชัย : 2527)

1. สภาพแวดล้อม จะเป็นตัวสำคัญตัวหนึ่งในการกำหนดทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมทางครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกในการสร้างทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ นอกจากนี้ สถาบันการศึกษายังเป็นแหล่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสติปัญญา ความคิด ความเชื่ออันเป็นพื้นฐานของความเปลี่ยนแปลงทางความรู้สึกและพฤติกรรมที่แสดงออก โดยทั่วไป สภาพแวดล้อมจึงเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นตัวกำหนดสิ่งเร้าหรือตัวข่าวสารที่บุคคลควรจะได้รับหรือสนองตอบต่าง ๆ รวมทั้งการคาดคะเนผลที่จะเกิดขึ้นจากพฤติกรรมที่แสดงออกในสถาบันเหล่านั้นด้วย

2. บทบาทของผู้รับข่าวสาร บทบาทเป็นโครงสร้างเกี่ยวกับพฤติกรรมต่าง ๆ ที่สังคมกำหนดขึ้น บทบาทแต่ละบทบาทจะมีรูปแบบของพฤติกรรมเป็นส่วนควบอยู่ด้วยเสมอสำหรับในระบบการสื่อสารแล้ว บทบาทจะเป็นแหล่งปัจจัยซึ่งแหล่งข่าวสารกับผู้รับข่าวสารสามารถที่จะคาดคะเนพฤติกรรมของกันและกันในสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งเป็นปัจจัยทางสังคมที่ทำให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผลได้ตามต้องการ กล่าวคือ หากผู้รับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางสถานภาพและบทบาทอย่างไรกับผู้ส่งข่าวสารหรือแหล่งสาร ความคล้ายคลึงกันหรือความแตกต่างกันในบทบาท รวมทั้งพฤติกรรมต่าง ๆ ย่อมจะมีอิทธิพลต่อความคิด ความรู้สึก ค่านิยม และเป้าหมายของกันและกัน

3. กลุ่มอ้างอิง เนื่องจากบุคคลแต่ละคนในสังคมมีบทบาทอย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายอย่างในเวลาเดียวกัน ในสังคมที่ซับซ้อนมาก ๆ บุคคลอาจมีบทบาทต่าง ๆ อยู่ในกลุ่มสังคมมีตำแหน่งหน้าที่ที่มีพฤติกรรมต่าง ๆ ในกลุ่มของตน กลุ่มเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนเป็นแหล่งอ้างอิงของบุคคลที่สังกัดกลุ่มอีกนัยหนึ่ง คือ ปทัสถาน (Norm) บทบาท และพฤติกรรมของกลุ่มที่บุคคลสังกัดอยู่ จะเป็นสิ่งที่พฤติกรรมและความเชื่อของบุคคลที่เป็นสมาชิก ฉะนั้นเราจึงอาจคาดคะเนพฤติกรรมของผู้รับข่าวสารได้จากบทบาทและพฤติกรรมของกลุ่มที่ผู้รับสารสังกัดอยู่

4. วัฒนธรรมและประเพณี การสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นในสภาพวัฒนธรรม และประเพณีของสังคม วัฒนธรรมอย่างหนึ่ง คือ สภาพที่บุคคลมีความเชื่อ มีค่านิยม มีการรักษาวัตถุสิ่งของ รวมทั้งการแสดงออกร่วมกัน วัฒนธรรมอาจจะแสดงออกมาทางการศึกษา การร้องรำทำเพลง โครงสร้างการดำเนินชีวิตของครอบครัว การปกครอง การศึกษา ฯลฯ

ระบบสังคมและวัฒนธรรมที่ผู้รับข่าวสารสังกัดอยู่ย่อมมีส่วนในการหล่อหลอมพฤติกรรม และมีผลกระทบต่อ การรับข่าวสารของผู้รับ

5. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะพื้น ๆ ที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ เป็นต้น ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารเป็นอันมาก

6. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม ทั้งสองสิ่งนี้ ล้วนมีส่วนช่วยเสริมสร้างประสบการณ์และเป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาจะมีส่วนช่วยให้เกิดทักษะในการอ่าน และความกระหายในการเพิ่มพูนข่าวสาร โดยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974) ยังได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ทางสังคมกับความต้องการในการเปิดรับสื่อไว้ 5 ประเด็น ดังนี้

1. สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้งหรือวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียด และแรงกดดัน บุคคลจึงต้องการการผ่อนคลายแรงกดดันโดยการใช้สื่อ

2. สถานการณ์ทางสังคมทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกตระหนักรู้ถึงปัญหาที่ควรระมัดระวังบุคคลจึงต้องการข่าวสาร และข่าวสารเหล่านั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ

3. สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในชีวิตจริงของบุคคลที่จะสนองความต้องการต่าง ๆ ลดน้อยลง บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการเหล่านั้น

4. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยัน หรือเป็นการเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว

5. สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดความคาดหวังเกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคมไว้

แคทซ์ ยังกล่าวเพิ่มเติมว่า เราสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทางสังคมต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว ที่อยู่อาศัยกับความพึงพอใจจากสื่อเนื่องจากการศึกษาที่ผ่านมามาก ทำให้หลักฐานเชิงประจักษ์เพียงพอที่จะกล่าวได้ว่า เป็นไปได้ที่การใช้สื่อหลายอย่างมีความสัมพันธ์กับกระบวนการและ

