

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ การศึกษา ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสื่อรายการ "เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์" โดยที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และนำมาเป็นกรอบในการวิจัยดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์
2. แนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับ
3. แนวคิดและทฤษฎีรูปแบบรายการโทรทัศน์
4. แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังของผู้รับสื่อ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี ด้านประชากรศาสตร์

ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ เป็นความหลากหลายด้านภูมิหลังของบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย และความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ในหน่วยงานหรือในองค์กรต่างๆ ประกอบด้วยพนักงานหรือบุคลากรในระดับต่างๆ ซึ่งมีลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่าง กันมีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือภูมิหลังของบุคคลนั้นเอง (วชิรวัชร งามละม่อม, 2558)

ในหน่วยงานองค์กรต่างๆ จะประกอบไปด้วยบุคลากรในระดับต่างๆ เป็นจำนวนมาก บุคคลแต่ละคนจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ลักษณะพฤติกรรมของบุคคลที่แสดงออก แตกต่างกันนี้ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานในองค์กร ลักษณะพฤติกรรมในการทำงานของบุคคล

เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือเพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Will, 1980 p. 87 ข้างต้นใน

วิชารัชร งานละเอียด. 2558) นอกจากนี้ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่อง ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้ เพราะวัฒนธรรม และสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของ คนสองเพศไว้ต่างกัน

อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมคนที่อายุ น้อยจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะ ที่คนอายุมากจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่า คนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากการผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ ต่างกัน คนที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าความบันเทิง

การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความกว้างขวาง และเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ และสถานภาพทางสังคม ของ บุคคลมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกรรมของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร เพราะแต่ละคนมีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกันทุกภูมิความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น บุคคล (Individual Differences Theory) ของเดอร์เฟอร์ (De Fleur, 1996) ได้เสนอหลักการ พื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่าง ระหว่าง บุคคลดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาบุคคล

- ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากการความแตกต่างกันที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้

- มนุษย์ซึ่งถูกชูบเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไป อย่างกว้างขวาง

- จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อถือที่รวมเป็น ลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ดังนั้นผู้ศึกษาได้นำแนวคิดเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่พยายามชี้ให้เห็นประเด็น ความแตกต่างในด้านคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ระหว่างบุคคล ซึ่งมีผลต่อการแสดงพฤติกรรม ที่แตกต่างกันออกไป นั่นคือมองว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ก็จะมี พฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปด้วย สำหรับการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกตัวแปรที่เป็นลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ ที่นำมาศึกษา คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มาเป็นแนวทางใน

การศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้รับสารรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์” ในเขตกรุงเทพมหานครต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ความหมายการเปิดรับสื่อ

เบคเกอร์ (Becker, 1971, p.133) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือเรื่องทั่วๆไป
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอย่างจะรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำ หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์ หรือชมรายการโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารที่มีความสำคัญเกี่ยวกับตนเอง ก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือเปิดดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แมคคลอดอร์ (Mcleod, 1972, p.123) กล่าวว่าตัวชี้วัด (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้ 2 อย่าง ดังนี้

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
 2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน
- แมคคลอดอร์ กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่ เกี่ยวกับเวลาที่ใช้สื่อ จึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในเชิงจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจน เมื่อนำมาไปเข้ามายังความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นและเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดตัวรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในด้านหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการโทรทัศน์ และความถี่ของการรับฟังรายการวิทยุ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การเปิดรับสื่อมวลชน หมายถึง ความบอยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลารวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย โดยจะเลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจ หรือเลือกรับสารบางส่วนที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อตนเอง

ประเภทของสื่อ

สื่อเป็นตัวเข็มระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารให้ติดต่อกัน ดังนั้นสื่อจึงเป็นองค์ประกอบ ประการหนึ่งซึ่งมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของพฤติกรรมการสื่อสาร ในการสื่อสารจึงจำเป็นต้อง เลือกใช้สื่อที่เหมาะสมเนื่องจากสื่อแต่ละชนิดมีความสามารถเข้าสู่ ระบบของการรับรู้ของผู้รับสาร และการเห็นและได้ยินจากภาพยนตร์ โทรทัศน์ ซึ่งสื่อที่ใช้ในการสื่อสารแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (ปรมะ สดะเวทิน, 2541, หน้า 134 -135)

1. สื่อมวลชน (Mass Media) หมายถึง สื่อที่สามารถนำสารจากผู้ส่งสารไปสู่ ผู้รับสารซึ่ง ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วภายในเวลาเดียวกัน หรือในเวลาที่ใกล้เคียงกัน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ซึ่งสื่อมวลชนมีคุณสมบัติ ดี กล่าวคือสามารถเผยแพร่ข่าวสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว สามารถให้ ความรู้และข่าวสารแก่ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี

2. สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) หมายถึง สื่อที่ถูกผลิตขึ้นโดยมีเนื้อหาเฉพาะและ จุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม เช่น หนังสือ คู่มือ จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ภาพสไลด์ และนิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งคุณสมบัติที่ดีของสื่อเฉพาะกิจคือ ผู้ส่งสารสามารถส่งข่าวเฉพาะเรื่อง ให้กับผู้รับสารเป้าหมายได้อย่างสอดคล้องเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการสื่อสารนั้น สื่อสามารถทำให้ผู้รับสารเป้าหมายได้รับทราบข่าวสารความรู้โดยตรงและถูกต้อง อันจะส่งผลต่อ การตัดสินใจและการลงมือปฏิบัติไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารต้องการได้

3. สื่อบุคคล (Person Media) หมายถึง ตัวคนที่ถูกนำมาใช้การสื่อสารกับผู้รับสาร เพชญาน้ำทึ้ง ในรูปของการสนทนารือในรูปของการประชุมกลุ่ม ซึ่งการใช้สื่อบุคคลในการ ติดต่อสื่อสารก่อให้เกิดผลดีคือ สามารถนำข่าวสารที่ต้องการเผยแพร่ ข่าวสารเป็นไปในลักษณะที่ ยืดหยุ่น ปรับให้เข้ากับผู้รับสารเป็นรายๆไปได้ และยังทำให้รับทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสาร ได้ทันที

ศลีลา ปืนเพชร (2541, หน้า 26) กล่าวว่า ในส่วนของประสิทธิภาพของสื่อมวลชน และสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ มีความเห็นว่า สื่อมวลชนมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

อย่างถูกต้องส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการซักจุ่งให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นตามแนวทางที่มุ่งหวัง

ชาร์รัม (Schramm, 1973, pp. 121 – 122) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่างๆ ในการเลือกรับข่าวสารของผู้รับสารไว้ว่าดังนี้

1. ประสบการณ์จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินประไยช์น์ ของข่าวสารจะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่งที่แตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันจะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน
5. ความสามารถในการรับข่าวสารทั้งสภาพร่างกายและจิตใจจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับสื่อและเนื้อหาของรายการที่แตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจและพฤติกรรมการเปิดรับสารของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสารก็ได้ อารมณ์ของผู้รับสารสามารถพิจารณาความรู้สึกที่เกิดจากตัวผู้รับสารในขณะนั้นและความรู้สึกหรือท่าทีที่มีอยู่ก่อนแล้ว (Predisposition) เกี่ยวกับข่าวสารนั้น
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้รับข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสาร มีแนวโน้มจะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ชาร์รัม ได้อธิบายว่า ข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มท้าให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

เมอร์ริล และ โลเวนส์เต้น (อ้างถึงใน อภิญญาธรรม จูญกลรักษ์ หน้า 9) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลได้บุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่าเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการคือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสัมสគกับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ในบางครั้ง บางคนก็พอยู่ที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนารือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้ อย่างเห็นมนุษย์มีความอยากรู้อย่างเห็นในสิ่งต่างๆอยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัว ก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อให้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมีการช่วยให้ ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Rewards) (สุภาพงษ์ ระหวายทอง, 2535, หน้า 19)

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหา และได้ประโยชน์ไม่ เมื่อตนกัน ผู้รับสารแต่ละคนยอมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการและ ทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พรพิพย์ วรกิจโภคาทร (2529, หน้า 292) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่าผู้รับสาร จะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจับมาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความ พยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ยากมากๆมักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ ยากนัก มักเลือกในสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับวิทยุเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่าย กว่าสื่ออื่น เป็นต้น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐมากกว่า หนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระ ความรู้ ในแนว主义思想ที่สอดคล้องกับ ตน

