

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรายการสารคดีทางสถานีโทรทัศน์” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบและแนวทางการศึกษา โดยสามารถจำแนกเป็นหัวข้อย่อยๆได้ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของผู้รับสาร
2. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร
4. ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ
5. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ
6. แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์
7. แนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

Wilber Schamm ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญต่อการเลือกสรรของมนุษย์ไว้ต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหา เพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมกาเลือกสื่อและเนื้อหาข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวและพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารของบุคคลแตกต่างกัน
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายข่าวสารได้
8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับสารและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ ซึ่งนอกจากระบบการเลือกสรรแล้วบุคคลต่างๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างๆกันได้แก่

- 8.1 ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการเพื่อนมาสามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำในบางครั้ง
- 8.2 ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของตัวเอง ไม่ว่าจะสิ่งที่ยากรู้อยากเห็นนั้นมีผลต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม
- 8.3 ประโยชน์ใช้สอย เพื่อการรับรู้ข่าวสารเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเอง เช่น การทำให้ได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ เพราะพื้นฐานมนุษย์เห็นแก่ตัวเองจึงต้องการการตอบสนอง
- 8.4 สาเหตุจากตัวสื่อ ซึ่งมีลักษณะกระตุ้น ชี้นำทำให้ผู้รับข่าวสารต้องการได้รับข่าวนี้ๆ เช่น คนดูโทรทัศน์แทนการออกจากบ้าน เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จะเห็นว่าความพอใจของผู้ชม ผู้ที่กระบวนกรเลือกรับข่าวสาร (Selective Process) ที่เป็นไปตามความสนใจ ที่ต่างกันตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเสี่ยง ทักษะคติ และความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมที่แตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตีความการทำความเข้าใจในข่าวสารของผู้รับสาร คือ<sup>1</sup>

1. ปัจจัยด้านการสื่อสาร อันได้แก่ ทักษะความสามารถและความชำนาญในการสื่อสาร รวมทั้งทัศนคติในด้านการสื่อสาร ความรู้เรื่องการสื่อสาร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ จะมีผลทำให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการตีความและการทำความเข้าใจ
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics of Audience) อันได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา อาชีพ ศาสนา ฯลฯ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแต่มีผลต่อการรับรู้ การตีความ การเข้าใจการสื่อสารทั้งสิ้น ดังนี้
  - อายุ อายุเป็นปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่ง ต่อพฤติกรรมสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากเป็นตัวกำหนด หรือเป็นสิ่งที่บ่งบอก เกี่ยวกับประสบการณ์ในเรื่องต่างๆของบุคคล ดังคำกล่าวที่ว่า ผู้ใหญ่อบอุ่นร้อนมาก่อน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่เป็นเครื่องบ่งชี้ หรือแสดงถึงความคิดความเชื่อลักษณะการโต้ตอบต่อเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นของบุคคล นอกจากนี้คนอายุน้อยจะมีความคิดในเชิงเสรีนิยมมากกว่าคนอายุมาก เป็นต้น
  - เพศ เพศมีความสัมพันธ์ต่อบุคลิกลักษณะจิตใจและอารมณ์ของบุคคล จะเห็นได้ว่า เพศหญิง มีอารมณ์อ่อนไหวง่าย ดังนั้น จึงถูกชักจูงได้ง่ายกว่า พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารของเพศหญิงจึงมักสนใจข่าวสารประเภทความสวยงาม ความบันเทิง ในขณะที่เพศชาย จะชอบข่าวสารหนักๆและข่าวสารประเภทท้าทาย ผจญภัย เป็นต้น

<sup>1</sup> ไกรสร วงศ์อนันต์ศักดิ์, ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกชมภาพยนตร์ไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร, (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547). น.27-28

- สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลสำคัญต่อผู้รับ โดยเป็นตัวกำหนดในเรื่องของการเปิดรับสื่อที่ตนเองสามารถซื้อหาหรือเข้าถึงได้ รวมทั้งยังกำหนดในเรื่องการเปิดรับเนื้อหาตามสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจอีกด้วย
- การศึกษา ความรู้เป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ความเชื่อและทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่างๆ เนื่องจากสถาบันที่อบรมให้บุคคลเป็นคนที่มียุคการศึกษาไปในทางที่แตกต่างกัน เช่น คนที่มีการศึกษาสูงมักเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ เป็นต้น

## 2. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory)

แนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้สื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่า ตนต้องการอะไร สื่ออะไรและสารอะไร จึงตอบสนองความพึงพอใจของตนได้ เป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร ผู้รับสารไม่ได้เพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อและรับสารสามารถสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นความคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสาร คือ ตัวจักรที่ตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร มีลักษณะตรงข้ามกับการศึกษาถึงผลที่สื่อมวลชนก่อให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้รับสาร (The Media Effect Approach) เพราะจะศึกษาในแนวที่ว่า สื่อมวลชนทำอะไรกับผู้รับสาร แต่การศึกษาที่เน้นประโยชน์ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม เป็นการศึกษาว่า ผู้รับสารจะทำอะไรกับสื่อมวลชน ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) จึงเน้นที่ผู้รับสารเป็นผู้กำหนด สื่อและสารที่จะเข้าใจตอบสนองความต้องการของตนได้<sup>2</sup>

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไรแสดงอะไรจึงจะสนองความพึงพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่มาสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนเท่านั้น

การศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (Media Consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่า ผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกรับ

<sup>2</sup> ยุกต เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, (กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น.90

สื่อหนึ่งๆ กระบวนการดังกล่าวหมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร(Communication Behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก

### ขั้นตอน<sup>3</sup>

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นบทบาทรุก (Active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (Gold Directed)
2. การใช้หรือเปิดรับสื่อหนึ่งๆ ที่ได้เลือกสรรแล้วก็เพื่อสนองต่อความต้องการของตน ความวัตถุประสงค์มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารแต่อย่างเดียว
3. ความพอใจในการสื่อเกิดขึ้นเมื่อ การเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกันผู้ส่งสารต่างจำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริการใช้แก่ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจการสื่อสารก่อนหน้านั้น

ขั้นตอนทั้ง 3 มีความสัมพันธ์เชิงกระบวนการตามรายละเอียดภายใต้โครงสร้างสังคมกับการสื่อสาร รวมทั้งภูมิหลังของปัจเจกชนผู้รับสาร กล่าวคือ สิ่งแวดล้อมภายนอกของบุคคลไม่ว่าจะเป็นระบบการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการสื่อสารกับภูมิหลังของปัจเจกชน ซึ่งหมายถึงความคิดและการกระทำ อันเนื่องมาจากตัวแปรทางประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และประสบการณ์ส่วนบุคคลหล่อหลอมให้มนุษย์มีความต้องการพื้นฐาน รวมทั้งมีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกใช้และความพึงพอใจในสื่อด้วย

ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลว่าจะคาดหวังกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างไร ถ้าคาดหวังหรือมีความตั้งใจมากและได้รับการตอบสนองด้วยดีจะมีความพึงพอใจมาก แต่ในทางตรงกันข้ามอาจผิดหวังหรือไม่พึงพอใจเป็นอย่างยิ่งเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ตนตั้งใจไว้ว่ามีมากหรือน้อย(วิรุฬพรรณเทวี,2542, น.111)

สิ่งจูงใจที่ใช้เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้บุคคลเกิดความพึงพอใจ มีด้วยกัน 4 ประการ คือ

1. สิ่งจูงใจที่เป็นวัตถุ (material inducement) ได้แก่ เงิน สิ่งของ หรือสภาวะทางกายที่ให้แก่ผู้ประกอบการต่างๆ
2. สภาพทางกายที่พึงปรารถนา (desirable physical condition ) คือ สิ่งแวดล้อมในการประกอบกิจกรรมต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งอันก่อให้เกิดความสุขทางกาย
3. ผลประโยชน์ทางอุดมคติ (ideal benefaction) หมายถึง สิ่งต่างๆที่สนองความต้องการของบุคคล
4. ผลประโยชน์ทางสังคม (association attractiveness) หมายถึง ความสัมพันธ์ฉันท์มิตรกับผู้ร่วมกิจกรรม อันจะทำให้เกิดความผูกพัน ความพึงพอใจและสภาพการร่วมกัน อันเป็นความพึง

