

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง “ความคาดหวังโทรทัศน์เพื่อการศึกษาสู่รูปแบบสถานีดิจิทัล RMUTK มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ” ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม
5. แนวคิดรายการโทรทัศน์
6. แนวความคิดทฤษฎีความคาดหวัง
7. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ผู้รับสารคือองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสารที่มีความสำคัญยิ่ง การสื่อสารจะสำเร็จได้หรือไม่นั้น ผู้รับสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสะท้อนและทำให้เกิดการชี้วัดความสำเร็จของการสื่อสารได้ ผู้รับสารจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับสารที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างนั้นได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม โดยผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีพฤติกรรมและความสนใจในการรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปด้วย นอกจากนี้ทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นทฤษฎีที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับผู้รับสารก่อนแนวคิดอื่นๆ เพราะการที่ผู้รับสารมีคุณสมบัติพื้นฐานเหมือนกันหรือแตกต่างกัน จะส่งผลสู่พฤติกรรมกรเปิดรับสารที่แตกต่างกัน

นักวิจัยจึงได้ใช้แนวความคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์เป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการวิจัยกลุ่มตัวอย่าง เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมกรเปิดรับสารว่ามีผลต่อการเปิดรับที่แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร อีกทั้งยังพบว่าบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 65) ซึ่งวิธีที่ศึกษา

ผู้รับสารนั้น จะต้องมีภาระจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม โดยปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 112-116) พบว่าในการสื่อสารกลุ่มใหญ่หรือการสื่อสารมวลชน เราไม่สามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็น คนๆ ได้ เนื่องจากผู้วิจัยยังไม่รู้จักผู้รับสาร (Anonymous) แต่ละคน ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการ วิเคราะห์ผู้รับสารจำนวนมาก คือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่มๆ ตามคุณสมบัติทาง ประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics Theory) เนื่องจากผู้รับสารที่มีคุณสมบัติของ บัณฑิตบุคคลเหมือนกัน อาจจะไม่แตกต่างกันในแง่ของความสนใจ ทักษะ หรือพฤติกรรม การที่ ผู้วิจัยจะสามารถจัดกลุ่มของผู้รับสารได้นั้น ต้องอาศัยคุณสมบัติที่มองเห็นได้จากภายนอก นั่นคือ คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์(Demographic Characteristics Theory)

1. เพศ ลักษณะทางเพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิด ใน ประชากรกลุ่มใดๆ ก็ตาม จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และประชากรเพศหญิง (Female) เป็นปัจจัยพื้นฐานด้านร่างกายที่แตกต่างกันของบุคคล เป็นสถานภาพที่มีมาแต่กำเนิด ของบุคคล เพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคล ตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วง วัยก็มีความแตกต่างกันด้วย ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่ แตกต่างกันอย่างกว้างคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่รับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความ ต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (Will Goldhabers and Yates, 2002 หน้า 114 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546)

แมคคี (Mckee, 1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่า ผู้ชายมี ความสามารถทางการจำรูปทรงสิ่งของได้ แม้ว่าจะตั้งพลิกแพลงในท่าต่างๆ หรือสามารถที่จะเห็น ความสัมพันธ์ ของ Space-form ในจินตนาการได้ ส่วนพาเทลและกอร์ดอน (Patel and Gordon, 1960 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่า เด็กหญิงมีแนวโน้มที่จะสามารถคล้อย ตามผู้อื่น หรือถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าเด็กชาย สอดคล้องกับการวิจัยของ คิมเบอร์ (Kimber, 1974 อ้างถึงใน สุชา จันทรเฒ, 2544) ที่ศึกษาพบว่า เด็กหญิงสามารถรับสารและเลียนแบบพฤติกรรม บุคลิกภาพของผู้อื่นได้ง่ายกว่าเด็กชาย ผลการศึกษาและวิจัยของ เบอเนต และโคเฮน (Bennett And Cohen, 1959 อ้างถึงใน สุรางค์ ใคว์ตระกูล, 2541) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความ แตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงยังพบว่า เพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิด ของเพศหญิง แต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชาย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนิน ชีวิตในขั้นต่อไปอีกด้วย จากการวิจัยทางจิตวิทยาแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่าง

กันอย่างมากมายในเรื่องความคิดทั้งในด้านค่านิยมและทัศนคติ โดยมีกรอบของวัฒนธรรมและสังคมกำหนดให้บทบาทหน้าที่และกิจกรรมของชายหญิงมีความแตกต่างกัน ผู้หญิงจึงเป็นเพศที่มีอารมณ์จิตใจอ่อนไหวอ่อนอ่อนผ่อนตามมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สัตเวทิน, 2540, หน้า 106) ด้านพฤติกรรมกรรมการในการเปิดรับสื่อ นั้น เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงจะชอบดูรายการโทรทัศน์ประเภทละคร และเพศชายจะชอบดูรายการข่าวและกีฬา ในขณะที่เด็กในวัยรุ่นหนุ่มสาวจะชอบดูรายการประเภทวาไรตี้เพื่อความบันเทิง และวัยเด็กจะชอบดูการ์ตูน

ผลการศึกษาและวิจัยของ เบอแนต และโคเฮน (Bennett&Cohen, 1959, สุรางค์ ใคว์ตระกูล, 2541) พบว่าเพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิง แต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชายซึ่งจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูลและนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในขั้นต่อไป

กาญจนา แก้วเทพ (2547, หน้า 372) กล่าวถึงการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารตามแนวทฤษฎีประชากรศาสตร์ พบว่าเพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน เช่น เพศหญิงใช้เวลาในการเปิดรับโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย และเพศชายชอบอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่าโทรทัศน์ และเนื่องจากเพศหญิงชอบการอยู่บ้านมากกว่าเพศชาย และในขณะที่อยู่บ้านก็มักมีกิจกรรมที่ต้องทำอยู่ตลอดเวลา เช่น การเลี้ยงลูก การทำกับข้าว การทำงานบ้าน ดังนั้นสื่อที่เพศหญิงเลือกใช้จึงเป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายมีทั้งภาพและเสียง เนื่องจากต้องสามารถใช้ควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมข้างต้นไปพร้อมกันได้ นั่นคือ สื่อโทรทัศน์

กัลยกฤต บุญบำรุงชัย (2555) วิจัยเรื่อง ทัศนคติของผู้ชมรายการข่าวมสสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อ สรยุทธ สุทัศนจินดา ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันไม่ทำให้มีทัศนคติต่อสรยุทธ สุทัศนจินดา แตกต่างกัน ยกเว้นลักษณะทางประชากรด้านเพศ ที่ผู้หญิงมีทัศนคติที่ดีมากกว่าผู้ชาย โดยผู้ชมส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อสรยุทธ สุทัศนจินดา ทั้งในด้านบุคคลลักษณะของการเป็นผู้ดำเนินรายการข่าวที่ดี ด้านวิธีการนำเสนอข่าวด้านบทบาทและการปฏิบัติหน้าที่และมีแนวโน้มที่จะติดตามรับชมรายการข่าวอย่างต่อเนื่องหากผู้ดำเนินรายการข่าวให้ความสำคัญในเรื่องของจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อที่มากขึ้น

เกณท์สิทธิ์ กัณธจันทร์ (2558) งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อข่าวภาคค่ำช่วงที่ 1 ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการศึกษาพบว่า เพศที่แตกต่างกัน จะมีเหตุผลในการรับชมรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ที่แตกต่างกัน

2. **อายุ** เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นลักษณะประจำตัวบุคคลที่สำคัญมากในการศึกษาและวิเคราะห์ทางประชากรศาสตร์ โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความพึงพอใจการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ตามความชื่นชอบและเหมาะสมกับความต้องการในการเลือกรับชมมากน้อยแต่ต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกันในช่วงอายุและเพศที่แตกต่างกันก็จะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน อายุเป็นเครื่องบ่งชี้ความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่น เรื่องการเมือง ความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคต นอกจากนั้นอายุยังบ่งชี้ให้เห็นถึงอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไปในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกัน อันเนื่องจากระบวนการคิดและตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองประสบการณ์ของช่วงวัยที่จะส่งผลต่อประสบการณ์ ความคิด ความสนใจ ความเชื่อ ทักษะคิด และพฤติกรรมต่างๆ ของผู้รับสาร โดยคนที่มีอายุน้อยกว่ามักจะมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน (Impatient) และมองโลกในแง่ดี (Optimistic) มากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนอายุมากจะมีความคิดอนุรักษ์นิยม (Conservative) และยังมีการยึดถือการปฏิบัติ (Pragmatic) ระวังระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) มากกว่าคนอายุน้อย เนื่องจากคนอายุมากมีประสบการณ์ชีวิตที่เคยผ่านปัญหาต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนอายุน้อย

จากการศึกษาของ ทอแรนซ์ (Tarrance, 1962 อ้างถึงใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) พบว่า อายุที่เพิ่มขึ้นของบุคคลจะทำให้บุคคลมีความคิดที่รอบคอบขึ้น อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อยและบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer, 1999, อ้างถึงใน สุชา จันทร์เอม, 2544, หน้า 63)

สุจิตรา พันธุพงษ์ (2546) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับและความคิดเห็นของกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อรายการโทรทัศน์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นของดูรายการประเภทให้ความบันเทิงและรับรู้ข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์รวมทั้งยังให้ความสำคัญกับรูปแบบรายการ พิธีกร และช่วงเวลาออกอากาศ

3. **ภูมิสำเนา** หมายถึง ถิ่นอันเป็นที่อยู่อาศัยโดยบุคคลนั้นแสดงเจตนาว่าเป็นถิ่นฐานที่พักพิงตั้งแต่แรกเริ่ม โดยการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้าน ชุมชน หรือเมืองนั้น จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่างๆทางสังคม วัฒนธรรมและจิตวิญญาณ เพื่อให้เกิดการคงอยู่ที่มีรูปแบบในแต่ละถิ่นฐาน โดยสิ่งเหล่านี้จะส่งผลต่อเรื่องความเป็นอยู่ ค่านิยมทางความคิด การประกอบอาชีพ ตลอดจนการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีตลอดจนวัฒนธรรมที่มาจากถิ่นฐานหรือภูมิสำเนาที่ตนอาศัยอยู่ การตั้งถิ่นฐานในแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อการรับรู้ทางด้านขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่ต่างกัน ประชาชนที่ตั้งถิ่นฐานหรือมีภูมิสำเนาอยู่ในแต่ละภาคของประเทศไทยก็จะมีขนบธรรมเนียมประจำถิ่นในรูปแบบเฉพาะของตนเอง เช่น วัฒนธรรมการกินของภาคกลางจะรับประทานอาหารบนโต๊ะมีช้อนส้อม และช้อนกลาง ไว้ตักอาหารทานข้าวสวยเป็นหลัก ในขณะที่วัฒนธรรมการรับประทานแบบภาคเหนือจะมีรูปแบบการจัดอาหารใส่ถ้วยเล็กๆ วางลงบนโตก มักรับประทานข้าวเหนียวเช่นเดียวกับวัฒนธรรมทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้การรับรู้ทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละถิ่นฐานยังนำไปสู่ค่านิยมทางความเชื่อความรู้สึกรักใคร่ที่แสดงออกมาเป็นงานศิลปะหรือการสื่อสารที่มีคติทางความเชื่อ ความชื่นชอบที่แตกต่างกัน เช่น คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือชอบฟังหมอลำ คนภาคใต้ชอบดูหนังตะลุง ซึ่งการสื่อสารที่ออกมาจากศิลปะนั้น มักจะมีเรื่องราวที่น่าเสนอและความน่าสนใจตามภาษาถิ่นที่ทำให้คนที่มิได้เกิดในถิ่นฐานหรือภูมิสำเนาเหล่านั้นมีการรับรู้และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ศึกษาความพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ของกลุ่มแม่บ้าน เขตกรุงเทพมหานครที่ติดตามดูละครหลังข่าวภาค 20.00น. เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 5 ปีขึ้นไป ผลวิจัยสรุปว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความตั้งใจมากที่จะดูละครโทรทัศน์ มีการวิพากษ์วิจารณ์บทบาทการแสดงของตัวละครหรือเนื้อหาเรื่องในขณะดูและได้นำไปใช้อรรถประโยชน์ทางสังคม โดยนำไปเป็นประเด็นสนทนาและเป็นสื่อกลางในการเข้าเรื่องกลุ่ม ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์คือความสนุกสนานเพลิดเพลินจากเนื้อเรื่อง ดารา แก่ การแต่งกาย การผจญภัยหรือหลีกเลี่ยงจากความเครียดในปัญหาชีวิตประจำวัน

4. **รายได้ครอบครัว** อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ในการวิจัยส่วนใหญ่จะสนใจความแตกต่างทางด้านอาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคล รายได้ของบุคคลแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญแสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตัวเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายตลอดจนการบริโภคข่าวสาร ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจสูงจะมีโอกาสที่ดีกว่าในการ

แสวงหาสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อการดูแลตนเอง ผู้ที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจต่ำจะมีการศึกษาน้อย ทำให้มีข้อจำกัดในการเรียนรู้ตลอดจนการแสวงหาความรู้และประสบการณ์

อาชีพของบุคคลจะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล ช่วงเวลาที่เปิดรับข่าวสาร เรื่องที่กลุ่มผู้ฟังสนใจเช่น นักเล่นหุ้น จะมีความสนใจเกี่ยวกับข้อมูลหุ้น สภาพเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น ในบางกรณีคนที่อาชีพอย่างหนึ่งแต่อาจจะไปรวมกลุ่มกับคนที่มีความสนใจเรื่องหนึ่งก็ได้ ซึ่งจะทำให้ความสนใจของบุคคลนั้นขยายกว้างออกไป ยุบล เบญจรงค์กิจ (2542, หน้า 70-71) พบว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะมีการศึกษาสูง ซึ่งคนกลุ่มนี้จะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนกลุ่มอื่น เนื่องจากมีความจำเป็นต้องเรียนรู้หาข้อมูลข่าวสารต่างๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การใช้สื่อมวลชนของคนมีฐานะดีมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ และจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น การอ่านบทบรรณาธิการ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับหุ้น การอ่าน การเปิดรับ หรือการฟังข่าวสาร บ้านเมือง ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ และความเป็นไปของประเทศหรือของโลก

ดังนั้นสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของบุคคลนี้มีอิทธิพลต่อปฏิภพการรับรู้ข่าวสารที่มีต่อผู้ส่งสาร การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิภพการรับรู้ข่าวสารที่มีต่อผู้ส่งสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะคิด ค่านิยม ความคิด และเป้าหมายที่แตกต่างกัน คนที่มีพื้นฐานครอบครัวที่แตกต่างกันย่อมมีทัศนคติ ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกหรือแนวคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจจะคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนเอง ด้วยเงินทองที่หาได้จากความสามารถ เพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมของคน

**5. การศึกษา** เป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสารและอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้บุคคลสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหา รูปแบบองค์ประกอบที่แตกต่างกันของสิ่งต่างๆ การศึกษาจึงถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสารอย่างมาก ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกัน ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่การตีความ การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง

จะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจได้ดี มีความเข้าใจศัพท์มาก แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักใช้สื่อมวลชนหลากหลายแขนงมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากปัจจัยการเข้าถึงสื่อที่แตกต่างกันนั่นเอง ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาที่ต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 114-116)

การศึกษาในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้จากสถาบันศึกษา และที่ได้รับจากประสบการณ์ของชีวิต การศึกษาบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้ การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพเพิ่มขึ้นแล้ว การศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่นกัน นอกจากนี้ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 116) ยังได้กล่าวว่าการศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาที่แตกต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบในการเลือกรับสารที่ดีกว่าและสามารถเลือกการรับสารได้ตรงตามความต้องการของตนเองอย่างเหมาะสมเพราะมีองค์ความรู้ที่กว้างสามารถเลือกพิจารณาได้อย่างถี่ถ้วน

สเตเนอร์ (Steiner, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2542, หน้า 47) กล่าวว่า บุคคลที่มีการศึกษาสูงจะมีการเปิดรับข่าวสารและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเป็นไป หรือสถานการณ์ในสังคมมากกว่ากลุ่มคนที่มีอายุน้อย ยิ่งบุคคลมีการศึกษาสูง ก็จะมีการเปิดรับข่าวสารมากยิ่งขึ้น

อลิสซา ซินคองอำนาจ (2560, หน้า 24) การศึกษาและอาชีพทำให้บุคคลมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ ความสนใจและมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่แตกต่างกัน

เหมือนตะวัน สุทธิวิจิตร (2559, หน้า 111) การศึกษาและความรู้ที่ระดับการศึกษาสามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจเนื้อหาของสาร และสามารถตีความสารนั้นให้ถูกต้องตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวทฤษฎีลักษณะทางประชากรศาสตร์ของ ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 114) ที่กล่าวไว้ว่า การศึกษา (Education) หรือความรู้ถือเป็นปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อ

ประสิทธิภาพในการสื่อสารของผู้รับสารอย่างมาก ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งอาจพบได้ตั้งแต่ การตีความ การมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารแตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้ กว้างขวางและเข้าใจได้ดี มีความเข้าใจศัพท์มาก แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนหลากหลายแขนงมากกว่า คนที่มีการศึกษาต่ำ เนื่องจากปัจจัยการเข้าถึงสื่อที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ชม

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล โดยนักวิจัยมีแนวความคิดว่าพฤติกรรมต่างๆของมนุษย์ เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอก (Exogenous Factors) มากกระตุ้น แนวความคิดทางประชากรศาสตร์มีความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตไปตามสภาพสังคมที่ได้วางแบบไว้ กัน กล่าวโดยสรุปคือ คนที่มีคุณสมบัติทางลักษณะประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 65) ความแตกต่างทางด้านเพศ อายุ ภูมิฐานะ รายได้ครอบครัวและการศึกษา มีผลต่อทัศนคติ การรับรู้ และนำไปสู่พฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่าง ความแตกต่างทางด้านเพศ อายุ ภูมิฐานะ รายได้ครอบครัวและการศึกษา มีผลต่อทัศนคติ การรับรู้ และนำไปสู่พฤติกรรมการเปิดรับสารที่แตกต่าง และส่งผลต่อ ความคาดหวังรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่มีความสนใจและความพึงพอใจที่แตกต่างกันเช่นกัน

## ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสาร ข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ และการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการสื่อสารในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และเพื่ออยู่ร่วมกับบุคคลอื่นในสังคมและยิ่งสังคมในปัจจุบันเป็นสังคมซับซ้อน ข่าวสารยิ่งมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจาก การสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการที่บุคคลใช้เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาเป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิตประจำวัน ข่าวสารจะทำให้มนุษย์มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ทันทต่อเหตุการณ์ อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆ นั้นมักจะถูก



คัดเลือกตลอดเวลาข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิตติมา สุรสนิ, 2533, น. 46-47) โดยแรงผลักดันที่จะทำให้บุคคลเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประเภทใดนั้น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารด้านในต่างๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน

2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

ทั้งนี้ อัทकिन (Charles K. Atkin, 1973, p. 208) ได้กล่าวว่า “บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย” จึงสามารถกล่าวได้ว่า การเปิดรับข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่บุคคลใช้สำหรับหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ และเมื่อบุคคลเกิดความสงสัยไม่แน่ใจต้องการอยากรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่ง จะทำให้บุคคลมีความต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นและการเปิดรับข่าวสารจะทำให้บุคคลเกิดความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้น ฮันท์และรูเบน (Hunt&Ruben, 1993, อ้างถึงใน ปรมะ สตะเวทิน, 2546, หน้า 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

ความต้องการ (Need) ปัจจัยสำคัญที่สุดหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นทัศนคติที่ว่าเราควร จะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม และมีคนซึ่งทัศนคติ และค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่ง ต่อการเลือกใช้ สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำ



2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือเปิดรับหรือฟังเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกัน ดังนี้

เมคคอมบ์และเบคเคอร์ (McCombs, M.E. & Becker, L.B., 1979, pp. 51-52) ได้ให้แนวคิดไว้ว่า โดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือเปิดรับสื่อ เพื่อตอบสนองความต้องการ 6 ประการ คือ

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์ต่างๆรอบตัวจากการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อ เพื่อทำให้เป็นคนที่ยึดมั่นทันต่อเหตุการณ์และรู้ว่าตอนนี้จะอะไรที่คนอื่น ๆ ให้ความสนใจในสังคม

2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะหรือเหตุการณ์ต่างๆรอบตัว เพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน

3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่นได้

4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆตัว

5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ตนเองได้กระทำลงไปแล้ว (Reinforcement)

6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อผ่อนคลายความเครียด

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่ามีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา บุคคลมักจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง และบุคคลยังมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่ออีกด้วย ซึ่งจะส่งผลต่อการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน นอกจากนั้น ข่าวสารยังเป็นปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะเมื่ออยู่ในภาวะที่ไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ความต้องการข่าวสารยิ่งมากขึ้นและข่าวสารก็มีมาจากหลายแหล่งด้วยกัน ขึ้นอยู่กับว่า บุคคลเลือกที่จะรับข่าวสารเรื่องนั้นๆ จากสื่อใด โดยพฤติกรรมดังกล่าวเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นประสบมาในชีวิต ซึ่งส่งผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน กระบวนการเลือกนี้เรียกว่า “กระบวนการเลือกสรร (Selective Process)” ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารของบุคคลซึ่งแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล เบอร์กูน (Burgoon, Michale, 1974, p. 153) พบว่า ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Exposure) ประกอบไปด้วย 4 กระบวนการ ดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับสาร หรือ การเลือกใช้สื่อ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกของการเลือกช่องทางการสื่อสาร โดยในแต่ละวันนั้น บุคคลมีข่าวสารมากมายจากผู้ส่งสารหรือสื่อมวลชนรูปแบบต่างๆ มากมาย เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ การเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียง การเลือกเปิดช่องรายการโทรทัศน์ แต่เนื่องจากเวลาและความสามารถอันจำกัดในการรับสารรวมทั้งความต้องการ ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจ หรือทัศนคติต่อผู้ส่งสารที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้น บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารตามความสนใจและความต้องการของตน รวมถึงการเลือกบริโภคสื่อที่น่าเสนอข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของตนเอง

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลที่เปิดข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารตามความคิดเห็น ความสนใจและความเชื่อของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงบริโภคสารที่ไม่ตรงกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่ตนเองมีอยู่

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารมาแล้ว ก็ใช้ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาของของผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตาม ความสนใจ ทักษะคิด ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเอง

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร โดยบุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ทักษะคิด ความชอบ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตนเอง ซึ่งเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารหรือสื่อใดๆ นั้น ยังเป็นการสนับสนุนให้ทัศนคติเดิมหรือความเชื่อเดิมของแต่ละบุคคลมีความมั่นคงและเปลี่ยนแปลงได้ยากมากขึ้น

นอกจากนี้ ชรามม์ (Schramm, Wilbur, 1973, pp. 121-124) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effect) และผลที่ได้ (Promise of Reward) ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการรับข่าวสารดังนี้

$$\frac{\text{การเลือกรับข่าวสาร}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้}} = \text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง}$$

จากสูตรจะเห็นได้ว่า บุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารที่อยู่ใกล้ตัว ข่าวสารที่สามารถเลือกรับได้ง่าย และข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตนเอง นอกจากนี้ยังกล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความสะดวกในการใช้ข่าวสาร บุคคลมักจะเลือกใช้สื่อที่เข้าถึงง่าย ไม่ซับซ้อนและไม่ยุ่งยากในการเลือกใช้ โดยเฉพาะสื่อที่อยู่ใกล้ตัวจะเป็นสื่อที่บุคคลเลือกนำมาใช้เป็นอันดับแรก เช่น การเลือกเปิดรับโทรทัศน์ หรือเลือกเปิดรับช่องรายการที่ตรงกับความสนใจพื้นฐานของตนเอง

2. ความเป็นจุดเด่น บุคคลมักเลือกเปิดรับช่องรายการที่มีจุดเด่นแตกต่างไปสื่ออื่นๆ

3. ประสบการณ์ของบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจเลือกรับข่าวสาร โดยเฉพาะความต้องการ ค่านิยม ทักษะคติของบุคคลเอง ดังนั้นผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและเลือกให้ความสนใจสารที่ตรงตามความต้องการของตนเอง และเลือกตีความหมายของเนื้อหา ส่งผลต่อการเลือกจดจำสารตามทักษะและประสบการณ์ของตนเอง

4. การศึกษาและสถานภาพทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสารและเลือกรับเนื้อหาข้อมูลข่าวสารของบุคคล อาทิเช่น ผู้รับสารที่อยู่ในวัยทำงานจะมีความสามารถในการเปิดรับสารได้ดีกว่าผู้รับสารที่อยู่ในวัยสูงอายุ นอกจากนี้ระยะเวลาในการรับข่าวสารของบุคคล สามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดของบุคคลได้ โดยอาจจะเป็นทั้งความคิด ทักษะคติในแง่บวกหรือแง่ลบก็ได้

จากทฤษฎีการเปิดรับสารข้างต้น จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญ ในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลก็就会有ความต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากช่องทางใด แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น โดยเกณฑ์ที่ใช้วัดพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารหรือสื่อ นั้น แมคเคลอยด์และคณะ (Mcleod, and O'Keefe, 1972, p. 71) ได้ระบุว่าเกณฑ์ในการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media exposure) มี 2 ชนิด ได้แก่ เวลาที่ใช้สื่อ คือ วัดจากเวลาที่บุคคลเปิดรับสื่อต่างๆ เช่น ระยะเวลาที่เปิดรับสื่อ

โทรทัศน์ และความถี่ของการใช้สื่อ คือ การวัดความถี่ในการใช้สื่อของแต่ละบุคคล แยกตามประเภทเนื้อหาที่แตกต่างกันจึงอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ นั้นหมายถึง ระยะเวลาช่วงเวลา ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ รวมไปถึงจำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ นั้นเอง

ประมะ สตะเวทิน (2546) อธิบายว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสารนั้น และบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อต้องการตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อเหตุการณ์รอบๆตัว
3. เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา (Discussion) โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความ เป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

ยุพดี ฐิติกุลเจริญ (2537, หน้า 3) ได้อธิบายว่า การสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์นอกเหนือไปจากปัจจัยสี่ เพราะการสื่อสารนั้นแม้จะไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำรงชีวิต แต่ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆ ในกิจกรรมของตน ที่สำคัญก็เพื่อการอยู่ร่วมกันกับคนในสังคมได้อย่างราบรื่น การสื่อสารจึงนับเป็นพื้นฐานของกระบวนการติดต่อทางสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมาก และมีผู้คนจำนวนมากเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น เพราะการเปลี่ยนแปลง เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคม จะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อนหรือความสับสนต่างๆจนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจ แก่สมาชิกของสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับอีกปัจจัยหนึ่งของมนุษย์ เพราะการสื่อสารก็จัดว่าเป็นเครื่องมือที่มนุษย์ใช้การสื่อสารเพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของตนเอง และการร่วมอยู่ร่วมกันในสังคม การสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อในกระบวนการของสังคม นอกจากนั้นแล้วข่าวสารยังถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ และการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในปัจจุบัน เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการสื่อสารในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ และเพื่อการอยู่ร่วมกันกับบุคคลอื่นในสังคม และยังสังคมปัจจุบันมีความซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ ข่าวสารยังมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญในการที่บุคคลใช้เพื่อการแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาเป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิตประจำวัน ในการรับข่าวสารต่างๆ นั้น ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสาร (Selective Processes) ด้วยสาเหตุต่างๆ ซึ่งทำให้แต่ละบุคคลมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นบุคคลจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารด้วยสาเหตุที่แตกต่างกันได้แก่ (พีระจิรโสภณ, 2529, หน้า 636-640)

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน จึงไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหาทางสื่อสารกับบุคคลอื่น ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. ประโยชน์ใช้สอย (Self-Aggrandzement) มนุษย์ต้องการรับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เช่น ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

3. สาเหตุจากตัวสื่อซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชี้นำ ทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวสารนั้นๆ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 อ้างใน ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์, 2554, หน้า 9) ได้กล่าวถึงกระบวนการเลือกรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องมือกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ขั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

3.1 การเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลากหลาย เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจ เพื่อสนองความต้องการ

3.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลเลือกให้ความสนใจสารจากแหล่งข่าวแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความ

เข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว และมีแนวโน้มแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้น (Reinforce information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดแย้งกับสิ่งที่กระทำลงไป

3.3 การเลือกที่จะรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้ และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของบุคคลในขณะนั้น

3.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) เมื่อผ่านขั้นตอนของการเลือกเปิดรับสาร เลือกสนใจและเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสาร ในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ และมักจดจำในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือขัดแย้งกับความคิดและทัศนคติของตนเอง อย่างไรก็ตามบุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างผ่านมาสู่ตนเองทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาและส่งไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมา สุรสนธิ, 2533, หน้า 46) โดยแรงผลักดันที่จะทำให้บุคคลเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อประเภทใดนั้น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่างๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติและประสบการณ์เดิมของตน

2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ ภูมิฐานะ รายได้ครอบครัวและการศึกษา

ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนท์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993 อ้างถึงใน ประมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์ คือความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงถึงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคมและเพื่อความพอใจ



2. ทักษะคตินิยม (Attitude and Values) ทักษะคติ คือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนคตินิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็น ความรู้สึกที่เราควรจะทำหรือไม่ทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทักษะคติ และคตินิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสังคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้ จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ สื่อมวลชน การเลือกรับข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมาย ของตนเอง

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้ง ความสามารถพิเศษด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมายและการ เลือกเก็บเนื้อหาข่าวสารนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความ พยายามในการเข้าใจและจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ สไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟัง วิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคลและเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ การสื่อสารสิ่งต่างๆของค์ประกอบเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสาร การมีบุคคลอยู่ร่วมด้วยจะมี อิทธิพลต่อการใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูก มองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนคาดหวังอะไรจากเราและการ ที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสื่อของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละ คนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนา ความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิด หนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ทั้งนี้ อัทคิน (Charles K. Atkin, 1973, p. 208) ได้กล่าวไว้ว่า “บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์ กว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย” จึงสามารถกล่าวได้ว่าการเปิดรับข่าวสารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่บุคคล ใช้สำหรับหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆและเมื่อบุคคลเกิดความสงสัย ไม่

แน่ใจต้องการอยากรู้เรื่องใดเรื่องหนึ่งจะทำให้บุคคลมีความต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นและการเปิดรับข่าวสารจะทำให้บุคคลเกิดความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ดียิ่งขึ้น

การสื่อสารยังมีความสำคัญมากขึ้นเมื่อสังคมมีการเปลี่ยนแปลงและมีความซับซ้อน จนอาจจะก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกในสังคมนั้น จึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือแก้ไขปัญหาดังกล่าว ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531, หน้า 23-26) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้แก่

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มาจากแนวความคิดว่า คนเรามีความแตกต่างเฉพาะบุคคลมากมายในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาบุคคล ซึ่งเป็นผลมาจากการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ฯลฯ ส่งผลกระทบต่อความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการเรียนรู้ การจูงใจและบุคลิกภาพต่างกัน ซึ่งปัจจัยบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลนี้มักมีความสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเลือกรับ (Selective Exposure) การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามียึดติดกับกลุ่มหรือสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้ายตามกลุ่มในแง่ความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของข่าวสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวที่เหมือนกันหรือมีความแตกต่างกันอีกด้วย

นอกจากนี้ ชรามม์ วิลเบอร์ (Schramm, Wilbur., 1973) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับส่งสารแสวงหาข่าวที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับสารแสวงหาเพื่อตอบสนอง จุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษา สภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสาร ซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้ พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน

6. บุคคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้เข้าใจความหมายของ ข่าวสารหรือ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ก็มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน แต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนนิสัย เปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันออกไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์และชูเมกเกอร์ (E.M. Rogers and F.F. Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหลังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจน และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้น บุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร วัตถุประสงค์และความต้องการในการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ คือ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544, หน้า 13-14)

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยหรือเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล โดยสื่อบุคคล หมายถึง ผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่ง ไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ซึ่งจะมีปฏิกริยาตอบโต้ระหว่างกัน ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกได้ดังนี้ การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงใ้มน้ำใจจิตใจให้เกิดประโยชน์โดยตรงและเป็นเผยแพร่ข่าวสารการติดต่อเป็นกลุ่ม (Group Contact of Communication Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวมช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่งในทิศทางเดียวกัน บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมีคามสนใจนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ โดยสื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สื่อที่ผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักไปยังผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม

ประมะ สตะเวทิน (2532) ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจเช่น จุลสาร แผ่นพับ โปสเตอร์ ใ้ปพลิเคชัน คู่มือ นิทรรศการตลอดจนสื่อใหม่ เป็นต้น ดังนั้นการเปิดรับสื่อเฉพาะกิจนี้ ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดหนึ่งมากเท่าใด บุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับ ข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็สื่อมวลชน สื่อบุคคลหรือสื่อเฉพาะกิจ อย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละบุคคลก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล สภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันยอมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปด้วย

ประมะ สตะเวทิน (2546) อธิบายว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับสารนั้น และบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง 6 ประการดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อเหตุการณ์รอบๆ ตัว

3. เพื่อต้องการข้อมูลในการสนทนา (Discussion) โดยการเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้

4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ของผู้รับสาร

ยุพดี จิตติกุลเจริญ (2537, หน้า 3) ได้อธิบายว่า การสื่อสารนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ นอกเหนือไปจากปัจจัยสี่ เพราะการสื่อสารนั้นแม้จะไม่ได้เกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการดำรงชีวิต แต่ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ต่างๆ ในกิจกรรมของตน ที่สำคัญก็เพื่อการอยู่ร่วมกันกับคนในสังคมได้อย่างราบรื่น การสื่อสารจึงนับเป็นพื้นฐานของกระบวนการติดต่อทางสังคม ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากและมีผู้คนจำนวนมากเท่าใด การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และสังคม จะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อนหรือความสับสนต่างๆ จนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจ แก่สมาชิกของสังคม ดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม (KTP Theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสาร เมื่อบุคคลมีการตอบสนองต่อสาร จะเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวบุคคลหรือผู้รับสารซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ การเปลี่ยนแปลงด้านทักษะคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมซึ่งตัวแปรทั้ง 3 ประการนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือเมื่อผู้รับสารได้รับสารก็จะเกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะมีผลทำให้เกิดทักษะคติและขั้นสุดท้าย คือ ก่อให้เกิดการกระทำโดยทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมประกอบด้วย

### **ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม (KAP Theory)**

ทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรม (KAP Theory) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว ได้แก่ ความรู้ (Knowledge) ทักษะคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสาร เมื่อบุคคลมีการตอบสนองต่อสาร จะเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในตัวบุคคลหรือผู้รับสารซึ่ง

ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านความรู้ การเปลี่ยนแปลงทางด้านทัศนคติ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งตัวแปรทั้ง 3 ประเภนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อผู้รับสารได้รับสาร ก็เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะมีผลทำให้เกิดทัศนคติและขั้นตอนสุดท้าย คือ ก่อให้เกิดการกระทำโดยทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมประกอบด้วย

### แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

ความรู้ (Knowledge) เป็นความรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์ โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองของสิ่งเร้า (Stimulus-Response) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยา ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออกของมนุษย์ได้ กล่าวคือ ความรู้เป็นการได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง รูปแบบ วิธีการ กฎเกณฑ์ เหตุการณ์หรือบุคคล ซึ่งได้จากการสังเกต

อรรถวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท (2544, หน้า 36) กล่าวว่า ความรู้เป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง หรือความคิดหรือความสามารถที่เชื่อมโยงความคิดให้เข้ากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ความรู้ทำให้บุคคลหรือผู้รับสารได้รู้ถึงความสามารถในการจดจำ นี้ถึงเหตุการณ์และประสบการณ์ต่างๆที่ผ่านมา โดยแบ่งได้ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
2. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการต่อสถานการณ์ที่เกิดขึ้น
3. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดจากประสบการณ์ที่ผ่านมา

บลูม และคณะ (Bloom et al., อ้างถึงใน อรรถวรรณ ปิลาพันธ์โอวาท, 2542, หน้า 36) ได้อธิบายรายละเอียดความรู้ไว้ 6 ระดับ

1. การเรียนรู้ที่เน้นการจดจำเรื่องราว เนื้อหา รูปแบบซึ่งเป็นการจำเป็นที่เริ่มจากสิ่งง่าย ๆ ไปจนถึงการจดจำสิ่งที่ยุ่ยากซับซ้อนและมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน
2. ความเข้าใจหรือการรวบรวมสาระสำคัญ (Comprehension) เป็นความสามารถทางสติปัญญาของบุคคลในการขยายความรู้ ความจำให้กว้างออกไปจากเดิม มีการแสดงออกทางพฤติกรรมเมื่อเผชิญกับสื่อ และสามารถแปลความหมายสรุปใจความและขยายความสิ่งนั้นได้
3. การนำไปใช้ (Application) เป็นความสามารถในการนำความรู้ ความเข้าใจที่ได้จากสารไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

4. การวิเคราะห์ (Analysis) เป็นทักษะที่สูงกว่าการนำความรู้ ความเข้าใจไปปรับใช้ แต่เป็นการนำความรู้ที่ได้มาแยกพิจารณาเป็นส่วนๆและเปิดรับว่ารายละเอียดปลีกย่อยในแต่ละส่วนส่งผลให้บุคคลเกิดความเข้าใจในสารนั้นๆได้อย่างแท้จริง

5. การสังเคราะห์ (Synthesis) เป็นความสามารถในการรวบรวมข้อมูล แนวความคิดแล้วนำมาประกอบเข้าด้วยกัน เป็นสิ่งใหม่ที่มีความสร้างสรรค์ที่แตกต่างไปจากเดิม

6. การประเมินผล (Evaluation) เป็นความสามารถในการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมา แล้วรวบรวมความคิดเพื่อเป็นข้อมูลในการพิจารณา

อย่างไรก็ตาม การเกิดความรู้ไม่ว่าจะระดับใดจะมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ซึ่งเป็นสิ่งเชื่อมโยงสภาพจิตใจของบุคคลนั้นๆ โดยมีสาเหตุจากประสบการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่บุคคลประสบจะมีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความรู้และแสดงออกให้เห็นถึงระดับทัศนคติต่อสถานการณ์นั้นๆ จากประสบการณ์หรือจากการรับรู้จากสื่อ โดยจะส่งผลกระทบให้เกิดการแก้ปัญหาได้ 5 ประการ (สุรพงษ์ ไสยณะเสถียร, 2533, หน้า 118-121)

1. การตอบข้อสงสัย (Ambiguity Resolution) เนื่องจากการสื่อสารมักจะสร้างความสับสนให้ผู้รับสาร จึงมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆเพื่อตอบข้อสงสัยและความต้องการของตน

2. การสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ผลกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝัง ทัศนคตินั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการเผยแพร่ นวัตกรรมนั้นๆ

3. การกำหนดวาระ (Agenda Setting) เป็นข้อมูลความรู้ที่สื่อกระจายออกไปเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายตระหนักและผูกพันกับประเด็นที่สื่อกำหนดขึ้น หากตรงกับภูมิหลังของกลุ่มเป้าหมายและค่านิยมของสังคมแล้ว กลุ่มเป้าหมายก็จะเลือกรับสารสนเทศนั้น

4. การเพิ่มพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆไปสู่กลุ่มเป้าหมายให้รับรู้และบุคคลจะรับข้อมูลนั้นจากนั้นก็จดจำในความเชื่อของตนเองมากขึ้น

5. การรู้แจ้งต่อค่านิยม (Value Clarification) ความขัดแย้งในเรื่องค่านิยมและอุดมการณ์เป็นเหตุการณ์ปกติของสังคม การนำเสนอข้อเท็จจริงในประเด็นเหล่านี้ ย่อมทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงค่านิยมเหล่านั้นชัดแจ้งขึ้น

## แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ (Attitude) เป็นสภาพทางจิตของบุคคลที่เกิดจากการเรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อบุคคล ทัศนคติ คือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยม คือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและบุคคล ตามปกติแล้วบุคคลจะต้องมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันเสมอ โดยทัศนคติสามารถบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล บุคคลกับสิ่งของและบุคคลกับสถานการณ์ กล่าวคือ ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ที่แสดงออกมาเป็นการประเมินค่าการบอกความรู้สึก ดี-ไม่ดี ชอบ-ไม่ชอบ และส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมต่อไป (ศักดิ์ไทย สุรกิจบรร, 2545, หน้า 138)

ทัศนคติเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงความหมายของทัศนคติ และกระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากแนวคิดหนึ่งจากจิตวิทยา สังคม การสื่อสาร ทำให้มีการใช้คำนี้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับการนิยามคำว่า ทัศนคตินั้น ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายดังนี้

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, หน้า 122) ได้กล่าวว่า ทัศนคติเป็นตัวชี้วัดว่า บุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง สิ่งของ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่างๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบ หรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลมาจากการรับสารและจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

จุมพล รอดคำดี (อ้างถึงใน อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2544, หน้า 37) ได้กล่าวเอาไว้ว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลนั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ

1. การเปลี่ยนแปลงทางความคิด ซึ่งสิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดนั้นจะเกิดจากการได้รับข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่มีความแตกต่างและมีความน่าสนใจจากการนำเสนอของสื่อ

2. การเปลี่ยนทัศนคติ การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งทำให้เกิดความสะเทือนใจ

3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคม ซึ่งมีผลต่อบุคคลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม



บุคคลมักมีทัศนคติที่ไม่มั่นคงจนกว่าจะพบเจอประสบการณ์ซ้ำเดิมๆ หลายครั้ง จนก่อตัวเป็นทัศนคติขึ้นมา โดยการก่อตัวของทัศนคติไม่จำเป็นต้องมาจากประสบการณ์โดยตรงต่อคนหรือสื่อ แต่อาจจะมาจากการได้ฟัง รับข่าวสาร หรือข้อมูล เมื่อเกิดทัศนคติแล้วทัศนคตินั้นจะเป็นรากฐานในการกำหนดความรู้และสร้างทัศนคติใหม่ๆต่อไป

ทัศนคติจึงเป็นความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องระหว่างความรู้สึก ความเชื่อหรือความรู้ของบุคคลกับพฤติกรรมได้ตอบในทางใดทางหนึ่งต่อเป้าหมายของทัศนคติ โดยทัศนคติเป็นเรื่องของจิตใจ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่ต้องการข้อมูลข่าวสาร ส่งผลต่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เป็นได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ แล้วส่งผลให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมา โดยทัศนคติประกอบด้วยความคิดที่มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึก และแสดงออกมาทางพฤติกรรมนั่นเอง

อรวรรณ บิลันธนโิวาท (2542, หน้า 48) กล่าวไว้ว่า ทัศนคติทั้งในทางบวกและทางลบสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลได้ หากทัศนคตินั้นมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ทัศนคตินั้นมีความชัดเจนหนักแน่น การเปลี่ยนทัศนคติใดๆ ที่เกิดขึ้นจากบุคคล โดยที่บุคคลมีการวิเคราะห์แก่นสารนั้นอย่างเป็นระบบแล้ว จะเป็นการเปลี่ยนความรู้สึกของบุคคลที่มีความคงทนถาวร เมื่อเปรียบเทียบกับความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพียงผิวเผิน เพราะการเปลี่ยนทัศนคติที่มาจากกรวิเคราะห์สารอย่างเป็นระบบ เป็นการเปลี่ยนด้านความเชื่อ ค่านิยมม ความรู้ ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นใหม่จากการที่สมองได้คิดวิเคราะห์ที่ไตร่ตรองถึงสารนั้นโดยละเอียดรอบครอบแล้ว และสมองจะสั่งการต่อไปว่าพฤติกรรมใดควรเกิดขึ้น นอกจากทัศนคติที่มาจากประสบการณ์ตรงจะมีผลเด่นชัดต่อพฤติกรรมมากกว่าทัศนคติที่มาจากประสบการณ์อ้อม อีกทั้งทัศนคติที่บุคคลมีต่อวัตถุข่าวสาร และสื่อที่ก่อให้เกิดทัศนคติ (Attitudw object) จะทำให้บุคคลมีความผูกพันด้านอารมณ์และนำไปสู่พฤติกรรมได้ จากแนวความคิดนี้สามารถสรุปได้ว่า ข่าวสาร หรือสื่อหากมีเนื้อหาที่ชัดเจน แปลกใหม่ มีภาพลักษณ์ที่เด่นชัดและสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้ชมได้อย่างชัดเจน สามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลได้มากเช่นเดียวกัน

2. ทัศนคติที่เด่นชัดมากที่สุด (Most Salient) บุคคลอาจจะมีความรู้สึกและความเชื่อหลายอย่างมาเกี่ยวข้องของการส่งผลต่อการแสดงออกพฤติกรรม แต่ทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมากที่สุดคือ ทัศนคติที่เด่นชัดที่สุดในสถานการณ์นั้นๆ

3. ทัศนคติที่มีรากฐานบนความรู้สึก เช่น การชอบดาราและนักแสดง การชอบพิธีกร การชอบรายการทีวี และการชอบละคร ซึ่งปัจจัยด้านทัศนคติเพียงปัจจัยเดียวสามารถส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมได้เช่นกัน

4. ทศนคติที่บุคคลนั้นๆ สนใจหรือเห็นว่าเป็นประโยชน์ ซึ่งข่าวสารหรือสื่ออื่นเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับบุคคลนั้นโดยตรง ก็จะส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมเช่นกัน จะเห็นได้ว่า บุคคลจะมีพฤติกรรมสอดคล้องกับทศนคติ เมื่อทศนคตินั้นเป็นเรื่องที่สำคัญต่อบุคคลนั้นๆ โดยมีความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรม เป็นความสัมพันธ์ในเชิงเส้นตรง นั่นคือ หากบุคคลมีความรู้จากสารมากๆ บ่อยครั้งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทศนคติและยังส่งผลไปยังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด

### ประเภทของทศนคติ

ดาร์ณี พานทอง (2542, หน้า 43) จำแนกการแสดงออกทางทศนคติเป็น 3 ประเภท

1. ทศนคติในทางบวก คือ ความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีหรือยอมรับ ความพอใจ เช่น นักศึกษาที่มีทศนคติที่ดีต่อการโฆษณา เพราะวิชาการโฆษณาก่อให้เกิดประโยชน์ให้บุคคลได้มีอิสระทางความคิด

2. ทศนคติในทางลบ คือ การแสดงออกหรือความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ไม่พอใจ ไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่มีความรู้มาก เช่น นิดไม่ชอบคนเลี้ยงสัตว์ เพราะเห็นว่าทารุณสัตว์

3. การแสดงออกทางทศนคติหรือมีทศนคติเฉยๆ คือ มีทศนคติเป็นกลางอาจจะเพราะว่าไม่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องนั้นๆหรือไม่มีแนวโน้มทางความรู้ในเรื่องนั้นๆมาก่อน

### การเปลี่ยนแปลงทศนคติ (Attitude Change)

เคลแมน (Kelman, Herbert C, 1967, p.469) อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงทศนคติในแง่ของกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยเชื่อว่าทศนคติอย่างเดียวกันอาจเกิดขึ้นในตัวบุคคลด้วยกระบวนการที่เกิดขึ้น โดยเชื่อว่าทศนคติอย่างเดียวกันเกิดขึ้นในตัวบุคคลด้วยกระบวนการที่แตกต่างกันได้ โดยมีกระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนทางทศนคติ ดังนี้

1. การยินยอม (Compliance) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อตนเอง และมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจจากบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลนั้น การที่บุคคลยอมทำตามสิ่งที่อยากให้เขาทำนั้น บุคคลอาจไม่เห็นด้วยกับสิ่งนั้น แต่เพราะความคาดหวังว่าจะได้รับรางวัล หรือการยอมรับจากผู้อื่นที่จะเห็นด้วยและทำตาม สรุปได้ว่า การยอมทำตามนี้เป็น กระบวนการเปลี่ยนแปลงทศนคติทำจะผลักดันให้บุคคลยอมทำตามมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจำนวนหรือความยิ่งใหญ่ของรางวัลและการลงโทษ

เคลแมน กล่าวอีกว่า บุคคลจะยอมทำตามบางสิ่งบางอย่างก็ต่อเมื่อ อยู่ในภาวะที่มีผู้มีอิทธิพลจะบังคับเขาได้ ดังนั้นจึงไม่มีทางเป็นไปได้ที่บุคคลจะเปลี่ยนแปลงทศนคติแบบถาวรจากการยินยอมนี้

2. การเลียนแบบ (Identification) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้า หรือสิ่งกระตุ้น ซึ่งยอมรับนี้เป็นผลจากการที่บุคคลต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือพอใจระหว่างตนกับผู้อื่น หรือกลุ่มบุคคลอื่น จากการเลียนแบบนี้ ทักษคติของบุคคลจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ผลักดันให้เกิดการเลียนแบบ กล่าวได้ว่า การเลียนแบบเป็นกระบวนการการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความดึงดูดใจ (Attractiveness) ของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของผู้ส่งสาร

3. ความต้องการที่จะอยากจะเปลี่ยน (Internalization) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า ซึ่งตรงกับความต้องการภายในและค่านิยมของบุคคลนั้น พฤติกรรมที่เปลี่ยนไปนี้สอดคล้องกับค่านิยมที่บุคคลมีอยู่เดิม ความพึงพอใจจะได้อันขึ้นอยู่กับเนื้อหา รายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงความคิด ทัศนคติและพฤติกรรมไม่ว่าจะระดับใดก็ตาม จะส่งผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติทั้งสิ้น

### อิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม

ทัศนคติเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน เป็นเรื่องของการจัดระเบียบแนวความคิดความเชื่อ และสิ่งจูงใจที่บุคคลสนใจกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ฉลอง ภิรมรัตน์ (2521, หน้า 45) กล่าวว่า ทัศนคติมีลักษณะเป็นนามธรรม ทั้งความคิด ความเชื่อจนก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลที่พร้อมที่จะกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรม และแรงจูงใจนี้เองเป็นตัวที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่จะทำหรือละเว้น สิ่งการกระทำต่างๆ ดังแผนภาพ



ภาพประกอบที่ 2.1 : แสดงอิทธิพลของทัศนคติที่มีต่อพฤติกรรม

ที่มา : ฉลอง ภิรมรัตน์ (2521, หน้า 45)

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่าเมื่อบุคคลมีทัศนคติที่เกิดขึ้น ก็จะเกิดแรงจูงใจแนวทางนั้น และส่งผลต่อการแสดงออกด้านพฤติกรรมที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้นการที่บุคคลมีทัศนคติที่

เป็นไปในทางบวก ก็อาจจะส่งผลให้พฤติกรรมถูกเปลี่ยนไปในทางบวก แต่ในทางกลับกันหากบุคคลมีทัศนคติในทางลบ ก็จะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมในทางไม่ดีได้เช่นกัน

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรงกับความรู้ และพฤติกรรม หากถูกกระทบกระเทือนในระดับใดก็ตามจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้ องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสาร/ผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนมีผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น ซึ่งทัศนคติของบุคคลเมื่อเกิดขึ้นแล้วแม้จะคงทนแต่ก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยตัวบุคคล สถานการณ์ ข่าวสาร การชวนเชื่อที่ทำให้เกิดการยอมรับสิ่งใหม่ๆ แต่จะต้องมีความสัมพันธ์กับค่านิยมของบุคคลนั้น นอกจากนี้ ซิมบาร์โดและคณะ (Zimbardo and Weber, 1997, p.36) ยังพบว่า ความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน การที่บุคคลจะเปลี่ยนทัศนคติ จะขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้าบุคคลมีความเข้าใจสารที่ถูกส่งมาก็จะเกิดความรู้ และส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลง จะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกมามีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติของบุคคลนั้นๆ การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันเนื่องมาจากความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของความรู้ และทัศนคติก็อาจเกิดความแตกต่างจากการเปิดรับข้อมูลของแต่ละบุคคล และความแตกต่างใน ความเข้าใจของสารนั้นๆ ที่ถูกส่งมา สิ่งเหล่านี้ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกัน

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Practice or Behavior)

พฤติกรรมเป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน โดยความแตกต่างกันในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์ที่สั่งสมมาแตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล (สุรพงษ์ ไชยชนะเสถียร, 2533, หน้า 123) โดยพฤติกรรมสามารถเกิดขึ้นได้ทุกระดับ ตั้งแต่ในระดับบุคคลไปจนถึงระดับสังคม โดยใช้สื่อเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ซึ่งมีวิธีการ ดังนี้

1. การปลุกเร้าอารมณ์ (Emotion Arousal) เพื่อให้เกิดความตื่นเต้นเร้าใจ ในการติดตามภาพและเสียง เช่น รายการข่าวที่มีการลงพื้นที่นำเสนอข้อมูลแบบเรียลไทม์ หรือซีรีส์ (ละคร/ภาพยนตร์ชุดตะวันตกหรืออเมริกา) ที่มีเนื้อหาแปลกใหม่แตกต่างจากละครไทย

2. ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) การแสดงความอ่อนโยน เสียสละและความกรุณาปราณีก็อาจโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นยอมรับได้ เช่น การที่ผู้ชมเปิดรับรายการเกมส์โชว์หรือรายการชีวิตจริงประเภทบันเทิง (Reality TV) และเห็นใจผู้แข่งขันที่ออกจากการแข่งขันไป

3. การสร้างแบบอย่างขึ้นในใจ (Internalize Norm) เป็นการสร้างมาตรฐานอย่างหนึ่งเพื่อให้มาตรฐานนั้นเป็นตัวอย่างแก่ผู้รับสารที่ต้องปฏิบัติตาม

4. การให้รางวัล (Reward) เช่น การแจกลิงก์ของต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการแจกรถยนต์ การแจกทองให้กับผู้ชม เป็นต้น

ปัจจัยทั้ง 4 ข้อข้างต้น เป็นผลที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมพื้นฐานได้ 2 แบบ คือ การกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมใหม่ๆ หรือมีพฤติกรรมต่อเนื่อง (Activation) และหยุดยั้งพฤติกรรมเก่า (Deactivation) โดยที่กระตุ้นและการหยุดยั้งพฤติกรรม เป็นพฤติกรรมพื้นฐานที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆตามมา เช่น การพัฒนาเนื้อหา รูปแบบรายการให้มีความสร้างสรรค์และแตกต่างจากช่องรายการอื่นๆ เพื่อให้ผู้ชมหันมาเลือกชมช่องรายการของตนเอง

นอกจากนี้ความสม่ำเสมอของทัศนคติสามารถส่งผลต่อพฤติกรรม อรวรรณ ปิรันธน์โรวาท (2544, หน้า 48) กล่าวไว้ว่า ทัศนคติทั้งในทางบวกและทางลบสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลได้ หากทัศนคตินั้นมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติมีความชัดเจนหนักแน่น การเปลี่ยนทัศนคติใดๆ ที่เกิดขึ้นจากบุคคล โดยที่บุคคลมีการวิเคราะห์แก่นสารนั้นอย่างเป็นระบบแล้ว จะเป็นการเปลี่ยนความรู้สึกของบุคคลที่มีความคงทนถาวร เมื่อเปรียบเทียบกับความรู้สึกที่เกิดขึ้นเพียงผิวเผิน เพราะการเปลี่ยนทัศนคติที่มาจากการวิเคราะห์สารอย่างเป็นระบบ เป็นการเปลี่ยนด้านความรู้ซึ่งเชื่อมโยงความเชื่อ ค่านิยม ความรู้ ซึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นใหม่จากการที่สมองได้คิดวิเคราะห์ที่ไตร่ตรองถึงสารนั้นโดยละเอียดรอบคอบแล้ว และสมองจะสั่งต่อไปว่าพฤติกรรมใดควรเกิดขึ้น

นอกจากนี้ทัศนคติที่มาจากประสบการณ์ตรงจะมีผลเด่นชัดต่อพฤติกรรมมากกว่าทัศนคติที่มาจากประสบการณ์อ้อม อีกทั้งทัศนคติที่บุคคลมีต่อวัตถุ ข่าวสาร และสื่อที่ก่อให้เกิดทัศนคติ (Attitude object) จะทำให้บุคคลมีความผูกพันด้านอารมณ์และนำไปสู่พฤติกรรมได้จากแนวคิดนี้ สามารถสรุปได้ว่า ข่าวสาร หรือสื่อหากมีเนื้อหาชัดเจน แปลกใหม่ มีภาพลักษณ์ที่เด่นชัด และสามารถเข้าถึงความต้องการของผู้ชมได้อย่างชัดเจน สามารถส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงออกทางพฤติกรรมของบุคคลได้มากเช่นเดียวกัน

2. ทักษะที่เด่นชัดมากที่สุด (Most Salient) บุคคลอาจจะมีความรู้สึกและความเชื่อหลายอย่างมาเกี่ยวข้องในการที่จะส่งผลการแสดงออกทางพฤติกรรม แต่ทักษะที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมากที่สุดคือ ทักษะที่เด่นชัดที่สุดในสถานการณ์นั้นๆ

3. ทักษะที่มีรากฐานบนความรู้สึก เช่น การชอบดาราและนักแสดง การชอบพิธีกร การชอบออกรายการทีวี และการชอบละคร ซึ่งปัจจัยด้านทักษะเพียงปัจจัยเดียวสามารถส่งผลการแสดงออกทางพฤติกรรมได้เช่นกัน

4. ทักษะที่บุคคลนั้นๆ คนสนใจหรือเห็นว่าเป็นประโยชน์ ซึ่งข่าวสารหรือสื่อ่นั้นเป็นประโยชน์หรือเกี่ยวข้องกับบุคคลนั้นโดยตรง ก็จะส่งผลการแสดงออกทางพฤติกรรมเช่นกัน

จะเห็นได้ว่า บุคคลจะมีพฤติกรรมสอดคล้องกับทักษะ เมื่อทักษะนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญต่อบุคคลนั้นๆ โดยความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม เป็นความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง นั่นคือ หากบุคคลมีความรู้จากสารมากๆ บ่อยครั้งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทักษะและยังส่งผลไปยังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด

## ทฤษฎีการสื่อสาร

### องค์ประกอบของการสื่อสารมีอยู่ 4 ประการ

1. **ผู้ส่งสาร (Sender) หรือ แหล่งสาร (Source)** หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาและอากัปกริยาต่างๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตนไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใดๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียนกวี ศิลปิน นักจัดรายการวิทยุ โฆษกรัฐบาล องค์การ สถาบันวิทยุกระจายเสียง สถาบันวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ บริษัท สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น

### คุณสมบัติของผู้ส่งสาร

1. เป็นผู้ที่มีเจตนาแน่วแน่ที่จะให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของตนในการส่งสาร
2. เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไป
3. เป็นผู้ที่มีบุคลิกที่ดูน่าเชื่อถือและมีความรับผิดชอบในฐานะเป็นผู้ส่งสาร
4. เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสาร
5. เป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร

2. **สาร (Message)** หมายถึง เรื่องราวที่มีความหมาย หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่ในรูปของ ข้อมูล ความรู้ ความคิด ความต้องการ อารมณ์ ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารให้ ได้รับรู้ และแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกัน ได้ เช่น ข้อความที่พูด,ข้อความที่เขียน,เนื้อหารายการโทรทัศน์ที่สื่อความหมาย เป็นต้น

2.1 รหัสสาร (Message code) ได้แก่ ภาษา สัญลักษณ์ หรือสัญญาณที่มนุษย์ใช้เพื่อ แสดงออกแทนความรู้ ความคิด อารมณ์ หรือความรู้สึกต่าง ๆ

2.2 เนื้อหาของสาร (Message content) หมายถึง บรรดาความรู้ ความคิดและ ประสบการณ์ที่ผู้ส่งสารต้องการจะถ่ายทอดเพื่อการรับรู้ร่วมกัน

2.3 การจัดการสาร (Message treatment) หมายถึง การรวบรวมเนื้อหาของสาร แล้ว นำมาเรียบเรียงให้เป็นไปอย่างมีระบบ เพื่อให้ได้ใจความตามเนื้อหา ที่ต้องการสื่อสาร

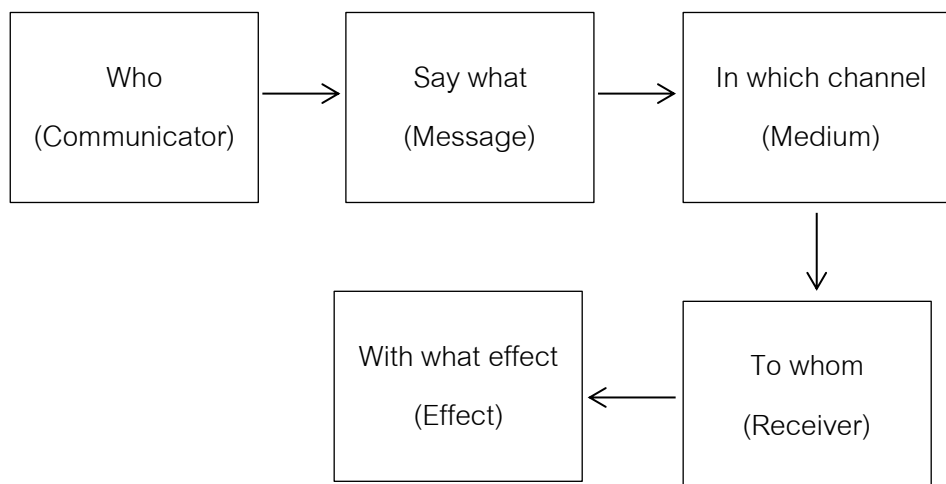
3. **สื่อหรือช่องทาง (Media or channel)** เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสาร ต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสารไปสู่ผู้รับสาร

4. **ผู้รับสาร (Receiver)** หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่รับเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสาร และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึงผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

### แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ (The Lasswell Model)

แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ (ค.ศ.1948) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม เป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารและผู้ส่งสารรวมไปถึงเนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อและผลอันเกิดจากการกระทำ การสื่อสาร ลาสเวลล์ อธิบายกระบวนการสื่อสารโดยตั้งเป็นคำถามเกี่ยวกับผู้ส่ง ผู้รับ และผลการสื่อสาร แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์มีองค์ประกอบสำคัญ คือ

1. ใคร (Who)
2. พูดอะไร (Says what)
3. ผ่านช่องทางใด (In which channel)
4. ถึงผู้ใด (To whom)
5. เกิดผลอย่างไร (With what effect)



**ภาพประกอบที่ 2.2 :** ภาพแบบจำลองแสดงการสื่อสารของ ลาสเวลล์ (The Lasswell Model)

**ที่มา:** กาญจนา มีศิลป์วิทย์, 2558, ทฤษฎีและแนวคิดทางนิเทศศาสตร์

แบบจำลองของลาสเวลล์ เป็นโครงสร้างของการกระทำทางการสื่อสารและใช้อธิบายการสื่อสาร ทั้งยังสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ตามลักษณะขององค์ประกอบทางการสื่อสาร ดังนี้

1. วิเคราะห์แหล่งข่าว และศึกษาอำนาจต้นตอข่าวสารในการควบคุมเหตุการณ์ (Control analysis)
2. วิเคราะห์เนื้อหาของข่าวสาร (Content Analysis)
3. การวิเคราะห์สื่อ (Media Analysis)
4. การวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis)
5. การวิเคราะห์การสื่อสาร (Effect Analysis)

แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ คำนึงถึงประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยการค้นหาและควบคุมปัจจัยที่ทำให้การสื่อสารขาดประสิทธิภาพภายใต้แนวคิดและมีความเชื่อว่า ข้อมูลข่าวสารจะต้องมีวัตถุประสงค์ทุกครั้งเมื่อมีการสื่อสาร

### แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์

จุดเริ่มต้นเทคโนโลยีโทรทัศน์ มีพัฒนาการในช่วงเวลาไล่เลี่ยกับวิทยุกระจายเสียง เนื่องจากเป็นเทคโนโลยีการส่งสัญญาณเสียงและภาพด้วยคลื่นวิทยุ ในภาษาอังกฤษทั้งการแพร่ภาพและการกระจายเสียงใช้คำเรียกรวมกันว่า Broadcasting มองตามรากศัพท์แล้ว Broad เป็นคำคุณศัพท์ หมายถึง กว้างขวาง โจงแจ้ว ไม่ถูกจำกัดอิสระ ส่วนคำว่า Cast เป็นกริยาอาการ หมายถึง ข้วาง โยน เหวี่ยง ส่วน Cast ที่เป็นคำนาม หมายถึง สิ่งที่ข้วางออกไป ระยะเวลาที่ข้วาง



ออกไป ในสารานุกรมบริเทนนิ์กำหนดว่า Broadcasting หมายถึง การออกอากาศรายการวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ไปยังผู้รับที่เป็นสาธารณชนทั่วไป

สื่อมวลชนที่ได้รับการยอมรับ มีอิทธิพลและเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึงที่สุดคือ สื่อโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงกว่าสื่ออื่นๆ และมีเงินลงทุนหมุนเวียนในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมาก ซึ่งสังเกตได้จากบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่างก็นำเสนอรายการโทรทัศน์ออกมามากมายในหลากหลายรูปแบบ ทั้งที่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมรายการให้ได้มากที่สุด

Lasswel (1984, อ้างถึงใน อรรถย ศรีสันตีสูข, 2528, หน้า 115-116) นักวิชาการด้านสื่อมวลชนได้สรุปโยงความต้องการของมนุษย์ในการสื่อสาร ผสานเข้ากับหน้าที่ของการสื่อสารดังนี้

1. ผสมผสานส่วนต่างๆ ของสังคม (Correlation of Parts of Society) หมายถึง การทำหน้าที่ประสานส่วนต่างๆ ของสังคม เป็นเวทีแสดงความคิดเห็นไปนะเดินต่างๆ ซึ่งเป็นปัญหาที่นำสนใจร่วมกัน เพื่อหาข้อตกลง

2. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม (Transmission Social Inheritance) คือการให้ความรู้ ให้การศึกษาโดยการถ่ายทอด สอนสั่ง สิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้ เพื่อให้ความรู้นั้นได้มีการสืบทอดต่อไป

3. การให้ความบันเทิง (Entertainment) นับเป็นความต้องการของมนุษย์ประการหนึ่งในการแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจ จึงได้พยายามถ่ายทอดสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว

สำหรับสื่อโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารในขณะเดียวกันก็ผสมผสานกับความต้องการของผู้รับสาร สื่อโทรทัศน์จึงทำหน้าที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและคาดหวังได้เป็นอย่างดีโดยหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์นั้นประกอบด้วยหน้าที่หลัก 4 ประการที่สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการติดต่อสื่อสารและหน้าที่ของการสื่อสารดังนี้

1. ทำหน้าที่เสนอข่าวสาร เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะมีผู้คอยเฝ้ายาม คอยดูแลความปลอดภัยให้ ซึ่งการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์นั้น โทรทัศน์ก็จะต้องมีหน้าที่รายงานเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารมาให้ผู้อื่นได้รับทราบทั่วกัน

2. หน้าที่เสนอความคิดเห็น เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือหาข้อยุติไปนะเดินต่างๆ จากความต้องการนี้ มนุษย์จึงต้องการสถานที่หรือเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็น ซึ่งโทรทัศน์ก็สามารถทำหน้าที่เพื่อการนี้ได้

3. หน้าทีการเสนอบริการการศึกษา เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการเรียนรู้ศิลปะวิทยาการต่างๆเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ หรือเพื่อสุนทรีย์ของชีวิต ซึ่งความต้องการนี้ก็สามารถใช้โทรทัศน์ทำหน้าที่บริการใ้การศึกษาได้

4. หน้าทีบริการเพื่อความบันเทิง เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการในเรื่องความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ซึ่งเป็นความพอใจที่มนุษย์ส่วนใหญ่แสวงหา ซึ่งโทรทัศน์มีศักยภาพที่เหมาะสมในการบริการความบันเทิง เพื่อตอบสนองความต้องการด้านการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์

รายการวิทยุโทรทัศน์ หมายถึง รายการที่ทางสถานีจะต้องจัดขึ้น เพื่อแพร่ภาพให้แก่ผู้ชม โดยต้องมีการจัดทำผังรายการให้ผู้ชมได้ทราบว่า รายการต่างๆ จะมีเมื่อใด อย่างไร โดยสถานีจะการประกาศโฆษณาทางสถานีของตนเอง หรือโฆษณาทางสื่ออื่น ๆ หรือออกหนังสือกำหนดรายการของสถานีเพื่อแจกจ่ายหรือจำหน่ายเพื่อการโฆษณา ซึ่งผู้มีหน้าที่ทำผังรายการนี้คือฝ่ายจัดรายการจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำผังรายการ โดยรายการต่างๆที่กำหนดในผังรายการจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. รายการสด (Live Program) หมายถึง รายการวิทยุโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดสดๆ แล้วออกอากาศแพร่ภาพในทันที รายการสดจะแบ่งออกเป็น 2 ด้วยกันคือ

1.1 รายการสดในสตูดิโอ หมายถึง รายการที่ทำกันในสถานีห้องสตูดิโอแล้วออกอากาศทันที

1.2 รายการสดนอกสถานที่ หมายถึง รายการที่ออกไปถ่ายนอกสถานีแล้วส่งสัญญาณออกอากาศโดยมีรถสำหรับการถ่ายทอดรายการไปพร้อมกัน

2. รายการบันทึกเทปโทรทัศน์ อาจเรียกว่า รายการแห้ง รายการประเภทนี้เป็นรายการที่มีวิธีการผลิตที่ถูกต้อง เนื่องจากการบันทึกเทปโทรทัศน์ไม่ได้แพร่ภาพในทันที จะเก็บภาพนี้ไว้เผยแพร่ทีหลัง ทำให้มีการแก้ไข ตัดต่อลำดับภาพได้ จึงทำให้คุณภาพของการผลิตรายการมีคุณค่าและมาตรฐานสูง การบันทึกเทปจึงนับว่าดีกว่าและสามารถเตรียมงานไว้ล่วงหน้า รายการที่จัดไว้ดำเนินไปได้อย่างถูกต้องตามแผน ซึ่งหาข้อบกพร่องได้น้อยและประหยัด

ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ต้องมีกระบวนการผลิตที่เกี่ยวข้องกับทีมงานหลายๆ ฝ่าย และต้องทำงานร่วมกัน ซึ่งแต่ละฝ่ายก็มีความชำนาญเฉพาะด้านที่ตนรับผิดชอบอยู่และต่างก็มีความสำคัญต่อการผลิตรายการโทรทัศน์เท่าเทียมกัน ซึ่งการทำงานถ้าขาดฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไปจะทำให้การทำงานไม่มีประสิทธิภาพ อาจเป็นเหตุใ้รายการโทรทัศน์ที่ผลิตขึ้นไม่มีคุณภาพตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้นสิ่งสำคัญในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์คือ การทำงานเป็นทีมที่ต้อ่งใช้

ความรู้ความสามารถทั้งในด้านการสร้างสรรค์ รวมทั้งการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ ในการผลิตให้ผสมผสานกันออกมาเป็นรายการโทรทัศน์ได้อย่างมีคุณภาพ โดยทีมงานในแต่ละฝ่ายจะต้องรู้หน้าที่ของตัวเองและต้องร่วมมือประสานงานกันอย่างดี จึงจะสามารถผลิตรายการโทรทัศน์ออกมาได้ ดังนั้นการผลิตรายการโทรทัศน์จะประกอบด้วยขั้นตอนหลักๆ 3 ขั้นตอนดังนี้

### 1. ขั้นวางแผนการถ่ายทำ (Preproduction)

Wetzel (1990, อ้างถึงใน พจนาน ศะไบบาง, 2546 หน้า 25) กล่าวว่าไว้ว่า การผลิตรายการหลายๆ ประเภทจะถ่ายทำกันในห้องจัดรายการ โดยมีการวางแผนและเตรียมงานมาเป็นอย่างดี ก่อนการถ่ายทำทุกครั้ง โดยทั่วไปการผลิตรายการประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังนี้

1.1 ขั้นวางแผนการถ่ายทำ (Preproduction) ขั้นตอนนี้เป็นการผลิตเป็นขั้นตอนของการวางแผน ประชุมบุคคลากรฝ่ายต่างๆเตรียมงานให้พร้อมก่อนการบันทึกเสียง หรือการถ่ายทำรายการ นับเป็นขั้นตอนแรกที่มีความสำคัญมาก รายละเอียดของขั้นตอนก่อนการผลิตมีดังนี้

1.1.1 วางแผนการผลิต ผู้ผลิตรายการ (Producer) เป็นผู้นำในกาประชุมทีมงานฝ่ายต่างๆที่คัดเลือกให้มาร่วมงาน โดยแจ้งให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นของรายการที่จะทำ เช่น กลุ่มเป้าหมาย รูปแบบรายการ วัตถุประสงค์ของการผลิต วันเวลาการออกอากาศ งบประมาณ เพื่อให้ทุกฝ่ายทำความเข้าใจให้ตรงกันแล้ววางแผนในส่วนของตนที่จะทำการผลิตต่อไป

1.1.2 การเขียนบท (Script writer) เป็นผู้ที่ได้รับมอบหมายงานจากผู้ผลิตรายการ โดยต้องทำความเข้าใจกับรายละเอียดของรายการให้ชัดเจน เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการเขียนบท เช่น กลุ่มผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร อยู่ในช่วงเวลาใด ความสนใจของเขาเป็นอย่างไร รายการนั้นมีความยาวในการนำเสนอเท่าใด วัตถุประสงค์การผลิตเป็นเช่นไร จากนั้นจึงค้นคว้าหาข้อมูลเนื้อหาสาระที่จะนำเสนอให้ผู้ชม โดยต้องทำให้มีความน่าสนใจน่ารับชม รับฟัง บท (Script) ก็เป็นส่วนสำคัญของการผลิตรายการ ซึ่งการเขียนบทของสื่อโทรทัศน์จะเน้นรายละเอียดทั้งด้านภาพและเสียง

1.1.3 การเตรียมวัสดุรายการ ในส่วนของการผลิตรายการโทรทัศน์จะมีความละเอียดซับซ้อน จึงต้องแบ่งทีมงานรับผิดชอบการทำงานด้านศิลปกรรม ได้แก่ ทีมฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก (Set&Props) ทีมเสื้อผ้า (Costume) ทีมแต่งหน้า (Make Up) และทีมกราฟฟิก (Graphic)

1.1.4 การประสานงาน ในทีมงานผู้ผลิตจะมีผู้ประสานงานนัดหมายการประชุม ติดตามความคืบหน้าของงาน ทำสำเนาแจกทีมงานทุกฝ่าย ติดตามจองห้องสตูดิโอในวันและเวลาที่กำหนด แจ้งฝ่ายเทคนิคในวันที่จะไปบันทึกเทป นัดหมายพิธีกร แขกรับเชิญ ผู้ดำเนินรายการและ

ผู้ร่วมรายการ ผู้ทำหน้าที่ประสานงานจะเป็นแกนกลางในการประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆ ให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ขั้นตอนนี้ประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ 8 ประเด็นหลัก คือ

1. การพัฒนาแนวความคิด
2. การกำหนดวัตถุประสงค์และแนวทางการผลิตรายการ
3. การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
4. การจัดทำงบประมาณ
5. การค้นคว้าหาข้อมูล
6. การกำหนดวิธีในการผลิตรายการ
7. การเขียนโครงสร้างรายการและบทโทรทัศน์
8. การประชุมทีมงานผลิตรายการ

ขั้นเตรียมการผลิตรายการนี้เป็นขั้นตอนที่ประกอบไปด้วยการจัดเตรียม (Set up) และการซ้อม (Rehearsal)

1.1.5 การจัดเตรียม (Set up) ทีมงานทุกคนต้องเตรียมงานทุกอย่างให้พร้อมภายในห้องจัดรายการและห้องควบคุมห้องจัดรายการก่อนการถ่ายทำทุกครั้ง เวลาที่ใช้ในการจัดเตรียมนี้ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนของรายการที่ผลิตและงบประมาณที่ได้รับ ทีมงานทุกคนต้องรู้จักหน้าที่ของตนเองและควบคุมซึ่งกันและกัน เพื่อให้งานประสบความสำเร็จ การจัดเตรียมประกอบไปด้วยการดำเนินการดังนี้ การเตรียมฉาก การเตรียมไฟ การปรับแต่งเสียง การจัดเตรียมเทป และภาพประกอบต่างๆ

ในการเตรียมงานนั้นทีมงานทุกคนควรทำหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบไปพร้อมๆ กัน เช่น ขณะที่พนักงานจัดฉากกำลังตกแต่งฉาก ผู้ควบคุมแสงควรจัดแสงไปด้วยขณะที่จัดแสงอยู่นั้น ผู้ควบคุมเสียงควรปรับแต่งเสียงให้ได้ระดับที่สมดุล ขณะที่กำลังจัดเตรียมพื้นที่การถ่ายทำ ผู้กำกับเทคนิคควรตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์ทุกชนิดที่อยู่ในห้องควบคุมและในห้องจัดรายการ ช่างภาพควรปรับแต่งภาพและมุกกล้องให้พร้อม ดังนั้นการเตรียมรายละเอียดและอุปกรณ์ต่างๆ ในห้องควบคุมห้องจัดรายการจำเป็นต้องดำเนินไปพร้อมๆ กัน กับการจัดเตรียมในห้องจัดรายการ

1.1.6 การซ้อม (Rehearsal) การซ้อมเป็นขั้นตอนที่จัดเตรียมเสมือนการถ่ายทำจริง ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ลักษณะ

1. การซ้อมแห้ง (Dry-run) คือ การซ้อมบทพูดหรือต่อบทกันระหว่างพิธีกร โดยไม่จำเป็นต้องพูดกับไมโครโฟนหรือซ้อมในห้องสตูดิโอ จุดประสงค์เพื่อสร้างความคุ้นเคยกับบทซักซ้อมคิวหรือทดลองจับเวลาก่อนบันทึกเสียงจริง

2. การซ้อมกล้อง (Camera Rehearsal) คือ การที่ผู้กำกับรายการเรียกให้ผู้ดำเนินรายการมาอยู่ในฉากที่จะถ่ายทำจริง และควบคุมการแสดงและบทพูดต่างๆอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งกำหนดตำแหน่งที่ต้องยืนหรือเคลื่อนไหวร่างกาย ในขณะเดียวกันผู้กำกับแจ้งให้ตากล้องรับภาพหรือใช้เทคนิคการเคลื่อนกล้องตามต้องการ การซ้อมกล้องจึงเป็นเหมือนการซ้อมการจับภาพของตากล้อง ให้สอดคล้องกับการเคลื่อนไหว และการแสดงอารมณ์ท่าทางของผู้ดำเนินรายการในขณะที่ผู้ดำเนินรายการรู้ว่าควรยืนอยู่ในตำแหน่งใด หันรับเข้ากล้องตัวใด

3. การซ้อมอย่างต่อเนื่อง (Run-through) เป็นการซ้อมตั้งแต่ต้นจนจบรายการอย่างต่อเนื่อง เมื่อมีข้อผิดพลาดใดๆ เกิดขึ้น ทีมงานจะได้ตรวจสอบและดำเนินการแก้ไขให้เรียบร้อย

4. การซ้อมเหมือนจริง (Dress Rehearsal) เป็นการซ้อมที่เหมือนกับการออกอากาศจริง การซ้อมลักษณะนี้มักใช้กับรายการที่มีความสำคัญมาก รายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ใช้วิธีการบันทึกเทปไว้ล่วงหน้า การซ้อมเหมือนจริงจึงไม่มีความจำเป็น ขณะที่ซ้อมรายการอยู่นั้นผู้ควบคุมการผลิตรายการ จะทำหน้าที่เสมือนเป็นผู้ชมที่บ้าน นั่นคือมองไปที่จอภาพเพื่อตรวจสอบภาพที่เกิดขึ้นว่ามีสิ่งใดผิดพลาดและต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงบ้าง จากนั้นจึงนำมาปรึกษากับผู้กำกับรายการและทีมงานทุกคนเพื่อแก้ไขต่อไป

2. ขั้นตอนการผลิตรายการ (Production) ขั้นตอนการผลิตรายการคือ ขั้นตอนของการบันทึกเทปรายการหรือถ่ายทอดสด หลังจากทีทีมงานทุกฝ่ายเตรียมความพร้อมมาอย่างดี ในวันที่ถ่ายทำจริงจะเป็นการรวมทีมงานมาประจำที่ห้องสตูดิโอหรือพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นสถานที่ถ่ายทำเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในขณะที่บันทึกเทปหรือออกอากาศสด

2.1 การบันทึกเทป (On videotape) วิธีการนี้เป็นที่นิยมของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ในปัจจุบัน ช่วยให้การดำเนินงานไม่ยุ่งยากเพราะไม่จำเป็นต้องถ่ายทำตามลำดับเหตุการณ์หรือตลอดเหตุการณ์ โดยมีวิธีการคือ บันทึกรายการลงเทปนั้น นำเทปไปตัดต่อและผสมเสียง เพื่อเป็นรายการที่สมบูรณ์พร้อมออกอากาศต่อไป การถ่ายทำด้วยการบันทึกนี้ทำให้ทีมงานสามารถควบคุมและดูแลการทำงานได้เป็นอย่างดี ผู้กำกับรายการมีโอกาสกำหนดภาพ แสง เสียงมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการถ่ายทำด้วยวิธีนี้จะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายจำนวนมาก

2.2 การถ่ายทอดสด (Live) เมื่อเริ่มเปิดรายการการถ่ายทำจะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไปจนจบรายการ โดยไม่มีการหยุดกล้อง รายการที่ผลิตโดยการถ่ายทอดสดนี้จะเริ่มต้นและสิ้นสุดภายในช่วงเวลาที่ยังกำหนดไว้ การถ่ายทอดสดจะมีทั้งข้อดีข้อเสีย คือ สามารถรายงานและนำเสนอเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นจริงไปยังกลุ่มเป้าหมาย แต่ในขณะเดียวกันทีมงานต้องเอาใจใส่

และมีความระมัดระวังมากเป็นพิเศษขณะกำลังผลิตรายการ เนื่องจากเมื่อมีปัญหาและสิ่งผิดพลาดใดๆเกิดขึ้น จะไม่สามารถแก้ไขโดยวิธีการตัดต่อได้เลย

3. **ขั้นหลังการผลิตรายการ (Post Production)** เป็นขั้นตอนการตัดต่อรายการและประเมินผลการทำงานของทีมงานนับเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการผลิตรายการ

3.1 การตัดต่อ ใช้กับรายการที่บันทึกเทปเก็บไว้ ออกอากาศภายหลัง การตัดต่อมีจุดประสงค์เพื่อเรียบเรียงรายการให้ต่อเนื่อง จัดลำดับประเด็นให้เข้าใจง่าย ตัดสิ่งที่ทำให้รายการเยิ่นเย้อ เพิ่มความสวยงามและความน่าสนใจด้วยเสียงดนตรีและเสียงประกอบให้ดูสมจริง ทำให้รายการนั้นๆ มีความสมบูรณ์ที่สุด การตัดต่อลำดับภาพมีการตัดต่อแบบต่อชน คือ แต่ละตอนแต่ละช่วงของรายการถ่ายทำมาสมบูรณ์แล้วเพียงนำมาเชื่อมต่อกัน การตัดต่อแบบนี้ทำได้ง่าย บางรายการจะเป็นการลำดับภาพใหม่มีการเลือกภาพใหม่กว่าส่วนใดควรใส่ภาพสอดแทรก ช่วงใดควรเป็นภาพมุมที่สวยกว่า ช่วงใดควรใส่ภาพใกล้ ภาพไกล ภาพกลาง ภาพ Cut Away การตัดต่อและลำดับภาพแบบนี้ต้องอาศัยศิลปะในการตัดต่อและลำดับภาพอย่างมาก จึงจะได้ภาพที่รวบรวมที่สวยงามและแต่ละภาพจะสื่อความหมายได้อย่างสมบูรณ์ ได้ตามที่ทีมงานการผลิตวางเค้าโครงเรื่องไว้

3.2 การผสมเสียง หมายถึง การใส่เสียงเพลง เสียงคนบรรยาย เสียงประกอบและเสียงจริงลงไปในการผลิตรายการ เพื่อให้รายการสมบูรณ์ เสียงเป็นส่วนสำคัญเช่นกัน ถ้ารายการดี ภาพดี เรื่องดี แต่การผสมเสียงลงในแถบเสียงไม่ดีผิดพลาดหรือเสียงผู้บรรยายเสียงไม่ดี จะทำให้รายการทั้งรายการเสียไปด้วย ดังนั้นผู้ผลิตรายการจึงต้องให้ความสำคัญในช่วงวางแผนงาน จะต้องมีการเลือกตัวผู้บรรยาย ซึ่งถ้าเสียงดีเหมาะกับรายการและมีความชำนาญจะทำให้รายการทั้งรายการดี

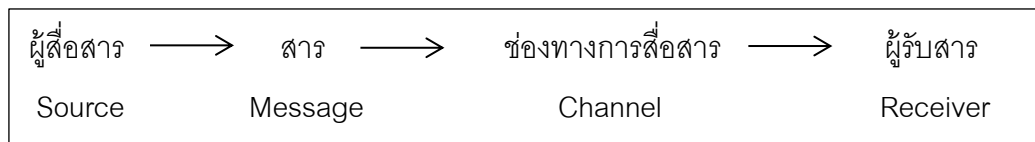
3.3 การประเมินผล ภายหลังจากการผลิตรายการออกอากาศเสร็จสิ้นแล้วทุกครั้ง ทีมงานจะมีการประชุมเพื่อประเมินผลการทำงานของแต่ละฝ่าย เพื่อพิจารณาว่าการทำงานที่ผ่านมานั้นมีข้อบกพร่องควรแก้ไขหรือไม่ อันเป็นแนวทางปรับปรุงการทำงานในการผลิตรายการในครั้งต่อไปให้ดีขึ้น

3.4 การตรวจสอบความถูกต้อง เมื่อเทปโทรทัศน์ดังกล่าวได้ถูกตัดต่อและบันทึกเสียงต่างๆ ตามที่ได้กำหนดไว้ เราก็ให้นำเอาเทปโทรทัศน์ดังกล่าวออกฉายให้ผู้ร่วมงานฝ่ายต่างๆ ได้ชมกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบและวิจารณ์อีกครั้งหนึ่งว่า มีอะไรขาดตกบกพร่องบ้าง หากเรียบร้อยแล้วก็ทำ Master Tape ดังกล่าวไปสำเนาลงบนเทปที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้ฉายกับกลุ่มเป้าหมายได้เลย แต่อย่างไรก็ตามหากต้องการตรวจสอบความสมบูรณ์ของเทปดังกล่าว

ก็ควรจะนำไปฉายทดลองให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยสุ่มตัวอย่างกลุ่มเป้าหมาย เมื่อฉายให้กลุ่มตัวอย่างชมแล้วก็แก้ไขให้เรียบร้อย จากนั้นจึงนำไปบันทึกลงเทปแล้วนำไปฉายต่อไป

3.5 การออกอากาศ เป็นการนำเทปรายการโทรทัศน์ที่จัดทำเสร็จแล้วไปออกอากาศ ซึ่งต้องมีการวางแผนล่วงหน้าและจัดเวลาการออกอากาศให้เหมาะสมกับสภาพการรับชมรายการของกลุ่มเป้าหมาย

### ขั้นตอนการสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์

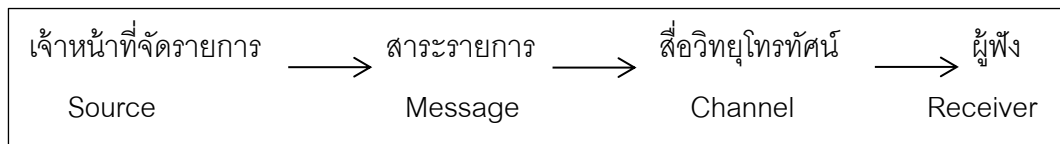


ภาพประกอบที่ 2.3 : แสดงขั้นตอนการสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์

ที่มา: หลักการแพร่ภาพและการกระจายเสียง คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม (2551)

หน้า 69

### เปรียบเทียบกับการสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์

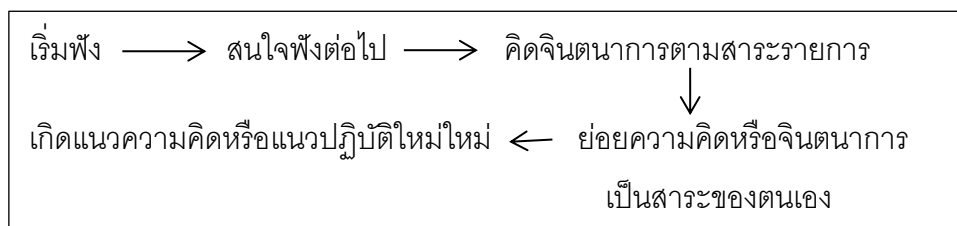


ภาพประกอบที่ 2.4 : เปรียบเทียบการสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์

ที่มา : หลักการแพร่ภาพและการกระจายเสียง คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม (2551)

หน้า 69

### พฤติกรรมกรรมการสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์



ภาพประกอบที่ 2.5 : พฤติกรรมการสื่อสารทางวิทยุโทรทัศน์

ที่มา : หลักการแพร่ภาพและการกระจายเสียง คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม (2551)

หน้า 69

จากภาพแสดงกระบวนการรับสื่อทางวิทยุโทรทัศน์ อธิบายได้ว่าเมื่อได้ผู้รับสารเปิดรับสื่อและเริ่มต้นรับสาร หากเนื้อหาหรือน่าสนใจ หรือตรงตามต้องการของผู้รับสารจะเข้าสู่กระบวนการทางความคิดและจินตนาการตามสาระรายการ และแตกย่อยความคิดโดยเอาตัวเองเข้าร่วมในจินตนาการ จนเกิดแนวคิด หรือแนวทางปฏิบัติใหม่ หรือรู้สึกผ่อนคลาย ดังหลายคนที่คงเคยมีประสบการณ์ที่รับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ แล้วเกิดความรู้สึกร่วมกับเนื้อหารายการจนไม่อาจปิดกั้นอารมณ์ที่ต้องหัวเราะ หรือร้องไห้ออกมาั่นเอง ในทางกลับกันหากผู้รับสารเปิดรับสื่อเริ่มต้นรับสารและเนื้อหาสาระที่ได้รับไม่น่าสนใจ หรือไม่ตรงตามต้องการผู้รับสาร ผู้รับสารอาจจะปิดกั้นการรับสื่อกระบวนการรับสื่อทางวิทยุโทรทัศน์ทั้งกระบวนการก็จะจบสิ้นลง

### สถานการณ์ของสื่อโทรทัศน์ในฐานะของสื่อมวลชน

โดยธรรมชาติพื้นฐานของสื่อโทรทัศน์มีลักษณะร่วมบางอย่างที่เหมือนกันกับสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุกระจายเสียงและภาพยนตร์ ในฐานะที่เป็นช่องทางสื่อสารมวลชน (Mass communication) ที่สรุปนิยามโดยสังเขปว่า เป็นการสื่อสารที่สามารถนำไปจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมากที่ต่างพื้นที่กัน ภายในเวลาใกล้เคียงกัน

จากความหมายดังกล่าว ไมเคิล คังก์ซิก (Michael Kunczik, 1991) ได้ให้ความคิดเห็นภาพรวมของการสื่อสารมวลชนว่า ต้องมีคุณสมบัติพื้นฐานอย่างน้อย 9 ประการดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของสื่อโทรทัศน์มีอายุสั้น หมายความว่า เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อพื้นบ้านที่เน้นความยั่งยืนยาวนาน โทรทัศน์กลับเป็นสื่อที่มีวัตถุประสงค์ในการผลิตแบบอายุสั้น ตัวอย่างเช่น รายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการเล่าข่าว ลำดับแรกๆ จะเน้นที่ความสดใหม่ทันเหตุการณ์ ด้วยเหตุนี้ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์จึงต้องทำงานแข่งกับเวลา เพื่อให้ออกอากาศได้เร็วทันเหตุการณ์ เพื่อไม่ให้ “ตกข่าว” เนื่องจากคนทำโทรทัศน์เชื่อว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นถ้ามีการนำเสนอไม่ทันท่วงทีจะทำให้วันรุ่งขึ้นข่าวจะหมดคุณค่า อย่างไรก็ตามนักทฤษฎีสายเศรษฐศาสตร์การเมืองอย่าง นิโคลัส การ์นแฮม ได้เคยตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า วัตถุประสงค์ของคนทำโทรทัศน์จะมีอายุสั้น แต่เป็นอุตสาหกรรมระบบเสรีนิยมที่มีสายพานการผลิตสินค้า คือข่าวดำเนินไปอย่างไม่สิ้นสุด เมื่อเนื้อข่าวล้าสมัยอย่างรวดเร็วผู้บริโภคก็จะเกิดอุปสงค์ใหม่ๆ และเรียกร้องให้มีการผลิตสินค้า คือ ข่าวสารออกป้อนสู่อุตสาหกรรมโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง

2. โทรทัศน์ผลิตโดยองค์กรที่เป็นทางการ (Formal Organisation) เมื่อเปรียบเทียบสื่อโทรทัศน์กับช่องทางการสื่อสารที่มีมาก่อนหน้านั้น องค์กรนี้สื่อพื้นบ้านจะเห็นได้ว่า ขณะที่การรวมตัวของกลุ่มผู้ส่งสารของศิลปินพื้นบ้านมักจะมีลักษณะที่ไม่เป็นทางการ (ดังในกรณีของกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันเป็นคณะนักแสดงเพลงพื้นบ้าน) แต่การทำงานของสื่อโทรทัศน์จะเกิดขึ้นใน



ลักษณะขององค์กรวิชาชีพที่เป็นทางการ ทั้งนี้เนื่องจากโทรทัศน์เป็นสื่อที่ไม่สามารถดำเนินไปด้วยบุคคลากรเพียงคนเดียว ดังนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของการทำงานในระบบผลิตแบบอุตสาหกรรม การจัดองค์กรสื่อมวลชนแบบเป็นทางการจึงถูกเรียกขานขึ้นมาในการทำงานของสื่อทั้งสองชนิด

3. โทรทัศน์เป็นช่องทางการสื่อสารที่ผลิตโดยอาศัยเทคนิคด้านสื่อ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อหลายๆ ชนิดที่ถือกำเนิดมาก่อนหน้านั้น เช่น หนังสือพิมพ์ หรือวิทยุแล้วนั้นโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนรุ่นหลังที่ต้องอาศัยเทคนิคด้านสื่อ (Media Techniques)

3.1 ด้านเทคนิคการผลิต โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีต้นทุนในการผลิตสูงและมีงบประมาณในการลงทุนเป็นเงินจำนวนมาก รวมไปถึงค่าจ้างบุคคลากรในองค์กรและค่าประสานงานเนื้องาน และยังรวมไปถึงอุปกรณ์เทคนิคและการสร้างสรรค์งานที่ราคาสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น

3.2 ด้านการเผยแพร่หรือออกอากาศ เนื่องจากโทรทัศน์มีลักษณะเป็นสื่อรุก (Active media) ที่มีศักยภาพการทะลุทะลวงในการสื่อสารข้ามพื้นเวลาและพื้นที่กว้างไกล ศักยภาพดังกล่าวนี้จึงเรียกร่องเทคนิคของตัวสื่อที่จะเผยแพร่เข้าไปถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 ด้านเทคนิคการบริโภคสื่อ นั้น เทคโนโลยีด้านโทรทัศน์มีการพัฒนาที่ไม่หยุดนิ่งเพราะได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งจากโทรทัศน์ขาว-ดำ มาเป็นโทรทัศน์สี จากระบบอนาล็อก (Analogue) สู่อุปกรณ์ดิจิทัล (Digital) และที่สำคัญเมื่อโทรทัศน์มีการปรับตัวจะส่งผลกระทบต่อประสบการณ์การรับรู้ของผู้ชมอยู่เสมอ เช่น เมื่อโทรทัศน์ขาว-ดำ เปลี่ยนเข้าสู่ยุคของโทรทัศน์สี ผู้ชมก็สามารถชมรายการสาธิตการทำอาหารได้อย่างมีอรรถรสด้านภาพมากยิ่งขึ้น หรือได้รับชมรายการกีฬาที่ต้องอาศัยสีเป็นส่วนหนึ่งของเกมส์ได้ อาทิ กีฬามวย สนุกเกอร์ ฯลฯ หรือเมื่อเครื่องโทรทัศน์เริ่มมีการติดตั้งอุปกรณ์อย่างรีโมตคอนโทรล ผู้ชมก็เริ่มมีอำนาจต่อการชมโทรทัศน์มากขึ้นว่าจะเลือกดูช่องใด จะเปลี่ยนช่องเมื่อไหร่หรืออยากจจะรับฟังเสียงดังหรือค่อยอย่างไร โดยสามารถปรับการรับชมได้ตามอัธยาศัยและสะดวกยิ่งขึ้น

3.4 ผู้รับสารโทรทัศน์มีลักษณะเป็นสื่อมวลชน (Mass) โดยรูปแบบการสื่อสารของโทรทัศน์นั้น เป็นช่องทางที่ส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารในแง่ขอบเขตพื้นที่อันกว้างไกล และด้วยสถานะของช่องทางที่เผยแพร่ภาพผ่านคลื่นโทรทัศน์ ซึ่งสื่อโทรทัศน์สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม แม้ในเชิงปริมาณผู้รับสารโทรทัศน์จะมีขนาดใหญ่ในเชิงคุณภาพแล้ว สถานภาพของผู้รับสารของโทรทัศน์ไม่ได้มีลักษณะเป็นกลุ่ม หากแต่เป็นผู้รับสารในระดับมวลชน กล่าวคือ แม้จะมีปริมาณมากกว่าแต่ทว่าผู้รับชมก็มีการอยู่แบบกระจัดกระจาย และไม่ได้รวมกันเป็นกลุ่มหรือไม่รู้จักว่าใครเป็นใคร จนไร้สายสัมพันธ์อย่างแท้จริง เช่น ผู้ฟัง/ผู้ชมจะมีลักษณะต่าง

คนต่างดูในพื้นที่บ้านใครบ้านมัน หรือผู้ฟัง/ผู้ชมคนหนึ่งๆแทบจะไม่มีโอกาสทราบเลยว่ามีใครบ้างที่รับชมรายการเดียวกันในเวลาพร้อมกัน หรือหากมีในบางโอกาสที่สื่อดังกล่าวอาจจะสร้างให้เกิดการรวมกลุ่มเฉพาะกิจขึ้นมา แต่นั่นก็อาจจะเป็นเพียงสายสัมพันธ์แบบชั่วคราวครั้งชั่วคราวเท่านั้นดังงานวิจัยของ ทิชัมพร เอี่ยมเรไร (2546) ที่ศึกษาการชมรายการฟุตบอลต่างประเทศทางโทรทัศน์ในพื้นที่พิเศษอย่างในห้างสรรพสินค้า เช่น ในช่วงเวลาฟุตบอลโลกที่ห้างสรรพสินค้าใหญ่ๆ จะจัดให้แฟนบอลเข้ามาดูโทรทัศน์ร่วมกันในพื้นที่ของห้างสรรพสินค้า ที่มีการจำลองขนาดสนามฟุตบอลขนาดย่อมขึ้นมาและเป็นการชมฟุตบอลผ่านจอโทรทัศน์ขนาดใหญ่ แต่เนื่องจากผู้ชมกลุ่มนี้เป็นคนที่มาจากต่างที่ไม่ได้มีสายสัมพันธ์กันมาก่อน ดังนั้นแม้จะมารวมกลุ่มกันดูและเชียร์บอลแต่เมื่อการแข่งขันสิ้นสุดลงผู้ชมเหล่านี้ก็แยกย้ายกันไป

3.5 โทรทัศน์เป็นช่องทางการสื่อสารในระดับสาธารณะ (Public Communication) ด้วยลักษณะการสื่อสารของคลื่นโทรทัศน์เข้าถึงมวลชนในวงกว้าง โทรทัศน์จึงมีสถานะภาพเป็นช่องทางการสื่อสารสาธารณะ และมีความพยายามเรียกร้องหรือต่อสู้เพื่อให้สื่อทั้งสองชนิดทำหน้าที่เป็น “กระบอกเสียง” ของสาธารณะชนอยู่เป็นระยะๆ ดังเช่น กรณีของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสถานี ITV มาเป็น Thai PBS ในช่วงต้นปี 2551 ที่มีการเปลี่ยนสถานะจากสถานีโทรทัศน์ธุรกิจมาเป็นสถานีโทรทัศน์สาธารณะ

3.6 การไหลของข่าวสารทางโทรทัศน์ไปในทิศทางเดียว (One-Direction flow) เมื่อเปรียบเทียบกับ การสื่อสารระหว่างบุคคลแล้ว วิทยุโทรทัศน์เป็นช่องทางการสื่อสารแบบทางเดียว โดยตัดคุณลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้รับสารออกไป เช่น ผู้ฟัง/ผู้ชมที่บ้าน จะได้รับข่าวสารผ่านสำนักข่าวต่างประเทศอย่าง CNN หรือ NHK แต่ในทางกลับกัน โอกาสที่ผู้ฟัง/ผู้ชมจะสื่อสารผ่านสื่อโทรทัศน์กลับแทบจะเป็นไปไม่ได้เลย ทั้งนี้เงื่อนไขสำคัญที่เป็นขีดจำกัดในการมีส่วนร่วมของผู้รับสาร คือ ความซับซ้อนในการผลิตสื่อโทรทัศน์ที่ว่าเป็นช่องทางการสื่อสารที่ไม่อาจทำเพียงลำพังคนเดียวได้ รวมทั้งกระบวนการผลิตมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงและมีเทคโนโลยีที่ยุ่ยากซับซ้อนมากมาย จนจำกัดวงเฉพาะผู้ที่รู้รหัสการสื่อสารของโทรทัศน์

3.7 โทรทัศน์มีการสื่อสารปฏิภิกิริยาตอบกลับแบบทางอ้อม (Indirect feed-back) โดยธรรมชาติของโทรทัศน์ จะเป็นการสื่อสารจากคนกลุ่มน้อยไปหาคนจำนวนมากผ่านช่องทางการสื่อสารระยะไกล ด้วยเหตุนี้ไม่เพียงแต่เส้นทาง การไหลของข่าวสารในสื่อโทรทัศน์มักจะเป็นการสื่อสารแบบทางเดียว แล้วในแง่ปฏิภิกิริยาตอบกลับก็มักจะเป็นไปโดยอ้อมด้วย (ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบการสื่อสารที่เห็นหน้าตากัน) เหตุผลสำคัญที่ทำให้ปฏิภิกิริยาตอบกลับของโทรทัศน์มักเป็นการสื่อสารทางอ้อม เนื่องมาจากผู้ส่งสารไม่ได้อยู่ร่วมในเวลาและพื้นที่การสื่อสารเดียวกัน

อย่างไรก็ดีอาจจะมีบางเงื่อนไขเหมือนที่ปฏิกริยาตอบกลับ สามารถเกิดขึ้นได้แบบค่อนข้างฉับพลันทันที เช่น การจัดรายการโทรทัศน์ เป็นต้น

3.8 โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีปัจจัยเรื่องเวลาเป็นตัวกำหนด โดยหลักการทำงานแล้วนั้น วัฒนธรรมการกระจายเสียง มีลักษณะเป็นวัฒนธรรมที่มีเวลา/นาฬิกาเป็นตัวกำหนดทั้งนี้ ก่อนหน้ายุคที่มีสื่อโทรทัศน์จะถือกำเนิดขึ้นมา สำนักเรื่องเวลาของผู้คน จะใช้เกณฑ์วัดจากกิจกรรมที่อยู่ในชีวิตประจำวันเป็นตัวกำหนด เช่น เกณฑ์ฤดูกาลและเทศกาล เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ไม่ว่าจะเป็นมิติของการผลิต การแพร่กระจายเนื้อหา หรือการบริโภคข่าวสารสื่อโทรทัศน์ ทั้งผู้ส่งสารและรับสาร ต่างอยู่ภายใต้การกำหนดขึ้นโดยเงื่อนไขของเวลา เช่น การทำข่าวต้องรีบเร่งมิให้ตกข่าว เนื่องจากคุณค่าของข่าวอยู่ที่เวลา คือความสดของข่าวเป็นหลัก หรือการออกอากาศของโทรทัศน์จะถูกกำหนดเป็น “ผังรายการ” ซึ่งมีการซื้อขายเวลาเอาไว้ล่วงหน้าเป็นหลัก เป็นต้น

3.9 โทรทัศน์มีลักษณะการทำงานที่ต่อเนื่อง/ไม่สิ้นสุด เพราะโดยหลักการของการที่โทรทัศน์เป็นอุตสาหกรรมสื่อมวลชน เมื่อสถานีโทรทัศน์ได้เริ่มต้นผลิตขึ้นนั้น กระบวนการทำงานจะเป็นไปอย่างต่อเนื่องและไม่สิ้นสุด เพื่อเป้าหมายในการทำกำไรสูงสุด ตัวอย่าง เช่น รายการข่าวที่ต้องมีการผลิตป้อนสถานีอย่างต่อเนื่องหรือรายการละครโทรทัศน์ที่มีอีกเรื่องอวสานลง ก็จะมีเรื่องใหม่ออกอากาศต่อเนื่องในวันถัดไป จากที่ได้อธิบายมาจะเห็นว่าโทรทัศน์มีเอกลักษณ์หลายประการด้วยกันที่ถือเป็นคุณลักษณะร่วม แจกเช่นเดียวกับสื่อมวลชนชนิดอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุหรือภาพยนตร์ แต่อย่างไรก็ดี นิโคลัส (Nicholas Walliman, 2006) ได้คุณสมบัติอย่างน้อย 9 ประการ ที่กล่าวมา แต่สำหรับในอนาคตหรือในยุคที่นิโคลัสเรียกว่า “ยุคโทรทัศน์” (Post-TV era) เมื่อโทรทัศน์เข้าสู่ระบบดิจิทัล (Digital) มากขึ้น เช่น เมื่อเครือข่ายโทรทัศน์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของระบบมัลติมีเดียหรือเข้าระบบการสื่อสารแบบออนไลน์ คุณสมบัติที่ได้อธิบายมานั้น ก็อาจจะเริ่มปรับโฉมสื่อโทรทัศน์ใหม่ๆ ออกมา เช่น การเกิดขึ้นของระบบโทรทัศน์แบบที่ผู้รับสารเริ่มโต้ตอบกับสื่อได้ทันที (Interactive television) ซึ่งสร้างลักษณะที่ยืดหยุ่นในการบริโภคสื่อโทรทัศน์มากขึ้น โดยไม่มีขีดจำกัดของเวลา ด้วยความเปลี่ยนแปลงในคุณสมบัติของโทรทัศน์เช่นนี้ รูปแบบการบริหารจัดการสื่อโทรทัศน์ในอนาคตก็อาจจะถูกออกแบบใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับวิวัฒนาการของโทรทัศน์ในยุคใหม่

### อุปกรณ์ที่ใช้ในการรับรายการโทรทัศน์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้มีการสำรวจการมีอุปกรณ์รับชมรายการโทรทัศน์ในครัวเรือน ในปี พ.ศ.2560 พบว่า มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้นประมาณ 21.5 ล้านครัวเรือน ในจำนวนนี้มีครัวเรือนที่มีอุปกรณ์ในการรับชมรายการโทรทัศน์ 20.6 ล้านครัวเรือน หรือคิดเป็นร้อยละ 96

โดยในเขตเทศบาลมีครัวเรือนที่มีอุปกรณ์การรับชมรายการโทรทัศน์ ร้อยละ 96.2 และนอกเขตเทศบาลร้อยละ 95.8 สำหรับอุปกรณ์ที่ใช้ในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่รับชมรายการโทรทัศน์แบบจอแก้ว หรือจอตู้ปลามากที่สุด ร้อยละ 57.9 รองลงมาคือ เครื่องรับโทรทัศน์แบบจอแบน ร้อยละ 52.1 โทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ทโฟน ร้อยละ 37.5 และคอมพิวเตอร์ (คอมพิวเตอร์แบบตั้งโต๊ะ (PC) คอมพิวเตอร์แบบแบบพกพา (Notebook) และแท็บเล็ต ร้อยละ 13.3 เมื่อพิจารณาโครงข่ายในการรับชมรายการโทรทัศน์ พบว่า ส่วนใหญ่รับชมรายการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายภาคพื้นดิน (การรับชมช่องรายการโทรทัศน์ผ่านเสาข้างปลาด/หนดกึ่งผ่านกล่องรับสัญญาณโทรทัศน์ดิจิทัลของ กสทช.) มากที่สุด ร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ โครงข่ายดาวเทียมร้อยละ 50.7 โครงข่ายเคเบิล ร้อยละ 6.0 และโครงข่ายไอพีทีวี (IPTV) ร้อยละ 0.5

ในปี ค.ศ.1972 ไฟโล เทเลอร์ ฟาร์นสเวิร์ธ (Philo taylor farnsworth) นักประดิษฐ์ชาวอเมริกัน ได้สาธิตการทำงานของอุปกรณ์สำคัญที่เป็นต้นแบบของโทรทัศน์ในปัจจุบันเป็นครั้งแรก จากนั้น วลาดิเมียร์ คอสมิช ซวอริกิน (Vladimir Kozmich Zworykin) ได้คิดค้นอุปกรณ์ในระบบโทรทัศน์ที่เป็นต้นแบบในการพัฒนาโทรทัศน์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อแพร่ภาพจากโทรทัศน์ขาว-ดำ เป็นโทรทัศน์สีราวปี ค.ศ. 1930 ระบบโทรทัศน์สีนั้นต่างกันตามลักษณะการใช้งาน มี 3 ระบบหลักๆคือ

1. ระบบ NTSC (National television Committee) เป็นระบบโทรทัศน์สีระบบแรกที่ใช้งานในประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1953 ประเทศที่ใช้ระบบนี้ต่อมาได้แก่ ญี่ปุ่น แคนาดา เปอร์เตอร์ริโก และเม็กซิโก เป็นต้น เอกลักษณะของระบบ NTSC ข้อดี คือ สามารถมองเห็นภาพได้ 30 ภาพวินาที ทำให้เกิดการสั่นไหวของภาพลดน้อยลง ส่วนข้อเสียนั้นเกิดจากการที่เส้นสแกนมีจำนวนน้อย หากใช้จอภาพเครื่องรับโทรทัศน์ที่มีขนาดใหญ่รับภาพจะทำให้รายละเอียดภาพมีน้อย ดังนั้นภาพจะขาดความคมชัด

2. ระบบ PAL (Phase Alternating Line) เป็นระบบโทรทัศน์ที่พัฒนามาจากระบบ NTSC ทำให้มีการเพี้ยนของสีน้อยลง เริ่มใช้งานมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1967 ในประเทศทางแถบยุโรป คือ เยอรมันตะวันตก, อังกฤษ, ออสเตรเลีย, เบลเยียม, บราซิล, เดนมาร์ก, นอร์เวย์, สวีเดนและสวิตเซอร์แลนด์และมีอีกหลายประเทศในแถบเอเชีย เช่น สิงคโปร์, มาเลเซียรวมถึงประเทศไทย เอกลักษณะของระบบ PAL เป็นระบบที่ให้รายละเอียดสูงไม่มีความผิดเพี้ยนของสี ภาพที่ได้เป็นธรรมชาติดีกว่าระบบ NTSC แต่มีข้อเสียคือ ภาพที่มองเห็นมีความสั่นไหวมากกว่าระบบ NTSC เนื่องจากภาพที่มองเห็นมี 25 ภาพวินาที

3. ระบบ SECAM (Sequential color with memory) เป็นระบบโทรทัศน์อีกระบบหนึ่ง คิดค้นโดย ดร.เฮนรี ฟรานซ์ (Dr.Henry D.France) เริ่มใช้มาตั้งแต่ปี ค.ศ.1967 นิยมใช้กันอยู่หลาย ประเทศแถบยุโรปตะวันออก ได้แก่ ฝรั่งเศส แอลจีเรีย เยอร์มันตะวันออก ฮังการี ตุรกี กรีซ โรมาเนีย และรัสเซีย เป็นต้น เอกลักษณะของ SECAM เป็นระบบที่ไม่มีความผิดเพี้ยนของสี รายละเอียดของ ภาพมีคุณภาพสูงเทียบเท่ากับระบบ PAL ข้อเสีย ภาพจะมีการสั่นไหวเหมือนระบบ PAL ส่วนการ ตัดต่อภาพในระบบนี้ไม่สามารถทำได้ ซึ่งในการผลิตรายการโทรทัศน์ส่วนมากใช้ระบบ PAL และ เมื่อผลิตเสร็จแล้วจึงเปลี่ยนกลับไปเป็นระบบ SECAM แล้วจึงส่งออกอากาศ

### ระบบวิทยุโทรทัศน์ของไทยในปัจจุบัน

1. ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล (Digital Television) ตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 20 จาก ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้โทรทัศน์ระบบอนาล็อกเปลี่ยนเป็นโทรทัศน์ ดิจิทัลและพัฒนางานโทรทัศน์ให้เป็นที่มามีประสิทธิภาพด้านคุณภาพของภาพและเสียงที่มี ความคมชัดสูง สามารถใช้ร่วมกับอินเทอร์เน็ตและโต้ตอบ (Interactive) โดยสามารถเลือกช่อง ทางการรับชมหลากหลาย จากเครื่องรับโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ โทรศัพทมือถือ ในระยะแรกระบบ ดิจิทัลได้ถูกเริ่มใช้ในขั้นตอนการผลิต เช่น การถ่ายทำและการตัดต่อ จากนั้นจึงเริ่มก้าวเข้าสู่การ ส่งสัญญาณแพร่ภาพด้วยระบบดิจิทัลและพัฒนาการรับ-ส่ง ตลอดจนการจัดเก็บข้อมูลและแพร่ ภาพด้วยระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ ระบบแพร่ภาพดิจิทัลมีรูปแบบกาแพร่ภาพดังนี้ (สมาคม นักข่าวและโทรทัศน์ไทย, 2555)

1. ระบบแพร่ภาพดิจิทัลผ่านดาวเทียม (DVB-S The Digital Video Broadcasting-Satellite System)

2. ระบบแพร่ภาพดิจิทัลผ่านสายเคเบิล (DVB-S The Digital Video Broadcasting-Cable System)

3. ระบบแพร่ภาพดิจิทัลภาพพื้นดิน (DVB-S The Digital Video Broadcasting-Terrestrial System) แม้ว่าปัจจุบันระบบโทรทัศน์สากลยังอยู่ในระยะเวลาการเปลี่ยนผ่านแต่มี หลายประเทศที่ใช้เทคโนโลยีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบแล้ว เช่น เนเธอร์แลนด์ สวีเดน สหรัฐอเมริกา ฯลฯ ประเทศไทยกำหนดการยุติการแพร่ภาพด้วยระบบอนาล็อกและก้าวเข้าสู่ยุค ดิจิทัลอย่างเป็นทางการภายในปี ค.ศ.2015 และหลายประเทศกำหนดการยุติดาแพร่ภาพด้วย ระบบอนาล็อกภายในปี ค.ศ.2015

จากเทคโนโลยีด้านภาพและเสียงเชื่อมต่อด้วยระบบคอมพิวเตอร์ ทำให้โลกของการ สื่อสารเต็มไปด้วยข้อมูลมหาศาลรวมเข้ามาทุกทิศทุกทาง เช่น การเลือกชมรายการโทรทัศน์จาก

มุมมองที่สามารถเลือกดูได้ โดยที่ผู้ชมมีโอกาสเป็นผู้เลือกหรือกำหนดเนื้อหาที่จะรับชมได้หรือแม้กระทั่งการผลิตภาพ-เสียงด้วยตัวเองและออกอากาศผ่านทาง เว็บไซต์ Youtube ที่มีสโลแกนว่า “Broadcast Yourself” ลักษณะดังกล่าวส่งผลต่อรูปแบบเนื้อหารายการโทรทัศน์ที่เปลี่ยนแปลงจากความเป็นมวลชนสู่ความเป็นเฉพาะกลุ่มมากขึ้น เช่น ช่องรายการ ESPN (กีฬา) Discovery Health (สุขภาพ) Comedy Channel (ตลก) หรือ BET (ผิวดำ) ฯลฯ ตลอดจนการบริหารจัดการด้านโทรทัศน์ที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับโลกในยุครวมสื่อ (Media Convergence)

## แนวความคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ระบบอนาล็อกสู่ระบบโทรทัศน์ดิจิทัล

กิจการโทรทัศน์นั้นถือว่าเป็นกิจการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อประชาชนในหลายด้าน อาทิเช่น ความคิด ความเชื่อ พฤติกรรม และการใช้ชีวิต การเปลี่ยนไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลจึงส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน รวมไปถึงความสามารถในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านความเป็นอยู่ ความคิด ความเข้าใจต่อสังคมภายนอกและมีโอกาสที่จะเลือกในสิ่งที่ตรงกับความต้องการของตนเองมากยิ่งขึ้นแต่เดิมจนถึงปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งสัญญาณโทรทัศน์แบบภาคพื้นดินหรือ Terrestrial Broadcasting (Analog) โดยส่งคลื่นความถี่ผ่านอากาศไปยังเสาหนวดกุ่มหรือก้างปลาที่อยู่อาศัยของประชาชน ในกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ยุค (Generation) คือ (สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5, 2557)

ยุคที่ 1 ยุคโทรทัศน์ขาว-ดำ (พ.ศ.2490-2510)

ยุคที่ 2 ยุคโทรทัศน์สี (พ.ศ.2510-2555)

ยุคที่ 3 ยุคโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (พ.ศ.2557-ปัจจุบัน)

ซึ่งในยุคกิจการโทรทัศน์ระบบดิจิทัลหรือยุคที่ 3 นี้ ได้มีโครงการเปลี่ยนโครงสร้างการประกอบกิจการกระจายเสียงโทรทัศน์ โดยมีการประกอบกิจการที่แยกออกจากกันระหว่างผู้ผลิตรายการและผู้ให้บริการโทรทัศน์ (ช่องรายการ) ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ให้บริการลูกค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างจากยุคที่ 1 และ 2 ซึ่งที่เพียงผู้ผลิตรายการและผู้แพร่เสียงแพร่ภาพไปยังผู้ชมผ่านทางสถานีโทรทัศน์เท่านั้น

หนึ่งในประเด็นสำคัญของการเปลี่ยนผ่านระบบโทรทัศน์จากอนาล็อกสู่ระบบดิจิทัล คือ การเลือกใช้มาตรฐานเทคโนโลยี คือ มาตรฐานDVB-T2 (Second Generation Digital Terrestrial

Television Broadcasting System) ซึ่งมีประสิทธิภาพเชิงเทคโนโลยีสูงสุด และยอมรับกันโดยทั่วไปว่าเป็นมาตรฐานที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในอนาคตอีกยาวนาน ตลอดจนมีประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์ หากประชาชนจำเป็นต้องรับภาระในการจัดหาอุปกรณ์ภาครับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในฐานะภาครัฐที่มีอำนาจในการเลือกมาตรฐานจึงควรเลือกมาตรฐานที่ประชาชนมีภาระน้อยที่สุด ดังนั้นการเลือกมาตรฐานที่ประชากรส่วนใหญ่ของโลกเลือกใช้จะส่งผลให้เกิดการผลิตอุปกรณ์เป็นจำนวนมากซึ่งจะทำให้เกิดการประหยัดเชิงขนาด (Economy of Scale) และทำให้ราคาอุปกรณ์ของมาตรฐานนั้นมีราคาลดลง ซึ่งจากการพิจารณาข้อมูลที่เกี่ยวข้องพบว่ามาตรฐาน DVB-T2 เป็นมาตรฐานที่มีจำนวนประเทศประกาศรับรองมากที่สุด อาทิ อินโดนีเซีย, อินเดียและรัสเซีย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียนต่างมีความจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนผ่านเช่นกันและประเทศต่างๆ เหล่านี้ต่างก็มีความจำเป็นต้องพิจารณาเลือกมาตรฐานโทรทัศน์ เช่นเดียวกับประเทศไทย ดังนั้นรัฐบาลของประเทศต่างๆ จึงมีแนวคิดที่จะร่วมกันพิจารณาให้ประเทศต่างๆ ภายในภูมิภาคอาเซียนเลือกใช้มาตรฐานเดียวกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางเศรษฐศาสตร์

ในปี พ.ศ.2558 กสทช. ได้เริ่มพิจารณาจัดทำแผนการยุติการออกอากาศรับส่งสัญญาณวิทยุโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก (Analogue-Off:ASO) พร้อมทั้งการใช้ประโยชน์จากคลื่นความถี่ที่ได้คืนจากการยุติระบบอนาล็อก (Digital Dividend) อยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ.2558-2563

1. สถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก หมายถึง สถานีโทรทัศน์ที่ผู้ชมต้องเสียค่าสมาชิกหรือค่าใช้จ่ายเพื่อรับชมรายการ จากชุดช่องรายการของสถานีนั้นๆ แบ่งเป็น 2 ระดับ
2. ระดับประเทศ เช่น บริษัท ทูวิชั่นส์ จำกัด(มหาชน) ภายใต้สัมปทานกับบริษัท อ.ส.ม.ท. จำกัด (มหาชน) ออกอากาศด้วยระบบเคเบิลและระบบดาวเทียม จำนวนรวมมากกว่า 100 ช่องรายการ ออกอากาศทั้งระบบดาวเทียมและเคเบิล
3. ระดับท้องถิ่น ดำเนินการโดยบริษัทเอกชนต่างๆ ที่ดำเนินการจัดช่องและขายให้แก่ผู้ชมโดยการบอกรับเป็นสมาชิก
4. สถานีโทรทัศน์ระบบดาวเทียม หมายถึง ผู้รับชมสามารถรับชมรายการจากจานดาวเทียมที่รับสัญญาณดาวเทียมโดยตรง (โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิก) ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมไกลกังวล ของกระทรวงศึกษาธิการ เป็นต้น ในทางปฏิบัติระยะแรกถ้าต้องการชมโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมทั้งในประเทศและต่างประเทศต้องติดตั้งจานดาวเทียม ซึ่งให้บริการโดยบริษัทโทรทัศน์ที่ขายอุปกรณ์ดาวเทียม เช่น จานรับหรือ

เครื่องรับต่างๆหรือบางรายอาจจะเผยแพร่และผลิตรายการของตนเองด้วย เช่น PSI, DTV, IPM, ASTV, PTV เป็นต้น

5. อินเทอร์เน็ตทีวี แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ (100 เรื่องนำผู้บริโภคสื่อวิทยุและโทรทัศน์ 2555)

5.1 ทีวีที่ดูได้ทางอินเทอร์เน็ต หมายถึง รายการที่ผลิตเพื่อเผยแพร่บนอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะ เช่น Youtube อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

5.2 ไอพีทีวี (IPTV) หมายถึง ทีวีส่งสัญญาณผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีลักษณะคล้ายเคเบิลทีวี แตกต่างกันไปตรงที่มีการนำใช้ตัวนำต่างกันในการส่งสัญญาณในเวลาที่มีการออกอากาศ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ กสทช.

5.3 ทีวีผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Tv) เป็นโทรทัศน์อีกลักษณะหนึ่งที่ได้รับค่านิยมในต่างประเทศ เพราะสามารถรับชมรายการต่างๆ ผ่านโทรศัพท์มือถือหรืออุปกรณ์มือถือได้ โดยเป็นการส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมและคลื่นความถี่ภาคพื้นดิน

### รูปแบบสถานีโทรทัศน์สถานีดิจิทัล

ปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ฐเรศ ปุณศรี (2557, หน้า 11) กล่าวว่า เศรษฐกิจดิจิทัล หมายถึง ตลาดที่อยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวิถีของผู้คนในสังคมหลากหลายบริบทในสังคมไทย เป็นตัวบ่งชี้ว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่เทคโนโลยีดิจิทัลจะเห็นได้จากการเปลี่ยนผ่านระบบที่วอนาล็อกไปสู่อินเทอร์เน็ต ตลอดจนพฤติกรรมกรรมการบริโภคเทคโนโลยีสื่อสารของคนในปัจจุบัน และมีการประมาณการว่า ภายใน 1-2 ปี สื่อดิจิทัลจะครอบคลุมถึงร้อยละ 80 ของสื่อทั้งหมด เมื่อโทรทัศน์เปลี่ยนไปสู่ระบบดิจิทัล จะส่งผลให้ผู้ชมมีช่องรายการในการรับชมมากขึ้น สามารถครอบคลุมพื้นที่ในการรับสัญญาณและลดการรบกวนของคลื่นความถี่ ส่งผลให้ภาพมีคุณภาพคมชัดและมีเสียงที่ชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งยังมีการพัฒนาเนื้อหาในรูปแบบให้หลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลทุกชนชั้นในสังคม

### ประโยชน์ของดิจิทัลทีวี

กระบวนการเปลี่ยนผ่านโทรทัศน์ไปสู่โทรทัศน์ดิจิทัล จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการส่งสัญญาณมากขึ้น นที สุภลรัตน์ (2556, หน้า 23-44) กล่าวว่า การปรับเปลี่ยนจากโทรทัศน์ระบบอนาล็อกเข้าสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัล จะทำให้ประชาชนได้รับชมโทรทัศน์ด้วยคุณภาพสัญญาณที่ดีขึ้นทั้งในระบบ SD และสามารถพัฒนาการแพร่ภาพได้ในระดับความคมชัดสูง HD การเข้ารหัส



สัญญาณดิจิทัลจะทำให้สามารถแก้ไขสัญญาณรบกวนได้ง่าย ตลอดจนสามารถใช้เทคนิคสมัยใหม่ในการปรับปรุงคุณภาพสัญญาณ นอกจากนี้ผู้รับบริการสามารถรับชมโทรทัศน์ด้วยอัตราส่วนภาพแบบ Widescreen คือ สามารถรับชมภาพได้เต็มจอทีวีตามต้นฉบับ โทรทัศน์ระบบดิจิทัลยังสามารถรองรับบริการมัลติมีเดียที่ทันสมัย ส่งผลให้ผู้ชมสามารถรับบริการได้หลากหลาย เช่น บริการเสริมลักษณะโต้ตอบ (Interactive) เช่น VDO-on-Demand โทรทัศน์เคลื่อนที่ (Mobile Tv) Smart Tv และ Internet Tv เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ชมยังมีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร สะดวกรวดเร็วจากบริการใหม่ๆ อาทิ Data Broadcasting Emergency และ Warning ฯลฯ นอกจากนี้ การที่มีช่องรายการใหม่ออกอากาศโดยระบบดิจิทัล จะทำให้เกิดการพัฒนาในกิจการโทรทัศน์ เพิ่มทักษะข้อมูลความรู้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนและสังคม อีกทั้งโทรทัศน์ดิจิทัลยังสามารถช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ ในเรื่องของการลงทุนในโครงข่ายโทรทัศน์ระบบดิจิทัล การผลิตอุปกรณ์เครื่องรับโทรทัศน์ และการพัฒนาอุตสาหกรรม เช่น เนื้อหารายการ และการบริการแบบใหม่ๆ ที่มีการใช้ระบบดิจิทัลในการเชื่อมโยง นอกจากนี้ โทรทัศน์ระบบดิจิทัล ยังช่วยในการประหยัดพลังงานของประเทศ เนื่องจากเครื่องรับโทรทัศน์ระบบดิจิทัลจะใช้พลังงานไฟฟ้าน้อยกว่าเมื่อเทียบกับการส่งในระบบอนาล็อก อีกทั้งยังเป็นการนำเอาทรัพยากรคลื่นความถี่ที่มีอยู่อย่างจำกัดไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สถานีโทรทัศน์ดิจิทัลส่งผลต่อผู้ชมในหลายด้าน ดังนี้

1. ด้านประโยชน์ต่อผู้ชมดิจิทัลทีวี คือ ผู้ชมโทรทัศน์ในระบบดิจิทัลจะมีเลือกในการรับที่หลากหลายนมากขึ้น ทำให้ผู้ชมสามารถเลือกชมรายการที่ตอบสนองความต้องการได้สะดวกขึ้น
2. ด้านประโยชน์ต่อผู้ประกอบการช่องทีวี การเปลี่ยนมาใช้ระบบดิจิทัล จะส่งผลในเรื่องต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมาก
3. ด้านประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ การเปลี่ยนจากระบบอนาล็อกมาเป็นระบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับดิจิทัลทีวี เกิดการจ้างงานส่งผลต่อการเจริญเติบโตของตลาดแรงงานระยะยาว นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ

### การแบ่งประเภทรายการโทรทัศน์

การจำแนกประเภทรายการจะช่วยในการสร้างความชัดเจนต่อเนื้อหาและรูปแบบรายการให้กับผู้ผลิตรายการให้สามารถกำหนดทิศทางในการผลิต และผู้ชมรายการเองก็สามารถเลือกรับชมรายการให้เหมาะสมกับความต้องการของตนเองได้ สาเหตุที่ต้องมีการจำแนกประเภทรายการต่างๆ เพราะรายการแต่ละประเภทมีรูปแบบ หรือการผลิตรายการที่แตกต่างกันออกไป การจำแนกประเภทรายการจะช่วยให้ผู้ผลิตรายการมีแนวทางในการผลิต คือรู้ว่าจะใช้รูปแบบใด

ในการเล่าเรื่องแบบใด และเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบที่รายการแต่ละประเภทต้องมี สำหรับผู้ฟังและผู้ชมรายการ การจำแนกรายการมีประโยชน์ต่อผู้ชมและผู้ฟัง ในแง่ของการตอบสนองความต้องการ หรือ ความคาดหวัง เนื่องจากผู้ชมได้ถูกติดตั้งวิธีคิด และมีประสบการณ์เดิมในการรับชมโทรทัศน์หรือฟังวิทยุมาแล้ว การที่ผู้รับสารเคยชมหรือฟังรายการประเภทต่างๆ มาก่อน ย่อมเกิดความรับรู้ จดจำและตีความหมาย ทำให้เกิดความหวัง ดังนั้นการจำแนกประเภทจะทำให้คนดูทราบว่าสามารถคาดหวังว่าจะเห็นอะไรจากรายการแต่ละประเภท (Warshaw, 1975 อ้างใน Neale, 1993 หน้า 26) เช่น หากผู้ผลิตนำเสนอรายการประเภทซิตคอม ผู้ชมย่อมคาดหวังว่าต้องได้ยิมขมุขตลก หรือได้ความสนุกสนานจากการชมรายการ หรือหากโทรทัศน์เสนอรายการทำอาหาร ผู้ชมย่อมคาดหวังว่าจะได้เห็นอาหาร เซฟ เครื่องครัว สูตรปรุงอาหาร และการสาธิตการประกอบอาหาร เป็นต้น

การจำแนกตระกูลรายการไม่ได้เป็นเพียงกลไกการจัดระเบียบความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้รับสารเท่านั้น แต่ยังมีประโยชน์ต่อการจัดการเนื้อหารายการวิทยุและโทรทัศน์ ประเภทรายการสารบันเทิง รายการวิทยุโทรทัศน์มีอยู่หลากหลายประเภท หากจัดประเภทรายการต่างๆ ตามแนวคิด “ความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้าม” (Binary opposition) ของเฟร์ดีนันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ, 2547, หน้า 14) จะจัดแบ่งรายการวิทยุและโทรทัศน์ได้ 2 กลุ่ม คือ

**1. รายการบันเทิง** คือ รายการที่เน้นนำเสนอเรื่องราวเบาๆ สนุกสนาน เนื้อหาในรายการบันเทิงส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องที่แต่งขึ้น (Fiction) อาจมีจินตนาการ เรื่องเหนือจริง การผูกเรื่อง ฯลฯ รายการบันเทิงมีหน้าที่เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด และสร้างความบันเทิงใจให้กับผู้ฟังหรือผู้ชม ตัวอย่างรายการบันเทิง เช่น ซิตคอม, ละคร, เกมโชว์, ทอล์กโชว์ ฯลฯ

**2. รายการสาระ** เป็นรายการที่มีเนื้อหาจากเรื่องจริง หรือเหตุการณ์จริง มีวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลข่าวสาร หรือความรู้แก่ผู้ชม ผู้ฟัง รายการประเภทสาระโดยทั่วไปจะต้องมีเนื้อหารายการที่เข้มข้นจริงจัง และสิ่งสำคัญคือต้องเป็นเรื่องจริง (Factualness) บางรายการอาจนำเสนอด้วยความจริงจัง (Seriousness) เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล ตัวอย่างรายการสาระ เช่น ข่าวสารคดี การศึกษา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม รายการวิทยุหรือโทรทัศน์บางรายการอาจจะจำแนกไม่ได้ว่าอยู่ในประเภทสาระ หรือบันเทิง เนื่องจากผู้ผลิตรายการได้พยายามคิดค้นรูปแบบการนำเสนอที่แปลกใหม่ เพื่อดึงดูดใจผู้ชม เช่น รายการกบนอกกะลา ซึ่งจัดเป็นรายการประเภทสารคดี แต่นำเสนอโดยมีกลิ่นอายของบันเทิงคดีอยู่ด้วย เช่นเดียวกับรายการกีฬา ซึ่งเป็นตระกูลรายการที่มีทั้งลักษณะที่เป็นสาระและบันเทิง ขึ้นอยู่วิธีการและเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น รายการถ่ายทอดการ

แข่งขันกีฬาทางโทรทัศน์ ซึ่งผู้บรรยายจะให้ความรู้กับผู้ชมในเรื่องกฎกติกาและทักษะต่างๆ ขณะที่รายการกีฬาบางรายการอาจจะเน้นการนำเสนอความบันเทิง หรือการแสดง เช่น รายการมวยปล้ำ เป็นต้น ในบางครั้งการจำแนกประเภทรายการจึงอาจทำได้ยาก และมีความซับซ้อนเกินกว่าจะแบ่งเป็นเพียงรายการสาระบันเทิง นอกจากนี้ ยังมีรายการวิทยุและโทรทัศน์ประเภทใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น รายการเรียลลิตีโชว์ ซึ่งผสมผสานการนำเสนอโดยใช้รูปแบบของทั้งละคร ทำให้บางครั้งไม่อาจจะจำแนกได้ว่ารายการหนึ่งๆ จัดอยู่ในตระกูลรายการใด การเปลี่ยนแปลงวิธีการนำเสนอในรายการประเภทต่างๆ สามารถเกิดขึ้นตลอดเวลา เนื่องจากแวดวงวิทยุและโทรทัศน์เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และทดลองสิ่งแปลกใหม่ได้ โดยเฉพาะเมื่อสูตรหรือวิธีการเดิมๆ ซึ่งเคยประสบความสำเร็จกลับเสื่อมความนิยมและมีผู้ชมลดน้อยลง เช่น รายการตอบปัญหาทางโทรทัศน์ (Quiz Show) ผู้ผลิตอาจต้องปรับเปลี่ยนโดยเพิ่มเติม ตัดทอนสูตรเดิมๆ หรือคิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่อนำเสนอและเป็นทางเลือกให้กับผู้รับสาร ดังจอห์น ฟิสก์ (John Fiske, 1987 อ้างถึงใน McQueen, R., 1998 หน้า 29) กล่าวว่า “การจำแนกประเภทรายการมีไว้เพื่อเหตุผล 2 ประการ ด้านหนึ่งคือเพื่อกำหนดมาตรฐานและคุ้นเคย (Standardisation and familiarity) กับอีกด้านหนึ่งคือการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)

### รายการข่าว

รายการข่าว คือ รายการที่ผลิตขึ้นเพื่อออกอากาศผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยผู้ผลิตมีหน้าที่รวบรวมจัดทำภาพเสียงและข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ แล้วนำเสนอให้ผู้ชม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคมในเรื่องต่างๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม กีฬา วัฒนธรรม ฯลฯ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกประเทศ (ศุภรัตน์ ลีตฤกุลเจริญ, 2540 หน้า 30)

รายการข่าวเป็นประเภทรายการที่มีประวัติความเป็นยาวนาน ถือเป็นหนึ่งรายการประเภทแรกๆ ที่ออกอากาศทางวิทยุ หลังจากมีการพัฒนาการใช้สัญญาณวิทยุเพื่อสื่อสารทางการทหารมาเป็นการใช้วิทยุเพื่อการสื่อสารมวลชนในประเทศต่างๆ เช่น สหรัฐอเมริกา เยอรมนี อังกฤษ ฯลฯ โดยสถานีวิทยุ BBC กระจายเสียงเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ. 1922 และในปีเดียวกันนั้นก็ ได้ผลิตและออกอากาศรายการข่าว (New bulletin) เช่นเดียวกับอีกหลายประเทศที่ได้พัฒนาการส่งกระจายเสียง และมีการก่อตั้งบริษัทกระจายเสียงวิทยุ ซึ่งผลิตรายการรูปแบบต่างๆ นำเสนอให้ผู้ฟัง รวมทั้งรายการข่าวด้วย ต่อมาเมื่อโทรทัศน์ถือกำเนิดขึ้น และถ่ายทอดสัญญาณออกอากาศเป็นสีมาเสมอครั้งแรกโดย BBC ในปี ค.ศ. 1936 การพัฒนาเทคโนโลยีและรูปแบบรายการโทรทัศน์ ทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป รายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะเป็นการถ่ายทอดสดเหตุการณ์สำคัญทาง

การเมืองและสังคม รวมทั้งการแข่งขันกีฬาและการแสดงดนตรี (Bell-Gredler, M. E, 1986) ก่อนที่จะดเผยแพร่ในอีก 3 ปีต่อมาเนื่องจากภาวะสงคราม (สงครามโลกครั้งที่ 2 ระหว่างปี ค.ศ. 1939-1945) หลังสงครามครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง วงการโทรทัศน์พัฒนาอย่างรวดเร็ว เริ่มมีรายการรูปแบบใหม่ๆ เกิดขึ้น รวมทั้งรายการข่าว โดยในปี ค.ศ. 1948 รายการโทรทัศน์ออกอากาศครั้งแรกในสหรัฐอเมริกาทางสถานี NBC และ CBS รายการข่าวได้พัฒนารูปแบบอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งปัจจุบันเป็นรายการที่ออกอากาศอยู่ทุกสถานีทั้งวิทยุโทรทัศน์ สำหรับประเทศไทยมีรายการประจำอยู่ในสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง โดยได้ผลิตและออกอากาศรายการข่าวของสถานีเอง นอกจากนี้เป็นรายการที่ออกอากาศในทุกสถานีทั้งวิทยุและโทรทัศน์แล้ว รายการข่าวยังเป็นรายการที่ออกอากาศทุกวัน ไม่มีวันหยุด และออกอากาศวันละหลายเวลา เพื่อให้คนทั่วไปติดตามความเป็นไปของสังคม รวมทั้งสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นและในต่างประเทศ

### องค์ประกอบของรายการข่าว

ผู้รายงานข่าว หมายถึง หน่วยงานองค์กรผลิตข่าวและผู้สื่อข่าว ซึ่งเป็นผู้คัดเลือกเหตุการณ์ที่จะเป็นข่าว กำหนดประเด็นและผลิตรายการข่าวเพื่อออกอากาศ ผู้รายงานข่าวไม่ได้มีบทบาทแค่รายงานข่าวหรือผลิตรายการข่าวนั้นๆ แต่ยังมีบทบาทที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ เป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารด้วยเวลาที่มีจำกัด และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวันมีมากเกินไปที่จะรายงานได้ทุกอย่าง ผู้รายงานข่าวจึงต้องเลือกรายงานบางเหตุการณ์เท่านั้น โดยจะเลือกว่าเรื่องใดสำคัญมากพอจะเป็นข่าว และเรื่องใดสำคัญมากจนต้องรายงานเป็นข่าวแรก เช่นเดียวกับการตัดสินใจว่าเรื่องใดไม่สำคัญและไม่จำเป็นต้องรายงานให้สาธารณชนทราบ เกณฑ์การพิจารณาว่าเหตุการณ์ใดมีความสำคัญและน่าสนใจ ประกอบไปด้วย

1. ความรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
2. ความใกล้ชิดเหตุการณ์ในพื้นที่ที่มีความใกล้ชิดกับประชาชน เช่น เหตุการณ์น้ำท่วมหรือเกิดภัยพิบัติ
3. เหตุการณ์ที่แปลกไม่ปกติ ไม่สามารถพบเห็นได้ในชีวิตประจำวัน
4. เหตุการณ์การที่กระทบกับคนหมู่มาก เช่น พายุหิมะถล่ม น้ำท่วม เป็นต้น
5. เหตุการณ์ที่มีความน่าสนใจเร้าอารมณ์ ทำให้เกิดความสะเทือนใจ เช่น เหตุการณ์เครื่องบินตก
6. เหตุการณ์ที่มีเงื่อนงำ หรือยังไม่สามารถคลี่คลายได้อย่างชัดเจน เช่น เหตุการณ์ฆาตกรรมอำพราง

7. เหตุการณ์ที่เป็นความขัดแย้ง การต่อสู้หรือความเห็นที่ไม่ลงรอยกัน เช่น สงครามหรือ ประเด็นทางการเมือง

8. เหตุการณ์ที่เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิทยาการ เทคโนโลยีและการค้นพบสิ่งใหม่ๆ เช่น การค้นพบดวงดาวดวงใหม่ การส่งยานอวกาศ

9. เหตุการณ์ที่มีองค์ประกอบของเรื่องเพศที่มักได้รับความสนใจจากประชาชนทั่วไป เช่น ข่าวอาชญากรรมที่ฆาตรกรเป็นผู้หญิง หรือข่าวการเมืองที่นักการเมืองเป็นผู้หญิง เป็นต้น

### รูปแบบรายการข่าว

รายการข่าวได้มีการพัฒนารูปแบบและวิธีการนำเสนออย่างต่อเนื่อง จากในอดีตที่มีแต่ รายการข่าวอ่าน จนกระทั่งปัจจุบันรายการข่าวมีรูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายและมีจำนวน รายการเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเนื้อหาของข่าวแต่ละสถานีในแต่ละวันอาจซ้ำหรือคล้ายคลึงกัน (กิตติ กันภัย, 2543 หน้า 12) แต่ละสถานีจึงคิดค้นรูปแบบรายการข่าวแบบใหม่ๆ และนำเสนอ รายการข่าวรูปแบบต่างๆ ไม่เฉพาะรายการข่าวปกติที่มีผู้ประกาศนั่งอ่านข่าว หรือรายงานเพียง เนื้อหาข่าวอย่างเดียว ในปัจจุบันสถานีโทรทัศน์ก็มีรูปแบบการนำเสนอรายการข่าวดังนี้

1. **รายการข่าว (News Program)** หมายถึง เป็นรายการที่มีอยู่ในโทรทัศน์ทุกสถานี มีความยาวตั้งแต่ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมงหรือมากกว่า รายการข่าวนำเสนอข่าวด้วยการให้ผู้ประกาศ อ่านตามบทข่าวที่เตรียมไว้ โดยเรียงลำดับความสำคัญของข่าว โดยทั่วไปจะใช้ผู้ประกาศ 2 คน สลับกันอ่านบทข่าว โดยรายการข่าวบางรายการหรือบางสถานีอาจจะใช้ผู้ประกาศมากกว่า 2 คน ขึ้นไป

2. **ข่าวสั้น/ข่าวเด่น (Breaking News)** หรือข่าวต้นชั่วโมง เป็นรายการข่าวที่ออกอากาศ ทางสถานีโทรทัศน์เป็นระยะๆ ตลอดทั้งวัน โดยทั่วไปจะออกอากาศทุกต้นชั่วโมง ความยาวของ รายการประมาณ 3-5 นาที หากเกิดเหตุการณ์สำคัญขึ้น รายการปกติของทางสถานีอาจจะถูก แทนด้วยรายการข่าวด่วนเพื่อรายงานสถานการณ์

3. **รายการสัมภาษณ์ข่าว (News Interview)** เป็นรายการที่นำเสนอข้อมูล ข้อเท็จจริง และการแสดงความคิดเห็นผ่านการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์นั้นโดย ละเอียด โดยจะมีการดำเนินการสัมภาษณ์ในประเด็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์นั้นๆ โดย อาจจะทำเป็นรายการสัมภาษณ์แบบเทปหรือแบบออกอากาศสดได้

4. **รายการวิเคราะห์ข่าว (News analysis)** รายการวิเคราะห์ข่าวเป็นรายการที่ให้สาระ และข้อมูลข่าวเบื้องหลังข่าว เพื่อให้ผู้ฟังได้รับความรู้พร้อมกับการให้ข่าวสาร รายการจะนำเสนอ เรื่องราวที่มีความสำคัญทั้งในระดับประเทศและในต่างประเทศ โดยจะมีการวิเคราะห์ เช่น

การเมือง สถานการณ์ข่าวต่างประเทศ หรือเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก เช่น รายการเศรษฐกิจ รายการประเภทนี้อาจจะมีแต่วิเคราะห์ข่าวอย่างเดี่ยวจนจบรายการหรืออาจใช้การผสมผสานหลายรูปแบบรายการทั้งการวิเคราะห์และการรายงานข่าวหรือการสัมภาษณ์ควบคู่กันไป ทั้งนี้ผู้วิเคราะห์ข่าวซึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการจะต้องมีความรู้และเชี่ยวชาญในประเด็นที่วิเคราะห์ เช่น ข่าวเศรษฐกิจ การเมืองหรือต่างประเทศ

5. **รายการสนทนาข่าว (News Talk)** เป็นรายการข่าวที่นำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นของผู้ดำเนินรายการ ข่าวที่นำมารายงานอาจจะเป็นมาจากการติดตามข่าวประเด็นนั้นๆ หรือนำมาจากสื่ออื่น เช่น นำมาจากหนังสือพิมพ์หรือโซเซียลมีเดีย รายการรูปแบบนี้เป็นที่นิยมในประเทศไทยช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา บางครั้งเรียกรายการข่าวรูปแบบนี้ว่ารายการ “เล่าข่าว” หรือรายการ “คุยข่าว” รายการสนทนาข่าวนำเสนอรายงานข่าวด้วยการพูดคุย (Conversation) ระหว่างผู้ดำเนินรายการซึ่งอาจมี 2-3 คน โดยทั้งหมดจะสนทนากันเองและสนทนากับผู้ชมด้วยท่าทีสบายและเป็นกันเอง นอกจากการรายงานข่าวด้วยการเล่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นแล้วผู้ดำเนินรายการยังใช้การวิจารณ์ใส่ความคิดเห็นส่วนตัวในเนื้อหาข่าวด้วย การนำเสนอรายการวิจารณ์ข่าวอาจจำภาพข่าวและรายละเอียดของเหตุการณ์จากสถานีเอง หรือหยิบมาจากหนังสือพิมพ์และอินเทอร์เน็ต แล้วนำมาเล่าหรือวิจารณ์ โดยไม่จำเป็นต้องมีบทข่าว เพราะภาพและเสียงจริงของเหตุการณ์ไม่สำคัญเท่ากับลีลาและความสามารถของพิธีกร

6. **รายการนิตยสารข่าว** รายการข่าวรูปแบบนี้ใช้ในการเสนอที่หลากหลาย เปรียบเหมือนนิตยสารที่มีหลายคอลัมน์ รายการนิตยสารข่าวอาจประกอบด้วยช่วงต่างๆ เช่น การเขียนรายงานข่าว การวิจารณ์ข่าว การวิเคราะห์ข่าว การสัมภาษณ์บุคคลข่าว ฯลฯ

### เอกลักษณ์รายการข่าว

1. **นำเสนอข้อเท็จจริง (Factualness)** แม้ว่าในปัจจุบันรายการข่าวจะพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้หลากหลาย รายการข่าวบางรายการเน้นนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เข้มข้น หรือข่าวหนัก ขณะที่บางรายการอาจมีความบันเทิงแฝงอยู่ด้วย เช่น รายการเล่าข่าว แต่สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์หรือจุดร่วมของรายการข่าวทุกรูปแบบคือ เนื้อหาที่นำเสนอต้องเป็นข้อเท็จจริง (Fact)

2. **ข้อมูล** หน้าที่ประการหนึ่งของสื่อมวลชนตามแนวคิดของฮาโรลด์ ลาสเวลล์ คือ การสังเกตการณ์สภาพแวดล้อม เพื่อติดตามและรวบรวมข้อมูลข่าวสารต่างๆ มารายงานให้คนในสังคมได้ทราบ สื่อวิทยุโทรทัศน์ทำหน้าที่ให้ข้อมูลผ่านรายการประเภทข่าว ซึ่งจะแจ้งให้ประชาชนทราบข่าวสาร และเหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในสังคม โดยเฉพาะอาจจะส่งผลกระทบต่อมีความสำคัญต่อชีวิตของประชาชน เช่น ความเคลื่อนไหวทางการเมือง เหตุการณ์ภัยพิบัติ หรือ

ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ เป็นต้น หน้าที่การให้ข้อมูลข่าวสารถือเป็นเอกลักษณ์ประการหนึ่งที่ทำให้รายการข่าวแตกต่างจากรายการประเภทอื่นๆ

**3. เป็นรายการสด (Live)** ทันต่อเหตุการณ์ วิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีปัจจัยเรื่องเวลาเป็นตัวกำหนด ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การแพร่กระจายเนื้อหา และการบริโภคข่าวสาร (สมสุข หินวิมาน, 2551 หน้า 6) หากมองในแง่การผลิต ผู้ผลิตรายการต้องการผลิตรายการภายใต้เวลาที่จำกัด โดยเฉพาะรายการข่าวเป็นรายการที่ต้องผลิตอย่างเร่งรีบ เพื่อนำเสนอให้ทันต่อเหตุการณ์เพราะคุณค่าของข่าว (News Value) เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด คือ ความสดใหม่และทันต่อเหตุการณ์

### รายการเกมส์โชว์/ทอล์คโชว์

รายการเกมส์โชว์/ทอล์คโชว์ สามารถเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่าเป็นรายการประเภทปิกนิกะบันเทิงหรือวาไรตี้ (Variety) รายการประเภทนี้จะเป็นรายการที่รวบรวมความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ เพื่อตอบสนองของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งมีความสนใจในการชมแตกต่างกันออกไป รูปแบบรายการจะมีทั้งการแสดงดนตรี ร้องเพลง ละครสั้น เกมส์ สาทิต สนทนาและสัมภาษณ์ผู้ร่วมรายการ หรือการแสดงอื่นๆ อยู่ในรายการ มีพิธีกรเป็นผู้ดำเนินรายการและสร้างสีสันให้กับรายการ (ต่างจากนิตยสารทางอากาศ เพราะวาไรตี้หลากหลายทั้งกลุ่มคนดูและเนื้อหา และเน้นในเรื่องของความบันเทิงเป็นหลัก) โดยสามารถแบ่งรูปแบบรายการและรายละเอียดที่น่าสนใจในการผลิตรายการได้ดังนี้

รายการเกมส์โชว์ ได้รับความนิยมอย่างสูงในสื่อวิทยุราวทศวรรษที่ 1930 รายการเกมส์โชว์ในยุคแรกเป็นการให้ผู้แข่งขันตอบคำถามชิงรางวัล เรียกว่า รายการถาม-ตอบ ต่อมาก็ได้จำกัดอยู่แค่รายการถามตอบเท่านั้น แต่รายการโชว์หมายถึง รายการที่มีการแข่งขันต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 ประเภท

1. Quiz show เป็นรูปแบบรายการแบบดั้งเดิมเป็นการเล่นเกมตอบคำถาม
2. Stunt show มีลักษณะของการประลองกันในด้านร่างกาย ความยากลำบาก และความทรหด ว่าฝาด้านต่างๆ ของเกมส์ได้เป็นผู้ชนะหรือไม่
3. Performance show เป็นรายการแข่งขันความสามารถเฉพาะทางของผู้เข้าแข่งขัน
4. Agony show เป็นรูปแบบที่เริ่มต้นจากการบรรยายประสบการณ์ความรันทด ความลำบากของผู้เข้าแข่งขัน
5. Dating or relationship show เป็นรูปแบบรายการที่มีเนื้อหาสาระที่จะทดสอบผู้เข้าแข่งขัน

## เอกลักษณ์ของรายการเกมส์โชว์

1. ง่ายไม่ซับซ้อน (Easy and uncomplicated) รายการเกมส์โชว์เป็นรายการที่มีรูปแบบที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเมื่อเปรียบเทียบกับรายการอื่น หมายถึง เมื่อใดที่มีรูปแบบเกมส์และการแข่งขันที่ลงตัวแล้ว ก็จะทำให้เกมส์โชว์ขายได้ง่ายอย่างรวดเร็ว เพราะการที่วางรูปแบบไม่ซับซ้อนจะสามารถทำให้การสื่อสารของรายการเป็นไปได้ในวงกว้าง เพราะถึงแม้ว่าผู้ชมจะอยู่คนละประเทศหรือต่างวัฒนธรรมก็สามารถเข้าใจเนื้อหาของรายการได้

2. ความสดและความเป็นปัจจุบัน (Right here, right now) รายการเกมส์โชว์มีความคล้ายคลึงกับการแข่งขันกีฬา ที่ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วม คิดตาม ติดตามลุ้นหรือเอาใจช่วยผู้เข้าแข่งขันให้ประสบความสำเร็จและได้รางวัล ลักษณะเช่นนี้ช่วยสร้างความรู้สึกถึงความสดของเกมส์และความเป็นปัจจุบัน

3. เป็นอรรถรสประเภทลุ้น-รอย-เร็ว (Get-rich-quick drama) ตัวอย่างของ 64,000 Question เป็นตัวอย่างรายการประเภทเกมส์โชว์ที่ว่าในเรื่องของการตอบคำถามก็สามารถพลิกชีวิตได้รางวัลมหาศาลและรวยขึ้นทันที

## รายการทอล์คโชว์

เป็นรายการหรือรูปแบบรายการทางโทรทัศน์ ประเภท สนทนาที่มีผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญมาพูดคุยสนทนาในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในโลกของสื่อศตวรรษที่ 20 รายการทอล์คโชว์จัดเป็นรายการที่มีความคิดริเริ่มที่สร้างสรรค์ในการพัฒนาการสื่อสาร อันสำคัญของมนุษย์ คือ การสนทนา โดยมีการถ่ายทำและเผยแพร่ทั้งภาพและเสียง และลักษณะเฉพาะรายการที่มีต้นทุนในการผลิตรายการน้อย แต่สร้างปรากฏการณ์และความนิยมในวงกว้าง

## องค์ประกอบรายการทอล์คโชว์

รายการประเภทที่การสนทนาในรูปแบบรายการมีผู้ดำเนินรายการและผู้ถูกเชิญเข้ามาร่วมสนทนาในรายการ ในระดับสากลรายการทอล์คโชว์ให้ความสำคัญสำหรับผู้ดำเนินรายการมาก และในต่างประเทศรายการประเภทนี้ประสบความสำเร็จมากที่สุด รายการทอล์คโชว์มักจะใช้ชื่อของผู้ดำเนินรายการมาตั้งชื่อรายการ เช่น ู๊ดดี้เกิดมาคุย หรือสุริวิภา เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินรายการที่เป็นเจ้าบ้านคือใคร และจะเชิญใครมาร่วมสนทนา โดยรายการทอล์คโชว์สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. รายการที่ Hard talk หมายถึง รายการทอล์คโชว์ที่มีลักษณะที่ถามตรง ถามลึก ส่วนใหญ่มีผู้ดำเนินรายการเพียงคนเดียว เน้นสนทนากับแขกรับเชิญประเด็นต่อประเด็นตลอดทั้งรายการ ส่วนใหญ่ครอบคลุมเนื้อหาของข่าวต่างๆ เช่น ประเด็นการเมืองเศรษฐกิจ ฯลฯ



2. **รายการ Soft talk** หมายถึง รายการทอล์คโชว์ที่มีลักษณะการสนทนาพูดคุย ฟังสบาย มีประเด็นที่หลากหลายและเป็นการสนทนาเรื่องทั่วๆ หลายแวดวงที่ผู้คนสนใจเน้นความบันเทิง สลับกับการมีประเด็นหนัก

### เอกลักษณ์ของรายการทอล์คโชว์

1. ให้ความสำคัญในเรื่องบุคคล ในแง่ของการดำเนินรายการและการสนทนา ผู้ดำเนินรายการต้องมีทักษะในด้านการพูดคุยและการสร้างบทสนทนา

2. ความเป็นเฉพาะกลุ่ม หมายถึง รายการทอล์คโชว์สามารถเข้าถึงกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องที่ประเด็นสนทนา เช่น รายการทอล์คโชว์สำหรับผู้หญิง หรือรายการสนทนาปัญหาบ้านเมือง สำหรับผู้ที่สนใจเรื่องการเมือง เป็นต้น

### ละครโทรทัศน์

คำว่า “ละคร” ยุคก่อนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความหมายถึง การแสดงตามท้องเรื่องตามบทประพันธ์ เช่น ละครกลางแจ้งในยุคกรีก-โรมันไว้เพื่อบูชาเทพเจ้าและความเชื่อต่างๆ หรือละครเวที เช่น ละครโอเปร่า เป็นต้น ละครเป็นการเล่าเรื่องราวโคกนาฏกรรม และสุขนานาฏกรรม สมสุข หินวิมาน (2545) ได้อธิบายว่า “ละคร” เทียบเท่าในภาษาอังกฤษว่า Melodrama หมายถึงการแสดงที่มีท่วงทำนองของอารมณ์และความรู้สึก ทั้งสุขสมหวัง ความเศร้า อาฆาตพยาบาทและการประสานปรองดอง

ละครโทรทัศน์ไทย ในยุคก่อนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความหมายถึงการแสดงเพื่อความบันเทิงเรีงรมย์ต่างๆ ได้แก่ ละครในรั้วในวัง เช่น ละครนอก ละครในรวมถึงละครพื้นฐาน เช่น ลิเก เป็นต้น เพาวิภา ภมรสติธย์ (2528, อ้างถึงใน สมสุข หินวิมาน, 2551) ได้ตั้งข้อสังเกตว่า รากฐานละครโทรทัศน์ไทย น่าจะเริ่มต้นจากนาฏศิลป์

ละครโทรทัศน์ มีบทบาททั้งในด้านการสร้างความเป็นจริงทางสังคม เป็นพื้นที่หลีกเลี่ยงไปจากชีวิตที่จำเจ เป็นบทเรียนที่ผู้คนได้เรียนรู้ บ่มเพาะค่านิยม ความสัมพันธ์ต่างๆของสมาชิกในสังคม

### องค์ประกอบของละคร

แม้ว่าโทรทัศน์จากต่างที่ต่างกันจะเกิดขึ้นด้วยบริบททางวัฒนธรรมที่หลากหลาย และถูกเรียกแยกย่อยไปหลายประการ แต่โจนาธาน บิ๊กเนลล์ (Jonathan Bignell, 2012) ได้อธิบายองค์ประกอบของละครว่าประกอบด้วย

1. มีตัวละครกลุ่มใหญ่กลุ่มหนึ่ง (A large group of character)
2. ตัวละครเหล่านั้นอยู่ในพื้นที่เดียวกัน (Same location)

3. เกิดเรื่องราวหลากหลายซ้อนทับกัน (Multiple storylines) ดังเช่นเรื่องราวกันหลากหลายของสมาชิกที่มาอยู่พื้นที่เดียวกันได้หลังคาเดียวกัน เช่น บ้านทรายทอง บ้านสอยดาว เรือนซอว์รัก ฯลฯ หรือ ภายในพื้นที่ทำงานเดียวกัน เช่น General Hospital, ER, Grey's Anatomy (เรื่องราวที่เกี่ยวกับหมอ) โจนาธาน บิ๊กเนลล์ (Jonathan Bignell, 2012) ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงเหตุผลที่ทำให้ผู้ชมเฝ้าติดตามละครที่มีลักษณะไม่ปะติดปะต่อกัน หรือ การตัดไปตัดมา ตามแบบฉบับการเล่าเรื่องของโทรทัศน์ว่าการสร้างความเป็นปัจจุบันจากด้านที่ตรงข้ามทั้งระหว่างเรื่องจริงและจินตนาการ หรือความจำในอดีตและความคาดหวังในอนาคต ที่เรียกว่า กระบวนการใช้ประโยชน์จากผู้ชม ได้แก่

1. Audience memory of the past คือ การที่ผู้ชมปะติดปะต่อเรื่องราวจากการที่จำได้ว่าตอนที่ผ่านมามีเกิดอะไรขึ้น เช่น พระเอกและนางเอกโกรธกันเพราะนางเอกโดนใส่ร้ายมาตลอด เป็นต้น

2. Audience expectation เป็นการคาดหมายต่อเรื่องในอนาคต ทั้งจากการที่เรื่องได้คลี่คลายออกอย่างที่คุณชมได้คาดเดาเรื่องราวไว้ก่อน เช่น เมื่อพระเอกและนางเอกคืนดีกัน ผู้ชมต้องคิดว่า “เห็นใหม่ละ...ในที่สุดก็ต้องรักกันจนได้” โจนาธาน บิ๊กเนลล์ (Jonathan Bignell, 2012) ได้อธิบายถึงจุดร่วมโดยทั่วไปของละครโทรทัศน์ และในกรณีของละครดรามามาซีรี่ส์ตะวันตก ที่ดำเนินเรื่องถูกเก็บไว้เป็นความลับ หรือบางครั้งยากจะคาดเดาเนื่องจากถ้าผู้ชมรู้ตบจบ หรือเขาได้โอกาสส่งผลต่อเรตติ้งที่ลดลง ซึ่งลักษณะละครไทยที่มีเนื้อหาวนเวียนผลิตซ้ำ หรือผู้ชมบางคนอ่านเรื่องจากบทประพันธ์ จากหนังสือพิมพ์แต่ยังมารับชมละครโทรทัศน์ สมสุข หินวิมาน (2551) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของความเป็นละครไทย ที่มักถูกมองว่าเป็นละคร “น้ำเน่า” ไว้อย่างน่าสนใจ โดยวิเคราะห์จากองค์ประกอบต่างๆที่เราเห็นจากละครโทรทัศน์

1. แก่นเรื่อง (Theme) พบว่า ละครไทยมักมีแก่นเรื่องหลักๆ เช่น คู่กันแล้วไม่แคล้วกัน, บนพรมแดนแห่งรัก ทุกคนไม่สมหวังในรัก ธรรมะชนะอธรรม และข้าๆ ได้พัวเล่่งาม (สอนให้รอ) เป็นต้น

2. การเล่าเรื่อง (Narration) โดยทั่วไปละครมีการเล่าเรื่อง 3 ขั้นตอนหลัก คือ การเปิดเรื่อง (Opening) การดำเนินเรื่องไปสู่ความขัดแย้งคลี่คลาย (Conflict and resolution) และการจบเรื่อง (Ending) สมสุขได้อธิบายและยกตัวอย่างเฉพาะกรณีละครที่เรียกว่า ละครชิงรักหักสวาทหรือละครผัวๆ เมียๆ

3. ตัวละคร (Character) ละครได้แสดงความสัมพันธ์ของตัวละครที่กระทำต่อกัน ที่สะท้อนค่านิยมสังคมอีกทอดหนึ่ง เช่น ละครแนวผัวๆ เมีย อย่าง เมียหลวง น้ำเซาะทราย คือการให้คำอธิบายว่า ชะตากรรมของคู่ชีวิตของคนอื่นก็ไม่แตกต่างจากละครและตัวเรา

4. การใช้ร่างกาย (The use of body) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ภาษาภายในละครโทรทัศน์ (ที่ปรากฏภาพให้เราเห็น) บอกอะไรเราได้บ้าง สมสุขยกตัวอย่างว่า ละครที่กลืนอายุแบบน้ำเน่า หรือละครตบจูบ การตบของผู้หญิง เป็นสัญลักษณ์แห่งการแสดงอำนาจเหนือผู้ชายในโลกจินตนาการ ทั้งที่ในโลกความจริง อำนาจหญิง อจจะไม่มีอยู่จริงเลยก็เป็นได้ แต่ละครสามารถสร้างความเข้มข้นสะใจให้เกิดขึ้นได้

### การแบ่งประเภทละคร

1. ละครแนวอิงเรื่องจริง/ประวัติศาสตร์ หมายถึง ละครที่สร้างขึ้นจากเค้าโครงเรื่องจริงทางประวัติศาสตร์ โดยอาจจะมีการกล่าวอ้างถึงยุคสมัยที่เกิดขึ้น หรือมีการใช้ชื่อตัวละครอิงตามเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ และอาจจะมีการดัดแปลงบทละครให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้นตามจินตนาการของผู้ประพันธ์บทละคร

2. ละครแนวชีวิต หมายถึง ละครที่มีเค้าโครงเรื่อง ที่สะท้อนเกี่ยวกับปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ที่มีทั้งเรื่องที่มีความสุข ความเศร้า ความบันเทิง ผสมผสานกันไป

3. ละครแนวตลก หมายถึง ละครที่มีเค้าโครงเรื่องสนุกสนาน โดยอาจจะมีเนื้อหาเสียดสีสังคมอย่างมีอารมณ์ขัน มีการดำเนินเรื่องที่น่าสนใจ สามารถเรียกเสียงหัวเราะได้จากผู้ชมละคร

4. ละครแนวอาชญากรรม หมายถึง ละครที่มีเค้าโครงเรื่องแนวสืบสวนสอบสวน เป็นรูปแบบละครที่มีการดำเนินเรื่องที่มีการไขปริศนาจากการถอดรหัส หรือการออกตามหาเพื่อหาค้นพบความจริง

5. ละครแนวลึกลับ หมายถึง ละครที่มีเค้าโครงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเหนือธรรมชาติ อาจจะมีเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับเรื่องภูตผี วิญญาณ ปีศาจ หรือที่มาจากความเชื่อของคนในสังคมนั้นๆ

6. ละครแนวผจญภัย หมายถึง ละครที่มีเค้าโครงเรื่องหรือเนื้อหาที่มีการท่องเที่ยวหรือเดินทางไปในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่มีการผจญภัยหรือการไขปริศนา ที่มีผสมผสานไปด้วยเรื่องตื่นเต้นน่าสนใจ มีทั้งอารมณ์สนุกสนาน การต่อสู้ การร่วมทุกข์สุขของตัวละครในละครเพื่อให้สามารถพิชิตภารกิจได้อย่างสำเร็จ

7. ละครแนวเพื่อฝันมหัศจรรย์ หมายถึง ละครที่มีเค้าโครงเรื่องที่มีความเหนือจินตนาการ ไม่มีขีดจำกัดในการคิดหรือสร้างสรรค์ละครให้มีเหนือความจริง

8. ละครแนวนิทานพื้นบ้านวรรณคดี หมายถึง ละครที่มีเค้าโครงที่สร้างมาจากนิทานพื้นบ้าน หรือเรื่องเล่ารุ่นต่อรุ่นที่บรรพบุรุษได้ถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับนิทาน เพื่อให้เป็นข้อคิดเตือนใจให้กับชนรุ่นหลัง

### ซิตคอม (Sitcom)

ย่อมาจากคำว่า Situation comedy หรือ อาจแปลได้ว่า “รายการตลกสถานการณ์” หมายถึง ละครตลกขนาดสั้นที่มีลักษณะตัวละครต้องเผชิญกับสถานการณ์และปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ส่วนใหญ่มีการออกอากาศจบในตอนในประเทศไทย ซิตคอมเป็นที่รู้จักในสื่อโทรทัศน์ราวปี พ.ศ. 2530 ซิตคอมยุคแรก ได้แก่ ตึกตาเลียบกบาล ขบวนการคนใช้ ผู้พิทักษ์ความสะอาด บุญเต็ม ร้านเดิมเจ้าเก่า สาทร ดอนเจดีย์ คุณยายกายสิทธิ์ เทวดาทกสวรรค์ สามหนุ่มสามมุม และคู่ซิ่นซูลมุน ปัจจุบันซิตคอมไทยเสมือนเป็นพื้นที่แสดงในรายการโทรทัศน์ให้กับตลกอาชีพของไทยพัฒนาการของตลกไทย เริ่มจากการสวดฤกษ์ การเล่นจำอวด มาเป็นคณะตลกในละครย่อยทางวิทยุและโทรทัศน์ จนสมัยตลกเฟื่องฟู ที่เรียกว่าตลกสถานที่บ้านเทิง รูปแบบการแสดงของตลกไทยได้มีการปรับเปลี่ยนมาอย่างต่อเนื่องในเชิงรูปแบบ แต่ปัจจัยสำคัญที่ยังคงเหลืออยู่ แบบแผนการแสดงตลกไทย ซิตคอมของไทยจึงมีการผสมผสานทางวัฒนธรรมการแสดงตลกแบบไทยอย่างที่เคยดำเนินมา

### องค์ประกอบของซิตคอม

ซิตคอมเป็นรูปแบบรายการที่ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ สถานการณ์ (Situation) และความตลก (Comedy) โดยปัจจัยที่ทำให้องค์ประกอบทั้งสองนี้มาเจอกัน ได้แก่

1. มีกลุ่มตัวละครประจำ เช่น สมาชิกในครอบครัว (เช่น บ้านนี้มีรัก) เพื่อน (เช่น นัดกับนัด) คู่รัก (เช่น แป้งและชัดเจน ในบางรักซอยเก้า) สมาชิกในชุมชนหรือสมาชิกที่ทำงานเดียวกัน (กลุ่มคนทำงานในเรื่อง เป็นต่อ) ตัวละครเหล่านี้จะเป็นผู้ดำเนินเรื่องหลัก หรือมีนักแสดงรับเชิญหมุนเวียนมาร่วมแสดงในแต่ละตอนได้

2. สภาพแวดล้อมตัวละครที่เหมือนชีวิตจริงนอกจอ หมายถึง เหตุการณ์ต่างๆ จะเกิดขึ้นภายในสภาพแวดล้อมที่ใกล้เคียงไปจากชีวิตของคนเรา เช่น ที่บ้าน (เช่น สามหนุ่มสามมุม บ้านนี้มีรัก นัดกับนัด) ที่ทำงาน (เช่น เป็นต่อ แพกทอรี่ที่รัก ผู้กองเจ้าเสน่ห์) และแม้ว่าจะเป็นซิตคอมที่ผสมผสานกับเรื่องเหนือธรรมชาติเช่น เทวดา ภูตผี แต่องค์ประกอบแวดล้อมสำคัญก็จะอยู่ในสภาพแวดล้อมทั่วไปของมนุษย์ ดังเช่นในเรื่อง เทวดา...สาธุ ยมโลกไซไซตี้ ผีเพื่อนโฮเต็ล บุญดีผีคุ้ม เป็นต้น

3. แบบแผนการเล่นมุกตลก หรือ เรียกว่า Gag การแสดงตลกในแต่ละวัฒนธรรมจะมีความแตกต่างกัน ทำให้แบบแผนการเล่นมุกตลกก็มีลักษณะต่างๆ กันด้วย

### การแบ่งประเภทละครซิตคอม

ซิตคอมอาจจำแนกออกเป็นประเภทตามลักษณะของสถานการณ์ (Situations) และสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นในเรื่องนั้น ซึ่งสามารถระบุถึง กลุ่มเป้าหมายที่ดูรายการซิตคอม เช่น ซิตคอมสำหรับครอบครัว (Family Sitcom) ซิตคอมเพื่อกลุ่มคนทำงาน (Workplace sitcom) ซิตคอมสำหรับวัยรุ่น (Teen sitcom) ซิตคอมสำหรับเด็ก (Children Sitcom) เป็นต้น อย่างไรก็ตามถ้าพิจารณาตามลักษณะของความตลก ซิตคอมสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. Action sitcom หมายถึง ซิตคอมที่ถ่ายทอดการแสดงตลกโดยใช้การแสดงทั้งทางภาษา (Linguistically) และท่าทาง (Physically) เป็นลักษณะของซิตคอมโดยทั่วไป เช่น เรื่อง I love Lucy, Friends และ Frasier ซิตคอมในประเทศไทยหลายเรื่องจัดเป็นซิตคอมในประเภทนี้ ได้แก่ การเน้นคำพูดและท่าทางที่ตลกขบขัน โดยไม่ต้องตีความ เช่น ระเบิดเถิดเทิง หรือ มุกตลกประเภทเล่นคำ หรือ ใช้มุกจากภาษาที่ดัดได้ สองแง่สองง่าม หรือ ต่อปากต่อคำกัน เป็นต้น

2. Domestic sitcom หมายถึง ซิตคอมที่มีประเด็นหลักเกี่ยวกับสัมพันธภาพในครอบครัวที่สะท้อนภาพทางสังคมอีกทอดหนึ่ง ความขบขันมิใช่เพียงคำพูดหรือการแสดงท่าทางแบบ Action sitcom สถานการณ์ที่ขบขันจะเป็นมุมมองต่างๆ ที่เกิดขึ้นในครอบครัวและสังคมตัวอย่างซิตคอมประเภทนี้ได้แก่เรื่อง Father know Best (อำนาจของเพศชายในบ้าน) The Cosby Show (สภาพครอบครัวอเมริกันผิวสี) หรือ บ้านนี้มีรัก, สามหนุ่มสามมุม, คู่ซิ่นซูลมุน เป็นต้น

3. Dramatic sitcom หมายถึง ซิตคอมที่มีระดับของการตีความค่อนข้างมาก มีลักษณะของความเป็นตลกร้าย (Dark humor) ไม่ได้ต้องการเสียงหัวเราะในทันทีทันใดจากผู้ชม หากแต่สถานการณ์ที่สร้างความขบขันให้คิด และตลกขำขัน เป็นเรื่องที่ต้องแปลรหัสและตีความ ส่วนใหญ่ความขบขันผูกเรื่องราวอยู่บนความไม่สวยงามของชีวิต เช่น การว่างงาน สงคราม อาชญากรรม ปัญหาหย่าร้าง การเหยียดผิว เรื่องเพศ ปัญหาสังคม ได้แก่ เรื่อง All in the Family เป็นต้น

### รายการแสดงความสามารถ

รูปแบบรายการแสดงความสามารถ เป็นรายการที่มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับการแสดงที่มีความสมจริง หรือเรียกอีกอย่างว่ารายการเรียลลิตี้ โดยรายการลักษณะนี้มีเอกลักษณ์ที่ต่างจากรายการประเภทอื่นๆ เนื่องจากเป็นรายการที่โชว์ความสามารถที่เป็นเรื่องจริงแต่มีการสร้างองค์ประกอบร่วมอย่างอื่นร่วมกับการแสดงความสามารถของผู้ร่วมรายการให้ดูมีสีสันและความบันเทิงมากยิ่งขึ้น โดยสามารถแบ่งลักษณะรายการแสดงความสามารถได้ดังนี้

1. Reality-documentary หรือ รายการเกาะติดชีวิตหรือ กลุ่มคน ทั้งผู้มีชื่อเสียง หรือคนธรรมดา
2. Reality-competition หรือ รายการเรียลลิตี้เกมส์โชว์
3. Reality-make over หรือ การเปลี่ยนแปลง/เพื่อสิ่งใหม่
4. Reality-Experiment หรือ รายการเรียลลิตี้ที่ทำให้สถานการณ์เป็นการทดลองเชิงสังคมของสิ่งมีชีวิต เพื่อทดลองดูว่าเกิดอะไรขึ้น เช่น รายการขำกลิ้งลิ่งกับหมา

### เอกลักษณ์ของรายการแสดงความสามารถ

1. สร้างความรู้สึกให้ผู้ชมรับรู้ว่าจะไม่ได้มีการเตรียมการมาก่อน
2. สร้างความรู้สึกร่วมให้คนดูรู้สึกว่าเป็นผู้สังเกตการณ์

### รายการสารคดี

สารคดี เป็นรายการที่นำเสนอข้อมูล ภาพ และเสียงของเหตุการณ์ หรือสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่จริง โดยนำเสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องเรื่องหนึ่งอย่างละเอียด เจาะลึกตลอดรายการ สารคดีจัดเป็นรายการประเภท Non-fiction เช่นเดียวกับรายการข่าว เนื่องจากเนื้อหาของรายการมีที่มาจากเรื่องจริงและเชื่อถือได้ มิใช่เรื่องที่แต่งขึ้น สารคดีจัดรายการประเภทสาระแม้สารคดีบางรายการจะนำเสนอโดยมีกลิ่นอายของบันเทิงคดี แต่เนื้อหาหรือข้อมูลที่นำเสนอมุ่งหวังให้ผู้ชมเกิดความรู้ความเข้าใจเรื่องต่างๆ

### ประเภทของสารคดี

สารคดีที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ หากแบ่งตามเนื้อหาสาระที่ปรากฏในรายการ จะจัดแบ่งได้เป็นสารคดีที่เน้นการนำเสนอเฉพาะสาระ เช่น รายการร้อยปีไกลกว่าบ้าน (ไทยพีบีเอส) กับ สารคดีประเภทผสมผสานความบันเทิงไว้กับสาระ เช่น รายการกบนอกกะลา (โมเดิร์นไนน์ทีวี) อย่างไรก็ตามการจัดประเภทรายการสารคดีดูจากสัดส่วนของสาระและความบันเทิงที่ปรากฏในรายการอาจจะเป็นเรื่องยาก เนื่องจากไม่มีหลักเกณฑ์ในการวัดปริมาณสาระและบันเทิง ดังนั้นหากแบ่งประเภทสารคดีตามวิธีการนำเสนอ หรือรูปแบบการนำเสนอ จะมีหลักเกณฑ์ที่เป็นรูปธรรมกว่า การแบ่งสารคดีทางโทรทัศน์ตามวิธีการนำเสนอแบ่งได้ 4 ประเภทดังนี้

1. Fly on the way สารคดีประเภทนี้จะเป็นการนำผู้ชมหรือผู้ฟังไปเฝ้ามอง หรือสำรวจชีวิตของคน สัตว์ สิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งผู้ถูกเฝ้าสังเกตอาจรู้หรือไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกบันทึกภาพอยู่
2. Participatory Documentary สารคดีที่นำผู้ชมหรือผู้ฟังไปติดตาม สำรวจชีวิตของคน สัตว์ สิ่งของ หรือเหตุการณ์ต่างๆ โดยที่ผู้ผลิตเข้าไปมีส่วนร่วมในสถานการณ์นั้นๆ

3. **Drama Documentary** เป็นสารคดีที่ใช้ผู้แสดงถ่ายทอดเรื่องราว ซึ่งนำมาจากชีวิตหรือเหตุการณ์จริง หรืออยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง ลักษณะคล้ายละคร คือมีบท ฉาก และมีผู้แสดง แต่บทหรือข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏในเรื่องต้องมีเหตุการณ์จริง

4. **Expository Documentaries** สารคดีประเภทนี้เป็นสารคดีที่อธิบายข้อเท็จจริงกับผู้ชมแบบตรงไปตรงมา ไม่เน้นความสวยงามของภาพ หรือการใช้ลีลาภาพ ผู้ดำเนินรายการจะใช้เสียงบรรยายแบบสั่งการ หรือเด็ดขาดเพื่อนำเสนอข้อมูล หรือจุดยืนชัดเจนของผู้ผลิต มีเป้าหมายเพื่อนำเสนอให้ผู้ชมด้วยคำพูดของผู้ดำเนินรายการ

### เอกลักษณ์ของรายการสารคดี

รายการสารคดีมีรูปแบบนำเสนอที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าจะมีการนำเสนอด้วยรูปแบบใด และมีสัดส่วนสาระบบันเทิงมากน้อยอย่างไร โดยมีองค์ประกอบของเอกลักษณ์ดังนี้

1. นำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง รายการสารคดีเป็นรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง ไม่ได้มีการสมมติหรือแต่งขึ้น ซึ่งการนำเสนอข้อมูลจริงเป็นเอกลักษณ์เดียวกับข่าว

2. ให้ความรู้ ไม่ว่าจะประเด็นสารคดีแต่ละเรื่องจะเป็นอย่างไรก็ตามจุดมุ่งหมายของผู้ผลิตสารคดี คือ การให้ความรู้กับผู้ชมในเรื่องนั้นๆ

3. นำเสนอด้วยความจริงจัง ไม่ว่าจะรายการสารคดีบางรายการจะมีสัดส่วนระหว่างสาระบบันเทิงมากน้อยเพียงใดก็ตาม การนำเสนอข้อมูลต้องทำแบบจริงจัง ถึงแม้ว่าสารคดีบางประเภทจะมีความบันเทิงแอบแฝงอยู่ แต่เนื้อหาหรือข้อมูลที่ให้กับผู้ชมต้องเชื่อถือได้

4. นำเสนอบางส่วน สารคดีจะมีการนำเสนอบางส่วนของชีวิตคน สัตว์ สิ่งของ ในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง หัวใจสำคัญของการผลิตรายการสารคดีแต่ละเรื่องคือ การนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับบุคคล สัตว์ สิ่งของหรือเหตุการณ์ อย่างไรก็ตามสารคดีเรื่องหนึ่ง หรือชุดหนึ่งไม่สามารถนำเสนอทุกแง่มุมของสิ่งต่างๆ เหล่านั้นได้หมด ดังนั้นการเลือกประเด็นให้เหมาะสมกับสารคดีในแต่ละเรื่องจึงเป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญว่าจะนำเสนอแง่มุมใด

5. เสียงบรรยาย เอกลักษณ์ที่โดดเด่นประการหนึ่งของสารคดี คือ การใช้เสียงบรรยายเพื่อให้ผู้ชมทราบเรื่องราว เสียงบรรยายจะช่วยเสนอมุมมองของการเล่าเรื่องและช่วยให้เข้าใจการตีความหมายของผู้ผลิตสารคดีอีกด้วย

### องค์ประกอบของรายการสารคดี

1. สิ่งของ/เหตุการณ์/บุคคลต้นเรื่อง/สัตว์ ผู้ผลิตสารคดีต้องเลือกสิ่งต่างๆ ที่มีอยู่จริงเพื่อเป็นที่มาของเรื่องที่จะเล่า โดยสิ่งที่เลือกมานั้นต้องน่าสนใจหรือมีแง่มุมที่ชวนติดตาม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องภูมิศาสตร์ ธรรมชาติ หรืออาจจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสนใจของคนในสังคมทั้งในเรื่อง

ที่สร้างสรรค์ เรื่องที่ทำให้เกิดทัศนคติเชิงบวก เรื่องที่ผู้ผลิตมีความเชี่ยวชาญหรือประเด็นที่มีความขัดแย้งหรือเปรียบเทียบ (ธีรภาพ โลหิตกุล, 2544, หน้า 158-159)

2. แก่นเรื่อง องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดคือ “แก่นเรื่อง” หากมองจากสายตาของผู้ผลิต แก่นหรือประเด็นของเรื่องจะช่วยกำหนดทิศทางให้ผู้ผลิตถ่ายทอดเรื่องราวให้ตรงกับจุดมุ่งหมายที่ต้องการ ธีรภาพ โลหิตกุล (2544) อธิบายว่า การวางแก่นเรื่อง คือ ขั้นตอนแรกสุดสำหรับการผลิตรายการสารคดี หากผู้ผลิตสารคดีจับประเด็นหรือแนวทางการนำเสนอสารคดีเรื่องนั้นๆ ไม่ได้ การถ่ายทำจะเป็นไปอย่างไรทิศทาง ทั้งนี้สารคดีใช้วิธีเล่าเรื่องโดยไม่ได้บอกแนวคิดหรือแก่นของเรื่องแก่คนดูโดยตรง แต่จะซ่อนไว้ในการดำเนินเรื่องราว ดังนั้นหากผู้ชมสามารถมองเห็นหรือเข้าใจในแก่นของเรื่องของผู้ผลิตซ่อนไว้ ก็จะเข้าใจว่าผู้ผลิตต้องการสื่ออะไรผ่านสารคดีชุดนั้นหรือเรื่องนั้น

3. สถานที่ถ่ายทำ ไม่ว่าจะสารคดีจะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอะไรก็ตาม สถานที่ถ่ายทำโดยทั่วไปสารคดีจะถ่ายทำนอกสถานที่ยกเว้นสารคดีบางเรื่องที่มีผู้ดำเนินรายการกล่าวเปิดในสตูดิโอ อย่างไรก็ตามภาพที่ถ่ายในสตูดิโอจะใช้เพียงบางส่วนของสารคดีตอนหนึ่งๆ เท่านั้น โดยทั่วไปสารคดีจะถ่ายทำที่สถานที่เกิดเหตุหรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่นำเสนอ เช่น สารคดีเกี่ยวกับเสือถ่ายทำในป่า ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของเสือ เป็นต้น

4. การสัมภาษณ์ สารคดีเป็นรายการที่ต้องสัมภาษณ์บุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ การสัมภาษณ์บุคคลมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลจริง นอกจากนี้ การสัมภาษณ์ คือ การเปิดโอกาสให้คนดูได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ผู้ผลิตสารคดีต้องการนำเสนอ

5. เสียงบรรยาย การใช้เสียงบรรยายเพื่อให้ผู้ชมทราบเรื่องราว เสียงบรรยายจะช่วยเสนอมุมมองของการเล่าเรื่องและช่วยให้เข้าใจการตีความหมายของผู้ผลิตสารคดีอีกด้วย

### รายการเพื่อการศึกษา

รายการเพื่อการศึกษาในยุคปัจจุบัน โดยการนำสื่อโทรทัศน์มาใช้ในการศึกษา เพราะสามารถที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและแพร่หลาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดความรู้และบทเรียนเพื่อส่งถึงผู้ที่มีความสนใจ ไม่ใช่เฉพาะแค่กลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษาในห้องเรียนแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น โดยสามารถแบ่งออกเป็นรูปแบบต่างๆ ดังนี้

1. การสอนโดยตรง เป็นการสอนที่มีรูปแบบรายการที่จัดขึ้น โดยมีการสอนของผู้สอนตามเนื้อหาหลักสูตรรูปแบบรายการโทรทัศน์ การสอนโดยตรงนี้สามารถสอนได้ทั้งแบบระบบโทรทัศน์วงจรปิดและวงจรเปิด ถ้าเป็นการสอนในระบบวงจรเปิดและเป็นการออกอากาศจากสถานีส่งมายัง ห้องเรียน การสอนลักษณะนี้จะมีครูประจำชั้นคอยเป็นที่เลี้ยงควบคุมการเรียนและตรวจงานปฏิบัติของผู้เรียนในห้องเรียนนั้นแต่ถ้าเป็นการส่งในระบบวงจรปิด ผู้สอนที่สอนอยู่ใน



ห้องเรียนหรือในห้องส่งจะเป็นผู้รับผิดชอบผู้เรียนทั้งหมดด้วยตนเองโดยไม่มีผู้อื่นควบคุมการเรียนในแต่ละห้อง การใช้โทรทัศน์ในการสอนสามารถใช้ได้ดังนี้

- 1.1 ใช้เป็นเครื่องมือในการสอน
- 1.2 ใช้เป็นสื่อสอนแทนครู
- 1.3 ใช้เป็นสื่อเพื่อส่งเสริมความรู้
- 1.4 ใช้เป็นสื่อในการศึกษาระบบเปิด
- 1.5 เพื่อเพิ่มความเป็นธรรมในสังคม สำหรับ ผู้ที่ด้อยโอกาสทางการศึกษา

2. เพิ่มคุณค่าทางการสอน เป็นการนำรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับบทเรียนนั้น มาเสนอแก่ผู้เรียนเพื่อเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ และเป็นการช่วยเสริมสร้างบรรยากาศทางการเรียนการสอนให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น รายการที่น่าเสนออาจเป็นการบันทึกลงแถบวีดีทัศน์ไว้ หรือเป็นรายการสดตามตารางการออกอากาศก็ได้ เช่น สารคดีชีวิตสัตว์โลก การประดิษฐ์สิ่งของ หรือการอภิปรายต่างๆ เป็นต้น

### ลักษณะในการรับชมรายการโทรทัศน์

ในยุคปัจจุบันเป็นยุคแห่งการสร้างคอนเทนต์ ทุกคนสามารถเนื้อหารายการได้ด้วยตนเอง เพียงแต่มีการนำเสนอเรื่องราวๆ ต่างๆ ที่น่าสนใจรอบตัวมาผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ อีกทั้งในปัจจุบันรายการที่ผลิตโดยผู้ผลิตรายการยังในยุคดิจิทัลก็มีการแข่งขันในการผลิตรายการสูงเช่นกัน และเลือกที่จะใช้วิธีสร้างแพลตฟอร์มที่สามารถทำให้คนดูเข้าถึงคอนเทนต์รายการได้หลากหลายช่องทางมากยิ่งขึ้น เมื่อเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลมีความสะดวกสบายโดยผู้ชมสามารถรับชมรายการได้แบบเรียลไทม์หรือย้อนหลังได้ โดยมีองค์ประกอบของเทคโนโลยีที่เป็นช่องทางการเปิดรับสื่อก็สามารถที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกสบายได้แล้วนั้น จึงทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมการเลือกเปิดรับสื่อจากอุปกรณ์ต่างๆ มากขึ้น เช่น การดูทีวีผ่านโทรศัพท์มือถือ, คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ, คอมพิวเตอร์ Notebook และและแท็บเล็ต ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ชมเป็นหลัก เป็นเพราะด้วยเทคโนโลยีมีการพัฒนาไปไกลขึ้น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมีความเร็วและเสถียรมากขึ้น เครือข่าย 3G ให้บริการครอบคลุมมากขึ้น จึงเป็นโอกาสให้ผู้ผลิตคอนเทนต์มีโอกาสได้นำเสนอรายการในสื่อรูปแบบใหม่ ที่สามารถนำเสนอเรื่องราวได้มากกว่ากรอบข้อจำกัดการเผยแพร่รายการโทรทัศน์บนพีวีหรือเคเบิลทีวีแบบเดิมๆ

ปัจจัยหลักที่มีผลต่อลักษณะการรับชมรายการโทรทัศน์ของคนยุคใหม่ มาจากพฤติกรรมที่ในการดำเนินชีวิตที่มีข้อจำกัดของเวลาเช่น การเลิกงานดึก, สภาพการจราจรที่ติดขัด อาจจะทำให้ไม่สามารถกลับไปรับชมรายการที่ตนเองชื่นชอบที่บ้านได้ทัน อีกทั้งพฤติกรรมของคนยุคใหม่ ยังให้

ความสนใจไปกับการเข้าใช้โซเชียล โดยอาจจะมีการเข้าไปรับชมรายการที่ตนเองสนใจย้อนหลังในยูทูป เช่น ซีทคอมอย่างเรื่องเป็นต่อ ถึงแม้ว่าจะจบไปแล้วแต่ก็สามารถเข้าไปดูย้อนหลังผ่านยูทูปได้ อีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกรับชมรายการ ในขณะที่คอนเทนต์มีผู้ผลิตมากขึ้น ผู้ชมก็สิทธิ์ในการเลือกการรับชมรายการต่างๆผ่านเทคโนโลยีแบบใดให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของตนเอง โดยมีปัจจัยหลักที่มาทำให้การเลือกรับชมมีความสอดคล้องกัน คือ ความเร็วของเตอร์เน็ต, อุปกรณ์ที่รองรับและรายการที่ต้องการรับชม

## แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่

สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง เทคโนโลยีการสื่อสารไม่ว่าจะเป็น สื่อเสียง(Audio) ตัวหนังสือหรือตัวเลข (Text) ภาพกราฟฟิก (Graphic, Still Images) หรือวิดีโอ (Video, Animation) ที่มีศักยภาพในการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีเครือข่าย อันมีคอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบหลัก (Mass Communication and the New Media) สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2545) ได้กล่าวว่า สื่อใหม่เป็นระบบการสื่อสารหรือการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายระดับโลก ได้แก่ เครือข่ายทางอินเทอร์เน็ต บริการระดับเว็ลด์ไวด์เว็บ บริการข้อมูลเชิงพาณิชย์ เป็นต้น

นอกจากนี้ แมคควอล (Mcquail, 2000 อ้างถึงใน นภัสวัฒน์ ศักดิ์ชัชวาล, 2553, หน้า 20-21) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ว่า เป็นสื่อที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสื่อใหม่มีช่องทางการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน แต่จะแตกต่างกันไปตามประเภทของการใช้งาน เนื้อหาและบริบท ดังนั้นลักษณะสำคัญของสื่อใหม่มีอยู่ 4 ประการคือ

1. สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication Media) ได้แก่ โทรศัพท์ (ซึ่งมีลักษณะของความสามารถในการเคลื่อนย้ายมากขึ้น) และอีเมลล์ (ในระยะแรกเป็นการใช้เพื่อการทำงาน แต่ปัจจุบันเป็นการใช้เรื่องส่วนตัวมากขึ้น) โดยทั่วไปมักมีเนื้อหาเป็นส่วนตัว ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารอาจจะสำคัญมากกว่าข้อมูลที่ส่งถึงกัน

2. สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน (Interactive Play Media) ได้แก่ คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมส์ รวมทั้งอุปกรณ์ Virtual Reality หากเปรียบเทียบกับสื่อเก่า แม้ว่าจะมีการสื่อสารที่ใช้เทคโนโลยีคล้ายคลึงกันและอาจถือว่าเป็น “ทางเลือกในการใช้งาน” ของการใช้สื่อบางอย่าง ข้อแตกต่างที่สำคัญก็คือ ความสามารถในการโต้ตอบ (Interactivity) และกระบวนการในการใช้ประโยชน์

3. สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล (Information Search Media) เป็นประเภทสื่อที่มีสื่อหลายชนิดแต่อินเทอร์เน็ตและเว็ลด์ไวด์เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุด โดยจัดเป็นเสมือนห้องสมุดและแหล่งข้อมูลที่ไม่

มีข้อจำกัดในเรื่องของขนาดความเป็นปัจจุบันและการเข้าถึง อย่างไรก็ตามความหลากหลายของเนื้อหา และแรงจูงใจในการใช้ แสดงให้เห็นถึงลักษณะที่เป็นประโยชน์ ที่นอกเหนือไปจากผลของการพัฒนาเทคโนโลยี

4. สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม (Collective Participatory Media) สื่อในกลุ่มนี้ประกอบด้วย การใช้อินเทอร์เน็ตในการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์และสร้างความสัมพันธ์จากการสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ นอกจากอินเทอร์เน็ตแล้วการรประชุมผ่านทางวิดีโอและโทรศัพท์ก็เกี่ยวข้องกับสื่อประเภทนี้ด้วยเช่นกัน แม้ว่าจะเป็นสื่อที่จำกัดในขอบเขตของการใช้เพื่อจุดประสงค์เรื่องงาน

R.K Logan นักวิชาการด้านสื่อชาวอเมริกัน (อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2555) กล่าวถึงลักษณะสื่อใหม่ไว้ดังนี้

1. สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) และสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทางในการเสวนา (Dialogue) และการแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge) ขึ้นได้ตลอดเวลา ลักษณะเช่นนี้ยังทำให้ผู้รับสารมีโอกาสทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารได้ (Reliability of information)

2. สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of access to and dissemination) เนื่องจากสื่อใหม่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล ซึ่งสามารถเกิดช่องทางสื่อสารเพิ่มขึ้นอย่างมาก และด้วยลักษณะการสื่อสารแบบสองทางของสื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารสามารถเปลี่ยนแปลงบทบาทเป็นผู้กระจายสารสนเทศได้ด้วย สื่อใหม่จึงเปลี่ยนวิธีการสื่อสารกับผู้รับสารให้ผลัดกันเป็นผู้แพร่กระจายสารและผู้รับตลอดเวลา ความง่ายของการเข้าถึงและแพร่กระจายสารสนเทศของสื่อใหม่ทำให้เกิดการแพร่กระจายข่าวสารได้กว้างขวางมากกว่า การแพร่กระจายจากสื่อมวลชนเดิม อีกทั้งยังกระตุ้นให้ผู้รับสารแสดงปฏิริยาต่อสารได้ด้วย เช่น การรวมตัวของผู้รับสารในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

3. สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous learning) เพราะการรับสารจากสื่อใหม่มักจะเกิดสิ่งที่เรียกว่า “ความเข้าใจอย่างทอ่งแท้” (Cognitive) เนื่องจากผู้ใช้สื่อใหม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ต่อเนื่อง ต่างจากสื่อเก่าที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ในการรับสาร รวมทั้งไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศมากนัก

4. สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเชื่อมต่อการบูรณาการ (Alignment and Intergration) เนื่องจากเนื้อหาของสื่อใหม่ สามารถเชื่อมโยงบูรณาการเข้าด้วยกันได้โดยง่าย

รวมทั้งยังพร้อมบูรณาการเข้ากับเนื้อหาความรู้เดิม ทำให้รูปแบบการนำเสนอของสื่อใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่รวดเร็ว

5. สื่อใหม่มีลักษณะเชื่อมต่อการสร้างชุมชน (Creation of Community) เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่กล่าวถึงไปแล้วข้างต้นทั้ง 4 ข้อ จึงเชื่อมต่อการสร้างชุมชนได้ในทุกรูปแบบและทุกเป้าหมาย โดยชุมชนที่เกิดจากสื่อใหม่นั้นจะกลายเป็นเครือข่ายความรู้ที่ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ จึงช่วยสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการจัดการความรู้ทั้งในกระบวนการสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การพัฒนาแนวคิดหรือโครงการใหม่และการเก็บสะสมความรู้ใหม่

6. สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย (Portability) พบว่าได้สะดวก สื่อใหม่ เช่น คอมพิวเตอร์พกพา สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต ล้วนแต่สามารถพกพาติดตัวผู้รับสารได้ตลอดเวลา และทำให้เกิดการสื่อสารขึ้นได้ทุกที่ทุกเวลา ยิ่งกว่านั้นยังสามารถสื่อสารได้หลายรูปแบบ ทั้งเสียง ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เนื่องจากสื่อใหม่มีเครื่องมือในการผลิตและเผยแพร่ในตัว

7. สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence) เนื่องจากสื่อใหม่มีลักษณะ การประสานเอาสื่อหลายแบบเข้ามารวมกันไว้ในเครื่องมือสื่อสารขึ้นเดียว ทั้งนี้ในการหลอมรวมกันนั้นเกิดขึ้นใน 2 ลักษณะ คือ การหลอมรวมกันในแง่ของสื่อและการหลอมรวมในแง่ธุรกิจ

8. สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (Interoperability) ความสามารถในการปฏิบัติงานร่วมกันได้ของสื่อใหม่ เกิดจากการที่สื่อใหม่ต่างอยู่ภายใต้รูปแบบโครงสร้างการทำงานเดียวกันคือ ระบบดิจิทัล จึงทำให้เครื่องสื่อสารที่เป็นสื่อใหม่สามารถทำงานร่วมกันได้ทั้งหมด และปฏิบัติงานร่วมกันได้ในเชิงเทคนิค สังคม การเมือง และองค์กร

9. สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of Content) เนื่องจากระบบการถ่ายโอนข้อมูล/สารสนเทศด้วยระบบดิจิทัลสามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทำให้สามารถตัดทอนตัดแปลง คัดเลือกเนื้อหาใหม่จากเนื้อหาเก่าได้อย่างไม่จำกัด ขณะเดียวกันยังเอื้อให้ผู้รับสารสามารถสร้างเนื้อหาเองได้

10. สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือกจากการที่สื่อใหม่เอื้อให้ผู้รับสารผลิตเนื้อหาและเผยแพร่สารได้ด้วยตัวเองนั้น ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานตามความสนใจเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นมาจำนวนมาก จึงเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้รับสาร การสร้างสรรค์ผลงานตาม

11. การหวนคืนกลับมาประสานครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สื่อเก่า เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ มักแยกตัวผู้ส่งสารออกจากผู้รับสารอย่างชัดเจน แต่สื่อใหม่ผู้ส่งสารและ

ผู้รับสารจะมีปฏิสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนบทบาทในการเป็นผู้รับสารตลอดเวลา รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้รับสารหรือผู้ใช้สื่อ นั้นจะเป็นผู้ควบคุมเนื้อหาที่เขาบริโภคได้เองหรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ สื่อใหม่ทำให้ผู้บริโภคเล่นบทเป็นผู้ส่งสาร

12. สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือทาง “ไซเบอร์” (Social collectivity&Cyber-cooperation) สื่อใหม่มีคุณลักษณะเด่นในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน โดยสื่อใหม่ทำให้บุคคลซึ่งแม้ว่าจะเป็นคนแปลกหน้าสามารถมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันได้ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันใน 4 รูปแบบ ได้แก่ การรวมกลุ่มของคนที่มีความสนใจร่วมกัน/การรวมกลุ่มเพื่อตัดสินใจฉับย่วนร่วมกัน/การรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ

13. การเกิดวัฒนธรรมแบบปริมิคซ์ (Remix culture) สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกนำสารจากแหล่งต่างๆ มาดัดแปลง ตัดต่อ และปะติด เพื่อสร้างเป็นสารใหม่ ซึ่งเป็นโอกาสให้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่ถูกปิดกั้นซ่อนเร้นของคนธรรมดาได้แสดงออกมา จนกลายเป็นวิถีและวัฒนธรรมแบบปริมิคซ์หรือการผสมผสานขึ้นมา

14. การเปลี่ยนจากผลผลิต (Product) มาสู่การบริการ (Service) สื่อใหม่ทำให้ผลผลิตจากสื่อเก่าเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภค การจำหน่ายชิ้นงานเป็นการให้บริการแทน

15. สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based transformation of new media) สื่อใหม่มีลักษณะเฉพาะ คือยินยอมให้ผู้รับสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ไม่อยู่ในต้นฉบับได้

### ประเภทของสื่อ

1. สื่อดั้งเดิม (Tradition Media) หมายถึง สื่อมวลชนที่มาแต่เดิม ได้แก่ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียงและสื่อภาพยนตร์ เป็นต้น

2. สื่อกระแสหลัก (Mainstream Media) หมายถึง สื่อที่มาแต่เดิมในลักษณะเดียวกับสื่อดั้งเดิม

3. สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อมวลชนที่เกิดขึ้นใหม่ เกิดจากการหลอมรวมกันของเทคโนโลยีการสื่อสาร ภาตการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารและภาษาระบบตัวเลข กล่าวคือเทคโนโลยีสื่อสาร 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

3.1 เทคโนโลยีด้านการพิมพ์ (Printing Technology)

3.2 เทคโนโลยีการแพร่ภาพและกระจายเสียง (Broadcast Technology)

3.2 เทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์ (Information and Communication Technology) เช่น

3.2.1 หนังสือพิมพ์ออนไลน์

3.2.2 โปรแกรม CHAT : MSN, ICQ, Perch, Skype

3.2.3 เครือข่ายสังคม เช่น Hi5, Facebook, Multiply และ twitter เป็นต้น

ปัจจัยเร่งให้เกิดสื่อใหม่ ได้แก่ ความแพร่หลายบนอินเทอร์เน็ต การบรรจบหลอมรวมเทคโนโลยีสื่อ การค้าเสรีขององค์การการค้าโลก (WTO: World Trade Organization)

4. สื่อออนไลน์ (Online Media) หมายถึง สื่อที่เป็นทางเลือก สื่อเสริมหรือสื่อใหม่ เข้าถึงได้ตลอดเวลา ได้ตอบกับผู้รับสารได้ทันที จัดเก็บสารสนเทศไว้ได้โดยง่าย เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ต เอ็กซ์ทราเน็ต บริการส่งข้อความสั้น บริการส่งข้อความสื่อผสม เน้นความสดใหม่ของข่าว เน้นข่าวเชิงลึก เน้นความมีส่วนร่วมของผู้อ่านกระดานข่าว เน้นส่วนร่วมโดยสร้างพื้นที่ส่วนตัวหรือ Blog เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปเข้ามามีส่วนร่วมในการรายงานข่าวที่เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์

5. สื่อดิจิทัล (Digital Media) หมายถึง สื่อที่อาศัยระบบคอมพิวเตอร์เป็นช่องทางในการสื่อสาร คำว่า “ดิจิทัล” เป็นคำศัพท์บัญญัติของราชบัณฑิตยสถาน แต่เกิดขึ้นภายหลังคำว่า “ดิจิทัล” ที่ใช้ในสื่อมวลชนอย่างแพร่หลายอยู่ก่อน โดยบริษัทผู้ให้บริการโทรศัพท์มือถือ ทำสื่อโฆษณาเผยแพร่ในสื่อจนคนไทยคุ้นเคยมากกว่ากับคำว่า “ดิจิทัล”

6. สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Media) หมายถึง สื่อที่อาศัยเครือข่ายคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการสื่อสารโดยเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายโยงแมงมุม เชื่อมโยงกันได้โดยการสื่อสารมวลชนแบบใช้สายและไร้สายเป็นทั้งสื่อบุคคล (Inter-personal) และสื่อมวลชน (Mass Communication) ไร้พรมแดน มีการสื่อสารแบบสองทาง (Interactive) และสื่อผสม (Multimedia)

### สื่อ DIGITAL SIGNAGE

Digital signage ถูกนำมาใช้ในกลางปี 1990 โดย Digital signage เป็นที่ดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักการตลาดเพียงกลุ่มน้อยเท่านั้นที่สามารถนำไปใช้งาน เนื่องจากต้นทุนในการใช้งานและความซับซ้อนสูงแต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาให้ต้นทุนของ Digital signage ต่ำลงมาและการใช้งานง่ายขึ้น ทำให้นักการตลาดส่วนใหญ่หันมาให้ความสนใจมาก โดย Digital signage เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในปัจจุบัน เพราะในอดีตนั้นแบรนด์สินค้ายักษ์ใหญ่ เช่น UNILEVER, PROCTER & GAMBLE ฯลฯ เป็นแบรนด์สินค้าที่กำลังซื้อมากพอที่จะลงทุนกับ Digital signage แต่เนื่องจากต้องใช้ทักษะเฉพาะทางที่ความซับซ้อนของระบบ Digital signage ในยุคเริ่มต้นจึงทำให้ได้รับความนิยมน้อยลง

หลักสำคัญของการใช้ Digital signade ได้แก่ ผู้ใช้หรือผู้ควบคุมสื่อสามารถเปลี่ยนแปลง ข้อมูลข่าวสารให้เหมาะสมกับแผนทางการตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายได้โดยง่าย โดยจะควบคุม ระบบผ่านทางเครือข่าย LAN เพื่อเปลี่ยนแปลงข้อความ ภาพและภาพเคลื่อนไหวให้เป็นไปตาม ความต้องการด้วยโปรแกรม Browser ที่อยู่ในศูนย์กลางของสำนักงาน จึงทำให้ผู้ควบคุมสื่อไม่ ต้องเสียเวลาในการจัดพิมพ์สื่อโปสเตอร์และบิลบอร์ด รวมทั้งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะ ยาว

## แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของผู้รับสาร พัฒนามาจาก แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) และแนวทฤษฎีการใช้สื่อ และความพึงพอใจด้วย โดยเน้นในเรื่องการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายตาม หลักการที่ ชูทซ์ (Schutz, 1972, อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 92) นักสังคมวิทยาได้ เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็น พฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใด ต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้ว ว่านี่คือสิ่งที่ตนต้องกระทำ

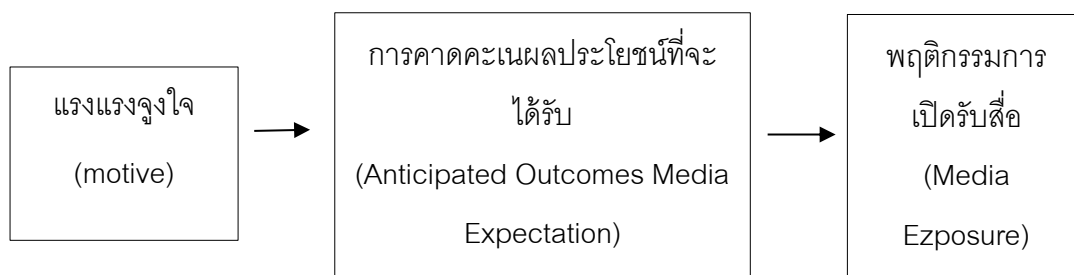
### แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ สามารถที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆ ได้ และมี อิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมี ความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา

3. สิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้ คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาในอนาคต

จากพื้นฐานแนวความคิดของทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ ทฤษฎีความคาดหวังจึงถูก นำมาใช้เพื่อศึกษาผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของ องค์ประกอบต่างๆ ได้ดังนี้



### ภาพประกอบที่ 2.6 แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

ที่มา : ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 93

แม็คไควร์ และเกอร์วิซ (Mcquail&Gurevitch, 1974, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, หน้า 93) ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับการนำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะได้ซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefit) ซึ่งล้วนแต่เป็นประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

ปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen&Rayburn, 1982, pp. 561-580, อ้างถึงใน มาริยา ไชยเศรษฐ์, 2546, หน้า 29) มองว่า อาจมีทฤษฎีมากมายที่ใช้ชุดกรอบความคิด (Concept) และ สมมติฐานเดียวกันกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ปาล์มกรีนและคณะเชื่อว่า ความพยายามที่จะแยกความคาดหวัง (Expectation) ต่อสื่อหนึ่งๆ กับความพึงพอใจที่ได้รับตามมา (Gratification Obtained) เป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

การแยกความคาดหวัง (Gratification Sought) และความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) ออกจากกันนั้น เป็นที่ยอมรับโดยนักทฤษฎีหลายท่านว่า เป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้ ประโยชน์และความพึงพอใจร่วมกับทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม ซึ่งก็คือ ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy-Value Theory) ตามแบบภาพจำลอง





ภาพประกอบที่ 2.7 : แบบจำลองความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับ

ที่มา : มาริยา ไชยเศรษฐ์, 2546

จากแบบจำลองความพึงพอใจที่แสวงหา จากนั้นนำไปสู่การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ผลก็คือ ความพึงพอใจที่ได้รับหรือผลอื่นๆ ที่ตามมา ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าผลอื่นๆ (Discrepancy in Gratification Obtained) นั้นอาจจะเป็นผลต่อการเปิดรับสื่อในเวลาต่อมาก็ได้

เกลโลเวย์ และมีค (Galloway, John J. and Meek, Louise F., 1981, pp. 435-449) กล่าวไว้ว่า ในบางครั้งความคาดหวังสามารถเกิดขึ้นเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กับสื่อ ซึ่งก่อให้เกิดผลต่อมา คือ ผู้รับสารเกิดความคาดหวังต่อสื่อ นั้น และเนื้อหาสื่อเพื่อผลลัพธ์ คือความพึงพอใจที่จะได้รับ เมื่อมีการเปิดรับสื่อ (Exposure) และความพึงพอใจที่ได้รับของบุคคลต่อสื่อหนึ่งๆ อาจมากกว่าหรือน้อยกว่าความคาดหวังก็ได้

นอกจากนั้น สเวนสัน (Swenson, 1987, pp. 237-254, อ้างถึงใน มาริยา ไชยเศรษฐ์, 2546) ได้กล่าวไว้ว่า การศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวัง และการแสวงหาความพึงพอใจที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมเปิดรับสื่อ นั้นจะสามารถนำไปสู่ความเข้าใจอันแจ่มชัดต่อเหตุการณ์และแรงจูงใจที่เป็นตัวก่อให้เกิดความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจ โดยผ่านการเปิดรับสื่อ การให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในรูปแบบของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจ และการเปิดรับสื่อโดยผ่านทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจ

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลกับรับสารเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสาร ถ้าผู้รับสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็ไม่มีผลอะไรกับผู้รับสาร ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลหรือมีผลก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับหรือใช้ข่าวสารนั้นเพื่อสนองความพึงพอใจของตน เช่น เพื่อเป็นคนที่ทันสมัย เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง โดยผู้รับสาร

มิใช่ผู้ถูกป้อนข่าวสาร หรือเฉื่อยชาคอยรับข่าวสาร (Passive audience) เท่านั้น แต่เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น (Active Audience) มีบทบาทในการแสวงหา หลีกเลี่ยงหรือทำการเลือกสรรที่จะเปิดรับข่าวสารต่างๆ ตามความพึงพอใจของตนเอง (พีระ จีระโสภณ, 2529, หน้า 437)

มอร์ส (Morse, N. C., 1995, หน้า 27) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้ามีความเครียดมาก ก็จะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมากจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการของมนุษย์ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจ

ทฤษฎีนี้ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อว่า บุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน การเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารใดเป็นพฤติกรรมที่ถูกชักจูงใจให้เชื่อว่า สื่อนั้นจะทำหน้าที่ได้ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนต้องการ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานทางด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขาแม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุกๆ ด้านของมนุษย์ แต่อาจมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการข้อมูลข่าวสารบางสิ่งที่ขาดหายไปและหาไม่ได้ในขณะนั้น (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2542, หน้า 35)

อีเลีย (D'Elia, G. P.M., 1979, หน้า 173) ได้ให้ความหมายของพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกของบุคคลในด้านความพึงพอใจ หรือสภาพจิตใจของบุคคลว่าชอบมากน้อยแค่ไหน

วอลแมน (Wolman Benjamin B, 1973, หน้า 283) ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุขความอึดอ้อมใจ เมื่อความต้องการหรือแรงจูงใจจนได้รับการตอบสนอง

ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย (2528, หน้า 36) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงทัศนคติในทางบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งซึ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นความพึงพอใจต่อสิ่งนั้น

ทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of needs theory) มาสโลว์เป็นนักจิตวิทยา ได้สร้างทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ได้กล่าวว่า ความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ เรียงความสำคัญ จากความต้องการต่ำสุดไปจนถึงความต้องการของมนุษย์สูงสุด โดยบุคคลจะพยายามตอบสนองความต้องการระดับต่ำกว่าก่อนที่ความต้องการระดับสูงกว่าจะเกิดขึ้น เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองจนเกิดความพอใจขึ้นมา ความต้องการใหม่และระดับที่สูงกว่าจะเกิดขึ้น และบุคคลจะถูกจูงใจให้ทำการตอบสนอง เมื่อความต้องการนี้ได้รับ

การตอบสนองแล้ว ความต้องการใหม่จะเกิดขึ้น ถ้าความต้องการระดับล่างที่ได้รับการตอบสนองจนพอใจแล้วเกิดกลับมาไม่พอใจอีกครั้ง บุคคลก็จะหันมาตอบสนองความต้องการในระดับดังกล่าวอีก ซึ่งได้ลำดับความต้องการของมนุษย์จากระดับต่ำไประดับสูงได้ 5 ชั้น (Hierarchy of need) ดังนี้

ระดับที่ 1 Physiological needs ความต้องการพื้นฐานเพื่อการอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ

ระดับที่ 2 Safety needs ความต้องการทางด้านความมั่นคงและปลอดภัย ส่วนมากเกี่ยวกับความปลอดภัยของร่างกาย

ระดับที่ 3 Social needs ความต้องการทางด้านสังคม เป็นความต้องการด้านความรัก ความพอใจ การมีส่วนร่วม และการยอมรับ

ระดับที่ 4 Egoistic needs ความต้องการที่สะท้อนให้เห็นว่าความต้องการของบุคคลเกี่ยวกับการยอมรับตนเองและความต้องการชื่อเสียงเกียรติศักดิ์ บารมี ฐานะ เป็นที่ยอมรับนับถือจากคนอื่น

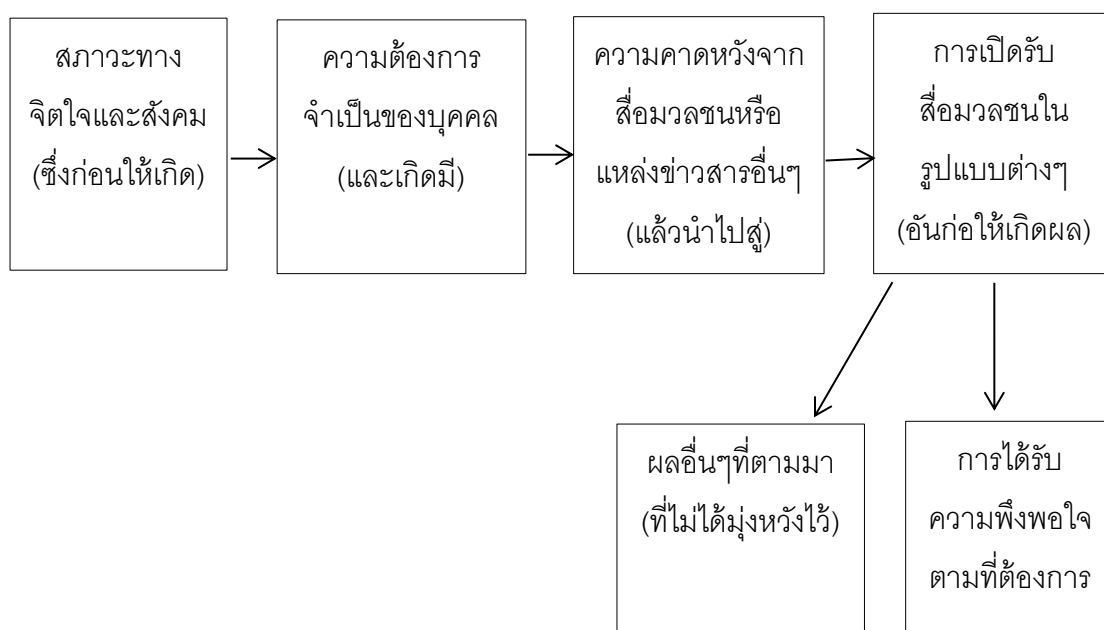
ระดับที่ 5 Self-actualization ความต้องการที่จะได้รับความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการขั้นสูงสุด คือ อยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความต้องการของคน



ภาพประกอบที่ 2.8 :ภาพแสดงทฤษฎีลำดับขั้นตอนความต้องการของมาสโลว์

ที่มา : Maslow's Hierarchy of needs theory

แนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The Uses and Gratification Approach) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะ ผู้กระทำการสื่อสาร คือ ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง “คำว่าพึง” นั้นใน Longman Dictionary of Contemporary English อธิบายความหมาย ภาวะที่มีความพึงพอใจ หรือ ภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนั้นหมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้นๆ สามารถตอบสนองสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ องค์ประกอบต่างๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจ โดยแสดงให้เห็นในรูปจำลองได้ ดังนี้



ภาพประกอบที่ 2.9 : ภาพแสดงแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ที่มา : Maslow's Hierarchy of needs theory

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการรับสารสื่อมวลชน และเพื่ออธิบายการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นเกิดขึ้นอยู่กับการต้องการ หรือแรงจูงใจจากผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์มีความตั้งใจ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างๆ กัน คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ และการสังเกตเหตุการณ์รอบตัว เพื่อจะได้อันตรายเกิดขึ้น เพื่อทันต่อเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อต้องการคำแนะนำ หรือช่วยตัดสินใจ (Guidance or decision) ในการปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน โดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่ ตลอดจนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว

3. เพื่อต้องการเอาไปใช้ในการพูดคุย หรือสนทนา (Anticipate Communication or Discussion) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดกับผู้อื่น

4. เพื่อต้องการความตื่นเต้น หรือการมีส่วนร่วม (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้อยู่ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้น

5. เพื่อต้องการเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) เดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้นหรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

6. ต้องการผ่อนคลาย และความบันเทิง (Relaxing and entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินผ่อนคลายอารมณ์

แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการศึกษาในแง่จิตวิทยาทางสังคมทางด้านความเชื่อและความคิดเห็นส่วนบุคคล โดยที่บุคคลจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) นอกจากนี้ สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เป็นแนวคิดทางด้าน การสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสาร คือผู้ตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐาน ความต้องการของตนเองเป็นหลัก การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (Media Consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดรับสื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าว หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร ด้วยเหตุนี้ การใช้สื่อและความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ผู้รับสารในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร หรือเปิดรับสาร (Goal Directed)

2. การใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ที่เลือกสรรมาแล้วก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ไม่ใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลชักจูงใจจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว

3. ความพึงพอใจในสื่อเกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นอย่างต่อเนื่อง

ดังนั้นในทางกลับกันผู้ส่งสารจำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการให้ประชาชน ผู้รับสารพึงพอใจมิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารนั้นพอใจ

นอกจากนี้ แคทซ์และคานท์ (Katz, D, & Kahn, R. L., 1978) ได้ศึกษาถึงทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสถานะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวแล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่างๆ อันก่อให้เกิดการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือการรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่างๆ 5 รูปแบบ ดังนี้

1. ความต้องการที่จะรู้ (Cognitive Needs) คือ ความต้องการด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความคิด และความเข้าใจ

2. ความต้องการด้านอารมณ์ (Affective Needs) คือ ความต้องการด้านความคิดเห็น ความบันเทิงและความสุนทรีย์

3. ความต้องการไม่แปลกแยก (Personal Integrative Needs) คือ ความต้องการในการสร้างความมั่นคงให้กับตนเอง ด้านความน่าเชื่อถือ ความสนใจ ความมั่นคง และสถานภาพของตนเอง

4. ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social Integrative Needs) คือ ความเชื่อมั่นในการติดต่อสัมพันธ์ทางสังคมกับคนในครอบครัว เพื่อน และคนอื่นๆ ในสังคม

5. ความต้องการที่ปลดปล่อยตัวจากความตึงเครียด (Tension Release Needs) คือ ความต้องการหันเหและหลีกเลี่ยงความกดดันและปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน โดยหันเหไปหาสิ่งบันเทิงใจในสื่อมวลชนเพื่อลดความเครียด

สำหรับแนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratification/Satisfaction Theory) เป็นการศึกษาในแง่จิตวิทยาทางด้านความเชื่อและความคิดเห็นส่วนบุคคล โดยที่บุคคลจะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (กาญจนา แก้วเทพ, 2547) นอกจากนี้ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) กล่าวว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น เป็นแนวคิดทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือผู้ที่ตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (Media Consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่าผู้รับสารมีกระบวนการอย่างไรในการเลือก

เปิดรับสื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าว หมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร ด้วยเหตุนี้ การใช้สื่อและความพึงพอใจในการสื่อประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้รับสารในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสารหรือเปิดรับสาร (Goal Directed)

2. การใช้สื่อหรือการเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ที่เลือกสรรมาแล้วก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง ไม่ใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลชักจูงใจจากผู้ส่งสารแต่เพียงอย่างเดียว

3. ความพึงพอใจในสื่อเกิดขึ้นเมื่อ การเปิดรับสารหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นออกอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกันผู้ส่งสารจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจมิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองคือผู้ที่มีพึงพอใจ

นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง (2540) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยได้รวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมายแล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงออกความพึงพอใจในการบริโภคสื่อข่าวสาร (Media News Gratifications) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการแสดงออกมาก ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility) หรือเพื่อช่วยในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Vote Gratifications) เป็นต้น

2. Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้ข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจก เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชดจูง เป็นต้น

3. Para- Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์บุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมของผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น

4. Para- Orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตัวอย่าง เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พอใจอย่างอื่น เป็นต้น

ขณะที่ McCombs, M.E. & Becker, L.B. (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจและต้องการเพื่อสิ่งเหล่านี้

1. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุนสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้พูดคุยหรือสนทนากับบุคคลอื่น
2. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้น
3. เพื่อเสริมความเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้ทำไปแล้ว (Reinforcement)
4. เพื่อความบันเทิง (Entainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งผ่อนคลายอารมณ์

ทฤษฎีนี้เกิดจากความเชื่อที่ว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง การศึกษาในเรื่องนี้ส่วนใหญ่จะเน้นที่การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อนิวาสระของผู้ใช้ ผลการศึกษาของ อรพินท์ ศักดิ์เยี่ยม (2537, หน้า 23) ได้ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารที่มีสภาวะแวดล้อมทางสังคมและสภาวะทางจิตใจที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีความต้องการที่แตกต่างกันไป ซึ่งความต้องการที่ต่างกันนี้ก่อให้เกิดการคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะตอบสนองความพอใจของตนต่างกัน ส่งผลให้มีลักษณะการใช้สื่อและมีความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อแตกต่างกัน

พฤติกรรมกาเปิดรับสารของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เอง ที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเมื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาชีวิตของตนเองให้อยู่ปกติ ดังนั้นทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสาร อะไรคือความต้องการ แรงจูงใจที่จะเลือกเปิดรับข่าวสาร เช่นเดียวกับผู้ชมรายการข่าวก็ต้องการแสวงหาสื่อที่มาช่วยตอบสนองความต้องการของตน โดยอาจจะเลือกเปิดรับชมจากปัจจัยต่างๆของรายการ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ ตัวผู้ดำเนินรายการ ผู้ร่วมรายการ เสื้อผ้าของผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการเหล่านี้ล้วนมีส่วนในการตัดสินใจ ทั้งยังมีความต้องการใช้สื่อเพื่อไปเติมเต็มในชีวิต เช่น ต้องการรับรู้ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์หรือเพื่อต้องการมีเรื่องสนทนากับผู้อื่น เป็นต้น

อย่างไรก็ตามในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ นั้น ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อก่อน จึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้ แคทซ์และคานท์ (Katz, D, & Kahn, R. L., 1978, p.127) ได้แบ่งกลุ่มความต้องการดังนี้

1. Cognitive Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในตัวบุคคลเหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ



2. Affective Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่างๆ

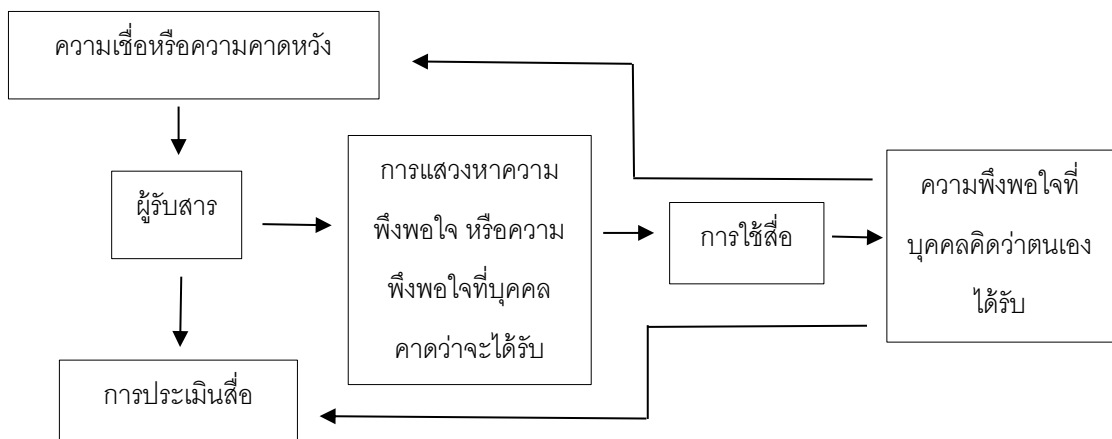
3. Personal Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับกับครอบครัวและในสังคมกลุ่มเพื่อน

4. Escape Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกเลี่ยงหนีสภาพความจริงชั่วขณะ

พฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจจึงมีตัวแปรต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังนี้

1. ความคาดหวัง (Eepectation) ได้แก่ การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่ หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อก็คือ ความเชื่อของบุคคลที่เชื่อว่าสิ่งนั้นมีศักยภาพที่จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตนเองและเป็นแรงจูงใจให้บุคคลนั้นเปิดรับสื่อ

ปาล์มกรีน และเรเบิร์น (Palmgreen&Rayburn, 1985, p.26 อ้างถึงใน พิมพลอย ปัจชัยโย, 2551) ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมา เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ตามแนวคิดนี้ เรียกว่า Expectancy Value ซึ่งมีรูปแบบจำลองดังนี้



ภาพประกอบที่ 2.10 : ภาพแสดงกระบวนการของความพึงพอใจจากสื่อ

ที่มา : มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร, 2554

จากภาพจะเห็นได้ว่าการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ เกิดจากความคาดหวังและการประเมินค่าในตัวสื่อ การแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ การมีสื่อทำให้เกิดความพึงพอใจที่บุคคลได้รับหรือเชื่อว่าได้รับแล้ว ส่งผลย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อถือหรือความคาดหวังเดิมที่มีอยู่ของบุคคลกับคุณสมบัติของสื่อหรือเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ (Gratification Related Attributes) ซึ่งเป็นผลของความต้องการและค่านิยมของแต่ละบุคคล เช่น หากบุคคลประเมินค่าข่าวสารข้อมูลในทางบวกและคาดว่าโทรทัศน์สามารถให้ข่าวสารข้อมูลเช่นนั้นบุคคลจะมีความเคลื่อนไหวเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารดังกล่าวผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นต้น

บุคคลผู้หนึ่งมีความต้องการตามสภาวะจิตใจและสังคม เช่น ถ้าต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นในสังคม และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อจะช่วยตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นได้ บุคคลนั้นจึงประเมินสื่อแต่ละประเภทนั้นๆว่าน่าจะให้ข่าวสารบุคคลนั้นได้ จากนั้นจึงเกิดความแสวงหาความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับ นำไปสู่การเลือกใช้สื่อ โดยการเลือกดูข่าวจากรายการโทรทัศน์ที่นำเสนอ

แบบจำลองการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อความพึงพอใจนี้ได้อธิบายกระบวนการรับสารจากสื่อมวลชนและการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อการเลือกบริโภคสื่อ ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง แต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ที่มีความตั้งใจและความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเลือกเปิดรับสารที่กล่าวถึงอิทธิพลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกแสวงหาข่าวสารเพื่อมาสนองความต้องการของผู้รับสาร ที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านความพึงพอใจ ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักของการเปิดรับข่าวสาร

2. ความพึงพอใจจากสื่อ (Gratification) ความพึงพอใจจากสื่อ เรามักนึกถึง ความพึงพอใจที่เราได้รับจากการเปิดรับสื่อ แต่ความพึงพอใจจากสื่อสามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็นด้วยกันคือ

2.1 ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ผลจากความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจและผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่างๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อนี้ อีกอย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ (Perceived Gratification Obtained)

2.2 ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆที่จะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงตามความเชื่อมั่น

เมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจจากสื่อ เราสามารถสรุปความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่ออันเป็นแรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลนั้นเปิดสื่อด้วยเนื้อหาประเภทต่างๆ ซึ่งในประเด็นนี้จะเน้นสาเหตุที่ทำให้ บุคคลเปิดรับชมสื่อเพื่อตอบสนองของความพึงพอใจมาใช้อธิบายแรงจูงใจ ปัจจัยที่มีผลให้บุคคลเลือกรับชมรายการ และยังสามารถอธิบายถึงพฤติกรรมการรับชมรายการร่วมกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร, 2554, หน้า 23-27)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เหมือนตะวัน สุทธิวิวัฒน์ (2559) งานศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมของผู้ชมรายการต๋อดิจิทัลทีวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” มุ่งศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ การเปิดรับชมช่องดิจิทัลทีวี ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมต๋อดิจิทัลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมดิจิทัลทีวีกับความรู้ต๋อดิจิทัลทีวีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ต๋อดิจิทัลทีวีกับทัศนคติของผู้ชมต๋อดิจิทัลทีวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต๋อดิจิทัลทีวีกับพฤติกรรมของผู้ชมต๋อดิจิทัลทีวีในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมดิจิทัลทีวีที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพที่แตกต่างกันจะมีการเปิดรับรับชมช่องดิจิทัลทีวี ที่แตกต่างกัน เนื่องจากกลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่ที่เปิดรับชมช่องดิจิทัลทีวีที่มีอายุระหว่าง 26-33 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบด้วยอาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีพฤติกรรมที่แสวงหาข้อมูล เป็นกลุ่มที่มีความคิดก้าวหน้าทันต่อเหตุการณ์เปิดรับสิ่งต่างๆ ตลอดเวลา จึงส่งผลต่อการรับชมช่องดิจิทัลมากกว่าช่วงอายุอื่น ผู้ชมที่มีระดับการศึกษา ปวส. หรืออนุปริญญาและผู้ชมที่เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา รวมถึงข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ จะมีความรู้ต๋อดิจิทัลมากกว่าผู้ชมที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ห้างร้านเอกชน ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้ชมต๋อดิจิทัลทีวี

สุภาวัฒน์ สงวนนาม (2557) งานศึกษา “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร” งานวิจัยเชิงสำรวจนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะศึกษา ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จะมีการเปิดรับรายการข่าวทุกวันและเวลาที่เลือกเปิดรับชมรายการข่าวจะไม่แน่นอน ส่วนใหญ่เปิดชมข่าวเป็นอันดับแรกในการชมรายการโทรทัศน์ ผู้ชมส่วนใหญ่มีไม่มีทัศนคติในการเปิดรับชมรายการข่าวคือทำให้รู้สึกเหมือนมีเพื่อนไม่เหงาหรือโดดเดี่ยว แต่การชมรายการข่าวเป็นการใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ตรงกับความสนใจของตนเองเป็นหัวข้อสนทนาทางสังคม และส่วนใหญ่ไม่เชื่อว่าการชมรายการข่าวช่วยผ่อนคลายความเครียด เนื้อหาของรายการข่าวที่ให้ความสำคัญมากที่สุดคือ มีความทันสมัยดำเนินรายการด้วยความน่าสนใจจากการทดสอบทางสถิติพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อมูลส่วนบุคคลต่างกันจะเปิดรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ในช่วงวันและเวลาที่ต่างกันและมีพฤติกรรมในการรับชมข่าวต่างกัน

อลิสซา ชินคงอำนาจ (2560) งานศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมรายการ The mask Singer หน้ากากนักร้อง” โดยจะทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้ชมและนำข้อมูลที่ได้ในการวิจัยครั้งนี้ไปวิเคราะห์เพื่อประกอบการตัดสินใจ รวมถึงปรับเปลี่ยน ปรับปรุง และพัฒนารายการให้มีความสอดคล้องกับความนิยมของผู้ชมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้อย่างแท้จริง ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (4Ps) ที่ส่งผลต่อการเลือกรับชมรายการ The mask Singer หน้ากากนักร้อง มี 4 ปัจจัย โดยเรียงลำดับตามอิทธิพลที่ส่งผลต่อการเลือกรับชมจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1. ปัจจัยผู้เข้าแข่งขันและรูปแบบรายการที่ทันสมัย 2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและข้อมูลข่าวสารรายการ 3. ปัจจัยระยะเวลาออกอากาศของรายการและการมีส่วนร่วมของผู้ชมรายการ 4. ปัจจัยด้านราคา ความสะดวกสบายที่ได้รับจากช่องทางจัดจำหน่าย สำหรับในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตรายการโทรทัศน์ทางการตลาดในการสร้างความได้เปรียบสำหรับการแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ จนสามารถทำให้เกิดรายการโทรทัศน์ในรูปแบบที่หลากหลายและทันสมัยตรงตามความชื่นชอบของผู้ชมตลอดไป