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทาง วิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสื่อบุคคลแต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการ รับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะ ขับรถ บางคนชอบนั่ง หรือ นอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุดเป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชินปกติจะมีบุคคลกลุ่มนี้ในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ซึ่งมักจะพบรูปในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เดย์ฟิงวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ มักไม่สนใจ วิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อจากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อนี้ เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลักแต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่นลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือสามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคาถูกและสามารถนำติดตัวไปได้ทุกแห่งหรือวิทยุโทรทัศน์ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เร้าใจมีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์มีแสงสี ดึงดูดใจในขณะดูวิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอธิบายได้สนับสนุน เป็นต้น

นอกจากนี้ พฤติพย์ วรกิจโภคทร (เรื่องเดียวกัน) ยังได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์กับผู้รับสาร ต่อข่าวสารว่ามีอยู่ 4 อย่าง คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น พึงเพลงเพื่อความบันเทิง พึงหรืออ่านข่าวกีฬาที่ตนเองเล่นหรืออ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับ ความเชื่อค่านิยมทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องมักไม่ได้รับความสนใจหรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสารถึงแม้ว่าข่าวสารจะเป็นประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเองแต่ถ้าข่าวสารได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ดังนั้นพฤติกรรมนี้ของผู้รับสาร คือความสะดวกในการรับข่าวสารนั่นมา

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ใหม่ๆ ตลอดเวลา เหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์รับข่าวสาร

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อจะเห็นได้ว่ามนุษย์มีความจำเป็นที่จะต้องติดต่อข่าวสารซึ่งกันและกันจะเปิดรับข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ตนเองสนใจ และเป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง จะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติของตน โดยจะเลือกสื่อที่ใกล้ตัว จัดหามาได้ง่าย เพื่อความสะดวกในการรับข่าวสาร

กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร

การเลือกรับข่าวสารประกอบด้วยกระบวนการในการเลือกรับ (Selective Processes) ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ขั้น ดังนี้ (Klapper, 1960, pp. 19-25)

1. การเลือกเปิดรับ (Selective) แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจที่มีอยู่เดิม และพยายามหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติ และความคิดเห็นเดิมของตนทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับ ความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิมจะก่อให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ซึ่งบุคคลอาจจะเกิดภาวะความไม่สมดุลนี้ได้โดยการเปลี่ยนทัศนคติ ความรู้หรือพฤติกรรมการแสดงออก หรือเลือกสรรส่วนข่าวสารที่ความคิดเห็นเดิมของตน

2. การรับรู้ (Selective Perception) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกดึงความหมายของสารนั้นตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาพร่างกาย หรือสภาพอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น ดังนั้นผู้รับสารจะตีความผิดพลาด หรือบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางที่ตนเองพึงพอใจ ให้สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจ หรือทัศนคติที่มีอยู่เดิม

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจเรื่องที่ขัดแย้ง หรือเรื่องที่ค้านกับความคิดเห็นของตนเอง ดังนั้น การเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับ จึงเป็นการช่วยเสริม ทัศนคติ หรือเสริมความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มีความมั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น กล่าวคือ ความพร้อมที่จะจดจำสารของผู้รับสาร จึงมักเกิดขึ้นกับคนที่พร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืม สำหรับคนที่ไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้น กระบวนการเลือกสรรส่วนของมนุษย์ จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters)

อดุลย์ ชาตรุวงศ์ (2543, หน้า 295) ได้ให้ความหมายของการดำเนินกระบวนการวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร คือ "กระบวนการที่ตัวกระตุนมีการรับเปลี่ยนความหมาย เก็บไว้ในความทรงจำ และสุดท้ายก็นำมาใช้ อีกครั้งหนึ่ง" จากความหมายจะเห็นได้ว่ามีความสำคัญต่อการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการโฆษณาเป็นอย่างมากและได้อธิบายขั้นตอนของการรวมวิธีเกี่ยวกับข่าวสาร 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเปิดรับ (Exposure) รับตัวกระตุนผ่านทักษะ 1 ใน 5 หรือมากกว่านั้น
2. ความตั้งใจ (Attention) จัดสรรความพยายามในการดำเนินกระบวนการวิธีข่าวสารแก่ตัวกระตุนที่รับมา

3. ความเข้าใจ (Perception / Comprehension) ทำการแปลงตัวกระตุ้น

4. การยอมรับ (Acceptance) ระดับการก่ออิทธิพลของตัวกระตุ้นที่มีต่อความรู้หรือทัศนคติของผู้บริโภค

5. การเก็บรักษา (Retention) การย้ายตัวกระตุ้นที่แปลงความหมายแล้วไปยังความทรงจำระยะยาว

การดำเนินกรรรมวิธีข่าวสาร จะต้องมีตัวกระตุ้นเกิดขึ้น เพื่อการดำเนินกรรรมวิธีตามลำดับขั้น เริ่มจากขั้นแรก คือ เปิดรับ ต่อจากการเปิดรับ ผู้บริโภคอาจจะมีความตั้งใจ หรือ “ดำเนินกรรรมวิธี” กับตัวกระตุ้น ในระหว่างการดำเนินกรรรมวิธีนี้ผู้บริโภคจะให้ความหมายแก่ตัวกระตุ้น ซึ่งก็เป็นขั้นตอนในการเข้าใจ

ขั้นต่อไปคือ การยอมรับ เป็นขั้นตอนเกี่ยวกับการสื่อสารข้างใน ผู้บริโภคเข้าใจได้ถูกต้อง แล้วว่าพนักงานขายหรือโฆษณาพูดอะไร มันอยู่ที่ว่าผู้บริโภคเชื่อข่าวสารนั้นหรือไม่ต่อจากนั้นก็เป็นขั้นตอนสุดท้ายคือ มีการย้ายข่าวสารไปไว้ในความทรงจำถาวรหีอวยะยาว

เป็นที่สังเกตว่า ความทรงจำมีอิทธิพลต่อขั้นตอนต่าง ๆ บางขั้นตอนด้วย เช่น ผู้บริโภครายหนึ่งจำรับเกิด (ที่จะมาถึง) ของสมาชิกในครอบครัวได้ จึงมีความตั้งใจต่อโฆษณาของช่องชั้นใน ทำนองเดียวกัน การแปลงความหมายตัวกระตุ้นขึ้นอยู่กับความรู้ที่มีอยู่ในความทรงจำและประสบการณ์ที่มามาแต่ก่อน นอกจากนั้น ตัวกระตุ้นยังต้องผ่านแต่ละขั้นตอน ก่อนที่จะไปถึงความทรงจำ นักการตลาดจะต้องมีความสามารถที่จะให้ข่าวสาร “อยู่รอด” ผ่านขั้นตอนในการดำเนินกรรรมวิธีข่าวสาร

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ กระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร สามารถนำมาเป็นแนวทางในการวิเคราะห์เหตุผลในการเปิดรับข่าวสารของ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ของผู้กลุ่มเป้าหมายว่ามีลักษณะและแนวทางการเปิดรับสื่อของผู้ชม

แนวคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการโทรทัศน์

คนทั่วไปชอบชมโทรทัศน์ และคนจำนวนมากใช้เวลาพักผ่อนหลังจากการทำงานด้วยการชมโทรทัศน์ เพราะถือเป็นสื่อที่ใกล้ตัวเรามากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับข่าวสาร ความบันเทิง การพักผ่อน หรือการติดตามความคืบหน้าต่างๆ จากโทรทัศน์ เพราะเหตุนี้โทรทัศน์จึงเป็นเสมือนปัจจัยที่ 5 ที่ไม่ขาดหายไปจากชีวิตคน และเหตุผลนี้เองจึงทำให้เกิดการแข่งขันที่จะนำเสนอรูปแบบรายการโทรทัศน์ออกมาในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์”

ก็เป็นอีกรูปแบบการนำเสนอของรายการโทรทัศน์เพราจะฉะนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องหยิบยกเอาแนวคิดเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบรายการโทรทัศน์มาอ้างถึงในงานวิจัยนี้

ประเภทรายการโทรทัศน์

การจำแนกประเภทรายการโทรทัศน์สามารถทำได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับผู้จำแนกและหลักเกณฑ์ในการแยกประเภท ในทางหลักสากลนิยม ได้จัดแบ่ง รายการเป็นประเภทความรู้ ประเภทข่าว และประเภทบันเทิง ตามแนวทางของประเทศต้นฉบับในการจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ และใช้กันแพร่หลายในประเทศต่างๆ (จำง รังสิกุล, 2531: หน้า 45)

การจัดแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์ตามวัตถุประสงค์ของลักษณะรายการเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. รายการความรู้ (Information)
2. รายการข่าว (News)
3. รายการบันเทิง (Entertainment)
4. รายการโฆษณา (Advertising)

เช่นเดียวกับที่ ณรงค์ สมพงษ์ (2543, หน้า 12) ได้จำแนกประเภทรายการโทรทัศน์โดย พิจารณาถึงวัตถุประสงค์ของการจัดรายการโทรทัศน์ ดังนี้

1. รายการประเภทความรู้ (Educational Program) เป็นรายการโทรทัศน์ที่เน้นการให้ความรู้และประสบการณ์แก่ผู้ชม
2. รายการทางการสอน (Instructional Programs) เป็นรายการโทรทัศน์ที่มีวัตถุประสงค์ในการสอนโดยตรง โดยยึดตามหลักสูตรการศึกษา
3. รายการข่าว (News Programs) เป็นรายการที่เสนอเหตุการณ์ที่เพิ่งจะเกิดขึ้นและอยู่ในความสนใจของคนทั่วไปตามความเป็นจริง
4. รายการบันเทิง (Entertainment Programs) เป็นรายการที่เน้นความสนุกสนาน เพลิดเพลินเป็นหลัก
5. รายการโฆษณา (Advertising Programs) เป็นรายการข้อความให้เชื่อสินค้าและบริการ ต่างๆของผู้อุปถัมภ์รายการในรูปแบบของสปอตโฆษณาหรือแทรกอยู่ในรายการอื่น

รูปแบบรายการโทรทัศน์

รูปแบบ (Format) หมายถึง วิธีการและเทคนิคในการนำเสนอเนื้อหาสาระและสิ่งที่อยู่ในรายการไปสู่กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย รูปแบบรายการโทรทัศน์แบ่งได้หลายรูปแบบดังนี้

1. รูปแบบการพูดคนเดียว (Talking Program) เป็นรายการที่มีผู้นำเสนอสาระหรือสิ่งที่ต้องการนำเสนอเพียงคนเดียว โดยอาจจะอยู่ในรูปแบบพูดคุยกับผู้ชม บรรยายสาระ หรือคุยกับผู้ชมทางบ้านผ่านทางโทรทัศน์

2. รูปแบบสนทนา (Dialogue Program) เป็นรายการที่มีผู้อกรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาสนทนากลุ่มเปลี่ยนความคิดเห็นกัน หรือพูดคุยกันในประเด็นต่างๆ ส่วนใหญ่เนื้อหาสาระเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาหรือเหตุการณ์ที่กำลังเป็นที่สนใจของคนทั่วไปในขณะนั้น

3. รูปแบบอภิปราย (Discussion Program) เป็นรายการที่มีผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป โดยมีผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คน ทำหน้าที่นำผู้ชมเข้าสู่รายการและสาระที่จะอภิปราย ซึ่งการอภิปรายนี้อาจจะมีการแสดงความคิดเห็นสดคล่องไปในแนวทางเดียวกันหรือขัดแย้งกันก็ได้ ประเด็นที่นำมาอภิปรายส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่ประชาชนกำลังสนใจในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เช่น รายการถึงลูกถึงคน เป็นต้น

4. รูปแบบสัมภาษณ์ (Interview) เป็นรายการที่มีผู้สัมภาษณ์ ทำหน้าที่ซักถามผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งคำตอบที่ได้อาจจะเป็นความคิดเห็นหรือข้อเท็จจริงก็ได้ การสัมภาษณ์อาจจะมีผู้ถูกสัมภาษณ์มากกว่า 1 คนก็ได้

5. รูปแบบรายการเกมโชว์ (Game Show) ส่วนใหญ่อาจจะเป็นรายการเพื่อความบันเทิง ซึ่งบางรายการก็อาจสอดแทรกความรู้เข้าไปด้วย เช่น รายการเกมโชว์ที่มีการเล่นเกมและตอบปัญหาหรือ มีการเล่นเกมแต่เพียงอย่างเดียว เช่น รายการเวทีทอง

6. รูปแบบตอบปัญหา (Quiz Program) เป็นรายการที่มุ่งให้ความรู้เป็นหลักและส่วนใหญ่ของผู้ร่วมรายการจะเป็นนักเรียน นักศึกษา การดำเนินรายการจะมีผู้ดำเนินรายการและผู้ช่วย มีภาระงานปัญหาและให้ผู้ร่วมรายการตอบ

7. รูปแบบสารคดี (Documentary) เป็นรายการที่นำเสนอหัวสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป ซึ่งอาจจะนำเสนอโดยภาพและเสียงตลอดรายการ หรือการนำเสนอสลับกับมีผู้ดำเนินรายการโดยซึ่งประเด็นขยายความของสารคดีนั้นๆ เช่น รายการส่องโลก

8. รูปแบบละคร (Drama) เป็นรายการที่ใช้ผู้แสดงเป็นหลัก รูปแบบละครมีทั้งเพื่อความบันเทิงและให้ความรู้ควบคู่กันไปด้วย การนำเสนอจะมีการจัดฉากและสิ่งแวดล้อมในฉากหนึ่งให้เหมือนจริงมากที่สุดตามยุคสมัยของเนื้อหาละคร ทั้งนี้เพื่อให้สมจริงและให้ผู้ชมคล้อยตาม

9. รูปแบบสาธิต (Demonstration) เป็นรายการที่นำเสนอขั้นตอนการกระทำการทุกๆ กระบวนการอย่าง เพื่อให้ผู้ชมเลียนแบบหรือนำไปปฏิบัติได้ด้วยตนเอง เช่น รายการสาธิตการทำอาหาร

10. รูปแบบเพลงและสารคดี (Music) รายการแบบนี้มีทั้งให้ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว เช่น รายการ 7 สีคอนเสิร์ต บางรายการให้ทั้งความบันเทิงและสาระ

การผลิตวิดีทัศน์เพื่อการศึกษา เพื่อประโยชน์ต่อการเรียนการสอนนั้นเนื้อหาสาระจะได้รับ การคัดสรรมาแล้วเป็นอย่างดีว่าเหมาะสมกับสื่อประเภทนี้ ผลิตแล้วคุ้มค่ากับการลงทุนโดยทั่วไป จะผลิตวิดีทัศน์เพื่อการศึกษาใน 3 ลักษณะ คือ

1. วิดีทัศน์สำหรับสอน (Instructional Video Program) เป็นรายการที่มีขั้นนำ ขั้นสอน และขั้นสรุปสมบูรณ์ในตัวเอง การผลิตจะต้องเตรียมการอย่างดีเนื่องจาก การใช้วิดีทัศน์แบบนี้จะ เป็นการใช้เพื่อสอนแทนครู หรือครูอาจจะเกริ่นนำแล้วให้ชมวิดีทัศน์ เมื่อมอบแล้วครูอาจจะสรุป ประเด็นและมอบหมายงาน

2. วิดีทัศน์สำหรับเสริม (Enrichment Video Program) มากจะเป็นรายการสั้นๆ จบลงใน ตัวเองแต่จะมีแนวคิดเดียวกับในส่วนใหญ่จะเป็นการใช้ค้นการสอนของครู ใช้เสริมใน รายละเอียดหรือสิ่งที่ครูไม่สามารถแสดงให้ผู้เรียนเห็นเป็นรูปธรรมได้หรืออาจจะใช้เป็นการสรุป ประเด็นการสอนของครูก็ได้

3. วิดีทัศน์ที่ใช้เป็นสื่อ (Teaching Media Video) เป็นรายการที่ครูจะใช้ประกอบการสอน ซึ่งผู้ใช้ คือครู เพราะวิดีทัศน์ประเภทนี้จะไม่สมบูรณ์ในตัวเอง ต้องอาศัยการอธิบายขยายความ ของครูผู้สอนประกอบด้วย ดังนั้นการใช้วิดีทัศน์แบบนี้ครูต้องเตรียมการสอนอย่างดี

นอกจากนี้ อ.สุรพล บุญลือ (มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี, 2551) ยังได้จำแนก รูปแบบรายการโทรทัศน์ ดังนี้

1. รายการสดในส튜ดิโอ/ห้องส่ง (Live Program in Studio) เป็นรายการที่จัดทำขึ้นสดๆ ใน ห้องส่งและออกอากาศพร้อมกันไปทันที จะต้องมีการซ้อมการออกอากาศล่วงหน้า และมีการนัด หมายกันระหว่างผู้ผลิต ผู้กำกับรายการ และผู้ร่วมงานอื่นๆ เพื่อป้องกันการผิดพลาด ข้อดีคือ ประหยัดเงินและเวลา แต่เป็นการเสี่ยงถ้าเจออุปสรรคใดๆ ระหว่างออกอากาศก็อาจจะแก้ไขไม่ได้ ทันท่วงที

2. รายการสดนอกห้องสถานที่ เป็นรายการที่จัดทำขึ้นนอกห้องส่ง หรือเป็นการถ่ายทอด โดยใช้รถถ่ายทอดซึ่งมีอุปกรณ์ครบครัน (Outside Broadcasting Van) รายการประเภทนี้จะจัดทำ ขึ้นในกรณีพิเศษ เช่น การถ่ายทอดพระราชพิธีต่าง ๆ กีฬานัดสำคัญ ฯลฯ รายการดังกล่าวไม่ สามารถจัดทำในห้องส่งได้

3. รายการที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า (Video Tape Recording) หรือรายการแท็ง เป็นรายการที่ได้จัดทำไว้ล่วงหน้าโดยบันทึกภาระลงในเทปโทรศัพท์ แล้วนำเทปโทรศัพท์ที่บันทึกภาระลงไว้แล้วมาเผยแพร่ภาพออกอากาศจริงๆ อีกทีหนึ่ง รายการแบบนี้นับว่าเป็นรายการที่ผลิตได้ถูกต้อง เพราะมีปัญหาใดๆ สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้ด้วยการบันทึกและตัดต่อเทป ในบางครั้ง ต้องใช้เงินลงทุนสูงเพื่อทำให้รายการมีคุณภาพ

ปัจจุบันนี้มีพัฒนาการรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจจำแนกแยกย่อยได้อีกแบบหนึ่ง คือ

1. รายการพูดคนเดียว (Straight Talk Program) ดำเนินการผลิตทั้งในสตูดิโอและนอกสถานที่ ผู้ดำเนินรายการจะดำเนินเรื่องตั้งแต่ตนจนจบโดยไม่มีผู้ร่วมรายการ ศิลปะในการพูดและการแสดงออกจึงเป็นสิ่งสำคัญของนักจัดรายการประเภทนี้ ต้องมีบุคลิกเป็นกันเอง ใช้ถ้อยคำง่าย ต่อการเข้าใจเสมือนการพูดคุยกันกว่าการอ่านบท หรือที่เรียกว่า Talk To Friend การสร้างความสนใจในเรื่องราวด้วยการเล่าสู่กันฟังนั้นอาจมีการนำอุปกรณ์ และวัสดุต่างๆ มาประกอบหรือการตัดภาพที่มีการบันทึกไว้ก่อนแทรกลงในรายการ (Insert Shot) ก็เป็นการเพิ่มบรรยากาศที่หลากหลายให้แก่รายการ ลักษณะเด่นของรายการนี้ก็คือ ตัวผู้ดำเนินรายการและสาระที่จะเสนอ

2. รายการสนทนาและสัมภาษณ์ (Forum and Interview Program) การสนทนาจะเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่มีผู้ดำเนินรายการสองคนร่วมสนทนาในประเด็นนั้nrร่วมกัน สำหรับประเด็นที่นำเสนอควรอยู่ในความสนใจ สำหรับรายการสัมภาษณ์จะประกอบด้วยผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ ลักษณะเด่นของรายการนี้ก็คือ ตัวผู้ดำเนินรายการและสาระที่จะเสนอในบทสัมภาษณ์ควรประกอบด้วย กล่าวนำรายการให้น่าสนใจ แนะนำผู้ให้สัมภาษณ์ว่าเป็นใครและสำคัญอย่างไรจึงได้รับเชิญมาให้สัมภาษณ์ เริ่มด้วยคำถามที่น่าสนใจและไม่ยากเกินที่จะตอบ ดำเนินรายการให้มีลักษณะการสนทนา การสัมภาษณ์ ก็คือ การสนทนาพัฒนาข้อสนทนาให้น่าสนใจเพิ่มมากขึ้นโดยละเอียดอยู่เสมอว่าคำถามนั้นอยู่ในขอบเขตความรู้ความสามารถของผู้ให้สัมภาษณ์ ไม่ถามนอกเรื่องเนื่องจากคำตอบที่ต้องการเน้น ไม่ควรถามคำถามที่ตอบเพียงว่า ใช่ หรือ ไม่ใช่ ยกเว้นการตอบใช่ หรือไม่ใช่ เป็นจุดสำคัญที่ผู้สัมภาษณ์ต้องการเน้นย้ำ

3. รายการอภิปราย (Panel Discussion) รายการที่มีกลุ่มบุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปร่วมกัน พิจารณาเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือปรึกษาหารือกันโดยมีผู้ดำเนินรายการที่ทำหน้าที่ในการเชิญชวนให้ผู้เข้าร่วมการอภิปรายแสดงความคิดเห็นในประเด็นปัญหาที่มีอยู่ในลักษณะการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความรู้และการถ่ายทอดประสบการณ์ที่ได้รับให้ทราบกัน ซึ่งจะนำไปสู่ การสรุปหัวข้ออยู่

และการตัดสินใจ ตลอดจนนำไปสู่แนวทางการแก้ไข สำหรับการตั้งประเด็นปัญหาและบรรยายกาศ การแก้ปัญหานั้น ผู้ดำเนินรายการควรกำหนดรูปแบบการแก้ปัญหาให้ชัดเจน เช่นการอภิปรายพูด ในหัวข้อต่างกันหรือหากต้องพูดในประเด็นเดียวกันก็ควรพูดในหัวข้อหรือมุมมองที่ต่างกัน

4. เกมโชว์ และการแข่งขันตอบปัญหา (Games Show and Quiz Show) เป็นความรู้สึก พοใจของผู้ชมที่ได้รับจากการแข่งขันไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันกีฬาหรือการแข่งขันด้านเชาวน์ปัญญา รายการหลายรายการซึ่งไม่ได้จดเข้าอยู่ในรายการประเภทไหนมักจะจัดขึ้นตามความสามารถของ คนที่จะบ่งบอกถึงความสามารถของตัวเองด้วยการแข่งขัน เพื่อจะได้รู้สึกว่าได้เล่นเกมอยู่ในบ้าน กับคนในห้องสัง การตั้งปัญหาให้ผู้แข่งขันตอบในปัจจุบันเป็นการทำท้าทายในเรื่องของความรู้ ความสามารถด้านต่างๆของผู้เข้าร่วมการแข่งขัน ซึ่งเป็นผลให้ผู้ชมเกิดการประทีองปัญญาไปด้วย เช่น เกมเศรษฐี เกมแฟ芬พันธ์แท้ เกมคุณพระช่วย เป็นต้น

5. รายการสารคดี (Documentary/Feature) รายการสารคดีเป็นรายการที่มุ่งเน้นเสนอ ข้อเท็จจริงให้ความรู้ข้อมูล และเหตุการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ชม เรื่องราวที่เสนอเป็นเรื่องจริงที่มี การนำเสนอในลักษณะ One Topic and One Presentation ซึ่งผู้เขียนบทต้องมีการค้นคว้าข้อมูล และรายละเอียดประกอบการเขียนบทให้มีความถูกต้องแม่นยำ โดยการศึกษาจากตำรา เอกสาร ตลอดจนสอบถามจากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือมีประสบการณ์ตรง เนื้อหาที่นำมาเขียนมักมาจากข่าวสารที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ ประวัติศาสตร์ ปัญหาสังคม เศรษฐกิจการเมือง ชีวประวัติ สถานที่ท่องเที่ยว วิทยาการแขนงต่าง ๆ วัฒนธรรม ประเพณี และ อื่น ๆ

6. รายการปิกัดและดนตรี (Variety Show and Music Program) มีวัตถุประสงค์หลัก คือ การให้ความบันเทิงกับผู้ชม แต่อาจจะจัดในรูปที่ให้ความรู้ และความบันเทิงพร้อมกันได้ที่ เรียกว่าสาระบันเทิง รายการประเภทนี้ จะประกอบด้วย ดนตรี ละคร ตลก กายกรรม แข่งขัน ตอบปัญหา พูดคุย สัมภาษณ์ และการแสดงต่าง ๆ มีหลากหลายรูปแบบผสมกัน เนื้อหา ก็แตกต่าง กันไป ผู้เขียนบทรายการประเภทนี้มักจะเขียนในรูปของบทอกรสทางรูปแบบและเขียนบท เขื่อมโยงรายการแบบต่างๆ คือผู้เขียนบทต้องสร้างความต่อเนื่อง (Continuity) เขื่อมโยงรายการซึ่ง อาจจะเขื่อมโยงด้วยภาพ เพลง หรือบทเขื่อมก็ได้ รายการเพื่อการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ความรู้ ให้การศึกษา ทักษะใหม่ๆ ความคิดหรือหลักให้ถือปฏิบัติ เพื่อให้บุคคลดำเนินชีวิตอย่างมี ความสุขในสังคม เกิดผลด้านการพัฒนาตนเอง

7. รายการเพื่อการสอน (Instructional Programs) หมายถึงรายการที่มีจุดมุ่งหมายใน การสอนวิชาความรู้ ในหัวข้อใดหัวข้อนึง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้โดยชัดแจ้ง

ซึ่งจะต้องมีการวัดผลการเรียนของผู้ชุมหรือผู้เรียนเพื่อผ่านมาตรฐานการเรียนในระดับหนึ่ง ระดับได้รายการสอนประเพณีมักควบคู่ไปกับการศึกษาในระบบ (Formal Education)

8. รายการสอนเพื่อความรู้ (Education Program) หมายถึง รายการที่มีได้มุ่งหมายเพื่อ การสอนโดยตรง แต่เป็นรายการที่มุ่งให้ความรู้ ความกระจ่างในบางเรื่อง หรือหลายเรื่อง เป็น รายการซึ่งผู้ชมจะได้รับความรู้ในสิ่งที่เป็นประโยชน์จำเป็นแก่การดำเนินชีวิตในส่วนตัวและ ส่วนรวม ความรู้ต่อวิทยาการก้าวหน้า สงเสริมให้รู้จักคิด รู้จักเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงของภารณ์ ใกล้

9. รายการข่าว (Newscast) เป็นการเสนอรายงานเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน โดยอยู่ในความสนใจของประชาชน และเกิดผลกระทบในวงกว้าง ข่าวจะต้องมีความสดใหม่ทันต่อ เหตุการณ์ และสามารถตอบคำถาม 6 ประการ คือใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร ทำไม และอย่างไร การเสนอรายการข่าวทางโทรทัศน์ จะแตกต่างจากการรายงานข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ เพราะ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ในการเสนอข่าว และผู้ชมไม่สามารถนำกลับมาอ่านบททวนใหม่ได้ จึงต้องใช้ ภาษาที่มีความกระชับ และเข้าใจง่าย โดยสามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้จากการเห็นภาพ เหตุการณ์และเตียงพ้อกัน รายการข่าวที่ดำเนินการจัดทุกวันนี้มีหลากหลาย คือการรายงาน ข่าว เป็นการเสนอข่าวที่เป็นเหตุการณ์ปัจจุบันให้ประชาชนทราบ เพื่อเป็นการสอดส่องและเตือน ภัย

9.1 การวิเคราะห์ข่าว การนำเสนอประเด็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนมากวิเคราะห์ แยกแยะให้เห็นมุมมองที่หลากหลาย เพื่อให้ประชาชนนำไปพิจารณาหรือวินิจฉัยเอง

9.2 การวิจารณ์ข่าว เป็นการเสนอข้อคิดเห็นของผู้ดำเนินรายการเกี่ยวกับประเด็นข่าวที่ เป็นที่วิพากษ์วิจารณ์กันในขณะนั้น โดยสื่อประกอบข่าวอาจจะได้แก่ ภาพนิ่ง เช่น ภาพฟิก แผนภาพแผนภูมิ ภาพถ่าย หรือภาพเคลื่อนไหว เช่น ภาพยนตร์ ภาพที่มีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า หรือภาพแอนนิเมชัน (Animation) เพื่อเพิ่มสีสันและความสมจริงในการเหตุการณ์ข่าว

10. รายการสาธิต (Demonstration Program) คือ รายการที่แสดงถึงขั้นตอนหรือกระบวนการ ในการดำเนินการบางอย่างตามลำดับขั้น เช่น สาธิตการทำอาหาร การซ้อมเครื่องมือ การประดิษฐ์ เครื่องใช้ เป็นต้นกล่าวได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่เหมาะสมกับการสาธิตอย่างมาก เพราะผู้ชมสามารถ เห็นภาพและได้ยินเสียงโดยเฉพาะภาพที่นำเสนอสามารถสร้างเทคนิคการจัดภาพให้เกิดความ ชัดเจนในการชมได้

11. รายการละคร (Drama Program) เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ผ่านตัวแสดงซึ่ง จะต้องเกิดจากการผสมผสานเนื้อหาในบทกับศิลปะการจัดฉาก แสง เสียง ตำแหน่งภาพ

การลำดับภาพ ละคร (Drama) มีรากของศัพท์มาจากภาษากรีก หมายถึง ทำ (To do) แสดง (To act) สำหรับคำจำกัดความของรูปแบบละคร มีหลากหลาย เช่น Something act on the stage by living people,presentation of action เป็นต้น

12. รายการผู้หญิง (Lady Program) เป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้หญิงไม่ว่าจะเป็นเรื่องสุขภาพ แฟชั่น ความสวยความงาม โดยเน้นการนำเสนอเรื่องราวของแฟชั่นสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับการเสริมบุคลิกภาพ การดูแลสุขภาพ และภัยสำหรับผู้หญิง เป็นต้น

13. รายการเด็ก (Children Program) เป็นการนำเสนอเรื่องราบที่จัดขึ้นสำหรับเด็กโดยตรง ซึ่งให้หัวข้อความรู้และบันเทิง

ซึ่ง “เดอะวอยซ์ คิดส์” ไทยแลนด์” จัดอยู่ในรายการเด็ก (Children Program) เป็นการนำเสนอเรื่องราบที่จัดขึ้นสำหรับเด็กโดยตรง ซึ่งให้หัวข้อความรู้และบันเทิง

ขณะเดียวกันก็ยังเปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงความสามารถ ฝึกฝนพัฒนาตนเองในเรื่องการร้องเพลงเพื่อسانต่อความฟื้นในการเป็นนักร้องอาชีพ นอกจากจะให้ความบันเทิงแล้วยังได้ประโยชน์จากการที่ได้ชั้นเติบโตท่านให้คำแนะนำในการร้องเพลงอีกด้วย

เดอะวอยซ์ คิดส์” ไทยแลนด์ (The Voice kids Thailand) เป็นรายการประกวดร้องเพลงสำหรับเด็กอายุ 7–14 ปี ผลิตโดย AP&J โดยชื่อลิขสิทธิ์จากทัลปา มีเดีย กรุ๊ป ประเทศไทย เนเชอร์แลนด์ สืบเนื่องมาจากเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ประสบความสำเร็จอย่างสูงในฤดูกาลแรกทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่ 6 ที่จะเริ่มทำ The Voice Kids ออกอากาศครั้งแรก 27 เมษายน พ.ศ. 2556

กรรมการในรายการ เดอะวอยซ์ คิดส์” ไทยแลนด์” ได้แก่ ภพธร สุนทรญาณกิจ ชนพร แก้วประยูร นิภากรณ์ ฐิติชนกการ สุเมธแอนด์เดอะบีง รัดเกล้า อารมณ์ดี มนัสวิน นันทเสน และกันยารัตน์ ติยะพรไชย

กติกาการแข่งขันประกอบด้วย 4 รอบ คือ The Blind Audition, Battle Phase, The Sing Off และ Live Show โดยในรอบ Blind Audition ผู้เข้าประกวดจะถูกคัดเลือกจากเสียงร้องเพียงอย่างเดียว โดยเหล่าโค้ชจะนั่งหันหลังให้กับผู้เข้าแข่งขันและเมื่อได้ยินเสียงร้องที่ถูกใจ โค้机会กดปุ่มเพื่อหมุนเก้าอี้หันหน้ากลับมาหาผู้เข้าแข่งขันเพื่อรับเข้าสู่ทีม

1. กรณีโค้ชกดปุ่มหันเก้าอี้มาเพียงคนเดียว ผู้เข้าแข่งขันจะเข้าสู่ทีมของโค้ชคนนั้นทันที
2. กรณีมีโค้ชกดปุ่มหันเก้าอี้มากกว่า 1 คน สิทธิในการเลือกร่วมทีมจะเป็นของผู้เข้าแข่งขัน

3. กรณีผู้เข้าแข่งขันร้องเพลงจบโดยที่ไม่มีโค้ชคนใดหันมา ผู้เข้าแข่งขันจะตกรอบ Blind Audition

เมื่อเหล่าโค้ชได้ร่วบรวมสมาชิกในทีมแล้ว โค้ชจะค่อยเป็นผู้ให้คำปรึกษาด้านการขับร้อง แก่ผู้เข้าแข่งขันเพื่อเข้าสู่รอบ Battle Phase ซึ่งในรอบนี้โค้ชจะทำการจับลูกทีมมาประชันในการร้องเพลงเดียวกันและโค้ชจะเป็นผู้ตัดสินเข้ารอบ Sing Off โดยในรอบ Sing Off โค้ชจะให้ลูกทีมที่ชนะมาร้องเพลงที่ตัวเองเคยร้องในรอบ Blind Audition อีกที เพื่อคัดเลือกเข้าในรอบ Live Show โดยในรอบ Live Show ผู้เข้าแข่งขันของแต่ละทีมจะประชันกับผู้เข้าแข่งขันจากทีมอื่นๆ ใน การแสดงถ่ายทอดสด โดยผู้ชมทางบ้านจะลงคะแนนให้คะแนนให้ผ่านเข้ารอบต่อไป เช่นกัน จนรอบสุดท้ายโค้ชแต่ละคนจะเหลือผู้เข้าแข่งขันเพียงคนเดียว และผลตัดสินสุดท้ายจากการให้คะแนนให้ผ่านเข้ารอบ ทำให้ผู้เข้าแข่งขันเพียงคนเดียว และผลตัดสินสุดท้ายจากการให้คะแนนให้ผ่านเข้ารอบ เป็นกำหนดเวลาสำหรับการตัดสินใจของบุคคล

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

แนวคิดเกี่ยวกับ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) ซึ่ง แคทซ์ บลัมเมอร์ และกรู วิทซ์ (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคมทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆโดยการบริโภคสื่อมวลชน

2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักในปัญหาจึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ

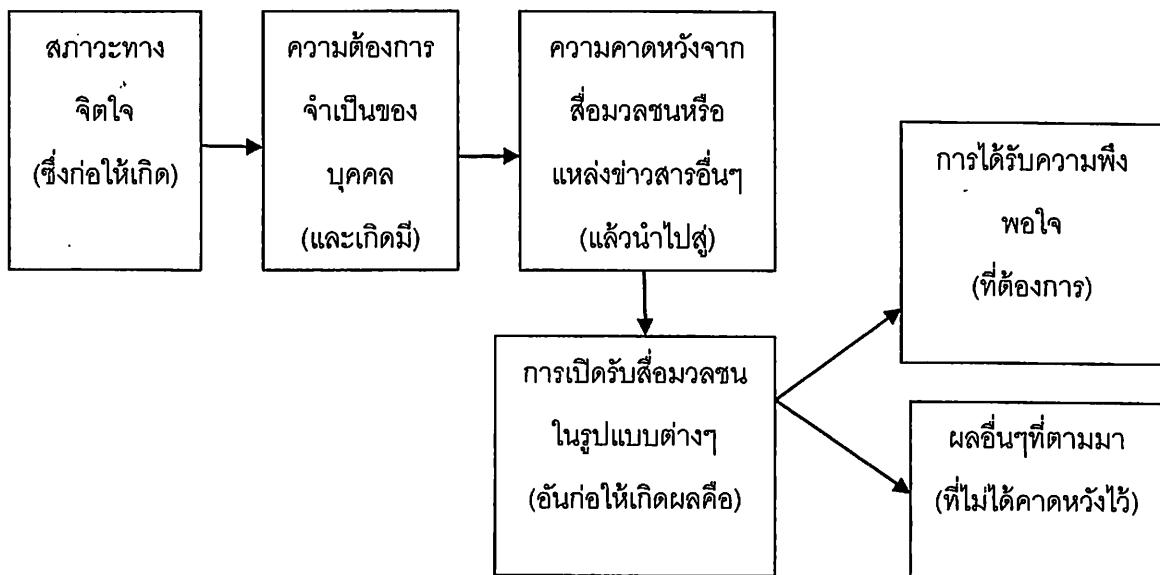
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริม หรือทดแทนบริการต่างๆที่ขาดหายไปจากสังคม

4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิกและการเสริมย้ำความเชื่อของสังคม

ส่วนนักวิชาการสื่อมวลชน เช่น แมคคอมบ์สและเบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้กล่าวว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามและสังเกตการณ์ความเคลื่อนไหวต่างๆจากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่านั่นต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันโดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆตัว
3. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (Discussions) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลนำไปใช้ในการพูดคุยหรือสนทนากับผู้อื่นในชีวิตประจำวัน
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้น
5. เพื่อต้องการข่าวสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing)

ซึ่งสอดคล้องกับ บุช (Bush, 1954 ข้างถึงใน ยงยุทธ วักขาศรี , 2530) ที่กล่าวว่าการที่ประชาชนอ่านหรือฟังข่าวนั้น เขายังมีเหตุผลที่น่าสนใจพอสรุปได้คือ ข่าวสามารถสนับสนุนเจ้าทั้งที่ วงการสนทนารือการประชุมสัมมนา รวมทั้งทำให้ผู้อ่านเป็นผู้รู้ทันเหตุการณ์ เมื่อเขาได้ติดต่อด้านธุรกิจหรือสังคมภายนอกนักนั้นสามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาร่วม และสถานการณ์ต่างๆ ที่รู้สึกว่าจำเป็นต้องเข้าควบคุมหรืออาจ เพราะที่ประชาชนเลือกอ่านข่าวเนื่องจากเป็นกิจกรรมทางสังคมอันหนึ่งรวมทั้งอาจเป็นเพื่อให้ได้ประสบการณ์แก่เขาเองต่อมาก็ตาม แคนท์ และคัมเบ (Katz, Blumer, & Gurevitcch, 1974) ได้ให้คำอธิบายแบบแผนในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางจิตและสังคม ซึ่งมีผลต่อความต้องการของบุคคล และความคาดหวังจากสื่อรือแหล่งที่มาของสารแล้วนำไปสู่ความแตกต่างในการใช้สื่อ และผลอื่นๆที่เกิดตามภาษาเหลัง หลักการในการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้สามารถแสดงออกเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2.3 แสดงแบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ที่มา: Communication Models for The Study of Mass Communications (p. 134),

by D. McQuail and S. Windahl (1993)

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ได้อธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนยอมมี วัตถุ ประสงค์มีความตั้งใจและมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลต่างๆ กันการศึกษาตามแนวคิดนี้ มองว่าผู้สารต่างหากที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตน การศึกษาในลักษณะนี้ จึงตรงกับวิธีการศึกษาในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Approach) ที่มุ่งพิจารณาว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ต่างๆ กันเพื่อสนองความต้องการของผู้รับสาร เช่น หน้าที่ในการเสนอข่าวสารหน้าที่ในการให้ความบันเทิง และพักผ่อนหย่อนใจ หน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อติดต่อกับสังคมและหน้าที่ในการเสริมสร้างลักษณะส่วนบุคคลให้แก่ผู้รับสารเป็นต้น

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่นำเสนอในอีกชิ้นหนึ่งคือ งานของเวนเนอร์ (Wenner) (อ้างถึงใน นิลภาณุ พานิชย์รุ่งเรือง, 2540, หน้า 26-27) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารอุปกรณ์เป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภค ข่าวสาร (News Gratification) โดยเฉพาะเวนเนอร์ ได้ระบุรวมวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้าง

ออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications Map)

สรุปจากแผนที่แบ่งความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารดังกล่าว เวนเนอร์ ออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิงและเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสังคม รูปแบบความต้องการที่แสดงออกมากได้แก่ การติดต่อข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote)

2. Social Gratifications เป็นการใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เช้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของบุคคลนั้น เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลในการซักจุ่งใจ เป็นต้น

3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคลหรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าวเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรมเป็นต้น

4. Para-orientation Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหย่อนเพื่อผ่อนคลายตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อบากบ่องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป คือ การที่บุคคลจะเลือกใช้ประโยชน์จากสื่ออยู่อีกต่อหนึ่งอยู่ กับว่าสื่อนั้นสามารถจะตอบสนองและสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลได้หรือไม่ หมายถึงผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายใดเมื่อถึงผลลัพธ์ก่อนที่จะบริโภคสื่อแล้วได้รับความพึงพอใจตามมาสอดคล้อง กับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการใช้สื่อ

ข้อตกลงพื้นฐานของการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ

ในงานวิจัยเรื่อง Utilization of Mass Communication by Individual แดทธ์ บลัมเมอร์ และเเกอร์ วิทซ์ (Katz, Blumler & Gurevitch , 1974) ได้ข้อสรุปและข้อตกลงพื้นฐานของทฤษฎีนี้ไว้ 5 ข้อด้วยกัน ได้แก่

1. ผู้สื่อสารมีลักษณะเป็นผู้กระทำการใช้สื่อส่วนใหญ่ทำไปโดยมีจุดมุ่งหมายแม้สภาพแวดล้อมหรือโอกาสอาจมีส่วนให้เกิดการใช้สื่อแต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าการใช้สื่อนั้นมักจะต้องมีการคาดหวังผลเสมอซึ่งคาดหวังไว้มากหรือน้อยก็ตาม

2. ยึดถือผู้รับสารเป็นหลัก คือมองว่าผู้รับสารใช้สื่ออย่างไร โดยมีเจตนาอย่างไร ไม่ใช่มองว่าสื่อมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสารแต่ฝ่ายเดียว

3. เป็นการมองอย่างเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อกับแหล่งอื่นๆดังนี้ เมื่อศึกษาจึงต้องเปรียบเทียบถึงวิธีอื่นๆที่สามารถตอบสนองความต้องการได้ด้วย

4. อาจกล่าวว่าบุคคลสามารถอธิบายความสนใจหรือแรงจูงใจของตนเองในเรื่องต่างๆได้

5. ต้องพิจารณาถึงความเกี่ยวข้อง และความแตกต่างระหว่างทฤษฎีนี้กับ Popular Culture โดยนิค (Dominick, 1993) ได้กล่าวถึงสมมติฐานของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้รับสารแสดงบทบาทอย่างกระตือรือร้น (Active Role) ใน การปฏิสัมพันธ์กับสื่อต่างๆ กล่าวคือ ความต้องการ (Needs) ของเดลبةุคคลก่อให้เกิดแรงจูงใจที่เป็นของทางให้เข้าใช้สื่อ

2. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับวิธีการต่างๆ มากมายในการได้มาซึ่งความพึงพอใจของบุคคล ยกตัวอย่างเช่น การผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxation) อาจทำได้โดยวิธีการจีบสักระยะหนึ่งหรือการได้ดื่มเครื่องดื่มสักแก้วเป็นต้น

3. ทฤษฎี การใช้สื่อและความพึงพอใจเชื่อว่า บุคคลมีความตระหนกในความต้องการของตนและสามารถบอก (Verbally) ถึงความต้องการเหล่านี้ได้ วิธีการนี้ต้องมีการสำรวจความต้องการของผู้รับสาร ดังนั้น จึงเชื่อว่าคำตอบของบุคคลคนจะเป็นตัวชี้วัด (Indicated) แรงจูงใจต่างๆตามความต้องการบุคคลได้ถูกต้อง

นอกจากนี้ โดยนิค (Dominick, 1990, pp. 49 – 53) ได้วิจัยในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจได้จัดกลุ่มการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ ผู้รับสารต้องการข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตนเอง โดยการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจในแง่ของการรับรู้

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversion) ซึ่งแตกต่างไปในแต่ละบุคคล เช่นการกระตุนอารมณ์ (Simulation) การใช้ประโยชน์จากสื่อให้เกิดความสนุกสนานร่าเริง ความตื่นเต้น เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวันการพักผ่อน (Relaxation) เพื่อการผ่อนคลายความเครียด การปลดปล่อยอารมณ์ปัญหาต่างๆที่พบเจอในแต่ละวัน

3. เพื่อการใช้ประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคมสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม เช่นครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน ฯลฯ

4. การผลักจากสังคม (Withdrawal) การเปิดรับสื่อ การใช้สื่อเป็นสิ่งของกันระหว่างตัวเองกับผู้อื่น หรือกิจกรรมอื่นๆ เช่น หลีกเลี่ยงการทำงานจนกว่าจะชุมนุมรายการโทรทัศน์จนจบ หรือใช้สื่อเป็นเขตกันชน (Buffer Zone) หลีกเลี่ยงการ robe กวนจากผู้อื่น เช่น การใช้อินเตอร์เน็ตเพื่ออ่านหนังสือพิมพ์บนเครื่องบินเป็นต้น

ในการวิจัยของปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen A., Wenner, Rayburn, J.D.1981, pp. 451 - 478) ได้มีการใช้ตัวแปรในการวัดความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับจากการรายงานข่าวโทรทัศน์ ซึ่งสามารถนำมาแบ่งความพึงพอใจได้ 5 กลุ่ม คือ

1. เพื่อแสดงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking)
2. เพื่อการใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ (Decisional Utility)
3. เพื่อความบันเทิง (Entertainment)
4. เพื่อการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Utility)
5. เพื่อลดความรู้สึกโดดเดี่ยว (Parasitical interaction)

จากแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเป็นกรอบในการวิจัย เนื่องจาก การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อรายการ “เดอะวอยซ์ คิดส์ ไทยแลนด์” ว่าผู้รับสารมีความพึงพอใจต่อการให้ข้อมูลข่าวสารหรือไม่ อย่างไร และผลของการศึกษาผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามวัดความพึงพอใจต่อไป

แนวคิดและทฤษฎี ความคาดหวังของผู้รับสื่อ

ชีษณุกร พราภรณ์วิชญ์ (2550 หน้า 6) อธิบายว่า ความคาดหวังหมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคล อื่นที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้

พจนานุกรมออกซ์ฟอร์ด (Oxford Advanced Learner's Dictionary: 2000) ได้ให้ความหมายของความคาดหวัง เป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้า ต่อบางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะเป็น หรือควรจะเกิดขึ้น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2540:18) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการ ได้ก็มักจะคาดหวังว่าจะได้รับการบริการอย่างโดยย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นที่จะต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจ ความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ

เพื่อสนองบริการที่ตรงกับความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความคาดหมาย

สิริวรรณ อัศวากุล (2550, หน้า 1) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของมนุษย์เป็นการคิดล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ แต่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล เคลล์ (Clay. 1988:252) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังต่อการกระทำการหรือสถานการณ์ว่า เป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นความมุ่งหวังที่ดีงามเป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่หวังไว้

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของวิคเตอร์วูม (Vroom) มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ (อัญชลี อ่านวุฒิหวานิช. 2555: หน้า 53)

Valence หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์

Instrumentality หมายถึง เครื่องมือ อุปกรณ์ วิถีทางที่จะนำไปสู่ความพึงพอใจ

Expectancy หมายถึง ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นๆ บุคคลมีความต้องการหลายสิ่ง หลายอย่าง ดังนั้น จึงพยายามดันตนและงานหรือกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วก็ตามความคาดหวังของบุคคล จะได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

พาราสุมาน, ไซแอนด์อล และ แบรรี่ (Parasuraman, Zeithmal and Berry. 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

1. การได้รับการบอกรเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
2. ความต้องการของแต่ละบุคคล
3. ประสบการณ์ในอดีต
4. ข่าวสารจากสื่อ และ จากผู้ให้บริการ
5. ราคา

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อการรับรู้ของคนเรา โดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

ลักษณะความคาดหวัง

ความคาดหวังเป็นตัวบ่งชี้แห่งความสำเร็จซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคนในการเลือกการกระทำไว้ ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะและความแตกต่างของแต่ละบุคคล และ สภาพแวดล้อมซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญที่จะทำให้ความคาดหวังนั้นเป็นจริงขึ้นมา

ได้ เกทเซนและคณะ (Getzels ;et al 1974 : 132) ได้กล่าวไว้ว่า “ความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกัน เพราะคนเราต่างก็มีความคิดและความต้องการแตกต่างกัน”

วูม (Vroom1964 : p.103) ได้มีคติฐานความเชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการตัดสินใจเลือกรห่วงทางเลือกต่างๆ โดยพฤติกรรมเหล่านั้นมีระบบมีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตใจได้แก่ การรับรู้ ความเชื่อ เจตคติ โดยเกิดจากแรงจูงใจ

ศรีนิตร์ บุญทอง (2521: หน้า 10) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกันตามที่บุคคลได้กำหนดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกนึงก็คิดหรือคาดการณ์นั้นๆ ประเมินโดยมาตรฐานของ ตนเองเป็นเครื่องวัดความคาดการณ์ของแต่ละบุคคล

การกำหนดความคาดหวัง

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2550: หน้า 11) กล่าวถึงการกำหนดความคาดหวังตามความคิดของเดอเช็คโคงว่า การกำหนดความคาดหวังของบุคคล นอกจากขึ้นอยู่กับระดับความยากง่ายของงานแล้ว ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้นด้วย ดังที่ เดอเช็คโคง ได้กล่าวไว้ว่า การที่บุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อน ก็จะกำหนดความคาดหวังในการทำงาน ในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงกับความสามารถจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามระดับความคาดหวังต่ำลงมา เพื่อป้องกันมิให้ตนเกิดความรู้สึกล้มเหลวจากการที่วางแผนระดับความคาดหวังไว้สูงกว่าความสามารถจริง

สมลักษณ์ เพชรช่วย (2550 : หน้า 12) ได้สรุปความคาดหวังไว้ว่า การที่บุคคลจะกำหนดความคาดหวังของคนนั้นจะต้องประเมินความเป็นไปได้ด้วย ทั้งนี้ เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึงก็คิดและคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้นอาจจะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม ก็ได้ความรู้สึกนึงก็คิด หรือคาดการณ์นั้นจะมีลักษณะเป็นการประเมินค่าโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดการคาดการณ์ของแต่ละบุคคล แม้จะเป็นการให้ต่อสิ่งที่เป็นรูปธรรม หรือนามธรรมชนิดเดียวกัน ก็อาจจะแตกต่างออกไปได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจ และการเห็นคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้นๆ

การที่บุคคลจะทุ่มเทความพยายามในการทำงานมากน้อยแค่ไหน จึงขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 อย่าง คือระดับความเข้มข้นของความต้องการรางวัลนั้น และความคาดหวังของบุคคลนั้นเองที่จะมองว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใดในการได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งนั้น ถ้าเห็นว่ารางวัลที่จะได้จาก ความพยายามนั้นมีคุณค่ากับตนมากและเป็นไปได้สูง บุคคลก็จะ

ทุ่มเทความสามารถให้มากขึ้น แต่ถ้าคิดว่าความเป็นไปได้มีน้อย หรือรางวัลที่ได้น้อยก็จะไม่พยายาม เพราะคิดว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า

ปัจจัยกำหนดความคาดหวัง

พชรี มหาลาภ (2551 : หน้า 14) ปัจจัยที่กำหนดความคาดหวังมี 3 ประการ ได้แก่

1. ลักษณะความแตกต่างของแต่ละบุคคล และสภาพแวดล้อม ความคาดหวังและการแสดงออกจึงแตกต่างกัน เพราะความคิดความต้องการของแต่ละบุคคลเน้นแต่กัน

2. ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของงาน และประสบการณ์ที่ผ่านมาในครั้งนั้นๆ กล่าวได้ว่าถ้าบุคคลเคยประสบความสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อน ก็จะทำให้มีการกำหนดระดับความคาดหวังในการทำงานในคราวต่อไปสูงขึ้น และใกล้เคียงสภาพความเป็นจริงมากขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามจะกำหนดความคาดหวังลงมากก็เพื่อป้องกันมิให้เกิดความรู้สึกล้มเหลวจากการระดับความคาดหวังที่ตั้งไว้สูงกว่าความสามารถจริง

3. ขึ้นอยู่กับการประเมินความเป็นไปได้ เพราะความคาดหวังเป็นความรู้สึกนึกคิดและการคาดการณ์ของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยสิ่งนั้นๆอาจเป็นรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้จะเป็นการประเมินค่า โดยมีมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดของแต่ละบุคคล ซึ่งการประเมินค่าของแต่ละคน ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งชนิดเดียวกัน ก็อาจแตกต่างกันได้ ด้วยขึ้นอยู่กับภูมิหลัง ประสบการณ์ ความสนใจการให้คุณค่าแก่สิ่งนั้นๆ ของแต่ละบุคคล จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ความคาดหวังของมนุษย์คาดหวังเกิดจากสภาพแวดล้อมที่บุคคลได้รับกับความรู้สึกนึกคิด และพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปตามความรู้ ประสบการณ์และความต้องการ แล้วบุคคลจะตัดสินใจ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประภาพรวณ ป้อมหิน (2550) ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชุมชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการตลาดสดสนับสนุน เป้า” พบร่วมกับกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่า เพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มากที่สุด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพ นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน 5,001-15,000 บาท นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการเปิดรับชนรายการ ตลาดสดสนับสนุนเป้ามากที่สุด คือ 2 ครั้ง ต่อเดือน และระยะเวลาในการซื้อแต่ละครั้ง คือ 11-20 นาที มากที่สุด ระยะเวลาในการติดตามซื้อ

รายการของกลุ่มตัวอย่าง คือ 1 เดือนกว่า – 4 เดือน และลักษณะการเปิดรับชมจะเลือกเฉพาะช่วงที่สนใจ โดยมีการชมช่วงชมตลาดมากที่สุด สำหรับผลการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจจากการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรูปแบบรายการมากในทุกด้าน กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการตลาดสดสนามเป้าในระดับมาก

โฉมฉาย พูใจ (2550) ทำการศึกษาเรื่อง "พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ คนดันคน" ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนที่มีความตื่นเต้นและระยำเวลาในการรับชมรายการคนดันคนมาก ไม่ว่าจะเป็นเพราะเนื้อหารายการ รูปแบบการดำเนินรายการหรือพิธีกรก็ตาม ผู้ชุมชนจะมีทัศนคติที่ดีของรายการคนดันคนมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติที่ดีขึ้นตามไปด้วยนอกจากนั้นยังพบว่าลักษณะ ประชากรศาสตร์ ของผู้ชุมชนรายการ คนดันคน ทั้งเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้ ต่างกันแต่กลับมีทัศนคติต่อรายการคนดันคนไม่ต่างกัน นั่นน่าจะเป็นเพราะรายการคนดันคนไม่ได้เป็นรายการเฉพาะ หรือมุ่งนำเสนอแต่คนกลุ่มใดกลุ่มนึง เนื่องจากเนื้อหาที่ให้ความรู้ และ เป็นประโยชน์ต่อผู้ชุมชนนั้น ทำให้รายการ คนดันคน เป็นรายการที่ดี มีคุณค่าและสร้างสรรค์สังคม ดังนั้นจึงเหมาะสมสำหรับผู้ชุมชนทุกประเภท

นอกจากนั้นยังพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชม คือ ความตื่นเต้นและระยำเวลาในการเปิดรับชม รายการยิ่งมากก็จะยิ่งมีทัศนคติที่ดีต่อรายการมากขึ้นไปด้วย และก็จะย้อนกลับไปให้ผู้ชุมชนยิ่งชม รายการมากตามไปด้วยเช่นกัน ขณะที่ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อรายการคนดันคนก็มี ความสัมพันธ์ทัศนคติที่ผู้ชุมชนมีต่อรายการ กล่าวคือ ยิ่งพอใจมาก ก็จะยิ่งมีทัศนคติในทางบวกต่อ รายการมากเช่นกัน และผู้ชุมชนก็มีทัศนคติที่ดี และพึงพอใจต่อเนื้อหารายการ รูปแบบการนำเสนอ ผู้ดำเนินรายการ ตารางการออกอากาศด้วย

ศันสนีย์ นิธิจินดา (2552) ทำการศึกษาเรื่อง "การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ ประโยชน์ ของผู้ชุมชนรายการ คริส ดิลิเวอรี่ ทางสถานี โทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ในเขต กรุงเทพมหานคร" ผลการศึกษาพบว่าลักษณะรายการ คริส ดิลิเวอรี่ ที่จัดเป็นรายการสาระบันเทิง ทำให้การสอนมีรูปแบบที่เข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน เนื้อหาความรู้ไม่หนักเกินไป ผสมผสานความบันเทิง อย่างพอเหมาะพอดี ทำให้ผู้ชุมชนเปิดรับความรู้ได้ง่าย สงผลให้ผู้ชุมชนพอใจในระดับสูงมาก ผู้ชุมชนตั้งใจ ชมมาก แต่ส่วนใหญ่หากมีโอกาสชมคือ 1-2 ครั้งต่อเดือน ด้านการใช้ประโยชน์นั้น พบว่ามีการใช้ ประโยชน์ทางด้านเนื้อหารายการในระดับที่สูง แต่มีข้อเสนอแนะก็คือ ควรย้ายเวลาของรายการ เนื่องจากชนกับละครหลังข่าว ทำให้ผู้ชุมชนต้องเลือกระหว่างรายการ คริส ดิลิเวอรี่ กับรายการซึ่งอยู่ ช่วงเวลาเดียวกัน

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสื่อรายการ “เดอบาอยซ์ คิดส์” ไทยแลนด์” สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัย ได้สรุป จากการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูล พื้นฐานในการศึกษาวิเคราะห์ และสามารถนำข้อสรุป จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้มาเป็นข้อมูลในการสร้างเครื่องมือทางการวิจัย หรือแบบสอบถาม เพื่อให้ การศึกษาวิจัยดำเนินไปอย่างมีระบบและหลักกระบวนการยิ่งขึ้น