<sup>3</sup> สุรพงษ์ ไสยชนะเสถียร, การสื่อสารกับสังคม(กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533), น.144

พอใจของบุคคลในด้านสังคมหรือความมั่นคงในสังคม ซึ่งจะทำให้รู้สึกมีหลักประกันและมีความมั่นคงในการประกอบกิจกรรม

จากแนวคิดความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรมเกี่ยวกับจิตใจ อารมณ์ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และเป็นความรู้สึกด้านบวกของบุคคล ที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อาจเกิดขึ้นจากความคาดหวัง หรือเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลได้ซึ่งความพึงพอใจที่เกิดขึ้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามค่านิยมและประสบการณ์ของตัวบุคคล ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องศึกษาตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม

### ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร (Media exposure)

การสื่อสารนั้นจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในชีวิตของมนุษย์นอกเหนือจากปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อความอยู่รอดของมนุษย์ซึ่งได้แก่อาหารที่อยู่อาศัยเครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรคแม้ว่าการสื่อสารจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเป็นความตายของมนุษย์เหมือนกับปัจจัยสี่แต่การที่จะให้ได้มาซึ่งปัจจัยสี่เหล่านั้นย่อมต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมืออย่างแน่นอนมนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมใดๆของตนและเพื่ออยู่ร่วมกับคนอื่นในสังคมการสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของกระบวนการสังคมยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากและประกอบด้วยคนจำนวนมากขึ้นเท่าใดการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเท่านั้น

ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและสังคมจะนำมาซึ่งความสลับซับซ้อนหรือความสับสนต่างๆจนอาจก่อให้เกิดความไม่เข้าใจและไม่แน่ใจแก่สมาชิกของสังคมดังนั้นจึงต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว (ยุพดีฐิติกุลเจริญ, 2537:3) ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆของมนุษย์ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งนอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัยสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้นดังที่ชาร์ลส์ เคอัทคิน (Charles k. Atkin, 1973:208) ได้กล่าวว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกลมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

อย่างไรก็ตามบุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมดแต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนดังนั้นข่าวสารที่ล้นไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่างๆนั้นมักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลาข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสารจะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร (กิติมาสุรสนธิ, 2533 : 46-47)

การเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมกาสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสารโดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ที่แตกต่างกัน

โจเซฟทีแคลปเปอร์ (Klapper, J.T., 1960: 19-25) ได้กล่าวไว้ว่ากระบวนการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 4 ชั้นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสารบุคคล จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งเช่นการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจและความต้องการของตน อีกทั้งทักษะและความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกันบางคนชนิดที่จะฟังมากกว่าอ่านก็จะชอบฟังวิทยุดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งโดยมักเลือกตามความคิดเห็นความสนใจของตนเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วเพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่าความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารเสมอไปเพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจทัศนคติประสบการณ์ความเชื่อความต้องการความคาดหวังแรงจูงใจสภาวะทางร่างกายหรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ

ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าวนอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจความต้องการทัศนคติฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจไม่เห็นด้วยหรือเรื่องที่ขัดแย้งค้ำกับความคิดของตนเอง

ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิดทัศนคติค่านิยมหรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้นเพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไปส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งและมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลนั้นทอด้ฮันท์และเบรนต์ดีรูเบน (Todd Hunt and Brent d. Ruben, 1993:65 อ้างถึงในประมะสตะเวทิน, 2541: 122-124) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและใจทั้งความต้องการระดับสูง และความต้องการระดับต่ำย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเราเราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการเพื่อแสดงรสนิยมเพื่อการยอมรับในสังคมเพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทศนคติคือความชอบและมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยมคือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือเป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคนซึ่งทศนคติและค่านิยม มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนการเลือกข่าวสารการเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมายมนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิต ทั้งในเรื่องอาชีพการเข้าสมาคมการพักผ่อนเป้าหมายของกิจกรรมต่างๆที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชนการเลือกข่าวสารการเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสารเลือกตีความหมายและเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้วเราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจและจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ สไตล์ในการสื่อสารของเราคือความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภทดังนี้นั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุบางคน ชอบดูโทรทัศน์บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้หมายถึงสถานที่บุคคลและเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การ สื่อสารสิ่งต่างๆเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสารการมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้ สื่อและข่าวสารการเลือกตีความหมายและเลือกจดจำข่าวสาร

การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไรการที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไรเราเชื่อว่าคนอื่น คาดหวังอะไรจากเราและการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการ เลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสารผู้รับสารแต่ละคน พัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเราเราพัฒนาความชอบสื่อ ชนิดใดชนิดหนึ่งรายการประเภทใดประเภทหนึ่งดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งสนใจเรื่องใด เรื่องหนึ่งตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งและเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ส่วนขวัญเรือนกิตติวัฒน์ (2531: 23-26) มีความเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสาร ที่แตกต่างกันคือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคลมีแนวคิดที่ว่าคนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกันการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่แตกต่างไม่เหมือนกันซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญาความคิดทัศนคติตลอดจนกระบวนการของการรับรู้การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคมเนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใดๆก็ตามนั้นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิดทัศนคติและพฤติกรรมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสารเชื่อว่าลักษณะต่างๆได้แก่เพศอาชีพระดับการศึกษารายได้ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสารรวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้วิลเบอร์ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1973:121-122) ยังได้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคลดังนี้

1. ประสบการณ์ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารที่ผู้รับแสวงหาเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตนอย่างหนึ่งอย่างใด
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อมทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมการเลือกรับสาร
5. ความสามารถในการรับสารซึ่งเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจที่ทำให้พฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติการโน้มน้าวใจและพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้เข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติจะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนั้น

วิลเบอร์ชแรมม์ (Wilbur Scharm) กล่าวถึงหลักการทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effect) และผลที่จะได้ (Promise of reward) โดยคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อยเช่นข่าวสารต่างๆที่อยู่ใกล้ตัวสามารถเลือกรับได้ง่ายและมีสาระประโยชน์ต่อตนเองในการเลือกนั้นอาจมีสาเหตุอื่นๆอีกเช่นประสบการณ์ต่างกันความสามารถในการประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสารตลอดจนสภาวะทางสังคมและจิตใจของแต่ละคนด้วย

สำหรับความหมายของการเปิดรับข่าวสารนั้นแซมมวลเบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารคือ



1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือบุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้สนใจหากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือบุคคลที่จะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

สำหรับเหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น มีนักวิชาการหลายท่านที่มีความเห็นสอดคล้องกันดังนี้

ไฟรด์สัน (Friedson) ไรเลย์ (Riley) และฟลาวเวอร์แมน (Flowerman, 1951) มีความเห็นแนวเดียวกันว่าแรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคมจะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจเปิดรับสื่อจากสื่อต่างๆ ก็เพื่อตอบสนองความต้องการของตนซึ่งปรากฏการณ์นี้เมอร์ตัน (Merton) ไรท์ (Wright) และวอบเลส (Waples) เรียกว่า “พฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสาร” นักวิชาการเหล่านี้มีความเห็นตรงกันว่าผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อใดนั้นย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพทางสังคมของผู้รับสารก็เพื่อนำไปเป็นหัวข้อในการสนทนาซึ่งจะทำให้ผู้รับสารรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

