

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง "การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของ ผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร" มีทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจนำ มาเป็นแนวทางในการศึกษาดังนี้

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)

หลักการของทฤษฎี

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับ สารนี้เป็นการศึกษาว่าผู้รับสารหรือประชาชนจะทำอะไรกับสื่อมวลชน (Func- tional Approach) ที่ก่อให้เกิดสมมติฐานทางการสื่อสารมวลชนในเรื่องของ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) การศึกษาแนวนี้จึงเน้นที่ผู้รับสาร หรือประชาชนเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร สารอะไร ที่ได้จากสื่อมวลชน สารที่ได้เหล่านั้นไปตอบสนองความ ต้องการของตนอย่างไร หรือสารอะไรจึงจะตอบสนองความต้องการของตนได้

การศึกษาในแนวการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็น การมองมนุษย์ในแง่ของจิตวิทยาสังคมโดยเน้นค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และ ความคิดเห็นส่วนบุคคล การศึกษาแนวทฤษฎีนี้จึงเน้นที่ความต้องการและสาเหตุ ของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชน

วิธีการตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์นี้ กระทำโดยพยายามที่จะสร้างบัญชีรายการความต้องการของประชาชนที่มีผลก่อให้เกิดพฤติกรรมด้านการสื่อสารขึ้น เพื่ออธิบายให้เห็นว่า ความต้องการ บุคลิกภาพและองค์ประกอบทางด้านสังคมอื่น ๆ มีส่วนช่วยอธิบายการที่มนุษย์เราแสวงหาหรือหลีกเลี่ยงการใช้ข้อความอย่างที่มีอยู่ในการสื่อสารมวลชน เป็นการศึกษาที่มองว่ามนุษย์รู้จักที่จะนำเอาข้อความที่ได้จากสื่อมวลชนไปใช้ให้เป็นประโยชน์

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างข้อความ มาเป็นความต้องการของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีนี้อธิบายว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่ Maslow กล่าวไว้ คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือ ความต้องการอยากจะเรียนรู้ (Need for Cognition) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมตนเอง ความต้องการที่จะรู้นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม การศึกษาแบบนี้เป็นที่ยอมรับว่ามนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่มนุษย์เราถูกยึดเยียดข้อความให้ดังที่เคยคิดกัน

ลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ก็คือนักศึกษามนุษย์มากกว่าข้อความของการสื่อสาร เราศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างนั้นอย่างนี้ มากกว่าที่จะศึกษาว่า ข้อความในการสื่อสารว่าอย่างไรและจะก่อให้เกิดอะไรในมนุษย์เรา

การศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อประโยชน์และความพึงพอใจมีข้อที่ต้องยอมรับกันดังนี้

1. มนุษย์ตั้งใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือฟัง มนุษย์มีการเลือกจะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-Directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน (เสวี วงษ์มณฑา 2523 : 2-6)

ความเป็นมาของทฤษฎีและงานวิจัยต้นแบบของทฤษฎี

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ได้มีผู้ริเริ่มมาตั้งแต่ต้นปี 1940 เศษ ๆ เมื่อ Herzog (1944) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน โดยที่ในขณะที่เดียวกันนั้น การศึกษาผลกระทบของสื่อ ผู้รับสารเริ่มสื่อเค้าให้เห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ ดังตัวอย่างที่ Lazarsfeld (1950) ได้ศึกษาพบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีอเมริกาเมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการทำให้ผู้ลงคะแนนมั่นใจในการเลือกแต่เดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การค้นพบครั้งนี้เป็นแนวทางในนักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแผน

ความคิดใหม่ซึ่งถือว่า ในการสื่อสารนั้น ผู้รับสารคือตัวจักรที่สำคัญในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก ได้รับการสนับสนุนเป็นจริง เป็นจิงจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

ต่อมา Katz and Others (1973) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลซึ่งเก็บจากผู้ ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล งานวิจัยนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่จะประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าที่จะเป็นการศึกษา เพื่อพิสูจน์สมมติฐานใด ๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยขั้นแรกที่มีลักษณะของการวิจัย การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ถือว่าเป็นต้นแบบของการวิจัยในแนวนี

Katz and Others ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) และ ความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่างมา รวมกันเข้าเป็นความต้องการในด้านต่าง ๆ องค์ประกอบทั้ง 3 นี้ ได้แก่

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น

1.1 ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น

1.2 ต้องการให้ลดน้อยลง

1.3 ต้องการให้ได้มา

2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคล

ต่อสิ่งภายนอก คือ

2.1 การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้

2.2 การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์

2.3 การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและ
สถานภาพ

2.4 การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่
ได้แก่

3.1 ตนเอง

3.2 ครอบครัว

3.3 เพื่อนฝูง

3.4 สังคม รัฐบาล

3.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม

3.6 โลก

3.7 สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างนี้ Katz and Others ได้สร้าง
ข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นเป็นจำนวน 35 ข้อความ
ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการของบุคคล ซึ่งสามารถใช้สื่อต่าง ๆ ตอบสนองให้ความ
พึงพอใจ (Gratifications) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำ
ได้ดังนี้คือ 1.1, 2.4, 3.2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อ
เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัวซึ่งจะเขียนเป็นภาษาธรรมดาที่เข้าใจง่ายขึ้น
คือความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวของตน และถ้า 1.2, 2.4, 3.1
คือความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเอง นั่นคือความต้องการที่จะหนีพ้น
(Escape) จากสภาวะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อเพื่อความบันเทิงจะสามารถ
ตอบสนองความต้องการนี้ได้

Katz and Others (1973) นำข้อความชี้ความต้องการของบุคคล จำนวน 35 ข้อความมาสร้างมาตราวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตราวัด 4 ระดับ คือ ความต้องการแต่ละแง่นี้ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก (4) ไม่สำคัญเลย

ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจผู้ให้สัมภาษณ์ชาวอิสราเอล ถูกวิเคราะห์โดยใช้ Guttman's SSA (Smallest Space Analysis) ซึ่งมีความคล้ายคลึงกันกับ Cluster Analysis และ Factor Analysis คือ เป็นความพยายามในการจัดกลุ่มให้ความต้องการที่ได้รับการให้รับคะแนน (1 - 4) ความสำคัญจากผู้ให้สัมภาษณ์คนเดียวกัน มีความใกล้เคียงกับความต้องการอื่น ๆ มากน้อยแค่ไหน เพื่อที่จะได้ข้อเท็จจริงว่าบุคคลแต่ละคนให้ความสำคัญต่อความต้องการ ประเภทใดคล้ายคลึงกันบ้าง แดกซ์และคณะ ค้นพบว่าความต้องการเกี่ยวกับตนเอง และความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ถูกจัดความสำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมภาษณ์ต่างกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า องค์ประกอบตัวที่สาม กลุ่มอ้างอิง (Referent) ซึ่งได้แก่ ตนเองและบุคคลอื่น และสิ่งอื่น ๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วย เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติของความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคล 2 ประเภท

นอกจากนี้ แดกซ์และคณะ ยังได้วัดระดับความพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือสร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท อันได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่าง มาตราวัดความพอใจเช่น "โทรทัศน์" สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกอย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอสมควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย และยังถามด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ตาม

ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

ผลของการวิจัยพบว่า ชาวอิสราเอลเห็นประโยชน์ของแหล่งสนองความพึงพอใจที่ไม่ใช่สื่อ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง แต่คนเหล่านี้ก็จะจัดอันดับว่าสื่อมีส่วนช่วยพอสมควรในการสนองความต้องการต่าง ๆ โดยเฉพาะบุคคลที่ค่อนข้างสันโดษที่ไม่ค่อยติดต่อกันอย่างใกล้ชิดกับบุคคลอื่น ๆ จะเห็นว่าสื่อมีประโยชน์สูงในการสนองความต้องการ ดังนั้นถึงแม้งานวิจัยนี้จะเป็นเพียงขั้นพื้นฐาน แต่ก็ก็เป็นแม่แบบของงานวิจัยการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของผู้รับสารในระยะต่อมา ซึ่งแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาตามทฤษฎีดังกล่าว โดยแคทซ์และคณะ (1974) สรุปได้ดังนี้

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจคือการศึกษาเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ
2. ความต้องการของบุคคล ซึ่งนำไปสู่
3. การคาดคะเนเกี่ยวกับ
4. สื่อและแหล่งที่มาของสาร
5. ความแตกต่างกันในการใช้สื่อ และพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละ

บุคคล

6. ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อ
7. ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมีอาจคาดหมายมาก่อน

แบบจำลองที่ Katz and Others (1974) สร้างขึ้น อธิบายได้

ดังนี้ คือสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไปและความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้

สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป ขึ้นสุดท้าย คือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันออกไปด้วย

สรุปแบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจได้ดังนี้

ภาพที่ 1

แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ



ดังนั้น ทฤษฎีหรือแบบจำลองนี้จึงเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่า มีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการสนองความพึงพอใจของมนุษย์ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2528 : 32-35)

ต่อมาภายหลัง Kippax และ Murray (1980 : 335-359) ได้นำความคิดของ Katz ไปศึกษา นอกจากจะเน้นเรื่องของการใช้สื่อ และความพึงพอใจแล้ว Kippax ยังได้เพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ด้วยจุดประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อผลจากการศึกษาได้กล่าวถึง

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอายุปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อ เพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะเลือกใช้เพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะเลือกใช้ เพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเองเป็นต้น
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะเลือกใช้สูงเป็นอันดับ 1 เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เขาสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยุ และภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้
4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อมวลชน

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (Demographic Variables) ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status) ภูมิลาเนา ศาสนา ฯลฯ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534 : 64-65)

เพศและการเปิดรับสื่อมวลชน

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารตามแนวคิดนี้ นักวิจัยยังให้ความสนใจกับความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสารระหว่างเพศหญิงและเพศชายด้วย แม้จะไม่พบความแตกต่างเด่นชัดมากเท่าอายุและการศึกษา แต่ก็มีความแตกต่างกันบ้าง ระหว่างเพศหญิงและเพศชายในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน กล่าวคือเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละครมากที่สุด ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์ เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา (Greenberg และ Kumata, 1968 อ้างใน ชุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534 : 69)

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Murphy (1977) ที่ได้ทำการศึกษาผู้รับสารชาวอเมริกันในช่วงปี 1973 พบว่า เพศหญิงมักมีเวลาอยู่บ้านมากกว่า และในขณะที่อยู่บ้านก็มักมีกิจกรรมที่ต้องทำอยู่ตลอดเวลา เช่น ทำงานบ้านหรือดูแลเด็ก สื่อที่สามารถจะทำควบคู่กันไปกับกิจกรรมเหล่านี้ได้คือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเมื่อเปิดเครื่องรับแล้วก็ไม่จำเป็นต้องใส่ใจหรือทำอะไรอีก

ชุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวไว้ว่าในกรณีที่เป็นตัวแปรเพศนั้น ความแตกต่างที่พบคือ เพศหญิงชมโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย เนื่องจากโอกาสในการเปิดรับชมสื่อมวลชนของผู้รับสารต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมักเป็นแม่บ้านมากกว่าทำงานนอกบ้าน (ข้อมูลได้จากเมืองเล็กในสังคมอเมริกัน ปี 1950-60) จึงทำให้โอกาสที่จะได้เปิดโทรทัศน์มีมากกว่าโดยเฉพาะรายการโทรทัศน์ช่วงกลางวัน ซึ่งมีตลอดเวลา นอกจากนั้นโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่ใช้ความพยายามน้อย ผู้หญิงสามารถเปิดรับชมโทรทัศน์ไปในขณะที่ทำงานบ้านหรือเลี้ยงลูก ส่วนผู้ชายนั้น ส่วนใหญ่ทำงานนอกบ้าน โอกาสจะได้ชมโทรทัศน์จึงมีน้อยกว่า ในด้านเนื้อหาของรายการโทรทัศน์พบว่าผู้หญิงนิยมดูรายการละคร

เนื่องจากช่วงเวลาในการดูโทรทัศน์ เพศหญิงมักดูโทรทัศน์ตอนกลางวันเพื่อใช้เป็นเพื่อนในขณะที่ทำงานบ้านได้ด้วย ดังตาราง

ตารางแสดงร้อยละของผู้ชมโทรทัศน์ในสหรัฐอเมริกา จำแนกตามเพศ (อ้างใน Wilbur Schramm และ William E. Porter 1982 : 143)

	ชาย (%)	หญิง (%)
จันทร์-ศุกร์		
10.00-13.00 น.	8	26
13.00-17.00 น.	15	25
ช่วงเวลากลางคืน		
13.30-23.00 น.	47	54

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโมษิต (2529) ได้ศึกษาเรื่อง "บทบาทของนิตยสารผู้หญิงในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาสตรี" โดยได้ศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา นิตยสารผู้หญิง 6 ฉบับได้แก่ กุลสตรี ชวีญเรือน ลลนา แพรวและเปรี้ยว ในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม 2528 ถึงปริมาณการเสนอเนื้อหาความรู้ด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งสำรวจความต้องการของผู้อ่านและนโยบายของผู้จัดทำเพื่อเปรียบเทียบ กับเนื้อหาที่นิตยสารเสนอแก่สังคม และแผนพัฒนาสตรีเพื่อที่จะได้ทราบบทบาท นิตยสารผู้หญิงที่มีต่อการพัฒนาสตรี ผลการศึกษาพบว่าปริมาณเนื้อหาความรู้ที่ นิตยสารผู้หญิงเสนอแก่ผู้อ่านมากที่สุด ทั้งเนื้อหาและภาพประกอบ คือ เรื่องการ

เข้าใจ และรู้จักวิถีชีวิตของเพื่อนมนุษย์ ได้แก่ คอลัมน์นวนิยาย สัมภาษณ์บุคคล
 อันดับสองด้านเนื้อเรื่อง คือ การรับรู้ เข้าใจวัฒนธรรม ประเพณีของสังคมรอบ
 ด้าน ได้แก่ คอลัมน์สารคดี เกร็ดความรู้ ข่าวสารต่าง ๆ และด้านภาพประกอบ
 คือ คหกรรมศาสตร์ อันดับสามด้านเนื้อเรื่อง คือ การรู้แนวทางในการแก้ปัญหา
 ได้แก่ คอลัมน์ปัญหาชีวิต กฎหมาย ฯลฯ และภาพประกอบ ได้แก่ วิจิตรศิลป์

ในด้านความต้องการของผู้่านิตยสารทั้ง 6 ฉบับ พบว่า ผู้่าน
 ต้องการเนื้อหาอย่างน้อยตามลำดับ คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักวิถีชีวิตของเพื่อน
 มนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์และการรับรู้เข้าใจวัฒนธรรม ประเพณีสังคมและเมื่อ
 นำเอาความต้องการของผู้่านมาเปรียบเทียบกับหาความสัมพันธ์กับเนื้อหาที่ปรากฏ
 ในนิตยสารแล้ว พบว่า ชวัญ เรือน แพรว ลลนา กุลสตรี และดิฉัน มีความ
 สอดคล้องกันอย่างน้อยตามลำดับ

สำหรับบทบาทของนิตยสารผู้หญิง ในการให้ความรู้ที่มีต่อการพัฒนา
 สตรีนั้นพบว่า นิตยสารผู้หญิงมีบทบาทในการเสนอเนื้อหาด้านคุณลักษณะส่วนตัว
 ของผู้หญิงมากพอ ๆ กับการมีส่วนร่วมในสังคม ในขณะที่เนื้อหาด้านชีวิตและ
 ครอบครัวมีบทบาทในการให้ความรู้ค่อนข้างน้อย ส่วนนโยบายของผู้จัดทำ
 นิตยสารในการเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับเนื้อหาที่ปรากฏอยู่

เสรี วงษ์มณฑา (2531) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง
 ทัศนคติและพฤติกรรมต่อความรุนแรงของเยาวชนกับพฤติกรรมการดูโทรทัศน์
 กลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนชั้นมัธยมปีที่ 1-3 จำนวน 895 คน โดยใช้แบบสอบถาม
 เป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์ที่เยาวชนไทยนิยม
 ชื่นชอบมากที่สุดคือตลกขบขัน ละครหรือภาพยนตร์ไทยและจีน ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา
 เยาวชนไทยนิยมดูละครหรือภาพยนตร์ไทยประเภทชีวิตและคุณธรรม บุคลิก
 ของตัวละครชายหญิงในละครหรือภาพยนตร์โทรทัศน์ที่ชื่นชอบมากที่สุดคือชายหญิง

ที่มีความซื่อสัตย์ต่อความรัก(มีรักเดียว) บุคลิกของตัวพระเอกนางเอกที่เขาวช
ไทยต้องการส่วมบทบาทมากที่สุดคือ พระเอกที่ฉลาดและนางเอกที่มีเสน่ห์ เมื่อดู
ละครหรือภาพยนตร์โทรทัศน์แล้ว เขาวชไทยจะนำเรื่องราวเนื้อหาที่ดูมาคุยกับ
เพื่อน ๆ มากที่สุด

ไศลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจาก
ละครโทรทัศน์จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ติดตามดู
ละครโทรทัศน์หลังข่าวภาค 20.00 น. เป็นเวลาอย่างต่ำ 5 ปีขึ้นไป จำนวน
30 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจมากที่จะดูละครโทรทัศน์ มีการวิพากษ์
วิจารณ์บทบาทการแสดงของตัวละครหรือเนื้อเรื่องในขณะที่ดู และได้นำละครไป
ใช้รรถประโยชน์ทางสังคมโดยนำไปเป็นประเด็นสนทนา และเป็นสื่อกลางใน
การเข้าร่วมกลุ่ม ความพึงพอใจหลักที่ได้รับจากละครโทรทัศน์คือ ความสนุก
สนานเพลิดเพลินจากเนื้อเรื่อง ดารา จาก และเครื่องแต่งกาย การผ่อนคลาย
หรือหลีกเลี่ยงจากความเครียดในปัญหาชีวิตประจำวัน การสำรวจความเป็นจริง
และการได้รับคำแนะนำ

Palmgreen and Rayburn (1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อ
เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาด
หวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกี ด้วยการ
เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน
โดยวัดค่าความคาดหวังจากการชมโทรทัศน์ว่า รายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลาย
ความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อสัมพันธ์
การช่วยให้ลืมปัญหาต่าง ๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อความเป็นเพื่อนแก้เหงา
และเพื่อความบันเทิงพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตก
ต่างกันสูง มีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง-ความพึงพอใจต่ำ
หรือความคาดหวังต่ำ-ความพึงพอใจสูง

Ronald J. Compesi (1980) ศึกษาถึง ผู้ชมรายการโทรทัศน์ ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับจากผู้ชมทั้งหมด 52 รายการ เพื่อจัดรวมเป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ และตีความหาความสำคัญของแต่ละกลุ่ม รวมทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ หาค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มปัจจัย บนฐานของค่าเฉลี่ยของปัจจัยทั้งหมด ได้ผลคือ กลุ่มปัจจัยที่จัดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่มใหญ่ คือ ผู้ชมที่ชมเพื่อ 1. ได้รับความบันเทิง 2. ชมเพราะเป็นนิสัย เป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน 3. ดูเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่จะดู 4. ดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคม ในการติดต่อกับคนอื่น รวมทั้งการคุยกับเพื่อนและการนำไปพูดคุยกับเพื่อนด้วย 5. ดูเพื่อเป็นการพักผ่อน หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหา เพื่อลดความตึงเครียด 6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะเบื่อหรือไม่มีอะไรทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น 7. ดูเพื่อสำรวจความเป็นจริงหรือเพื่อหาคำแนะนำเพื่อช่วยแก้ปัญหาในชีวิตของผู้ดู หรือใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคล ช่วยให้ผู้ดูเข้าใจชีวิตของตนเองและชีวิตคนอื่น ๆ หรือใช้สะท้อนความเป็นจริงทางสังคม กลุ่มของความพึงพอใจต่าง ๆ เหล่านี้ จะช่วยเป็นตัวอย่างที่ดีให้เห็นว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการชุดนั้นชมรายการเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

Toshiko Miyazaki (1981) ศึกษาแม่บ้านและรายการละครโทรทัศน์ตอนกลางวัน โดยใช้การใช้สารและความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สารเป็นกรอบในการศึกษา งานวิจัยนี้ ต้องการทราบถึงภาวะทางสังคม และทางจิตใจของแม่บ้านชาวญี่ปุ่นที่มีผลต่อการชมละครโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยนำแบบการศึกษาของ Rosengreen and Windahl (1972) มาใช้ทดสอบแม่บ้านที่อยู่ในกรุงโตเกียว จำนวน 183 คน โดยวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ระหว่างการเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับตัวแปรหลักทั้งหมด 23 ตัวแปรด้วยกัน ผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบทางจิตวิทยา เช่น ความไม่สมหวังต่อความสัมพันธ์ในครอบครัว และตัวแปรที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการดูละครโทรทัศน์

มากกว่าตัวแปรด้านสังคมโครงสร้างอันได้แก่ ศักยภาพการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น แต่ก็พบว่าศักยภาพในการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นนั้นแสดงให้เห็นถึง ความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทั่ว ๆ ไป

Austin S. Babrow (1989) วิเคราะห์พฤติกรรมนักเรียนที่ติดตามดูละครโทรทัศน์โดยอิงทฤษฎีความคาดหวังทัศนคติ (Expectancy-Value) เนื่องจากละครโทรทัศน์เป็นรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดในช่วงเวลาออกอากาศตอนกลางวัน และนักเรียนดูจะเป็นกลุ่มผู้ชมที่สำคัญของละครโทรทัศน์นี้ เหตุผลที่อธิบายว่าทำไมนักเรียนจึงนิยมดูละครโทรทัศน์นั้นยังไม่ได้รับการวิเคราะห์อย่างชัดเจน ผลการวิเคราะห์พบว่า ความต้องการเรียนรู้ และการนำเอาละครโทรทัศน์มาตอบสนองความเพ้อฝันนั้น เป็นทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ของนักเรียนน้อยมาก ในขณะที่ความสนุกสนานบันเทิงที่ผู้ชมมีส่วนร่วม และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เป็นความคาดหวังที่มีอิทธิพลต่อระดับการเปิดชมละครโทรทัศน์ของนักเรียน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยในเรื่องการรับรู้และปัจจัยด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective and Cognitive Factor) เป็นตัวการที่แทรกแซงผลของทัศนคติ 2 ประการที่ผู้วิจัยคาดหวังไว้ ผลพลอยได้จาก การวิเคราะห์ตามทฤษฎีความคาดหวัง ทัศนคติ พบว่า แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-Concept) เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่กำหนดระดับการชมละครโทรทัศน์ของนักเรียน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย