บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา เรื่อง รูปแบบการนำเสนอข่าวเหตุการณ์ภัยพิบัติในไทย ทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามขั้นตอนดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวและจริยธรรม จรรยาบรรณสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสาร

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

2.7 ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการนำเสนอข่าวและจริยธรรม จรรยาบรรณสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล

วันเพ็ญ อัพตัน ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ ระบุว่า ในยุคที่สภาพแวดล้อมของสื่อเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคมีช่องทางการบริโภคข่าวสาร และบันเทิงที่หลากหลายได้ทันทีที่ต้องการ ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ องค์กรสื่อยักษ์ใหญ่ที่ได้รับความนิยมและเชื่อถือในเอเชียอย่าง NHK ของญี่ปุ่น ก็เร่งเดินหน้าพัฒนาทุกมิติ เพื่อรักษาสถานภาพเดิมและเพิ่มประสิทธิภาพ รับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสื่อในยุคปัจจุบัน โดยมีการวิเคราะห์สถานการณ์ และวางสถานะองค์กร ให้มีบทบาทในฐานะผู้นำด้านสื่อ ซึ่ง 1 ใน 5 ข้อหลัก คือการให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ เพื่อลดความเสี่ยงและบรรเทาผลกระทบจากภัยพิบัติ ปกป้องชีวิต และทรัพย์สินของประชาชน จากความสูญเสียอันเกิดจากภัยพิบัติ และมีการเตือนภัยล่วงหน้าผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (กรมประชาสัมพันธ์, 2560)

ด้าน อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว ผู้อำนวยการหลักสูตรปริญญาเอก คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ระบุว่าหลังเข้าสู่ยุคดิจิทัล ทำให้สื่อยุคดั้งเดิม ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ

และโทรทัศน์ ที่สังคมคุ้นเคย กำลังมีคู่แข่งจากตัวบุคคลทั่วไป ที่เรียกกันว่า "ผู้บริโภค" ซึ่งมาพร้อมอาวุธใหม่ในมือ คือโทรศัพท์สมาร์ทโฟน และอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโลกใบนี้เข้ามาอยู่ด้วยกัน ทำให้ไม่ได้มีแค่สื่อมวลชนที่นำเสนอข่าว แต่กลายร่างเป็น สื่อมวลบุคคล หมายความว่า ทุกคนเป็นหนึ่งในเครือข่าย ที่สามารถเชื่อมต่อกลุ่มบุคคลเข้าด้วยกัน ตั้งแต่หลักร้อยจนถึงหลักแสนคน เพียงแค่ที่มีโทรศัพท์มือถือ โดยมีประเด็นสำคัญที่ว่า สื่อมวลชนกำลังเผชิญการแข่งขันกับสื่อมวลบุคคล แต่บทบาทสื่อมวลชนรูปแบบเดิม ยังมีความจำเป็น เพราะ มีมาตรฐานความเป็นมืออาชีพในการนำเสนอข่าว (ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2562)

สอดคล้องกับนางสาวสฤณี อาชวานันทกุล นักเขียนอิสระ ระบุว่า ยุคปัจจุบันเป็นโลกที่ประชาชนเป็นสื่อมวลชนไปด้วย โดยไม่สามารถแยกขาดออกจากสื่อมวลชนอาชีพอีกต่อไป ซึ่งคือความท้าทายของคนทำสื่อ พร้อมตั้งคำถามกับบทบาทหน้าที่ และภารกิจที่สื่อมวลชนจะต้องทำอาทิ การแสดงบทบาทให้สังคมได้รับรู้กับสภาพปัญหาที่เป็นประเด็นร่วม และส่งผลกระทบต่อโลกโดยรวมมากเพียงพอหรือยัง เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง สื่อจะนำเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือ เพื่อสนับสนุนและสร้างความน่าเชื่อถือในความเป็นมืออาชีพอย่างไร เพราะ รากฐานสำคัญที่สุดของสื่อ คือ "ความน่าเชื่อถือ" และความเป็น "มืออาชีพ" และสิ่งที่สื่อเลือกจะ "ไม่รายงาน" บางครั้งก็ส่งผลกระทบ และความเสียหาย ผลร้ายแรงต่อสังคม ดังนั้นจึงต้องเลือกอย่างระมัดระวัง เช่นเดียวกับ นายแพทย์ประวิทย์ ลี่สถาพรวงศา ระบุว่า โลกปัจจุบันเทคโนโลยีได้นำ และสร้างการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม ดังนั้นสื่อและประชาชนจึงต้องรู้เท่าทัน เพราะเทคโนโลยีจะทำให้คนเข้าถึงสื่อได้อย่างสะดวกง่ายดาย และกว้างขวางมากขึ้น แต่มีข้อควรระวังคือ การนำเสนอข่าวโดยขาดการตรวจสอบจะเป็นเส้นแบ่งระหว่างสื่อมืออาชีพ กับสื่อที่ไม่ได้ทำเป็นอาชีพ เพราะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร แต่การขีดเส้นแบ่งนั้น เพื่อนำไปสู่การพัฒนาไม่ใช่การแบ่งแยก หรือควบคุม (สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2560)

ด้านปณัชญา ลีลายุทธะ (2560) กล่าวว่า นวัตกรรมดิจิทัลได้เข้ามามีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของประชาชน โดยเฉพาะการพัฒนาสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีการรับส่งข้อความ เนื้อหาข่าวสาร จากผู้คนที่เราใกล้ชิด และคนแปลกหน้าอย่างต่อเนื่อง ทำให้การนำเสนอข่าวของสื่อ ต้องมีพัฒนาการไปพร้อมกับความทันสมัย อาจทำให้จุดยืนการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนที่สำคัญถูกมองข้ามไป จนกลายเป็นประเด็นคำถามในสังคมว่า สิ่งที่ถูกละเลยไปด้วยความจำเป็นต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อประชาชนผู้รับสาร โดยเฉพาะในยุคสื่อดิจิทัล

สอดคล้องกับบทความของ ณัชชา พัฒนะนุกิจ จากสาขาวารสารศาสตร์ดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2561) ระบุว่า

ปัญหาของการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารในยุคดิจิทัล ทำให้การบริโภคเนื้อหาข่าวสารมีความหลากหลาย องค์กรสื่อลดบทบาทของสื่อในการเป็นนายทวารข่าวสาร หรือ Gatekeeper จนเกิดการตั้งคำถามเรื่องจริยธรรม จรรยาบรรณของสื่อ ทั้งเรื่องความรวดเร็ว และความหลากหลายของข้อมูล จนเกิดการบิดเบือนข้อเท็จจริง โดยสื่อบางสื่อลดระดับจริยธรรมลง เน้นทำข่าวด้วยอารมณ์สีสัน เพื่อดึงเรตติ้งของผู้ชม และเพิ่มพื้นที่การขายข่าว เพื่อความอยู่รอดขององค์กร ทำให้การนำเสนอข่าวในบางเหตุการณ์ไม่ตรงตามความเป็นจริง และความต้องการของผู้ชม อีกทั้งยังเกิดความสับสนต่อนิยามของคำว่า นักข่าว ว่าคือใคร เพราะทุกคนสามารถเผยแพร่ข้อมูลและรายงานเหตุการณ์จริงที่เกิดขึ้นได้ ซึ่งข้อปฏิบัติที่สำคัญที่สื่อมวลชน ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม พึงกระทำ คือการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น บนพื้นฐานความเป็นจริงด้วยความละเอียด รอบด้าน และผ่านการตรวจสอบแล้ว

สอดคล้องกับ ธาม เชื้อสถาปนศิริ (2552) ระบุว่า วิกฤตการณ์รายงานข่าว ที่เปลี่ยนแปลงไปภายใต้ภูมิทัศน์สื่อดิจิทัล โดยสื่อกระแสหลัก เริ่มไม่ทันกับการรายงานข่าวที่เกิดขึ้นทั่วโลก และเคลื่อนตัวช้า เนื่องจากข่าวด่วนของโลก มักจะมาจากสื่อออนไลน์ เช่น Facebook หรือ Twitter ซึ่งได้เปรียบในความรวดเร็ว และแทรกซึมอยู่ทุกพื้นที่ทั่วโลก อีกทั้งการรายงานข่าวจากในพื้นที่ ไม่ได้อยู่แค่นักข่าวท้องถิ่นอีกต่อไป แต่อยู่ที่ปลายนิ้วมือของประชาชน โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์โดยตรง ทำให้สื่อหลักกลับกลายเป็นผู้ที่เฝ้าดู และรวบรวมหรือตรวจสอบข้อเท็จจริง ก่อนนำมาเสนอผ่านทางสื่อหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ ส่งผลให้ผู้ชมบางส่วน หันไปหาช่องทางสื่อที่มีความรวดเร็วกว่า โดยไม่อดทนรอดูข่าวจากสื่อหลัก เช่น โทรทัศน์ แต่หันไปอยู่กับจอโทรศัพท์มือถือ แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่รับชมข่าว จะมี 2 ลักษณะ คือ ดูและฟังข่าวด่วนๆ บนช่องทางสื่อใหม่ และจะดูสื่อกระแสหลัก คือ สื่อมวลชนดั้งเดิมที่น่าเชื่อถือ เพื่อเติมรายละเอียดของข่าวให้มากขึ้น หรือ กลั่นกรองว่าเป็นข้อเท็จจริงหรือไม่ ที่สำคัญ คือ มีความลึกและรอบด้านกว่าสื่อออนไลน์

อีกหนึ่งรูปแบบการการนำเสนอข่าวที่เปลี่ยนไปในยุคดิจิทัล คือสื่อหลักจะเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ จากผู้ที่ค้นหาข่าวกลายมาเป็นผู้รวบรวมข่าว จัดเก็บ ตรวจสอบ และกลั่นกรองความน่าเชื่อถือจากข่าวสารที่ได้มาในโลกออนไลน์ และทำหน้าที่รายงานข่าวกระจายออกไปมากขึ้น ทำให้บางครั้งคุณภาพโดยรวมอาจจะลดน้อยลง (สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย, 2560)

สอดคล้องกับ ณัฐวุฒิ แสงชูวงษ์ (2562) บรรณาธิการบริหารนิตยสาร GQ ระบุว่า ย้อนกลับไป 10-20 ปีก่อน การนำเสนอข่าวทางโทรทัศน์ นักข่าวจะลงพื้นที่เองเพื่อไปเก็บข้อมูล สัมภาษณ์ บันทึกเสียง และภาพเคลื่อนไหว กลับมานั่งเขียนหรือตัดต่อนำเสนอให้ผู้ชมได้รับรู้ถึง

เรื่องราวที่เกิดขึ้น ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาและกำลังคน แต่สิ่งที่ได้กลับมาคือเนื้อหาที่มีความ Original ไม่เหมือนใคร และมีหลักฐาน ข้อมูลที่ชัดเจน เพราะผู้สื่อข่าวได้ลงพื้นที่ไปทำงานด้วยตัวเอง ความผิดพลาดจึงเกิดขึ้นน้อย และนั่นถือเป็นมาตรฐานการทำงานที่สำคัญอันดับต้นๆ ของวิชาชีพสื่อมวลชน คือ ความถูกต้องย่อมมาก่อน แต่ยุคดิจิทัลที่อินเทอร์เน็ตรวดเร็ว ทุกคนเสพข่าวออนไลน์ และคลิปวิดีโอที่แชร์ต่อกันจากจอโทรศัพท์มือถือ ทำให้สำนักข่าวหยิบสิ่งเหล่านี้ไปเขียนเป็นข่าวและนำเสนอ ซึ่งในยุคดิจิทัล สำนักข่าวโทรทัศน์แต่ละช่องก็มีการปรับเปลี่ยนเวลาของรายการข่าว จากเมื่อก่อนมีเพียงข่าวภาคเช้ากับภาคค่ำ เปลี่ยนมาเป็นข่าวเช้า ข่าวสาย ข่าวบ่าย ข่าวเย็น ข่าวค่ำ ข่าวดึก ซึ่งสาเหตุหนึ่งก็มาจากการที่ข่าวบนโลกออนไลน์เกิดขึ้นได้ตลอด 24 ชั่วโมง รายการข่าวก็ต้องปรับตัวให้ทัน ไม่อย่างนั้นข่าวที่เกิดขึ้นตอนเช้า หากหยิบมานำเสนอตอนค่ำ ก็อาจช้าเกินไปในยุคนี้ ที่สำคัญเพราะความที่ "เอาเร็วเข้าว่า" ทำให้ขาดการไตร่ตรองและตรวจสอบความถูกต้องอย่างละเอียด หลายครั้งที่นำเสนอข่าว โดยยังไม่รู้ด้วยซ้ำว่าภาพหรือคลิปวิดีโอที่นำเสนอ มีต้นทางมาจากไหน ข้อมูลทั้งหมดที่แชร์ต่อๆ กัน เป็นเรื่องจริงหรือไม่ การทำงานของสื่อมวลชนหลายสำนักทุกวันนี้ ง่ายราวกับอะไรที่อยู่ในโลกออนไลน์ก็หยิบนำมาเสนอได้หมด

Martin (2011) อธิบายถึงข้อแนะนำ ในแนวทางการทำข่าวยุคดิจิทัล ตามหลักจริยธรรม ซึ่งการรายงานข่าว ต้องยึดหลัก คือ ปฏิบัติหน้าที่ผู้สื่อข่าว ภายใต้องค์กรข่าวที่สังกัด ซึ่งผู้สื่อข่าวต้องถามตัวเองว่า สิ่งที่จะตัดสินใจทำสอดคล้องกับบทบาทของผู้สื่อข่าวที่ดีหรือไม่ ทั้งเรื่องความเป็นอิสระ ความถูกต้อง ความสมดุลรูปแบบการนำเสนอข้อมูล ที่จะทำให้เกิดความเข้าใจและไม่บิดเบือนข้อมูล รวมถึงความโปร่งใสของข้อมูลที่นำเสนอ ระหว่างข่าวจากกองบรรณาธิการ และข่าวจากสปอนเซอร์ หรือ การหารายได้โฆษณา ที่สำคัญต้องเน้นการนำเสนอที่ถูกต้องรอบด้าน หากมีความผิดพลาดต้องแก้ไขพร้อมอธิบาย โดยให้ใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ด้านความเร็วและการเชื่อมโยงข้อมูล แต่การนำมาเสนอ ต้องน่าเชื่อถือและรักษาความถูกต้องเป็นสำคัญ (อ้างอิงใน สกุลศรี ศรีสารคาม, 2559)

จากแนวคิดที่กล่าวมา พบว่าการนำเสนอข่าวและจริยธรรม จรรยาบรรณสื่อมวลชนในยุคดิจิทัล มีผลต่อพฤติกรรมการรับชม โดยเฉพาะความน่าเชื่อถือของการนำเสนอ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้ชมสนใจ และเชื่อมั่น เนื่องจากในปัจจุบันมีสื่อโทรทัศน์เกิดขึ้นมากมายในยุคดิจิทัล สำหรับแนวคิดที่กล่าวมา ผู้วิจัยจะนำมาเป็นขอบเขตในการศึกษาพฤติกรรมการรับชม และความคาดหวังของประชาชน ต่อการนำเสนอข่าวเหตุการณ์ภัยพิบัติในไทย ทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นรูปแบบในการนำเสนอข่าวเหตุการณ์ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์

บทความเชิงวิชาการ จากเว็บไซต์ สาระดีดี ได้รวบรวมความหมายของคำว่า ประชากรศาสตร์ จากวิทยานิพนธ์หลายเล่ม โดยระบุว่า ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีพฤติกรรม ความสนใจ ในการรับข่าวสารแตกต่างกันไปด้วยดังนี้

อายุ เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล โดยอายุจะแสดงถึงวัยวุฒิของบุคคล และเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสามารถในการทำความเข้าใจในเนื้อหาและข่าวสารรวมถึงการรับรู้ต่างๆ ได้มากน้อยต่างกัน การมีประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาแตกต่างกัน หรืออีกประการหนึ่งคืออายุจะเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสนใจในประเด็นต่างๆ เช่นเรื่องการเมืองความสนุกสนาน การเตรียมตัวสร้างอนาคตเป็นต้น นอกจากนั้นก็จะชี้ให้เห็นอารมณ์ที่แตกต่างกันออกไป ในกลุ่มคนที่มีวัยต่างกัน อันเนื่องจากกระบวนการคิด และตัดสินใจที่ผ่านการกลั่นกรองจากประสบการณ์ของช่วงวัย ที่จะส่งผลต่อกระบวนการคิดและการควบคุมทางอารมณ์ของแต่ละช่วงอายุของบุคคล

เพศ เป็นลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่เกิด จะประกอบด้วยประชากรเพศชาย (Male) และ ประชากรเพศหญิง (Female) โดยเพศจะเป็นตัวกำหนดบทบาทหน้าที่ของบุคคลตลอดจนพัฒนาการต่างๆ ในแต่ละช่วงวัยก็มีความแตกต่างกันด้วย ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน โดยมีผลการศึกษาและวิจัยของ เบอแนต และโคเฮน (Bennett, E. M., & Cohen, L. R., 1959) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงยังพบว่า เพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิง แต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อนและรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชาย ซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข้อมูล และนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในขั้นต่อไปอีกด้วย

ระดับการศึกษา ในที่นี้หมายถึงระดับการศึกษาที่ได้รับจากสถาบันการศึกษา ที่จะบ่งบอกถึงความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร และอัตราการรู้หนังสือ ระดับการศึกษาจะทำให้คนมีความรู้ ความคิด ตลอดจนความเข้าใจในสิ่งต่างๆ กว้างขวางลึกซึ้งแตกต่างกันออกไป ทำให้ผู้พูดสามารถแยกความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวอย่างที่จะยกมากล่าวได้ สอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 116) ยังได้กล่าวว่าการศึกษา มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับ

การศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกัน ระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย

ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นเครื่องชี้วัดตัวตนในสังคม ซึ่งบุคคลที่มีสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ทั้งการประกอบอาชีพ รายได้ ศาสนา รวมไปถึงสถานภาพสมรส ย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551) และ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ จะแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ แสดงถึงการมีศักยภาพในการดูแลตนเอง บ่งบอกถึงอำนาจการใช้จ่ายในการบริโภคข่าวสาร

อาชีพ จะบ่งบอกลักษณะเฉพาะของบุคคล เรื่องที่กลุ่มอาชีพผู้ฟังสนใจเช่น กลุ่มชาวประมงก็จะสนใจเกี่ยวกับเรื่องการออกเรือ สภาพอากาศออกหาปลา เป็นต้น

สถานภาพสมรส เป็นอีกตัวแปรที่สำคัญ โดยจะมีทั้งคนโสด สมรส หม้าย หย่า หรือแยกกันอยู่ ลักษณะความแตกต่างด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อถือทางด้านศาสนา ย่อมมีอิทธิพลต่อสถานภาพการสมรส ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการรับรู้ข่าวสาร สถานภาพสมรสของบุคคลจะบ่งบอกถึงความมีอิสระในการตัดสินใจและอิทธิพลต่อกระบวนการคิดการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร สตรีที่สมรสแล้วและสตรีที่ยังโสดย่อมมีกระบวนการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกัน อันเนื่องมาจากสภาพครอบครัว และอิทธิพลของจำนวนบุคคลรอบข้าง

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้นำลักษณะด้านประชากรศาสตร์มาใช้ในการศึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับลักษณะด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ทั้งเรื่องเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ที่อยู่อาศัย ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการรับชม และความคาดหวังของประชาชน ต่อรายการข่าวเหตุการณ์ภัยพิบัติในไทย ทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ที่จะบ่งบอกได้ถึงความต้องการที่คล้ายคลึง หรือแตกต่างกัน ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้คือ ขบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังจากที่สิ่งเร้ากระตุ้นการรู้สึกและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมาย โดยใช้ความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจของบุคคล ซึ่งทัศนคติจะเป็นตัวแปรสำคัญที่จะสนับสนุนการรับรู้ (Bernstein, Bruce, 1999) และการรับรู้ยังเป็นสิ่งเลือกสรร (Perception is selective) อยู่ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมาย ซึ่งไม่สามารถทำให้รับรู้ไปหมดทุกอย่าง แต่เลือกรับรู้สิ่งเร้าเป็นบางอย่างเท่านั้นรอบบินส์ (Robbins, S.P., 2003, หน้า 124) กล่าวว่า การรับรู้ (Perceptions) หมายถึง กระบวนการที่ปัจเจกบุคคล จัดระบบหรือตีความสิ่งที่ประสาทสัมผัสได้ เพื่อให้ความหมายให้กับสภาพแวดล้อมของสิ่งนั้นๆ ส่วน จอร์น แวกเนอร์ และจอร์น

ฮอลลาเบค (John A. Wagner, John R. Hollenbeck, 2005, หน้า 72) กล่าวว่า การรับรู้คือ กระบวนการที่ปัจเจกบุคคลเลือก (Select) จัดการ (Organize) เก็บ (Store) และรับ (Retrieve) ข้อมูลโดยส่วนใหญ่แล้ว คนเรามักจะมีความเชื่อมั่นในประสาทสัมผัสของตนเองในบางครั้งอาจทำให้เกิดความเชื่อว่า สิ่งที่สัมผัสหรือรับรู้ คือความเป็นจริง (Reality) ความเชื่อในลักษณะดังกล่าวอาจก่อให้เกิดปัญหาได้ โดยเฉพาะกรณีที่การที่สิ่งรับรู้ และความเป็นจริงของวัตถุมีความแตกต่างกันมาก ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสที่จะเกิดความเข้าใจผิดความสับสนและความขัดแย้งภายใน

ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory) การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมที่ขึ้นอยู่กับการรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตน ทัศนคติ และความสามารถในการแปลความหมาย โดยการรับรู้เป็นผลเนื่องมาจากการที่มนุษย์ใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory motor) ซึ่งเรียกว่า เครื่องรับ (Sensory) ทั้ง 5 ชนิด คือ ตา หู จมูก ลิ้น และผิวหนัง ซึ่งมีผลการวิจัยค้นพบว่า การรับรู้ของคนเกิดจากการเห็น 75% จากการได้ยิน 13% การสัมผัส 6% กลิ่น 3% และรส 3% การรับรู้จะเกิดขึ้นมากน้อยเพียงใด ขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพล หรือปัจจัยในการรับรู้ ได้แก่ ลักษณะของผู้รับรู้ ลักษณะของสิ่งเร้า การที่มนุษย์จะรับรู้และสามารถพัฒนาจนเป็นการเรียนรู้ได้ดีหรือไม่นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบต่างๆ ประกอบด้วย สติปัญญา การสังเกตและพิจารณากลั่นกรองในขณะนั้น ดังนั้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ จะขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพซึ่งปัจจัยการรับรู้ ประกอบด้วย ประสาทสัมผัสทั้งทางกาย และทางใจ โดยจะใช้ความรู้เดิม ความรู้ใหม่ ความต้องการ และเจตคติร่วมกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2547, หน้า 51) กล่าวว่า การรับรู้นั้นเป็นกระบวนการที่แต่ละบุคคลจะเข้าใจสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่ง อันได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง และกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ข่าวสารที่ระบบรับสัมผัสได้รับจากสิ่งแวดล้อมจะถูกส่งต่อไปยังสมอง เพื่อให้เกิดเป็นความรู้สึก การเห็น การได้ยิน การได้กลิ่น การรู้รส ความรู้สึกต่างๆ และความรู้สึก (Sensation) ที่เกิดขึ้นเหล่านี้ เป็นการตอบสนองขั้นแรกสุดของมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อม ที่มีการเปลี่ยนแปลง ต่อจากนั้นสมองจะตีความสิ่งที่รู้สึกนั้นต่อไปและตอบได้ว่าสิ่งที่เห็น ได้ยิน หรือรับรู้และรู้สึกคืออะไร ดังนั้นกระบวนการรับรู้ จึงเป็นการตีความจากสารที่ได้รับ โดยใช้ความเข้าใจตีความหมายผ่านสมอง และแสดงออกมาเป็นผลจากการรับรู้ ซึ่งสอดคล้องกับ พัชนี เชยจรรยา เมตตา กฤตวิทย์ และถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ (2534, หน้า 71-73) ได้กล่าวถึงไว้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจ และมักเกิดตามประสบการณ์ที่มีไม่เท่ากันของแต่ละคน ซึ่งคนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆได้หมด โดยจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับความสนใจ และรับรู้สิ่งต่างๆรอบตัวต่างกัน ฉะนั้นเมื่อได้รับสารเดียวกัน ผู้รับสารสองคน

อาจให้ความสนใจและรับรู้สารเดียวต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดจากอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่างคือ

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motive) คนเรามักจะเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อสนองความต้องการของตนเองเพียงเท่านั้น

2. ประสบการณ์เดิม (Past Experience) สภาพแวดล้อมที่แตกต่าง หรือการศึกษา ฐานะที่เป็นองค์ประกอบทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ก็จะก่อให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปด้วย

3. กรอบอ้างอิง (Frame of Reference) เกิดจากการอบรมสั่งสอนและสั่งสมในครอบครัว ฉะนั้นต่างคนต่างที่มา สถานภาพทางสังคมต่างกัน นับถือศาสนาต่างกัน จึงมีการรับรู้ในเรื่องต่างๆ ต่างกัน โดยจะส่งผลถึงความเชื่อมั่นและทัศนคติในเรื่องต่างๆ แตกต่างกัน

4. สิ่งแวดล้อม (Environment) คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ที่ต่างกันก็จะทำให้เปิดรับข่าวสารและตีความข่าวสารที่ได้รับต่างกันเช่น ภาคเหนืออากาศหนาวเย็น ภาคอีสานอากาศร้อน เป็นต้น

5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ (Mood) ได้แก่ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ ที่จะเป็นตัวกระตุ้นภาวะทางอารมณ์ในขณะนั้น เช่น คนที่กำลังมีอารมณ์หงุดหงิด ก็ไม่พร้อมจะฟังเรื่องอะไร เป็นต้น

กระบวนการรับรู้

ประกอบด้วย ขั้นตอนใหญ่ๆ 3 ขั้น ได้แก่ การเลือก การจัดการ และการตีความ

1. การเลือก (Selection)

การเลือกนั้นเป็นกระบวนการแรกของการรับรู้ ซึ่ง Assael กล่าวว่ามีอยู่ 2 ขั้นตอน คือการเปิดรับ (Exposure) ความสนใจ (Attention) ท่ามกลางสิ่งเร้าที่อยู่มากมายรอบตัว คนเราไม่สามารถรับรู้ได้หมดทุกอย่าง แต่เลือกที่จะรับรู้สิ่งเร้าบางสิ่งเท่านั้น โดยเลือกรับตามความต้องการและที่ตรงกับทัศนคติของตนเอง

2. การจัดการ

ในด้านการรับรู้สิ่งต่างๆ เรามักมีแนวโน้มที่จะรวบรวมตัวกระตุ้นต่างๆ เข้าเป็นรูปแบบต่างๆ หลักในการรวบรวมตัวกระตุ้นมีหลายประการ เช่น รวบรวมโดยพิจารณาจากการอยู่ใกล้เคียง (Proximity) รวบรวมโดยพิจารณาจากความคล้ายคลึงกัน (Resemblance) รวบรวมโดยพิจารณาจากการกระทำไปทางเดียวกัน (Common Fate) รวบรวมโดยพิจารณาถึงการต่อเติมส่วนที่ขาดไป

3. การตีความ (Interpretation)

เป็นการแปลความหมาย ประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับในการแปลความหมายนี้อาจทำได้หลายลักษณะ เช่น แปลความหมายตามสถานการณ์ (Context) แปลความหมายโดยพิจารณาถึงเจตนาของบุคคล (Intent) แปลความหมายโดยยึดเอาบุคลิกลักษณะของตนเองเป็นหลัก (Projection) ดังนั้น การรับรู้ของแต่ละบุคคลจึงแตกต่างกันออกไป และสิ่งนี้ส่งผลต่อประสิทธิผลของการสื่อความเข้าใจและพฤติกรรมที่แสดงออก ถ้าการรับรู้ของบุคคลสองคนต่อสิ่งเดียวกันใกล้เคียงกัน โอกาสที่จะเข้าใจกันและลงรอยกันจะเกิดได้มาก ในขณะเดียวกัน ถ้าการรับรู้ของบุคคลสองคนต่อสิ่งของสิ่งเดียวกันเป็นไปคนละทิศทางก็อาจก่อให้เกิดปัญหาและก่อให้เกิดผลกระทบต่อการทำงานร่วมกันได้ในที่สุด

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ เพื่อเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบเกี่ยวกับการรับรู้ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมการรับชม และ ความคาดหวังต่อการนำเสนอข่าวเหตุการณ์ภัยพิบัติในไทย ทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นแนวทางนำเสนอรูปแบบ สำหรับการนำเสนอข่าวเหตุการณ์ภัยพิบัติในไทย ทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต่อไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับ

พฤติกรรมการเปิดรับ (Exposure) คือการที่ผู้บริโภคเลือกที่จะรับเอาสิ่งเร้าเข้ามาโดยผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งเป็นการเลือกรับสิ่งเร้าบางตัวเท่านั้น เห็นได้ว่าพฤติกรรมการเปิดรับเป็นขั้นตอนแรกสุดของกระบวนการรับรู้ (Perception) เมื่อผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแล้วก็จะสนใจในตัวสาร และต่อมาจึงทำการตีความหมาย สารที่ได้รับผ่านทัศนคติที่มี และใช้เวลาทำความเข้าใจ เมื่อเครื่องรับ ซึ่งหมายถึงอวัยวะสัมผัสต่อสิ่งเร้า จะเกิดความรู้สึกแรก แล้วส่งต่อความรู้สึกนั้นไปตีความ หรือแปลความหมายกลายเป็นการรับรู้ ซึ่งจะประกอบด้วยกระบวนการที่สำคัญต่อไปนี้

1. การสัมผัส
2. ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า
3. การแปลความหมายจากการสัมผัส
4. การใช้ความรู้เดิม หรือประสบการณ์เดิมเพื่อแปลความหมาย

ทฤษฎีเกสตัลท์ เป็นกลุ่มพฤติกรรมนิยม ที่เกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา กลุ่มนี้ได้ชื่ออีกชื่อหนึ่งว่า “ปัญญานิยม” (Cognitivism) ผู้นำกลุ่มที่สำคัญ คือ เวอร์ธไฮเมอร์ (Max Wertheimer, 1880 –

1943) และโคเลอร์ (Wolfgang Kohler, 1886 – 1941) (อ้างถึงใน อรพิน สถิรมน, 2562) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมของมนุษย์เป็นพฤติกรรมบูรณาการ (Integrated behavior) การศึกษาพฤติกรรมต้อง ศึกษาลักษณะของบุคคลเป็นส่วนรวมจะแยกศึกษาทีละส่วนไม่ได้ เพราะส่วนรวมก็คือส่วนรวม มีคุณค่าหรือคุณสมบัติต่างไปจาก ผลบวกของส่วนย่อยๆ รวมกันโดยประสมประสานระหว่างความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก ทักษะ หรือความสามารถในการกระทำ

สำหรับใจความสำคัญของทฤษฎีนี้ คือ การศึกษาพฤติกรรมการรับรู้ รวมทั้งการเรียนรู้จากปัญญาความคิด เห็นว่าการรับรู้เป็นพื้นฐานนำให้เกิดการเรียนรู้ และความสามารถในการรับรู้ต่างกัน ส่งผลให้เรียนรู้และกระทำแตกต่างกัน ซึ่งการจะรับรู้ให้เข้าใจได้ดีจะต้องรับรู้โดยส่วนรวมเสียก่อน แล้วจึงศึกษาส่วนย่อยๆ ของสิ่งนั้นทีละส่วนในภายหลัง และการเรียนรู้เป็นการแก้ไขปัญหาอย่างหนึ่ง ซึ่งความสามารถในการแก้ไขปัญหาขึ้นอยู่กับความสามารถในการหยั่งเห็น (Insight) ดังนั้น การหยั่งเห็นจึงเป็นการคิดช่องทางแก้ปัญหา ได้ฉับพลันจากการพิจารณาสภาวะรอบด้าน ถ้าเกิดการหยั่งเห็นเมื่อใดก็จะแก้ปัญหาได้เมื่อนั้น เมื่อแก้ปัญหาได้ก็เกิดการเรียนรู้แล้ว ซึ่งจะเป็นไปได้ดีเพียงใดขึ้นกับการใช้ความคิด ความเข้าใจ หรือสติปัญญาของผู้นั้น ซึ่งความเชื่อเบื้องต้นของกลุ่มจิตวิทยามนุษย์นิยม มีดังนี้

1. มนุษย์มีจิตใจ ต้องการความรัก ความอบอุ่น ความเข้าใจ ทั้งยังมีขีดความสามารถเฉพาะตัว ไม่ใช่จะกำหนดให้เป็นอะไรก็ได้ตามใจชอบของคนอื่น ซึ่งตรงข้ามกับแนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมที่เห็นว่า สามารถกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ด้วยกันได้

2. มนุษย์แต่ละคนเป็นผู้ซึ่งพยายามที่จะรู้จัก เข้าใจตนเอง และต้องการบรรลุศักยภาพสูงสุดของตน (Self acturalization) จึงไม่ยากนักที่จะเสริมสร้างให้บุคคลคิดวิเคราะห์ เข้าใจตนและนำจุดดีมาใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาเอง

3. ข้อบังคับและระเบียบวินัยไม่สู้จำเป็นนักสำหรับผู้พัฒนาแล้ว ทุกคนต่างมุ่งสร้างความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ให้แก่ตนถ้าเขาได้รับการยอมรับ ดังนั้น จุดเริ่มต้นของการพัฒนาตนจึงอยู่ที่การยอมรับตนเองและผู้อื่นให้ได้ก่อน

4. บุคคลที่พร้อมต่อการปรับปรุงตนเอง ควรจะได้มีสิทธิเลือกการกระทำเลือกประสบการณ์ กำหนดความต้องการ และตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ ด้วยตนเอง (Self mastery) เป็นการออกแบบชีวิตที่เหมาะสมตามทิศทางของเขา

5. วิธีการแสวงหาความรู้หรือข้อเท็จจริง สำคัญกว่าตัวความรู้หรือตัวข้อเท็จจริง เพราะโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ตัวของความรู้หรือตัวข้อเท็จจริงจะไม่ใช่สิ่งตายตัว ดังนั้นสิ่งที่เป็น

ประโยชน์ต่ออนาคตของบุคคลมากที่สุด ก็คือกรรมวิธีในการเสาะแสวงหาความรู้ ไม่ใช่เน้นที่ตัวความรู้เพียงอย่างเดียว

ดังนั้น แนวคิดจากกลุ่มมนุษย์นิยมที่อาจนำไปใช้เพื่อการพัฒนาพฤติกรรม คือการเน้นให้บุคคลได้มีเสรีภาพเลือกวิถีชีวิตตามความต้องการ และความสนใจให้เสรีภาพในการคิด การทำ เน้นความแตกต่างระหว่างบุคคล เน้นให้บุคคลมองบวกในตน ยอมรับตนเอง และนำส่วนดีในตนเองมาใช้ประโยชน์ให้เต็มที่ รักศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของตนเอง สร้างสรรค์สิ่งดีให้ตนเอง ซึ่งเป็นฐานทางใจให้มองบวกในคนอื่น ยอมรับคนอื่นและสร้างสรรค์สิ่งดีงามให้แก่ผู้อื่นและสังคม กับทั้งมีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคมด้วย

จากทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ที่มีมีผลต่อการรับชมและความคาดหวังของประชาชน ต่อข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งจะบ่งบอกถึงพฤติกรรมของประชาชน ที่มีต่อความเข้าใจ ความสนใจ ข่าวภัยพิบัติ เพื่อนำไปเป็นแนวทางนำเสนอรูปแบบข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสาร

ชานันต์ รัตนโชติ (2552 ,หน้า 11) ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสาร โดยบอกว่า แม้ว่าผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตาม ผู้รับสารจะเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคนโดยผู้รับสารจะมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสาร (Selective Process) โดยกระบวนการเลือกสรรข่าวสารจะเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) การรับรู้ข่าวสารของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ซึ่งการเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิ ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญ กล่าวคือ คนมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกของตนเอง ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน นอกจากนี้ ทัศนคติเดิมยังเป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสาร และยังมีปัจจัยทางด้านสังคมจิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ ที่มีส่วนในการกำหนดการเลือกเปิดรับข่าวสารอีกด้วย

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นตอนต่อมาของแต่ละคน ซึ่งอาจจะตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selection Retention) เป็นการเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และมักจะไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยกับสิ่งที่ไม่ต้องการซึ่งการเลือกจดจำ เป็นเหมือนขั้นสุดท้าย ที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง แต่ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารก็อาจพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจ หรือตามความต้องการของตนเองเท่านั้น ทอดด์ ฮันท์ และ เบรนด์ ดี รูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993: 65 อ้างถึงในปรมะ สตะเวทิน, 2541 หน้า 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือความต้องการ ทั้งความต้องการทางกายและใจ จะเป็นตัวกำหนดทางเลือกของเรา

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติ คือความชอบต่อเรื่องต่างๆ ตามประสบการณ์ที่เข้าใจ ซึ่งในที่นี้ทัศนคติของแต่ละคนจะไม่เหมือนกัน เช่นเดียวกับค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่คนเรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่จะบอกว่า อะไรควรทำหรือไม่ควรทำ ซึ่งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) คนเราทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต และเมื่อมีเป้าหมายชีวิต จึงกลายเป็นปัจจัยที่มีต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมายตลอดจนการจดจำ เพื่อตอบสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเรา ในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมายและเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) สิ่งนี้ ขึ้นอยู่กับการรับรู้ และทัศนคติของแต่ละคน ตามความสนใจ จากสิ่งที่จดจำที่จะนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) เป็นสิ่งเร้าที่คนจะให้ความสนใจ และจะเป็นตัวกระตุ้นในการรับชม ซึ่งก็คือความชอบหรือไม่ชอบดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์ มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกสื่อและข่าวสาร หรือ การเลือกตีความหมายและเลือกที่จะจดจำข่าวสาร ทั้งนี้สภาวะจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ผู้รับสารแต่ละคน พัฒนาการรับสารอันเป็นผลจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของตนเอง ดังนั้นการเลือกรับสื่อชนิดใดชนิดหนึ่งหรือสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมถึงตีความหมาย จดจำเรื่องใดอย่างหนึ่ง จึงขึ้นอยู่กับประสบการณ์และนิสัยของผู้รับสาร

จากแนวคิดและทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสารเพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ที่มีมีผลต่อพฤติกรรมการรับชม และความคาดหวังของประชาชน ต่อข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งจะบ่งบอกถึงความเข้าใจ ความสนใจข่าวภัยพิบัติ เพื่อนำไปเป็นแนวทางนำเสนอรูปแบบข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2554 ให้ความหมายว่า ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็นซึ่งคำว่าทัศนคติ (Attitude) โดยภาพรวมหมายถึง ความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึกของบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีผลมาจากประสบการณ์ เป็นตัวโน้มน้าว และก่อให้เกิดพฤติกรรมตามมา จนนำมาสู่การแสดงออก สอดคล้องกับแนวคิดของของนักวิจัยหลายคน อย่างเช่น โรเสนเบิร์ก และฮอฟแลนด์ (Rosenberg, R.J. and Hovland,C.I., 1960 : p1) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า ทัศนคติ โดยปกติสามารถนิยามว่าเป็นการจูงใจต่อแนวโน้มในการตอบสนองอย่างเฉพาะเจาะจงกับสิ่งที่เกิดขึ้น

ฮาวเวิร์ด เคนดาลล์ (Howard H. Kendler, 1963 : p 572) กล่าวว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะความพร้อมของบุคคล ที่จะแสดงพฤติกรรมออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือ แนวความคิด

คาร์เตอร์ วี กูด (Carter V. Good, 1959 : p 48) ให้คำจำกัดไว้ว่า ทัศนคติ คือ ความพร้อมที่จะแสดงออกในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ที่เป็นการสนับสนุน หรือต่อต้านสถานการณ์บางอย่าง บุคคล หรือสิ่งใดๆ

นิวคอมบ์ (Newcomb, 1854: p 128) ให้คำจำกัดความไว้ว่า ทัศนคติ ซึ่งมีอยู่ในเฉพาะคนนั้น ขึ้นกับสิ่งแวดล้อม อาจแสดงออกในพฤติกรรม ซึ่งเป็นไปได้ใน 2 ลักษณะ คือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่ อยากใกล้ชิดสิ่งนั้นๆ หรืออีกลักษณะหนึ่ง แสดงออกในรูปความไม่พอใจ เกลียดชัง ไม่อยากใกล้สิ่งนั้น

นอร์แมน แอล มุน (Norman L. Munn, 1971 : p 71) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกและ ความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของบุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่จะยอมรับ หรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

เมอร์ฟี จี เมอร์ฟี แอล และนิวคอมบ์ ที (Murphy, G., Murphy, L., & Newcomb, T., 1973 : p 887) ให้ความหมายของคำว่า ทัศนคติ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบ พึงใจ หรือไม่พึงใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่างๆ

กอร์ดอน อัลพอร์ท (Gordon Allport, 1975) ได้ให้ความเห็นเรื่อง ทัศนคติ ว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กเกิดใหม่จะได้รับการอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีจากบิดามารดา ทั้งโดยทางตรง และทางอ้อม ตลอดจนได้เห็นแนวการปฏิบัติของพ่อแม่แล้วรับมาปฏิบัติตามต่อไป

2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือแยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่กับเด็กจะมีการกระทำที่แตกต่างกัน

3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งแตกต่างกันออกไป เช่น บางคนมี ทัศนคติ ไม่ดีต่อครู เพราะเคยตำหนิตน แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้น เพราะเคยเชยชมตนเสมอ

4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือ รับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติ ของบิดามารดา หรือครูที่ตนนิยมชมชอบมาเป็นทัศนคติของตนได้

เครช และครัทช์ฟิลด์ (Krech, David and Crutchfield, Richard S., 1948) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติอาจเกิดขึ้นจาก

1. การตอบสนองความต้องของบุคคล นั่นคือสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็มี ทัศนคติ ที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติ ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจโดยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่นก็ได้ ฉะนั้น บางคนจึงอาจเกิดทัศนคติไม่ดีต่อผู้อื่น จากการฟังคำติฉินที่ใครๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้

3. การเข้าไปเป็นสมาชิก หรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป

4. ทัศนคติมีส่วนสำคัญกับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วยคือ ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทัศนคติ ในทางตรงข้าม คือมักมองว่ามีคนคอยอิจฉาริษยาหรือคิดร้ายต่าง ๆ ต่อตน

จากแนวคิดที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเกี่ยวกับทัศนคติ เพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับที่มีมีผลต่อพฤติกรรมการรับชม และ ความคาดหวังของประชาชน ต่อข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งได้บอกถึงทัศนคติของผู้รับสาร ว่าความชอบ หรือไม่ชอบรูปแบบการนำเสนอข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล เพื่อนำไปเป็นแนวทาง นำเสนอรูปแบบข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัลต่อไป

ทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom (Vroom, H. Victor, 1964, หน้า 91-103) บางทีเรียกว่า ทฤษฎี V. I. E. เป็นทฤษฎีที่ต้องการบอกถึงการจูงใจ ที่จะก่อให้เกิดความคาดหวังของคน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดก็ตาม และชี้ให้บุคคลต่างๆ เห็นว่าความคาดหวังเป็นความรู้สึกของบุคคล ที่แสดงออกมาในรูปความรู้สึกว่า ที่ควรจะประพฤติปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆ หรือต่องานที่ตนรับผิดชอบอยู่ Vroom กล่าวด้วยว่า ทฤษฎีความคาดหวังนี้มีประโยชน์ในการอธิบาย พฤติกรรมของคนในการทำงาน ทั้งยังให้แนวคิดเกี่ยวกับความก้าวหน้าในอาชีพ โดยการพิจารณาเลื่อนยศเลื่อนตำแหน่ง เลื่อนเงินเดือน เพื่อตอบแทนการทำงานของพนักงาน ควรจะเป็นไปในทางยุติธรรม โปร่งใส เหมาะสมตามความคาดหวังของลูกจ้าง หรือพนักงานที่ทำงานให้องค์กร และทฤษฎีนี้เอง เคยมีการศึกษาความคาดหวังของพนักงาน ที่ได้ผลลัพธ์เป็นเรื่องความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรม หรือตำแหน่งที่เหมาะสมของตนเอง หรืออาจเป็นความรู้สึกถึงความเหมาะสมในบทบาทของผู้อื่น หรืออีกนัยหนึ่งความคาดหวังของบุคคล เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่าตนเองควรจะประพฤติปฏิบัติอย่างไรในสถานการณ์ต่างๆ หรือต่องานที่ตนรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวนี้ยังรวมไปถึงการคิดถึงบุคคลอื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงาน ซึ่งปัจจัยหลักทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom มี 4 ประการ ประกอบด้วย

1. ความคาดหมาย หรือความคาดหวัง คือความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง จะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะความมากน้อยของความเชื่อจะอยู่ในช่วงระหว่าง 0 (ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ และผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งเลย) และ 1 (มีความแน่ใจว่าการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ)

2. ความพอใจ คือ ความรุนแรงของความต้องการของพนักงานสำหรับผลลัพธ์ อย่างใดอย่างหนึ่งความพอใจ อาจจะเป็นบวกหรือลบได้ภายในสถานการณ์ของการทำงาน เราอาจจะคาดหมายได้ว่าผลลัพธ์ เช่น ผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง และการยกย่อง โดยผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางบวกผลลัพธ์ เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน หรือการตำหนิจากผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางลบ ในทางทฤษฎีแล้วผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องให้ความพอใจ เพราะว่าผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะเกี่ยวพันกับความต้องการของบุคคล

3. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ติดตามมาของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง และอาจจะแยกประเภทเป็นผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง จะหมายถึงผลการปฏิบัติงานที่สืบเนื่องมาจากการใช้กำลังความพยายามของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น ผลตอบแทนเพิ่มขึ้น หรือการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

4. สื่อกลาง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และระดับที่สองตามทัศนะของ Vroom นั้น สื่อกลางหรือความคาดหมายแบบที่สองจะอยู่ภายในช่วง +1.0 ถ้าหากว่าไม่มีความสัมพันธ์ใดๆ ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองแล้ว สื่อกลางจะมีค่าเท่ากับ 0

สอดคล้องกับบทความของ เจตฑถ์ ดวงสงค์ถ์ (2553) อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยบริหารศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ได้อธิบาย ทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom เอาไว้ว่า Vroom ได้เสนอรูปแบบของความคาดหวังในการทำงานเรียกว่า VIE Theory ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในการอธิบายกระบวนการจูงใจของมนุษย์ในการทำงานโดยตีความหมายตัวอักษรภาษาอังกฤษออกมาดังนี้

V = Valance หมายถึงระดับความรุนแรงของความต้องการของบุคคล ที่มีเป้าหมายรางวัล คือคุณค่าหรือความสำคัญของรางวัลที่บุคคลให้กับรางวัลนั้น

I = Instrumentality หมายถึงความเป็นเครื่องมือของผลลัพธ์ (Outcomes) หรือรางวัลระดับที่ 1 ที่จะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ 2 หรือรางวัลอีกอย่างหนึ่ง คือเป็นการรับรู้ในความสัมพันธ์ของผลลัพธ์ที่ได้ (เชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน)

E = Expectancy ได้แก่ ความคาดหวังถึงความเป็นไปได้ ของการได้ซึ่งผลลัพธ์ หรือรางวัลที่ต้องการเมื่อแสดงพฤติกรรมบางอย่าง

ตามหลักทฤษฎีความคาดหวัง จะแย้งว่าผู้บริหารจะต้องพยายามเข้าไปแทรกแซงในสถานการณ์การทำงาน เพื่อให้บุคคลเกิดความคาดหวังในการทำงานคุณลักษณะที่ใช้เป็นเครื่องมือและคุณค่าจากผลลัพธ์สูงสุด ซึ่งจะสนับสนุนต่อวัตถุประสงค์ขององค์การด้วยดังนี้

1. สร้างความคาดหวังโดยมีแรงดึงดูด ซึ่งผู้บริหารจะต้องคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถให้การ อบรมพวกเขา ให้การสนับสนุนพวกเขาด้วยทรัพยากรที่จำเป็น และระบุเป้าหมายการทำงานที่ชัดเจน

2. ให้เกิดความเชื่อมโยงรางวัลกับผลงาน โดยผู้บริหารควรกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างผลการปฏิบัติงานกับรางวัลให้ชัดเจน และเน้นย้ำความสัมพันธ์เหล่านี้ โดยการให้รางวัล เมื่อบุคคลสามารถบรรลุผลสำเร็จในการปฏิบัติงาน

3. ให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างผลงานกับความพยายาม ซึ่งเป็นคุณค่าจากผลลัพธ์ที่เขาได้รับ ผู้บริหารควรทราบถึงความต้องการของแต่ละบุคคล และพยายามปรับการให้รางวัล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของพนักงาน เพื่อเขาจะได้รู้สึกถึงคุณค่าของผลลัพธ์ที่เขาได้รับจากความพยายามของเขา

ดังนั้น ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) เป็นทฤษฎีเชิงกระบวนการ (Process Theory) ที่มุ่งอธิบายแนวทางและวิธีการ ในการศึกษาความต้องการและแรงจูงใจกลุ่มทฤษฎีนี้และยังประกอบด้วยทฤษฎีที่สำคัญต่างๆ ได้แก่ ทฤษฎีความเป็นเสมอภาค (Equity Theory) ทฤษฎีการกำหนดเป้าหมาย (Goal SettingTheory) และทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีสำคัญที่ช่วยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของแรงจูงใจ และความต้องการรวมถึงผลงานได้อย่างชัดเจนมากขึ้น (วันชัย มีชาติ, 2548 : 89) โดยทฤษฎีความคาดหวังมุ่งอธิบายพฤติกรรมของบุคคลว่าเป็นเรื่องของเป้าหมายของบุคคล และความคาดหวังในการบรรลุเป้าหมายและความคาดหวังในการที่จะแสดงพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งบุคคลจะต้องสามารถกำหนด และเข้าใจผลที่ต้องการจะบรรลุ และโอกาสที่จะบรรลุผลดังกล่าวได้ (Gardonand associated, 1999 อ้างถึงใน วันชัย มีชาติ, 2548)

จากบทความที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือสิ่งที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับแรงจูงใจ ซึ่งในทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ผู้รับสารจะทำหน้าที่เป็นพนักงาน โดยคาดหวังกับการเปิดรับข่าวสาร จากประสาทสัมผัสทั้งกายและใจ โดยจะประมวลผลการรับรู้จากตัวแปลต่างๆ รอบด้าน

ไม่ว่าจะเป็นด้านประชากรศาสตร์ ทัศนคติ พฤติกรรม ที่จะรวมกันออกมาเป็นเป็นการรับรู้ ซึ่งจะส่งต่อเป็นความคาดหวังที่รอติดตามต่อไป

จากทฤษฎีที่กล่าวมา ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าเกี่ยวกับทฤษฎีแห่งความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของ Vroom เพื่อใช้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ที่มีมีผลต่อพฤติกรรมการรับชม และความคาดหวังของประชาชนต่อข่าวภัยพิบัติทางสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล ซึ่งได้อธิบายถึงความคาดหวัง ที่มาพร้อมกับแรงจูงใจ ซึ่งหากผู้รับสารสมหวัง จะแสดงให้เห็นว่าข่าวภัยพิบัติที่นำเสนอตรงใจผู้รับสาร แต่หากในแง่มุมที่นำเสนอไม่ตรงใจ ก็จะทำให้ผู้รับสารผิดหวัง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชวัล เกษมเนตร (2557) ศึกษาเรื่อง "กลยุทธ์การนำเสนอรายการโทรทัศน์ "เอส เอ็ม อี ตีแตก" และผลกระทบที่มีต่อธนาคารกสิกรไทย และผู้ประกอบการ SME ที่เข้าร่วมรายการ" โดยผู้วิจัยต้องการศึกษากลยุทธ์ในการนำเสนอรายการ SME ตีแตก โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่ากลยุทธ์ในการนำเสนอรายการ มีด้วยกัน 7 ประการ คือ (1) การกำหนดรูปแบบการนำเสนอรายการ เป็นจุดเริ่มต้นที่มีผู้เห็นความจำเป็นของรายการประเภทนี้ และการเลือกรูปแบบต้องสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และใช้สื่อที่เข้าถึงกลุ่มคนทุกเพศ ทุกวัย (2) การเลือกธุรกิจที่จะนำเสนอ ควรเป็นเรื่องที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย (3) การเลือกผู้ดำเนินรายการ ต้องเป็นผู้ที่มีความเหมาะสมกับลักษณะและรูปแบบของรายการ (4) การเลือกกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในการตัดสินต้องเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับในวงการ (5) การใช้ภาษาในรายการต้องเข้าใจง่าย (6) การปรับเปลี่ยนรูปแบบรายการ เพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความเบื่อหน่าย และ (7) การประเมินความสำเร็จของรายการ โดยใช้วิธรการน่าเชื่อถือ

ศรันยา จิตชัยโภคา (2545) ศึกษาเรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการยอมรับนโยบายจัดระเบียบสังคมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" พบว่า 1. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายจัดระเบียบสังคมแตกต่างกัน 2. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีความรู้เกี่ยวกับนโยบายการจัดระเบียบสังคมไม่แตกต่างกัน 3. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพสมรส อายุ อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน มีทัศนคติต่อ

นโยบายการจัดระเบียบสังคมแตกต่างกัน และ 4. ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพสมรส อายุ และอาชีพ แตกต่างกัน มีการยอมรับนโยบายจัดระเบียบสังคมแตกต่างกัน

กิตติภาภรณ์ ประเทศ (2558) ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังและพฤติกรรมการเปิดรับชมเว็บไซต์ YouTube ช่อง GMM GRAMMYGOLD OFFICIAL ของผู้ชม" ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน ที่มีอายุ 25-34 ปี รองลงมาได้แก่นักเรียน/นักศึกษาที่มีอายุ 20-25 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมา ได้แก่ ระดับการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี และในส่วนรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนั้นส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 10,001-20,000 บาทต่อเดือน รองลงมามีรายได้ส่วนตัวเดือน 20,001-30,000 บาท ต่อเดือนสำหรับการทดสอบ สมมติฐาน พบว่าผู้ชมเว็บไซต์ YouTube ช่อง GMM GRAMMY GOLD OFFICIAL ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมเว็บไซต์ YouTube ช่องGMM GRAMMY GOLD OFFICIAL ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นระดับการศึกษาสูงสุดในกลุ่มผู้รับชมเว็บไซต์ YouTube ช่อง GMM GRAMMY GOLD OFFICIAL ความคาดหวังในการรับชมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับชมเว็บไซต์ YouTube ช่องGMM GRAMMY GOLD OFFICIAL

ภัทราวดี บุนทยะพัธน์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง "ความคาดหวังและความต้องการข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์สาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ทีวีไทยทีวีสาธารณะ" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงระดับความต้องการข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ศึกษาถึงความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ประชากรในกรุงเทพมหานคร มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูง และมีความต้องการด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร จากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะในระดับสูงเช่นเดียวกัน ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน ส่วนตัวแปรด้านอายุพบว่า ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุ การศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความคาดหวังข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะแตกต่างกัน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ทีวีไทย ทีวีสาธารณะ

ยศภัค เวชสวรรค์ (2559) ได้ศึกษา เรื่อง "รูปแบบรายการข่าวพยากรณ์อากาศในสื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัล" มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 4 ประการ ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวพยากรณ์อากาศ ของผู้บริโภคข่าวสารที่อยู่ในเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในยุคดิจิทัล 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวพยากรณ์อากาศ ทางสื่อโทรทัศน์ของผู้บริโภคข่าวสารเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในยุคดิจิทัล 3. เพื่อศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีการสื่อสารและเทคโนโลยีในการนำเสนอข่าวทางสื่อต่างๆ ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความนิยมของผู้บริโภคข่าวพยากรณ์อากาศ ที่อยู่ในเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ในยุคดิจิทัล 4. เพื่อศึกษาแนวทางการปรับตัวของรายการข่าวพยากรณ์อากาศของสื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) และการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำรายการข่าวพยากรณ์อากาศ ได้แก่ สื่อมวลชนอาวุโส นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน และผู้จัดทำสื่อออนไลน์ อาทิ แอพพลิเคชั่น เว็บไซต์ที่เกี่ยวกับด้านพยากรณ์อากาศ

ผลการศึกษา พบว่าผู้บริโภคข่าวเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 17-36 ปี และมีการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มี "เพศแตกต่างกัน" กับ "ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน" มีความถี่ในการรับชมรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ "ไม่แตกต่างกัน"

"อายุต่างกัน" และ "อาชีพต่างกัน" มี "ความถี่" ในการรับชมรายงานข่าวพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน และส่วนใหญ่ยังคงรับชมรายการข่าวพยากรณ์อากาศทางสื่อโทรทัศน์ หรือ คิดเป็นร้อยละ 81.80 ของผู้ตอบแบบสอบถาม เพราะต้องการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับสภาพอากาศรายวัน รูปแบบรายการน่าสนใจ และผลการพยากรณ์อากาศแม่นยำ ทั้งนี้ ผู้ที่ "ไม่รับชม" จะรับชมผ่านเฟซบุ๊กและแอปพลิเคชันพยากรณ์อากาศในสมาร์ทโฟน