ในเรื่องของวัตถุประสงค์ของการเลือกรับข่าวสารหรือการบริโภคข่าวสารของผู้รับสารนั้น สุรพงษ์โสธรนะเสถียรก็ได้จำแนกวัตถุประสงค์ของการเลือกเปิดรับข่าวสารไว้ 4 ประการคือ (สุรพงษ์โสธรนะเสถียร, 2533:40-44)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือผู้รับสารต้องการสารสนเทศ (Information) เพื่อสนองต่อความต้องการและความอยากรู้

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เช่นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจตื่นเต้น สนุกสนานรวมทั้งการพักผ่อน

3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึงการต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมเช่นการใช้ภาษาร่วมสมัยเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

4. การผลละสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำหรือหลีกเลี่ยงคนรอบข้าง

แม็คคอมบ์และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979: 51-52) ได้ให้แนวคิดว่าโดยทั่วไปบุคคลแต่ละคนมีการเปิดรับข่าวสารหรือการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการ 4 ประการคือ

1. เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ (Surveillance) บุคคลสามารถติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัวจากการเปิดรับข่าวสารทำให้เป็นคนที่ยึดเหตุการณ์ทันสมัย

2. เพื่อการตัดสินใจ (Decision) การเปิดรับข่าวสารทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะหรือเหตุการณ์ต่างๆรอบตัวเพื่อการตัดสินใจโดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน

3. เพื่อพูดคุยสนทนา (Discussion) บุคคลสามารถนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆตัว

อย่างไรก็ตามแม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันและมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้นแต่โดยทั่วไปแล้วบุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารอยู่ 3 ลักษณะ (ดวงฤทัยพงศ์ไพฑูริย์, 2544: 13-14) คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนโดยผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างได้โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองเพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์แตกต่างกันไป

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคลโดยสื่อบุคคลหมายถึงตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ที่จะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน

โรเจอร์สและชูเมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1971) กล่าวว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดเกิดการยอมรับสารนั้นควรที่จะใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลโดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารสื่อบุคคลนี้จะมีประโยชน์อย่างมากในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดเจนและตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทดังนี้ (เสถียรเชยประทับ, 2525)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจกับประชนโดยตรง

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) โดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวมช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้เพราะเมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปในทิศทางใดบุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจในทางนั้นด้วย

3. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจโดยสื่อเฉพาะกิจหมายถึงสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจงและมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (ปรมะสตะเวทิน 2532: 99อ้างถึงในเกศินีจุฑาวิจิตร, 2540:135) ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจเช่นจุลสารแผ่นพับโปสเตอร์ใบปลิวคู่มือนิทรรศการ เป็นต้น

ดังนั้นการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง

จากแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารนี้จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคลยิ่งบุคคลเกิดความไม่แน่ใจเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใดบุคคลย่อมต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้นโดยไม่จำกัดว่าจะทำการเปิดรับข่าวสารจากสื่อใดไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชนสื่อบุคคลหรือสื่อเฉพาะกิจ

ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้นอย่างไรก็ตามบุคคลแต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคลสภาพแวดล้อมในสังคมนั้นๆและวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันได้ด้วย (กลุ่มพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ กองสุศึกษากรมสนับสนุนบริการสุขภาพกระทรวงสาธารณสุข, 2557)

## ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ(Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อเป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของผู้รับสารพัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) และแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจด้วยโดยเน้นในเรื่องการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายตามหลักการที่ชูทส์ (Schutz, 1972, อ้างถึงในยุบลเบญจรงค์กิจ, 2534, น. 92) นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจเนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำอะไรก็ตามต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่่านี่คือสิ่งที่ตนต้องกระทำ

### แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานมีหลักอยู่ 3 ประการคือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระสามารถที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่างๆได้และมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆกล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์แต่ควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นๆออกมา

3. สิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คืออนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นนั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาในอนาคต

จากพื้นฐานแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจทฤษฎีความคาดหวังจึงถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสารซึ่งแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆได้แม้คไควร์และเกอร์วิช (Mcquail & Gurevitch, 1974, อ้างถึงในยุบลเบญจรงค์กิจ, 2534,น.93) ได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับการนำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน(Immediate Benefit) ซึ่งล้วนแต่เป็นประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

ปาล์มกรีนและเรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1982, pp. 561-580, อ้างถึงในมารีญาไชยเศรษฐ์, 2546. น.29) มองว่าอาจมีทฤษฎีมากมายที่ใช้ชุดกรอบความคิด (Concepts) และสมมติฐานเดียวกันกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจปาล์มกรีนและคณะเชื่อว่าความพยายามที่จะแยกความคาดหวัง (Expectation) ต่อสื่อหนึ่งๆกับความพึงพอใจที่ได้รับตามมา (Gratification Obtained) เป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

การแยกความคาดหวัง (Gratification Sought) และความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) ออกจากกันนั้นเป็นที่ยอมรับโดยนักทฤษฎีหลายท่านว่าเป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจร่วมกับทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมซึ่งก็คือทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy-Value Theory) นั่นเอง

ความพึงพอใจที่แสวงหามาไปสู่การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ผลก็คือความพึงพอใจที่ได้รับหรือผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าผลอื่น ๆ (Discrepancy in Gratifications Obtained) นั้นอาจจะเป็นผลต่อการเปิดรับสื่อในเวลาต่อมาก็ได้

เกลโลเวย์และมีค (Galloway & Meek, 1981, pp. 435-449) กล่าวไว้ว่าในบางครั้งความคาดหวังสามารถเกิดขึ้นเมื่อมีการปฏิสัมพันธ์กับสื่อซึ่งก่อให้เกิดผลต่อมาคือผู้รับสารเกิดความคาดหวังต่อสื่อและเนื้อหาสื่อเพื่อผลลัพธ์คือความพึงพอใจที่จะได้รับเมื่อมีการเปิดรับสื่อ (Exposure) และความพึงพอใจที่ได้รับของบุคคลต่อสื่อหนึ่งๆอาจมากกว่าหรือน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ก็ได้

นอกจากนั้นสเวนสัน (Swenson, 1987, pp. 237-254, อ้างถึงในมารียาไชยเศรษฐ์, 2546) ได้กล่าวไว้ว่าการศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวังและการแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Seeking) ที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม的开รับสื่อ นั้นจะสามารถนำไปสู่ความเข้าใจอันแจ่มชัดต่อเหตุการณ์ (Consequence) และแรงจูงใจ (Motivational Sources) ที่เป็นตัวก่อให้เกิดความต้องการที่จะได้รับความพึงพอใจโดยผ่านการเปิดรับสื่อ

การให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในรูปแบบของการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและการเปิดรับสื่อโดยผ่านทฤษฎีการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจซึ่งจะนำเสนอต่อไปได้ว่าเราสามารถนำทฤษฎีเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ได้ในงานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ชมในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางช่อง Workpoint” คือเมื่อผู้รับสารคาดหวังว่าสื่อมีความสามารถในการให้ข้อมูลข่าวสารในทุกๆด้านที่เขาต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพเขาจะใช้ความคาดหวังที่มีต่อสื่อในใจนั้นมาคาดคะเนผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อที่เขาเชื่อว่าเมื่อเปิดรับชมรายการนั้นๆจะสามารถตอบสนองความพึงพอใจในการเปิดรับหรือใช้ประโยชน์จากสื่อ นั้นได้ก็จะเกิดพฤติกรรมเปิดรับสื่อขึ้นเช่นถ้าเขาคาดหวังว่ารายการข่าวช่องนี้มีความถูกต้องแม่นยำรวดเร็วในการนำเสนอข่าวทุกครั้งบวกกับความนิยมในรายการข่าวที่ดูมีความเป็นมืออาชีพเที่ยงธรรมอยู่ในระดับแนวหน้าด้านเนื้อหาข่าวและการนำเสนอรายการก็มีความสดทันต่อเหตุการณ์นำเสนอก่อนช่องอื่นเสมอเขาก็จะแสวงหาความพึงพอใจจากการใช้สื่อด้วยการเปิดรับสื่อจากรายการช่องนั้นๆที่เขาเชื่อและคาดหวังแล้วว่าจะตอบสนองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของเขาได้ในที่สุดนั่นเอง (มนัสนันท์ อภิรมย์วิจิตร, 2554: 13-16)

### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ(The Uses and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลกับผู้รับสารเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสารถ้าผู้รับสารไม่แสวงหาไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารข่าวสารนั้นก็ไม่มีผลอะไรกับผู้รับสาร

ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลหรือมีผลก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับหรือใช้ข่าวสารนั้นเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเช่นเพื่อเป็นคนทันสมัยเพื่อความรอบรู้หรือเพื่อความบันเทิงโดยผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกป้อนข่าวสารหรือเฉื่อยชาคอยแต่รับข่าวสาร (Passive Audience) เท่านั้นแต่เป็นผู้มีความกระตือรือร้น (Active Audience) มีบทบาทในการแสวงหาหลีกเลี่ยงหรือทำการเลือกสรรที่จะเปิดรับข่าวสารต่างๆ ตามความพึงพอใจของตนเอง (พีระจิระโสภณ, 2531, น. 437)

ทฤษฎีนี้ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าบุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตนการเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารใดเป็นพฤติกรรมที่ถูกชักจูงใจให้เชื่อว่าสื่อหนึ่งจะทำหน้าที่ได้ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนต้องการงานวิจัยที่ศึกษาถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงให้ความสนใจต่อแรงจูงใจของผู้รับสารในการใช้สื่อหรือการเลือกเนื้อหาของสื่อ

นอกจากนั้นพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขาแม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุกๆ ด้านของมนุษย์แต่อาจมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการข้อมูลข่าวสารบางอย่างหรือเพื่อชดเชยบางสิ่งที่ขาดหายไปและหาไม่ได้ในขณะนั้น (ยุบลเบ็ญจรงค์กิจ, 2528, น.35)

พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาตอบโต้ต่อความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือเมื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบชีวิตของตนเองอยู่ได้อย่างปกติดังนั้นทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสารอะไรคือความต้องการแรงจูงใจที่จะเลือกเปิดรับข่าวสารเช่นเดียวกับผู้ชมรายการข่าวก็ต้องการแสวงหาสื่อที่มากช่วยตอบสนองความต้องการของตนโดยอาจเลือกเปิดรับชมจากปัจจัยต่างๆ ของรายการไม่ว่าจะเป็นเนื้อหารายการรูปแบบรายการตัวผู้ดำเนินรายการผู้ร่วมรายการเสื้อผ้าของผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการเหล่านี้ล้วนมีส่วนในการตัดสินใจทั้งยังมีความต้องการใช้สื่อเพื่อไปเติมเต็มในชีวิตเช่นต้องการรับรู้ความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์หรือเพื่อต้องการมีเรื่องสนทนากับผู้อื่น เป็นต้น

อย่างไรก็ตามในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อนี้ผู้รับสารจำเป็นต้องมีความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งจากสื่อก่อนจึงจะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้นได้แคทซ์(Katz et al., 1974, p.127) ได้แบ่งกลุ่มความต้องการดังนี้

1. Cognitive Need คือความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับข่าวสารความรู้และความเข้าใจในตัวบุคคลเหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ
2. Affective Need คือความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความพึงพอใจหรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์รวมทั้งในเรื่องของความสวยงามหรือศิลปะต่างๆ
3. Personal Integrative Need คือความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือความมั่นใจความมั่นคงและสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ
4. Social Integrative Need คือความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือความมั่นใจความมั่นคงและสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับกับครอบครัวและในสังคมกลุ่มเพื่อน
5. Escape Need คือความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกเลี่ยงจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

หลังจากได้ทราบแง่มุมแนวคิดต่างๆของทฤษฎีที่นักสื่อสารมวลชนหลายคนได้ให้ข้อเสนอแนะไว้มากมายดังกล่าวแล้วเราควรที่จะศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ด้วยเนื่องจากการแสวงหาความพึงพอใจจากการใช้สื่อ (Gratification Sought) นั้นเป็นจุดที่แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมต่างๆเกิดขึ้นจากแรงจูงใจหรือความต้องการของแต่ละบุคคลการแสวงหาความพึงพอใจจึงมีตัวแปรต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องดังนี้

1. ความคาดหวัง (Expectation)ได้แก่การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัวหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อก็คือความเชื่อของบุคคลที่เชื่อว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตนและเป็นแรงจูงใจให้บุคคลเปิดรับสื่อ

ปาล์มกรีนและเรย์เบิร์น (Palmgreen & Rayburn, 1985, p.26 อ้างถึงในพิมพ์ลอยปัจฉัยโย, 2551) ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจและได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectancy Value ซึ่งจะเห็นได้ว่าการแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อเกิดจากความคาดหวังและการประเมินค่าในตัวสื่อการแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับการใช้สื่อทำให้เกิดความพึงพอใจที่บุคคลได้รับหรือเชื่อว่าจะได้รับแล้วส่งผลย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อหรือความคาดหวังเดิมที่มีอยู่ของบุคคลกับคุณสมบัติของสื่อหรือเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ (Gratification Related Attributes) ซึ่งเป็นผลของความต้องการและค่านิยมของแต่ละบุคคลเช่นหากบุคคลประเมินค่าข่าวสารข้อมูลในทางบวกและคาดว่าโทรทัศน์สามารถให้ข่าวสารข้อมูลเช่นนั้นบุคคลจะมีความเคลื่อนไหวเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสารดังกล่าวผ่านสื่อโทรทัศน์เป็นต้น

บุคคลผู้หนึ่งมีความต้องการตามสภาวะจิตใจและสังคมเช่นถ้าต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัยเพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่นในสังคมและมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อจะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้เขาจึงประเมินสื่อแต่ละประเภทนั้นๆว่าน่าจะให้ข่าวสารเขาได้จากนั้นจึงเกิดการแสวงหาความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับนำไปสู่การเลือกใช้สื่อโดยการเลือกดูข่าวจากรายการโทรทัศน์ที่น่าเชื่อถือ

แบบจำลองการใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อความพึงพอใจนี้ได้อธิบายกระบวนการรับสารจากสื่อมวลชนและการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้สื่อการเลือกบริโภคสื่อขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์มีความตั้งใจและความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อมาสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเลือกเปิดรับสารที่กล่าวถึงอิทธิพลต่างๆที่มีผลต่อการเลือกแสวงหาข่าวสารเพื่อมาสนองความต้องการของผู้รับสารที่มีพฤติกรรมใช้สื่อเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านความพึงพอใจซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักของการเปิดรับข่าวสาร

2. ความพึงพอใจจากสื่อ (Gratification) ความพึงพอใจจากสื่อเรามักนึกถึงความพึงพอใจที่เราได้รับจากการเปิดรับสื่อแต่ความพึงพอใจจากสื่อสามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็นด้วยกันคือ

- ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ผลจากความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคลตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้อันเป็นแรงจูงใจและผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่างๆนักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อนี้อีกอย่างหนึ่งว่าความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ (Perceived Gratification Obtained)

- ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่างๆซึ่งจะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงตามความเชื่อมั่น

เมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจจากสื่อเราสามารถสรุปความหมายความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่ออันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลนั้นเปิดรับชมสื่อด้วยเนื้อหาประเภทต่างๆซึ่งในประเด็นนี้จะเน้นสาเหตุที่ทำให้บุคคลเปิดรับชมสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจมาใช้อธิบายแรงจูงใจปัจจัยที่มีผลให้บุคคลเลือกรับชมรายการและยังสามารถอธิบายถึงพฤติกรรมการรับชมรายการร่วมกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (มนัสนันท์อภิรมย์วิจิตร, 2554: 23-27)

จากที่กล่าวมาใน 4 ทฤษฎีข้างต้นเกี่ยวกับการพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อทฤษฎีแรงจูงใจและทฤษฎีการการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจมาใช้ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ชมในการเลือกชมรายการโทรทัศน์ทางช่อง Workpoint”



โดยเมื่อผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายต่อสิ่งใดในใจผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อและการได้รับประโยชน์และความพึงพอใจตามมานั้นมักจะมีจุดมุ่งหมายจากรสนิยมหรือความชอบส่วนตัวทั้งในด้านองค์ประกอบต่างๆของรายการอาทิเช่นผู้ดำเนินรายการเนื้อหารายการที่รวดเร็วกระชับทันต่อเหตุการณ์มาตรฐานและคุณภาพของข่าวหรือสำนักข่าวหรือสิ่งใดก็ตามจึงเกิดแรงจูงใจในจิตใจว่าเมื่อต้องการทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวความเป็นไปของเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นก็จะเกิดการประเมินค่าและคาดหวังสื่อในใจเองว่ารายการข่าวจากช่องใดสามารถให้คำตอบที่ต้องการ

โดยเมื่อเกิดแรงจูงใจความคาดหวังจะประเมินค่าของรายการข่าวของสื่อโทรทัศน์นั้นๆว่ารายการข่าวจากสถานีไหนน่าเชื่อถือเป็นกลางในการนำเสนอข่าวสารมีความสดทันต่อเหตุการณ์นำเสนอแบบเจาะลึกซึ่งเมื่อผู้รับชมได้พิจารณาการนำเสนอและรูปแบบรายการแล้วน่าจะตอบสนองความต้องการของเขาได้เขาก็จะเกิดพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์นั้นๆเองและโดยทั่วไปแล้วผู้รับชมจะเปิดรับชมข่าวจากช่องฟรีทีวีเพราะเป็นสื่อที่เป็นช่องทางการรับชมที่เขาเคยชินและเป็นสื่อที่เลือกหาได้ง่ายสะดวกกว่าทางทีวีดาวเทียมหรือเคเบิลทีวีทั่วไปและเมื่อเขาได้รับข้อมูลข่าวสารที่เขาต้องการครบถ้วนแล้วผู้รับชมจะเกิดความพึงพอใจตามมาในที่สุดหลังจากได้ใช้ประโยชน์จากการเปิดรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ช่องนั้นๆ

### แนวคิดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์

สื่อมวลชนที่ได้รับการยอมรับมีอิทธิพลและเข้าถึงประชาชนทุกกลุ่มได้อย่างทั่วถึงที่สุดคือสื่อโทรทัศน์รายการโทรทัศน์จึงกลายเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงกว่าสื่ออื่นและมีเม็ดเงินหมุนเวียนในธุรกิจนี้เป็นจำนวนมากซึ่งสังเกตได้จากบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่างก็นำเสนอรายการโทรทัศน์ออกมามากมายในหลากหลายรูปแบบทั้งที่มุ่งเน้นการให้ข่าวสารความรู้ความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ชมให้ได้มากที่สุดโดยอาศัยความเข้าใจทั้งจากประสบการณ์การทำงานสื่อตลอดจนการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้รับสารเพื่อกำหนดพฤติกรรมหน้าที่ของสื่อในฐานะผู้ส่งสารลาสเวลล์ (Lasswel, 1948) และไรท์ (Wright, 1964) นักวิชาการด้านสื่อมวลชนได้สรุป요ความต้องการของมนุษย์ในการสื่อสารผสานเข้ากับหน้าที่ของการสื่อสารดังนี้ (อ้างถึงในอรรถศรีสันติสุข, 2528, น. 115-116)

1. ผสมผสานส่วนต่างๆของสังคม (Correlation of Parts of Society) หมายถึงการทำหน้าที่ประสานส่วนต่างๆของสังคมเป็นเวทีแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆซึ่งเป็นปัญหาที่นำสนใจร่วมกันเพื่อหาข้อตกลงหรือข้อยุติร่วมกัน

2. ถ่ายทอดมรดกทางสังคมและวัฒนธรรม (Transmission of Social Inheritance) คือการให้ความรู้ให้การศึกษาโดยการถ่ายทอดสอนสิ่งที่มีคุณค่าในการเรียนรู้เพื่อให้ความรู้ที่ได้มีการสืบทอดต่อไป

3. การให้ความบันเทิง (Entertainment) นับเป็นความต้องการของมนุษย์ประการหนึ่งในการแสวงหาความรื่นเริงบันเทิงใจจึงได้พยายามถ่ายทอดสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว

สำหรับสื่อโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารผสมผสานกับความต้องการของผู้รับสารสื่อโทรทัศน์จึงทำหน้าที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและคาดหวังได้เป็นอย่างดีโดยหน้าที่ของสื่อโทรทัศน์นั้นประกอบไปด้วยหน้าที่หลัก 4 ประการที่สอดคล้องกับความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในการติดต่อสื่อสารและหน้าที่ของการสื่อสารดังนี้

1. หน้าที่เสนอข่าวสารเนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะมีผู้คอยเฝ้ายามคอยดูแลความปลอดภัยให้ซึ่งการเฝ้าคอยดูแลเหตุการณ์นั้นโทรทัศน์ก็จะต้องมีหน้าที่รายงานเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารมาให้ผู้อื่นได้ทราบทั่วกัน

2. หน้าที่เสนอความคิดเห็นเนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือการหาข้อยุติในประเด็นต่างๆจากความต้องการนี้มนุษย์จึงต้องการสถานที่หรือเวทีเพื่อแสดงความคิดเห็นซึ่งโทรทัศน์ก็สามารถทำหน้าที่เพื่อการนี้ได้

3. หน้าที่เสนอบริการการศึกษาเนื่องจากมนุษย์มีความต้องการเรียนรู้ศิลปะวิทยาการต่างๆเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพหรือเพื่อสุนทรีย์ของชีวิตซึ่งความต้องการนี้ก็สามารถใช้โทรทัศน์ทำหน้าที่บริการให้การศึกษาได้

4. หน้าที่บริการความบันเทิงเนื่องจากมนุษย์มีความต้องการในเรื่องความรื่นเริงบันเทิงใจความสนุกสนานซึ่งเป็นความพอใจที่มนุษย์ส่วนใหญ่แสวงหาซึ่งโทรทัศน์มีศักยภาพที่เหมาะสมในการบริการความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการพักผ่อนหย่อนใจของมนุษย์

รายการวิทยุโทรทัศน์หมายถึงรายการที่ทางสถานีจะต้องจัดขึ้นเพื่อแพร่ภาพให้แก่ผู้ชมโดยต้องมีการจัดทำผังรายการให้ผู้ชมได้ทราบว่ารายการต่างๆจะมีเมื่อใดอย่างไรโดยสถานีจะทำการประกาศโฆษณาทางสถานีของตนเองหรือโฆษณาทางสื่ออื่นๆหรือออกหนังสือกำหนดรายการของสถานีเพื่อแจกจ่ายหรือจำหน่ายเพื่อเป็นการโฆษณาซึ่งผู้มีหน้าที่กระทำผังรายการนี้คือฝ่ายจัดรายการจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำผังและกำหนดรายการโดยรายการต่างๆที่กำหนดในผังรายการจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. **รายการสด (Live Program)** หมายถึงรายการวิทยุโทรทัศน์ที่ถ่ายทอดสดๆแล้วออกอากาศแพร่ภาพในทันทีรายการสดนี้แบ่งออกเป็น 2 แบบด้วยกันคือ

- รายการสดในสตูดิโอหมายถึงรายการที่ทำกันในสถานีห้องสตูดิโอแล้วออกอากาศทันที

- รายการสดนอกสถานที่หมายถึงรายการที่ออกไปถ่ายนอกสถานีแล้วส่งสัญญาณออกอากาศโดยมีรถสำหรับการถ่ายทอดรายการไปพร้อมกัน

2. **รายการบันทึกเทปโทรทัศน์** อาจเรียกว่ารายการแห่งรายการประเภทนี้เป็นรายการที่มีวิธีการผลิตที่ถูกต้องเพราะการบันทึกเทปโทรทัศน์ไม่ได้แพร่ภาพในทันทีเพราะสามารถเก็บภาพไว้เผยแพร่ทีหลังซึ่งเมื่อทำการบันทึกแล้วอาจมีการแก้ไขตัดต่อลำดับภาพได้จึงทำให้คุณภาพของการผลิต

รายการมีคุณค่าและมาตรฐานสูงการบันทึกเทปจึงนับว่าดีกว่าและสามารถเตรียมงานไว้ล่วงหน้ารายการที่จัดไว้ดำเนินไปได้ถูกต้องตามแผนหาข้อบกพร่องได้น้อยและประหยัด (มนัสนันท์อภิรมย์วิจิตร, 2554: 30-31)

### แนวคิดการจัดแบ่งประเภทและรูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์

การจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์มีแนวคิดในการจัดแบ่งที่แตกต่างกันไปแล้วแต่เกณฑ์ที่ยึดในการจัดแบ่งประเภทรายการขึ้นอยู่กับความเหมาะสมลักษณะการจัดรายการวัตถุประสงค์ของผู้จัดแบ่งและความจำเป็นในการจัดแบ่งประเภทรายการเนื่องมาจากเนื้อหาที่จะนำเสนอในรายการมีความแตกต่างและหลากหลายลักษณะและความต้องการชมรายการที่แตกต่างกันของกลุ่มผู้ชมรายการและความแตกต่างของวัตถุประสงค์ในการจัดรายการทำให้การจัดรายการวิทยุโทรทัศน์หากไม่มีการจัดแบ่งประเภทรายการที่ชัดเจนจะเกิดความยุ่งยากสับสนไม่สะดวกไม่เหมาะสมในการผลิตการจัดรายการและการชมรายการของผู้ชมทั่วไปเพราะการจัดและผลิตรายการที่ดีจะต้องนำเสนอเนื้อหาที่เด่นชัดตรงประเด็นน่าสนใจและต้องสามารถเข้าถึงและดึงดูดให้กลุ่มผู้ชมรายการด้วยจึงจะถือว่าการจัดรายการประสบผลสำเร็จ

แนวคิดในการจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์มีลักษณะไม่แตกต่างไปจากการจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงมากนักคือนิยมใช้เนื้อหาสาระของรายการลักษณะหรือประเภทของกลุ่มผู้ชมรายการและบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ในฐานะสถาบันสื่อมวลชนประเภทหนึ่งโดยมีเกณฑ์ในการจัดแบ่งรายการดังนี้

1. การแบ่งประเภทรายการตามเนื้อหาสาระของรายการการจัดแบ่งที่ยึดเนื้อหาเป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งซึ่งจะมีเนื้อหาที่สามารถนำมาจัดหรือนำเสนอเป็นรายการวิทยุโทรทัศน์ได้หลากหลายประเภทเช่นรายการสุขภาพรายการอาหารรายการศิลปะรายการข่าวรายการกีฬาประเภทต่างๆ เป็นต้น

2. การจัดแบ่งประเภทรายการตามกลุ่มผู้ชมรายการการจัดแบ่งประเภทรายการโดยยึดลักษณะหรือประเภทของกลุ่มผู้ชมรายการซึ่งมีความแตกต่างและหลากหลายทั้งลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ เพศวัยการศึกษาอาชีพรายได้สภาพภูมิประเทศหรือลักษณะทางจิตวิทยา ได้แก่ ความชอบความต้องการวัฒนธรรมค่านิยมความเชื่อทัศนคติ ฯลฯ เป็นเกณฑ์ในการจัดแบ่งก็จะสามารถจำแนกออกได้หลายประเภทรายการเช่นรายการเด็กรายการวัยรุ่นรายการผู้หญิงสตรีรายการเฉพาะเจาะจงกลุ่มผู้ชม ได้แก่ รายการสำหรับคนรักรถรายการสำหรับคนชอบแข่งรถรายการคนรักสัตว์หรือรายการเกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

3. การแบ่งตามบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์การจัดแบ่งประเภทรายการโดยยึดบทบาทหน้าที่ของวิทยุโทรทัศน์ซึ่งสามารถจำแนกประเภทรายการวิทยุโทรทัศน์ออกเป็นรายการประเภทข่าวสารรายการประเภทบันเทิงรายการประเภทให้ความรู้และการศึกษา

รูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ (Program Format) หมายถึงลักษณะโดยรวมของรายการวิทยุโทรทัศน์ซึ่งใช้เทคนิควิธีการและลีลาการนำเสนอเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาสาระหรือสิ่งต่างๆที่ปรากฏในรายการให้เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดความสนใจต่อผู้ชมรายการโดยเทคนิควิธีการและลีลาการนำเสนอจะมีลักษณะแตกต่างกันไป

ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความแตกต่างในการผสมผสานองค์ประกอบในการผลิตรายการเช่นภาพเสียงผู้ดำเนินรายการฉากภาพกราฟฟิกผู้ร่วมรายการรวมถึงสิ่งสนับสนุนการผลิตอื่นๆประกอบกับปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่มีความสลับซับซ้อนทำให้เนื้อหาสาระข่าวสารความรู้ความบันเทิงมีปริมาณมากและหลากหลายขณะเดียวกันผู้ชมรายการก็มีความต้องการที่หลากหลายและแตกต่างกันไปด้วยหน้าที่ของสถานีและผู้จัดรายการต้องพยายามคิดค้นหาจุดลงตัวที่พอดีระหว่างเนื้อหาในรูปแบบวิธีการนำเสนอเนื้อหาของรายการกับความต้องการของผู้ชมรายการเพื่อให้ได้รายการที่ดีมีคุณภาพและเป็นที่น่าสนใจมากที่สุด

ตามปกติผู้ชมรายการวิทยุโทรทัศน์มักมีสมาธิสั้นและให้ความสนใจอยู่เพียงช่วงระยะเวลาที่จำกัดประกอบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีของวิทยุโทรทัศน์ที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเปิดรับชมทำให้การเปลี่ยนช่องการรับชมไปสถานีอื่นทำได้ง่ายและผู้ชมยังมีทางเลือกในการรับชมได้หลายสถานีดังนั้นหากผู้จัดรายการขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการเลือกวิธีการเทคนิคและลีลาการนำเสนอที่น่าสนใจยังคงติดอยู่กับวิธีการและการนำเสนอในรูปแบบเดิมๆประกอบกับผู้ชมรายการมีสมาธิในการรับชมที่สั้นลงโอกาสที่ผู้ชมจะเปลี่ยนช่องหรือเปลี่ยนสถานีก็ทำได้ง่ายและเร็วขึ้นด้วยเหตุผลที่กล่าวมานี้จึงเกิดการพัฒนารูปแบบรายการวิทยุโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ๆแตกต่างจากเดิมโดยเพิ่มความน่าสนใจดึงดูดใจด้วยวิธีการและลีลาการนำเสนอที่สอดคล้องและกลมกลืนไปกับเนื้อหาสาระเพื่อให้ผู้ชมได้ติดตามรายการตั้งแต่ต้นจนจบรายการลดความความน่าเบื่อหน่ายและโอกาสการเปลี่ยนความสนใจไปจากรายการหรือสถานี

การจัดแบ่งรายการวิทยุโทรทัศน์ของประเทศไทยส่วนใหญ่ได้อิทธิพลมาจากสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น ดังที่เห็นจากรูปแบบรายการที่ปรากฏในจอโทรทัศน์ของสถานีต่างๆจะมีลักษณะการนำเสนอไม่แตกต่างจากรูปแบบหรือบางรายการอาจมีการลอกเลียนแบบมาเกือบทั้งหมด

จากรูปแบบรายการที่ได้รับความนิยมหรือมีชื่อเสียงในประเทศดังกล่าวซึ่งอาจมีการดัดแปลงในรายละเอียดและองค์ประกอบการผลิตบางอย่างเพื่อความเหมาะสมเป็นที่ยอมรับและสอดคล้องกับสังคมไทยสำหรับรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่เป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในการจัดรายการโทรทัศน์กันอย่างแพร่หลายมีหลายรูปแบบซึ่งมีลักษณะเฉพาะและมีวิธีการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป (ชัยยงค์พรหมวงศ์, นิคมทาแดงและไพบูรณ์คะเชนทรพรรค, 2547, น. 149-155) มีดังต่อไปนี้ (สุปรیتیสุวรรณบุรณ์. 2557)

1. **พูดคุยรายการพูดคุย (Talk Program)** เป็นรูปแบบรายการที่เป็นผู้มาปรากฏตัวเพื่อพูดคุยกับผู้ชมโดยการหยิบยกเอาประเด็นเกี่ยวกับข่าวสารความเคลื่อนไหวเหตุการณ์สาระความรู้หรือความบันเทิงที่กำลังอยู่ในความสนใจของผู้ชมรายการมานำเสนอและพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงในสหรัฐอเมริกา นิยมเรียกว่ารายการทอล์คโชว์ (Talk Show)

ลักษณะการนำเสนอรายการพูดคุยมีพัฒนาการที่เปลี่ยนแปลงไปแต่เดิมจะใช้การนำเสนอด้วยการพูดเป็นหลักและมีภาพประกอบเพื่อจะได้ไม่เห็นหน้าผู้พูดตลอดรายการในระยะหลังเริ่มใช้รูปแบบอื่นๆมาผสมผสานเช่นการสัมภาษณ์การสนทนา ฯลฯ การพูดคุยสามารถสอดแทรกความบันเทิงซึ่งอาจจะเป็นการแสดงดนตรีแสดงตลกหรือแสดงมายากลเพียงแต่การแสดงเหล่านี้ถือเป็นส่วนประกอบของรายการเท่านั้นโดยที่ถือว่าการพูดคุยเป็นจุดเด่นกว่า

รายการพูดคุยจะมีคุณภาพและน่าสนใจยิ่งขึ้นหากผู้ดำเนินรายการหรือผู้ที่ทำหน้าที่พูดคุยกับผู้ชมเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการพูดและการนำเสนอเนื้อหาของรายการสามารถดำเนินรายการได้อย่างราบรื่นและเป็นธรรมชาติ

2. **สนทนารายการสนทนา (Conversational Program)** เป็นรูปแบบรายการที่มีคนมาพูดคุยกัน 2 หรือ 3 คนโดยมีคนหนึ่งเป็นผู้ดำเนินรายการหรือดำเนินการสนทนาส่วนบุคคลที่เหลือจะเป็นผู้ร่วมสนทนา

ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่นำการสนทนาและคอยควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตามขอบเขตและวัตถุประสงค์ของรายการคอยเชื่อมโยงประเด็นการสนทนาเพื่อไม่ให้ผู้ชมเกิดความสับสนกับประเด็นที่สนทนาผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยการพูดคุยกับผู้ร่วมรายการในขณะเดียวกันก็ต้องคอยพูดคุยกับผู้ชมรายการด้วยโดยเฉพาะในช่วงต้นที่ต้องเปิดประเด็นการสนทนาและช่วงท้ายที่ต้องสรุปประเด็นการสนทนา

รายการสนทนาแตกต่างกับรายการพูดคุยกล่าวคือรายการพูดคุยเป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรง ในขณะที่รายการสนทนามิใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงแต่เป็นการสนทนากันระหว่างผู้ร่วมรายการ การนำเสนอรายการสนทนาที่ดีมิใช่เพียงการนำเสนอภาพผู้ร่วมสนทนาตัดสลับกันไปมาเท่านั้นหากแต่ควรจะต้องมีภาพเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อหรือประเด็นที่กำลังสนทนา มาติดต่อประกอบกับรายการด้วย

3. **อภิปรายรายการอภิปราย (Discussion Program)** เป็นรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะหนึ่งแต่ไม่ใช่เป็นการพูดคุยกับผู้ชมโดยตรงแต่เป็นการพูดคุยระหว่างผู้ดำเนินการอภิปรายหรือผู้ดำเนินรายการกับผู้ร่วมรายการซึ่งอาจจะมีตั้งแต่ 2-4 คนผู้ร่วมรายการมักจะเป็นผู้ทรงคุณวุฒิมีความรู้ความสามารถมีประสบการณ์มีความเชี่ยวชาญหรือเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้ออภิปรายผู้ทรงคุณวุฒิที่เชิญมาร่วมรายการแต่ละครั้งควรมีความหลากหลายเพื่อผู้ชมจะได้รับรู้ในทรรศนะหรือมุมมองที่ต่างกันไปโดยหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปรายในรายการควรเป็นหัวข้อที่กำลังเป็นที่สนใจของสังคมในขณะนั้นซึ่งผู้จัดรายการจะต้องเป็นผู้กำหนดขึ้นมา

ผู้ดำเนินรายการจะเป็นผู้ทำหน้าที่พูดกล่าวนำถึงหัวข้อที่หยิบยกมาอภิปรายคอยป้อนประเด็นคำถามให้ผู้ร่วมรายการแต่ละคนได้ร่วมแสดงทรรศนะคติและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่ละคนอย่างมีกติกามารยาทและต้องคอยควบคุมการอภิปรายให้อยู่ในขอบเขตของประเด็นที่กำหนดไว้ผู้ดำเนินรายการจะทำหน้าที่เป็นเพียงผู้นำการอภิปรายและสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายในช่วงจังหวะที่เหมาะสมเท่านั้นจะไม่ร่วมแสดงทรรศนะและความคิดเห็นเหมือนรายการสนทนาวัตถุประสงค์ของรายการอภิปรายส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นเวทีแสดงทรรศนะหรือความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนแนวความคิดระหว่างผู้ร่วมรายการหากเป็นรายการอภิปรายที่ถ่ายทอดสด (live) อาจเปิดโอกาสให้ผู้ชมทางบ้านร่วมแสดงความคิดเห็นด้วยหัวข้อหรือประเด็นที่อภิปรายมักเป็นเรื่องที่มีสาระทางวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวมไม่เป็นเรื่องไร้สาระ

4. **สัมภาษณ์**รายการสัมภาษณ์ (Interview Program) เป็นรูปแบบรายการที่มีบุคคล 2 คนหรือมากกว่ามาร่วมพูดคุยซักถามปัญหาข้อสงสัยหรือชี้แจงข้อเท็จจริงตามหัวข้อที่กำหนดในแต่ละรายการโดยมีผู้ดำเนินรายการ 1 คนทำหน้าที่สัมภาษณ์หรือซักถามและผู้ร่วมรายการหรือผู้ให้สัมภาษณ์เป็นผู้ตอบหรือชี้แจงข้อเท็จจริงต่อข้อคำถามซึ่งอาจจะมีจำนวนมากกว่า 1 คนทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเวลาและขอบข่ายเนื้อหาของหัวข้อที่สัมภาษณ์ว่ามีมากน้อยเพียงใด

5. **สาธิตและทดลอง**รายการสาธิตและทดลอง (Demonstration and Experimental Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอด้วยการอธิบายกรรมวิธีเทคนิควิธีการกระบวนการและขั้นตอนหรือรายละเอียดอื่นๆของการกระทำหรือการประดิษฐ์สิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยการนำเสนอภาพและเสียงประกอบการสาธิตและทดลองในแต่ละเทคนิคแต่ละวิธีการหรือแต่ละขั้นตอนที่เป็นรูปธรรมสามารถนำไปปฏิบัติหรือทำได้จริงเช่นการสาธิตการเสริมสวยการทำผมนการแต่งหน้าการสาธิตการปรุงอาหารการสาธิตการประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ เป็นต้น

6. **ข่าว**รายการข่าว (News Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเหตุการณ์เรื่องราวข้อเท็จจริงหรือข้อคิดเห็นที่น่าสนใจมีความสดใหม่มีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่หรือมีองค์ประกอบข่าวอื่นๆโดยใช้วิธีการนำเสนอทั้งในลักษณะของการประกาศการอ่านคำบรรยายข่าวประกอบภาพโดยผู้ประกาศข่าวการรายงานพิเศษหรือการสัมภาษณ์โดยผู้สื่อข่าวหรือผู้รายงานข่าวในสถานที่จริงหรือลักษณะอื่นๆ

7. **สารคดี**รายการสารคดี (Documentary Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวที่เป็นจริงหรือมีพื้นฐานอยู่บนข้อเท็จจริงไม่ใช่จากเรื่องที่แต่งขึ้นหรือจากนวนิยายหรือจากจินตนาการส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องที่ผูกพันกับเหตุการณ์และบุคคลจริงเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับมนุษย์

อย่างไรก็ตามแม้จะเป็นการนำเสนอเรื่องจริงแต่การนำเสนอจะต้องมีลักษณะสร้างสรรค์ไม่ใช่ลอกเลียนแบบจากของจริงทั้งหมดโดยไม่มีการตกแต่งการนำเสนอเนื้อหาสาระในรายการสารคดีโดยทั่วไปอาจเสนอด้วยภาพและเสียงบรรยายตลอดรายการโดยไม่มีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวเพื่อคอยพูดเกริ่นนำหรือเชื่อมโยงรายการหรืออาจมีผู้ดำเนินรายการปรากฏตัวและทำหน้าที่พูดนำเข้าสู่รายการคอยพูดเชื่อมโยงรายการในแต่ละช่วงแต่ละตอนและคอยพูดสรุปในช่วงท้ายของรายการ

8. **ละครรายการละคร (Drama Program)** เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเรื่องราวโดยใช้การแสดงตามบทบาทในเรื่องราวที่แต่งขึ้นหรือดัดแปลงจากเรื่องจริงเพื่อสื่อความหมายเกี่ยวกับสาระข้อคิดคติเตือนใจและความบันเทิงไปสู่ผู้ชมรายการโดยอาศัยองค์ประกอบและเทคนิคทางการละคร ศิลปะการแสดงเทคนิคการถ่ายทำการตัดต่อลำดับภาพและการให้เสียงดนตรีและเสียงประกอบเพื่อให้เรื่องราวมีความสมจริงสมจังผู้ชมชมแล้วมีอารมณ์ร่วมและเกิดความรู้สึกคล้อยตาม

9. **สาระละครรายการสาระละคร (Docudrama Program)** เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอโดยอาศัยรูปแบบสารคดีผสมผสานกับรูปแบบละครเป็นนำเอารูปแบบของละครมาใช้เพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดสาระความรู้หรือสะท้อนปัญหาด้านต่างๆโดยการผูกเรื่องราวเป็นละครที่สะท้อนให้ผู้ชมตระหนักและรับรู้ถึงปัญหาสาเหตุของปัญหาและอาจรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาต่างๆและมีผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ทำหน้าที่เกริ่นนำอธิบายหรือขยายสาระและสรุปประเด็น

10. **เพลงและดนตรีรายการเพลง (Music Program)** เป็นรายการที่นำเสนอเพลงหรือการแสดงดนตรีซึ่งสามารถจัดนำเสนอในลักษณะเป็นเพลงที่มีภาพประกอบเป็นเรื่องราวตามเนื้อหาของเพลงที่เรียกว่ามิวสิกวิดีโอ (Music Video) หรือเป็นการจัดแสดงดนตรีที่เรียกว่าการแสดงคอนเสิร์ตซึ่งอาจจะเป็นการบันทึกเทปโทรทัศน์ไว้ล่วงหน้าก่อนออกอากาศแพร่หลายหรือเป็นการถ่ายทอดสดโดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้พูดเปิดนำรายการพูดเชื่อมโยงเข้าสู่เพลงหรือการแสดงดนตรีของนักร้องและพูดปิดรายการ

11. **นิตยสารรายการนิตยสาร (Magazine Program)** เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่หลากหลายซึ่งอาจจัดแบ่งเป็นเรื่องย่อยต่างกันหลายๆเรื่องแต่ละเรื่องจะเป็นแนวเดียวกันหรือต่างแนวกันก็ได้และใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายในรายการเดียวกันเช่นอาจเริ่มด้วยรายการเพลงสลับด้วยรายการสัมภาษณ์รายการสารคดีรายการสนทนาหรือรายการละครแต่สิ่งสำคัญของรูปแบบนิตยสารก็คือการเชื่อมโยงหรือการร้อยเรียงแต่ละเรื่องย่อยหรือแต่ละตอนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีความสอดคล้องและกลมกลืนกัน

12. **ปกิณกะรายการปกิณกะ (Variety Program)** หรือที่นิยมเรียกว่ารายการวาไรตี้ (variety) เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิงหลายเรื่องหลายรสโดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้ายๆกับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการปกิณกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงหรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันรายการปกิณกะจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการและรูปแบบการนำเสนอด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความพึงพอใจสร้างความสนุกสนานบันเทิงใจให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน

รูปแบบรายการที่มักปรากฏในรายการปกิณกะได้แก่รายการแสดงดนตรีและร้องเพลงรายการแสดงตลกหรือละครตลกเบาสมองรายการสัมภาษณ์นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียงพร้อมการแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการปกิณกะก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถในด้าน การนำเสนอมีไหวพริบดีแก้ปัญหาเฉพาะหน้าเก่งและมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

13. **เกมโชว์**รายการเกมโชว์ (Game Show Program) เป็นรูปแบบรายการที่จัดให้มีการแข่งขันกันระหว่างผู้ร่วมรายการด้วยการเล่นเกมหรือตอบปัญหาที่ผู้จัดรายการกำหนดขึ้นภายใต้เงื่อนไขของกฎและกติกาที่กำหนดไว้ล่วงหน้าเกมหรือกิจกรรมที่จัดอาจเป็นการแข่งขันทางร่างกายหรือใช้สติปัญญาระหว่างผู้เข้าร่วมแข่งขันฝ่ายชนะจะได้รับรางวัลเป็นเงินหรือของรางวัลที่มีมูลค่าจำนวนมาก ในขณะที่ผู้แพ้จะได้รับเงินหรือของรางวัลตอบแทนโดยมีพิธีกรหรือผู้ดำเนินรายการเป็นผู้อธิบายชี้แจงกติกาคอยดำเนินการและควบคุมการแข่งขันให้เกิดความสนุกสนานและยุติธรรมในกรณีที่เป็นการแข่งขันตอบปัญหาโดยตรงอาจเรียกว่าเป็นรายการตอบปัญหา (Quiz Program) ซึ่งมักเป็นการทดสอบความรู้หรือเชี่ยวชาญปัญญาในเรื่องต่างๆ

14. **สปอต**รายการสปอต (Spot Program) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ผ่านกระบวนการผูกเรื่องและเรียบเรียงให้สั้นกะทัดรัดและใช้ศิลปะการนำเสนอด้วยภาพและเสียงที่สอดคล้องและกลมกลืนกับเนื้อหาสาระโดยใช้ระยะเวลารวมทั้งสิ้น 30-60 วินาทีวัตถุประสงค์ของการนำเสนอในรูปแบบสปอตวิทยุโทรทัศน์ก็เพื่อจะตอกย้ำซ้ำเตือนด้วยการออกอากาศแพร่ภาพบ่อยครั้ง เช่นสปอตประชาสัมพันธ์สปอตโฆษณาหรือสปอตตรณรงค์ในเรื่องราวหรือประเด็นปัญหาหนึ่งของสังคม ซึ่งผู้ณรงค์ต้องการโน้มน้าวหรือชักจูงใจให้ประชาชนทั่วไปได้รับรู้และร่วมมือกันปฏิบัติตาม



### กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจต่อการรับชมรายการสารคดีทางสถานีโทรทัศน์” สามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