ลักษณะทางสังคมเหล่านี้ และแม้ว่ายังไม่มีทฤษฎีใดที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคมกับความพึงพอใจจากสื่อโดยเฉพาะ การศึกษาที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุน (Empirical Support) ก็ควรได้รับการค้นคว้าพิสูจน์ต่อไป

นอกจากปัจจัยในการเลือกรับข่าวสารดังกล่าวแล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การเลือกรับสารของผู้รับสารอีกมากมาย ดังที่ วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm : 1973) ได้กล่าวไว้ว่า

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่เคยเห็นแตกต่างกัน

2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารที่ต้องการเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารจึงจะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่า ข่าวสารอย่างหนึ่งมีประโยชน์แตกต่างจากข่าวสารอีกด้วย จึงก่อให้เกิดพัฒนาการ และปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังแตกต่างกัน เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักจะสนใจสิ่งที่ตนไม่เคยพบมาก่อน รวมทั้งสนใจในความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุ สิ่งของ หรือเรื่องราวต่าง ๆ

4. การศึกษาและสภาพทางสังคม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้คน ทั้งพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อและเลือกเนื้อหาของข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาจะมีส่วนช่วยให้บุคคลมีความสามารถในการอ่านและกระหายที่จะเพิ่มพูนด้วยการแสวงหาความรู้ให้กว้างขวางขึ้น

5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล โดยสภาพร่างกายในที่นี้ หมายถึงสภาพร่างกายที่สมบูรณ์ ผู้รับข่าวสารที่มีอวัยวะของร่างกายครบถ้วน ประสาทสัมผัสทุกอย่างทำงานได้อย่างปกติ ย่อมอยู่ในสภาพที่จะรับข่าวสารได้ดีกว่าผู้ที่บกพร่องทางร่างกายและประสาทสัมผัส นอกจากนั้น สภาพร่างกายยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญาของคนอีกด้วย การ

เปลี่ยนแปลงทางอายุที่สูงขึ้น ระยะเวลาที่ได้รับการศึกษารวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิดย่อมมีความสัมพันธ์ทั้งทางบวกและทางลบต่อการโน้มน้ำหนัก

6. บุคลิกภาพ บุคลิกภาพของผู้รับข่าวสารแต่ละคนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้ำหนัก และพฤติกรรมของผู้รับสารอีกต่อหนึ่ง ทำนองเดียวกับองค์ประกอบในเรื่องความสามารถของบุคคล มีหลักฐานทางการวิจัยที่แสดงว่าความนับถือตนเอง (Self Esteem) และความวิตกกังวล (Anxiety) ของบุคคลล้วนเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับอิทธิพลทางสังคม กล่าวคือ ผู้ที่มีความวิตกกังวลหรือตื่นเต้นมักได้รับอิทธิพลจากสังคมได้ง่าย และมีความโน้มเอียงที่จะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับค้นหาเพื่อที่จะได้หลีกเลี่ยงอิทธิพลจากสังคมนั้นเอง

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับ ถ้าผู้รับข่าวสารมีอารมณ์ปกติ มีความพร้อม มุ่งมั่น และมีสมาธิต่อข่าวนั้น สัมฤทธิ์ผลของการสื่อสารจะมีมากกว่าผู้รับที่ไม่มีอารมณ์กับข่าวสารนั้น นอกจากนี้ เราจะสังเกตได้อีกว่าอารมณ์ของผู้รับสารนั้นสามารถพิจารณาได้ ทั้งความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารในขณะนั้นเอง และความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) เกี่ยวกับข่าวสารนั้นด้วย

8. ทัศนคติ ถือเป็นตัวแปรที่มีอยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ ด้วยการแสดงออกทางพฤติกรรมของผู้รับที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ กล่าวอีกนัยคือ เป็นคุณสมบัติหรือท่าทีที่ผู้รับสารแต่ละคนมีอยู่ก่อนที่จะรับข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยปกติทัศนคติของผู้รับข่าวสารเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงไป การรับข่าวสารหรือการโน้มน้ำหนักของผู้รับข่าวสารจะแตกต่างกันไป ในทำนองเดียวกันกับการตอบสนองของผู้รับจะเปลี่ยนไปตามสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสาร จากการศึกษาวิจัยของ คีริชย์ คีริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก
 - 1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำการปฏิบัติ หรือความคิดเห็นและในการตัดสินใจ
 - 1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
 - 1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
 - 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคงโดยใช้การเรียนรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 - 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
 - 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
 - 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.4 ใช้แทนเพื่อน
 - 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม
4. ความต้องการบันเทิง
 - 4.1 การหลีกเลี่ยงหรือ หลีกเสี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - 4.2 การผ่อนคลาย
 - 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
 - 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากความต้องการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารที่ได้กล่าวในข้างต้น ทำให้ได้ทราบถึงเหตุผลต่าง ๆ ในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารแต่ละคน โดยมีการศึกษาวิจัยของโจเซฟ อาร์ โดมินิค (Dominick, 1990) ที่ได้กล่าวเสริมในเรื่องดังกล่าวไว้ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว, ความรู้ และบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้ เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Simulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้ เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร้าในชีวิตประจำวันลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมความเป็นกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น บัจเจกชนกลับยังมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้ เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนหรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร ดังเช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพฯ เป็นต้น ที่ประชาชนส่วนใหญ่อาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผลจากสังคัม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงข้ามกันเพื่อประโยชน์ทางสังคัมกล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ ตัวอย่างของการผลสังคัม เช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จสิ้นเพื่อจะได้รับชมโทรทัศน์

ในการศึกษาสื่อสารมวลชนตามหลักจิตวิทยาทางการสื่อสาร (เสรี วงษ์มณฑา, 2529) มีข้อที่น่าสนใจในเบื้องต้น คือ

- มนุษย์สนใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยึดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางที่จะหลบเลี่ยงข่าวสารได้ถ้าต้องการ
- การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal - directed)
- สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Needs for Orientation) ของมนุษย์ได้
- มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง จากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ
- มนุษย์เป็นคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

ดังนั้น สื่อในกระบวนการสื่อสารจะมีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ สื่อจะไม่มีอิทธิพลต่อผู้ไม่เลือกใช้สื่ออย่างแน่นอน และผู้รับสารจะเปิดรับสารจากสื่อใดหรือไม่ นั้น เป็นผลมาจากสภาวะทางจิตใจ สังคม วัตถุประสงค์ และความต้องการจำเป็นของแต่ละบุคคล ทำให้ผู้รับสารเกิดกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้แตกต่างกันไปด้วย

ผู้รับสารย่อมมีเหตุผลของตนเองในการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ (อ้างใน ลดาวัลย์ พอใจ, 2536)

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติ และ

ความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะที่เดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความคิดของเขา จะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจเลือกรับรู้และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปเป็นประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกันกับความสนใจของตนเอง

ในเรื่องกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารนี้ ชาร์ลส แอตคิน (Charles Atkin, 1973) ได้กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชน ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditure) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้ารางวัลตอบแทน คือ การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงที่ต้องการสูงกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้ารางวัลตอบแทนได้รับน้อยกว่าบุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) จึงกล่าวได้ว่าบุคคลจะเลือกรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์ มีผลตอบแทน เช่น การได้รับข่าวสาร (Information) หรือความบันเทิง (Entertainment) ที่ต้องการ

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 : 19) สรุปว่า โดยส่วนใหญ่แล้วคนมีแนวโน้มที่จะเลือกรับเนื้อหาที่สอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจที่มีอยู่ และจะหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติกับความสนใจของตน เช่นเดียวกับไรท์ (Wright, Charles R., 1972 : 1972 : 109) บอกว่า คนจะเลือกรับสื่อมวลชนที่มีเนื้อหาที่เขาคิดว่าน่าสนใจที่สุดและจะพึงพอใจเมื่อสอดคล้องกับประสบการณ์และความคิดเดิมที่มีอยู่

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อ นั้น นักวิชาการหลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้ (อ้างในลิตวาลย์ พอใจ, 2536)

ไฟรด์สัน (Freidson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman) มีความเห็นว่ แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อสนองความต้องการของตน ปรากฏการณ์นี้ เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวาบเลส (Waples) เรียกว่า "พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร" นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่า ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนา ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ในการมีพฤติกรรมเปิดรับสถานีวิทยุจุฬายา ของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนนั้น ย่อมมีปัจจัยหรือกระบวนการต่าง ๆ ที่มีส่วนเข้ามาเกี่ยวข้องอันเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้รับสารมีการเปิดรับฟังรายการได้แตกต่างกัน ซึ่งในที่นี้จะต้องอาศัยทฤษฎีและแนวความคิดตามที่นักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงไว้แล้วในข้างต้น เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุหรือที่มาของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ตลอดจนการแสวงหาข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยว่ามีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่ได้มีการกล่าวถึงไว้หรือไม่ และนอกจากนี้ ยังเป็นการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยว่า และพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการจะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจที่ผู้รับสารได้รับจากการฟังรายการ หรือจะเป็นไปตามทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารที่จะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไปอย่างไร

5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

(Uses and Gratifications Theory)

5.1 หลักการของทฤษฎี

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร มีลักษณะตรงข้ามกับการศึกษาถึงผลที่สื่อมวลชนก่อให้เกิดในหมู่ผู้รับสาร (the media effect approach) เพราะจะศึกษาในแนวที่ว่า สื่อสารมวลชนทำอะไรกับผู้รับสาร หรือประชาชน แต่การศึกษาเน้นประโยชน์ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมและประชาชนนี้เป็นการศึกษาว่าผู้รับสาร

หรือประชาชนจะทำอะไรกับสื่อมวลชน (functional approach) ที่ก่อให้เกิดสมมติฐานทางการสื่อสารมวลชนในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications) การศึกษาแนวนี้จึงเน้นที่ผู้รับสารหรือประชาชนเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร สารอะไรที่ได้จากสื่อมวลชน สารที่ได้เหล่านั้นไปตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร หรือสารอะไรจึงจะตอบสนองความต้องการของตนได้ (Yubol Benjarongkit, 1985)

การศึกษาในแนวการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นการมองมนุษย์ในแง่ของจิตวิทยาสังคม โดยเน้นค่านิยม ความเชื่อ ทักษะคิด และความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาแนวทฤษฎีนี้จึงเน้นที่ความต้องการและสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน

วิธีการตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์นี้ กระทำโดยพยายามที่จะสร้างบัญชีรายการความต้องการของประชาชนที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น เพื่ออธิบายให้เห็นว่าความต้องการ บุคลิกภาพ และองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่น ๆ มีส่วนช่วยอธิบายการที่มนุษย์เราแสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข้อความอย่างที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข้อความที่ได้จากสื่อมวลชนไปใช้ให้เป็นประโยชน์

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างข้อความ มาเป็นความต้องการของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีนี้อธิบายว่านอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่ มาสโลว์กล่าวไว้คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือและความต้องการความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือความต้องการอยากจะเรียนรู้ (need for cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้ เป็นการยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่มนุษย์เราถูกยึดเยียดข้อความให้ดังที่เคยคิดกัน

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ก็คือว่า เราศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความของสารสื่อสาร เราศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้ มากกว่าที่จะศึกษาว่า ข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไรและจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เรา

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจมีข้อที่ต้องยอมรับกันดังนี้

1. มนุษย์จงใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟังมนุษย์ มีการเลือกจะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (goal-directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน (เสรี วงษ์มณฑา, 2523)

6.2 ความเป็นมาของทฤษฎีและงานวิจัยต้นแบบของทฤษฎี

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้มีผู้ริเริ่มมาตั้งแต่ต้นปี 1940 เศษ ๆ เมื่อเซอร์ซอก (Herzog, 1944) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสาร เพื่อสนองความต้องการของตน โดยที่ในขณะเดียวกันนั้น การศึกษาผลกระทบของสื่อ ผู้รับสารเริ่มสอดเคำให้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ดังตัวอย่างที่ ลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld, 1950) ได้ศึกษาพบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีอเมริกา เมื่อปี 1984 นั้น การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย่ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมั่นใจในการเลือกแต่เดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น (อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

การค้นพบครั้งนี้เป็นแนวทางให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยนไปสู่ความคิดว่าที่ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความ

ต้องการของคน ทำให้เกิดการวางแนวความคิดใหม่ซึ่งถือว่า ในการสื่อสารนั้น ผู้รับสารคือตัวจักรที่สำคัญในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก ได้รับการสนับสนุนเป็นจริงเป็นจังจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

โดยต่อมา แคทซ์ และคณะ (Katz and Others, 1973) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศอิสราเอล งานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยขั้นแรก ที่มีลักษณะของการวิจัยการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratifications) ถือว่าเป็นต้นแบบของการวิจัยในแนวนี

แคทซ์ และคณะ ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมของมนุษย์ (the social and psychological needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมกันเข้าเป็นความต้องการในด้านต่าง ๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

1. **Mode** คือแบบหรือลักษณะของความต้องการเช่น
 - 1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - 1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา
2. **Connection** คือลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอกคือ
 - 2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - 2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - 2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
 - 2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. **Referent** คือบุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - 3.1 ตนเอง
 - 3.2 ครอบครัว
 - 3.3 เพื่อนฝูง
 - 3.4 สังคม รัฐบาล

3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม

3.6 โลก

3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อยลง

จากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้ แคทซ์และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคล ซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจ (gratifications) ได้การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้ดังนี้คือ 1.1, 2.4 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัวซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น คือความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน และถ้า 1.2, 2.4, 3.1 คือความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเอง นั่นคือความต้องการที่จะหนีพ้น (escape) จากสภาพที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิง จะสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้

แคทซ์ และคณะ (1973) นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคล จำนวน 35 ข้อความ มาสร้างมาตราวัด (rating scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (individual's need salience) โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับคือ ความต้องการแต่ละแ่งดังนี้ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก (4) ไม่สำคัญเลย

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผู้ให้สัมภาษณ์ชาวอิสราเอล ถูกวิเคราะห์โดยใช้ Guttman's SSA (Smallest Space Analysis) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันกับ Cluster analysis และ Factor analysis คือ เป็นความพยายามในการจัดกลุ่มให้ความต้องการที่ได้รับการให้รับคะแนน (1-4) ความสำคัญจากผู้ให้สัมภาษณ์คนเดียวกัน มีความใกล้เคียงกับความต้องการอื่น ๆ มากน้อยแค่ไหน เพื่อที่จะได้ข้อเท็จจริงว่าบุคคลแต่ละคนให้ความสำคัญต่อความต้องการ ประเภทใดคล้ายคลึงกันบ้าง แคทซ์ และคณะ ค้นพบว่าความต้องการเกี่ยวกับตนเอง และความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ถูกจัดความสำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบตัวที่สาม กลุ่มอ้างอิง (referent) ซึ่งได้แก่ตนเอง และบุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติของความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคล 2 ประเภท

นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ ยังได้วัดระดับความพอใจ (gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกันคือ สร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่าง มาตราวัดความพอใจ เช่น "โทรทัศน์" สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอสมควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย และยังถามด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้รับความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

ผลของการวิจัยพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์ของแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็จะจัดอันดับว่า สื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้องการต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสันโดษที่ไม่ค่อยติดต่อกับบุคคลอื่น ๆ จะเห็นว่าสื่อมีประโยชน์สูงในการสนองความต้องการ ดังนั้นถึงแม้งานวิจัยนี้จะเป็นเพียงขั้นพื้นฐาน แต่ก็เป็นแม่แบบของงานวิจัยการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้รับสารในระยะต่อมา ซึ่งแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาตามทฤษฎี ดังกล่าว โดยแคทซ์และคณะ (1974) สรุปได้ดังนี้

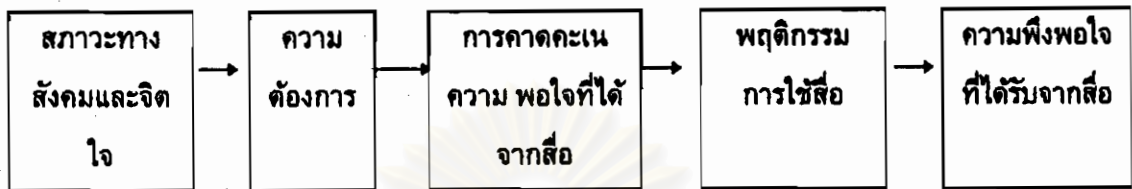
การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือการศึกษาเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ
2. ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่
3. การคาดคะเนเกี่ยวกับ
4. สื่อและแหล่งที่มาของสาร
5. ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคล
6. ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ
7. ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมีอาจคาดหมายมาก่อน

แบบจำลองที่แคทซ์และคณะ (1974) สร้างขึ้น อธิบายได้ดังนี้คือ สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไป

ด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป
ขั้นสุดท้ายคือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย

ซึ่งสรุปเป็นแบบจำลองได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

ทฤษฎีหรือแบบจำลองนี้เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการสนองความพอใจของมนุษย์ โดยสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความแตกต่างกันไป ความต้องการที่ต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งสุดท้ายคือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันไปด้วย

ดังนั้น การที่แต่ละบุคคลหรือผู้รับสารจะเปิดรับสื่อใด ๆ ก็ด้วยพิจารณาว่าสื่อนั้นจะให้ประโยชน์แก่ตนอย่างไรบ้าง กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือการมองเห็นประโยชน์จากการเปิดรับสื่อของผู้รับสารนั่นเอง (อ้างถึงใน ยุกต บุญธรรมกิจ, 2534)

นอกจากนี้ McCombs และ Becker (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อความพอใจและต้องการ (uses and gratifications) ว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัยและรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้

2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

ส่วนการประเมินผล (evaluation) หมายถึง การประเมินทางอารมณ์ (ในทางบวก หรือลบ) ต่อคุณลักษณะเฉพาะหรือผลจากพฤติกรรมนั้น ๆ เขียนในรูปของสมการได้ดังนี้

$$GS_1 = b_1e_1$$

- เมื่อ GS_1 = การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ หรือ x ใด ๆ
- b_1 = ความเชื่อที่ว่า x มีคุณลักษณะเฉพาะหรือความเชื่อที่ว่าพฤติกรรม ที่เกี่ยวข้องกับ x จะให้ผลบางอย่างเกิดขึ้น
- e_1 = การประเมินทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะหรือผลบางประการที่จะได้มา

เรย์เบิร์น (Rayburn) ใช้สมการนี้ในการทำนายการแสวงหาความพอใจจากการชมรายการข่าวโทรทัศน์และชี้ให้เห็นว่าความคาดหวังเกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างของข่าวโทรทัศน์ และการประเมินผลที่จะได้รับทางอารมณ์ เป็นตัวแปรมาก่อน (antecedent) ที่สำคัญของแรงจูงใจ (motives) ที่จะแสวงหาความพอใจที่สอดคล้องกัน

จากสมการที่สร้างขึ้น เรย์เบิร์น (Rayburn) โยงมาสู่แบบจำลองของเขา และอธิบายว่าผลของความเชื่อหรือความคาดหวังกับการประเมินผลที่จะได้รับทางอารมณ์มีอิทธิพลต่อการแสวงหาความพอใจซึ่งจะไปมีอิทธิพลต่อการบริโภคสื่อ และการบริโภคสื่อจะให้ผลเป็นการรับรู้ถึงความพอใจที่ได้รับ ซึ่งจะย้อนกลับไปมีอิทธิพลในทางที่จะเสริมหรือเปลี่ยนแปลงการรับรู้ของผู้ชม (audience) ในเรื่องเกี่ยวกับคุณลักษณะบางอย่างของสื่อที่จะสามารถตอบสนองความพอใจของเขา

นักวิชาการต่าง ๆ ที่สนใจศึกษาและพัฒนาแนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยสนับสนุนต่างพัฒนาข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญในการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจจากสื่อหรือแรงจูงใจดังนี้ (Plamgreen และคณะ, 1985)

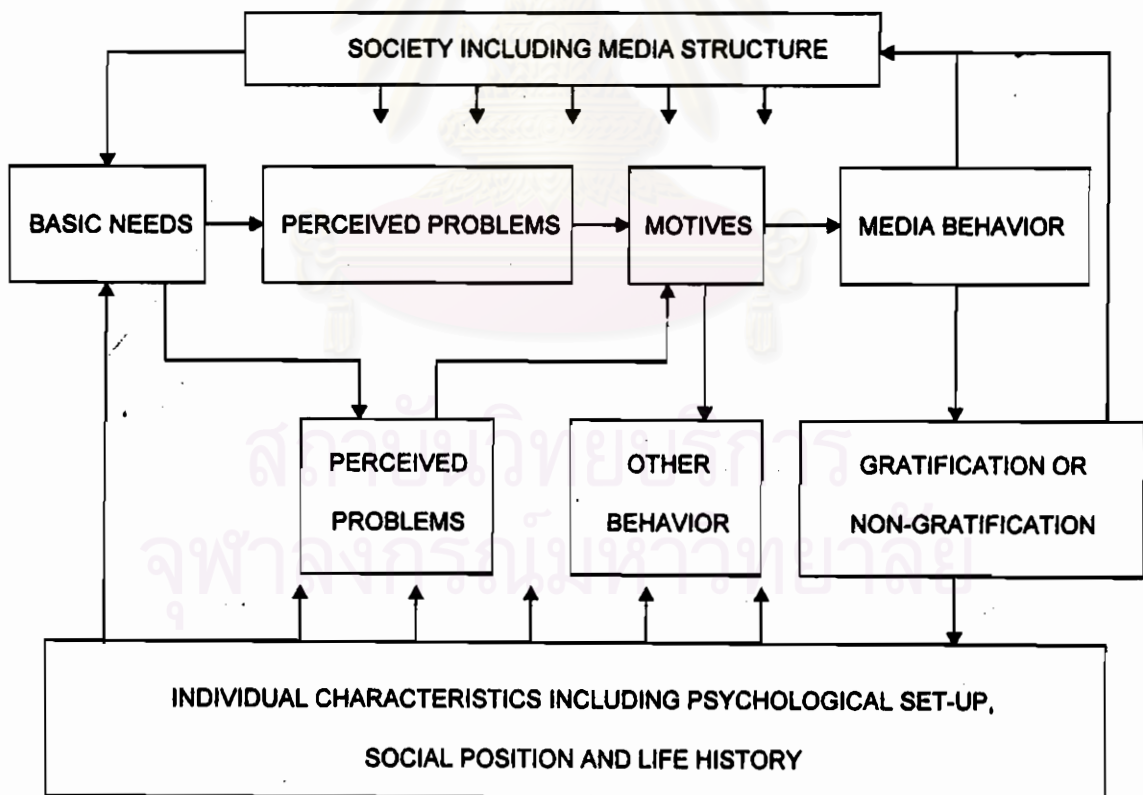
1. ผู้รับสารเป็นผู้แสวงหาข่าวสาร กระตือรือร้น
2. การใช้สื่อจึงมีเป้าหมายโดยตรง
3. สื่อแต่ละชนิดจะมีการแข่งขันในการตอบสนองความพึงพอใจ

4. ลักษณะต่างๆของผู้รับสารที่จะเชื่อมโยงความต้องการกับโอกาสในการเปิดรับสื่อ
 5. การบริโภคสื่อสามารถตอบสนองความพึงพอใจในระดับต่าง ๆ
 6. เนื้อหาของสื่อจะไม่สามารถทำนายรูปแบบของความพึงพอใจได้ถูกต้องสมบูรณ์เสมอไป

7. ลักษณะโครงสร้างพฤติกรรมและสภาพแวดล้อมของสื่ออาจจะทำให้ความต้องการความพึงพอใจแตกต่างกันในช่วงของเวลาหรือสถานการณ์

8. ความพึงพอใจที่ได้รับมีจุดเริ่มต้นมาจากการเปิดรับสื่อ เนื้อหาของสื่อ หรือสถานการณ์ทางสังคมที่มีส่วนให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อขึ้น

แนวความคิด ทฤษฎี และข้อตกลงเบื้องต้นในการศึกษา การใช้ และความพึงพอใจจากสื่อ หรือแรงจูงใจสามารถเชื่อมโยงเป็นแผนภาพของความเกี่ยวข้องแต่ละปัจจัยตามแบบจำลอง ดังนี้



แผนภาพที่ 3 แสดงแนวความคิดการใช้และความพึงพอใจจากสื่อหรือแรงจูงใจ

ที่มา: ROSENGREN, "USES AND GRATIFICATION: A PARADIGM OUTLINES, p.271

ดังนั้นทฤษฎีนี้อธิบายว่านอกจากความต้องการ (needs) ชั้นพื้นฐาน 5 ประการ
 อย่างที่ มาสโลว์ กล่าวไว้คือ ความต้องการด้านกายภาพ ความต้องการความปลอดภัย ความ
 ต้องการด้านความรัก ความต้องการด้านความมีชื่อเสียง ความต้องการประสบผลสำเร็จอย่าง
 แท้จริงแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการอีกอย่างหนึ่ง นั่นคือความต้องการอยากจะรู้ซึ่งเป็นความ
 ต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจ สภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะรู้
 (need for cognition or need for orientation) นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้จากการอยู่ใน
 สังคม

ในการจะศึกษาสื่อมวลชนตามแบบของทฤษฎีนี้มีข้อดีที่ต้องยอมรับดังต่อไปนี้
 (เสรี วงษ์มณฑา, 2523)

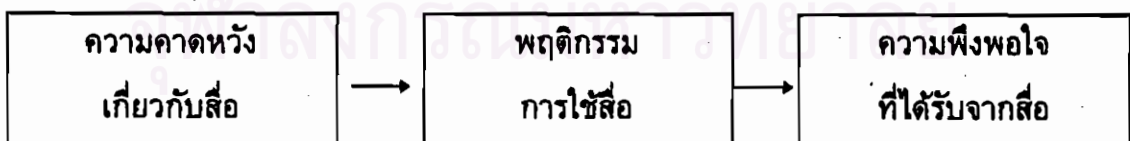
1. มนุษย์สนใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยึดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มี
 ทางเลือก ที่จะหลบหลีกข่าวสารได้
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนอง
 ความต้องการรู้ (needs for orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิด
 ขึ้น ในกรณีต่าง ๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

แบบจำลองเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจจากสื่อ จึงเป็นการพิจารณา
 ในแนวใหม่ที่ด้วยหน้าที่ของสื่อมวลชน (functional media) คือการศึกษาว่ามนุษย์ใช้สื่อมวล
 ชน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์และได้รับความพึงพอใจจากการตอบสนองความต้องการในเรื่องใด
 บ้าง Berger (1982) ได้สรุปความพึงพอใจที่สื่อให้ (media offer) ในการตอบสนองความต้องการ
 ของมนุษย์ดังนี้ เพื่อความสนุกสนาน สื่อจะสอนลักษณะการวางท่าทางและความสัมพันธ์กับ
 บุคคลอื่น ๆ ซึ่งแสดงถึงอำนาจ สอนประสบการณ์ที่งดงาม สอนถึงการอยู่ร่วมกันของสมาชิก
 ในชุมชนสนองความพึงพอใจในการอยากรู้หรืออยากเห็นในข่าวสารต่าง ๆ สร้างอารมณ์ต่าง ๆ
 ทำให้เกิดการเลียนแบบ เป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อด้านความยุติธรรม สอนให้เกิดความ
 ภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ ฯลฯ

จากความหมายที่มีผู้พยายามอธิบายไว้มากมาย อาจกล่าวได้ว่าความคาดหวัง และความพึงพอใจเป็นความรู้สึกนึกคิดภายในของบุคคล ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นสิ่งที่วัดหรือสังเกตได้จากความต้องการหรือเหตุผลในการใช้สื่อของบุคคลต่าง ๆ นั้นเอง

และในความหมายของคำว่า การใช้ประโยชน์ (uses) กับความพึงพอใจ (gratification) Rosengren กล่าวไว้ว่า ทั้ง 2 คำ มีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่า การใช้ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากการใช้ประโยชน์ สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากการใช้ประโยชน์ เพราะฉะนั้นนักวิจัยอาจศึกษาเฉพาะตัวหนึ่งตัวใด โดยมีเป้าหมายถึงทั้ง 2 ตัวก็ได้

แนวคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสารได้พัฒนาจากทฤษฎี uses and gratifications ที่เน้นในเรื่องของความต้องการ (needs) ของผู้ใช้สื่อแต่เพียงอย่างเดียวว่าเป็นตัวการอธิบายพฤติกรรมการใช้สื่อของมนุษย์ ไปสู่ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อทฤษฎีอื่น ๆ ซึ่งรวมทั้งทฤษฎีพฤติกรรม และแรงจูงใจ (action motivation perspective หรือ expectancy theory) ซึ่งอธิบายว่า ความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ (media exposure) ของมนุษย์ได้ดีที่สุด โดยทฤษฎีนี้อธิบายว่ามนุษย์เป็นผู้มีสติปัญญาสามารถวางแผนการในการจัดการพฤติกรรมของตน พฤติกรรมของมนุษย์ทุกอย่างเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย (goal oriented) พฤติกรรมการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน เมื่อมนุษย์คาดคะเนว่าจะได้รับอะไรบ้าง หรือสื่อจะสนองความพอใจอย่างไรบ้าง การใช้สื่อของมนุษย์ก็จะดำเนินไปตามการคาดหวังนั้น ๆ (อ้างถึงใน ชนิตา พลศรี, 2529: 16) ตามแบบจำลองทฤษฎีความคาดหวัง



แผนภาพที่ 4 แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวัง

จากทฤษฎีความคาดหวังและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษา ความคาดหวัง และความพึงพอใจของนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครต่อสถานีวิทยุกระจาย

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6.1 งานวิจัยในต่างประเทศ

เรย์เบิร์น และปาล์มกรีน (Palmgreen and Rayburn, 1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการชมโทรทัศน์ว่ารายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อเป็นเพื่อนแก้เหงา และเพื่อความบันเทิงพบว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง มีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง-ความพึงพอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ-ความพึงพอใจสูง

ปาล์มกรีน เวิร์นเนอร์ และแรชมม (Palmgreen Wenner and Rayburn, 1980) ได้วิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเมืองเล็กซิงตัน รัฐเคนตักกี ด้วยการสุ่มตัวอย่างมา จำนวน 327 คน เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ในเดือนพฤศจิกายน 1978 พบว่าความคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์ในด้านความต้องการรู้ข่าวสารทั่วไปเพื่อการตัดสินใจที่เป็นประโยชน์เพื่อความบันเทิง เพื่อการติดต่อระหว่างบุคคลและปฏิกริยาจากสังคม มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในประโยชน์ที่ได้รับจากการชมโทรทัศน์ดังกล่าว

โกล์เวย์ และมีค (Galloway and Meek, 1981) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแบบจำลองที่คาดหวังการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของผู้รับสาร โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากนัก

ศึกษาสาขาวิชาการสื่อสาร จำนวน 30 คน แห่งมหาวิทยาลัยแมคไคเวอร์ พบว่านักศึกษาชมโทรทัศน์เพราะมีความคาดหวังว่าจะได้รับความพึงพอใจซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ (อ้างถึงใน วันทนีย์ แสนภักดี, 2533)

เวิร์นเนอร์ (Wenner, 1986) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แสวงหา (gratifications sought) ซึ่งก็คือความคาดหวังกับความพึงพอใจที่ได้รับ (gratifications obtained) จากการชมรายการโทรทัศน์โดยใช้วัดค่าการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในด้านความต้องการเรียนรู้ (surveillance) ด้านความบันเทิง/ความหลากหลาย (entertainment/diversion) การสื่อสารสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (interpersonal utility) และปฏิภิกิริยาจากสังคม (parasocial interaction) รวม 12 รายการ (statement) เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ สุ่มตัวอย่างผู้ชมโทรทัศน์จากเมืองไอโอวา รัฐไอโอวา จำนวน 306 คน พบว่าความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังจากการชมรายการโทรทัศน์ โดยความพึงพอใจด้านต่าง ๆ ดังกล่าว จะมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องเดียวกัน และไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังในเรื่องต่างกัน

6.2 งานวิจัยในประเทศ

ชนิดา พลศรี (2529) ได้ศึกษาการใช้ประโยชน์จากสื่อพิเศษ โดยทำการวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ โดยศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่ได้รับจากการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ความสัมพันธ์ของความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับกับพฤติกรรมการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ด้วยการใช้แบบสอบถาม สุ่มเก็บตัวอย่างจากเยาวชนที่เข้าชม จำนวน 440 คน วัดค่าความคาดหวังของเยาวชนที่จะได้รับจากพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์พฤติกรรมการชมนิทรรศการและความพึงพอใจที่ได้รับ ผลการวิจัยพบว่า

1. ทางด้านความคาดหวังเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์นั้น เยาวชนส่วนมากคาดหวังที่จะได้รับตามลำดับความสำคัญ คือ ต้องการมีความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้น ต้องการเป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผล ต้องการดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจและต้องการได้รับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ซึ่งอาจจะนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้

2. ด้านพฤติกรรมชมนิทรรศการ เยาวชนส่วนใหญ่ใช้เวลาชมแต่ละชั้นน้อย เลือกชมเฉพาะที่สนใจเท่านั้น

3. ทางด้านความพึงพอใจที่ได้รับ เยาวชนส่วนมากได้รับความพึงพอใจตามลำดับคือ มีความรอบรู้กว้างขวางขึ้น ได้ดูความแปลกใหม่และสิ่งที่น่าสนใจ เข้าใจวิชาที่เรียนในห้องเรียนได้ดีขึ้น เป็นคนรู้จักใช้ความคิดอย่างมีเหตุผลและได้รับความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งอาจนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้

4. ความคาดหวังของเยาวชนเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการชมนิทรรศการ พฤติกรรมการชมนิทรรศการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับโดยตรงไม่ต้องผ่านพฤติกรรมการชมนิทรรศการ

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ได้ศึกษาความแตกต่างระหว่างความคิดเห็น ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ คลื่นพิเศษ F.M.SCA. จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยทำการสุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่ใช้บริการรถประจำทางของ ข.ส.ม.ก.เป็นประจำจำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลจากการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสถิติ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในทางตรงกันข้ามพบว่าผู้โดยสารที่มีช่วงอายุต่างกัน จะมีความคาดหวังและความพึงพอใจแตกต่างกัน เช่นเดียวกับผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกันจะมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกันด้วย สำหรับผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันนั้น พบว่า ความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ที่มีรายได้ต่างกันมีความสัมพันธ์กับอายุ และอาชีพ กล่าวคือ ผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ และความพึงพอใจต่ำ เป็นผู้ที่มีอายุมาก และ/หรือมีอาชีพรับราชการ ซึ่งมีรายได้มั่นคง แน่นนอน ขณะที่ผู้ที่มีความคาดหวังสูง และความพึงพอใจสูงเป็นผู้ที่มีอายุน้อย และ/หรือมีอาชีพรับจ้าง (ผู้ใช้แรงงาน) ซึ่งมีรายได้น้อยและไม่แน่นอน

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่างกัน โดยเฉพาะผู้โดยสารที่ระดับการศึกษาสูง การตัดสินใจต่อความพึงพอใจจะขึ้นอยู่กับตัวบุคคล

นั้นสูง (self individual) เนื่องจากผู้โดยสารถีมีการศึกษาสูงมีโอกาสเปิดรับข่าวสารจากสื่อมากกว่า 1 สื่อ การยอมรับข่าวสารจากรายการวิทยุคลื่นพิเศษ F.M.SCA. จึงขึ้นกับคุณภาพของข่าวสารที่น่าเสนอ ในอีกทางหนึ่งระดับความคาดหวังต่อการฟังรายการวิทยุ คลื่นพิเศษ F.M.SCA. ของผู้ที่มีการศึกษาสูงจะต่ำกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย เพราะผู้มีการศึกษาสูงส่วนใหญ่จะมีรายได้เพียงพอที่จะสามารถแสวงหาความพึงพอใจต่อการรับข่าวสารจากสื่ออื่น หรือความบันเทิงจากแหล่งอื่นได้ ซึ่งแตกต่างจากผู้ที่มีรายได้น้อย คนกลุ่มนี้จึงมีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อวิทยุบนรถประจำทางสูง

วันทนี๋ แสนภักดี (2533) ได้ศึกษาความคาดหวังความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา เป็นการศึกษาค้นคว้าความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการการรับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความต้องการรับรู้ทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

อรรวรรณ วิจักขณะ(2534) ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ พบว่า นิสิตนักศึกษาย่านหนังสือพิมพ์เพราะต้องการทราบข่าวสารและเชื่อเนื้อหาในหนังสือพิมพ์รายวันบางส่วน ส่วนการชมรายการโทรทัศน์จะเป็นเพื่อความสนุกเพลิดเพลินและเพื่อติดตามรายการที่ตนชื่นชอบ นอกจากนี้พบว่านิสิตนักศึกษาได้มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์รายวัน วิทยุ และโทรทัศน์ มาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และสื่อมวลชนเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมในระดับพอสมควร

จากผลการวิจัยที่มีผู้ศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจ ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ เหล่านี้ จะพบการวิจัยที่สอดคล้องกันว่า ความคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์ในด้านต่าง ๆ จากสื่อ เป็นปัจจัยทำให้เกิดการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ

นั้น และยังพบว่าความคาดหวังจากการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อซึ่งผลการวิจัยเหล่านี้นับว่าสอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย