

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” มีทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาได้ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน
3. แนวคิดและทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร
5. แนวคิดเรื่ององค์ประกอบด้านประเภทและเนื้อหาของรายการแข่งขันชิงรางวัล

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสื่อ

ข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวันของมนุษย์ซึ่งเหตุผลก็คือ มนุษย์เป็นสัตว์สังคม จึงต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ข่าวสารนี้จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะกำหนดการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะเมื่อยามมนุษย์เกิดปัญหาและเกิดความไม่แน่ใจในสิ่งใด ข่าวสารจะมีความสำคัญยิ่งต่อมนุษย์เพิ่มมากขึ้น (วุฒิชัย จ้านงค์, 2523:3)

แอตคิน (Atkin, 1973 อ้างถึงในปีทมาวดี หล่อวิจิตร)กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยังมีภูมิตากกว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันทต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย)

เซอร์รี่ (Cherry, 1978) ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร กันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

Lerner ได้ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชน ในประเทศตะวันออกกลาง ใน ปีค.ศ.1958 พบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชน จนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้การพัฒนาด้านความรู้ หนังสือและระดับการเรียนรู้ที่สูงขึ้น จะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนอง เดียวกัน เมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะ ขยายขอบข่ายของสื่อมวลชน และการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เอง จะช่วยยกระดับการเรียนรู้หนังสือ มากขึ้นอีกด้วย

Roger and Svenning (1969) ศึกษาและขยายแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน ให้กว้างขวางออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่า “สื่อมวลชนนั้น คลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความ หมายถึงของเขทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่าน หนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ”

สรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อ ในการเปิดรับอีกด้วย

Becker ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อ โดยจำแนกได้ดังนี้คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อ ต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่น ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป
2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการ ทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำ มา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเอง จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ
3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

เหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข่าวสารอย่างไรจากสื่อใดนั้น นักวิชาการ หลายท่านมีความเห็นสอดคล้องตรงกันคือ

Riley and Flowerman (1951) มีความเห็นว่า แรงจูงใจที่ต้องการเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ก็เพื่อสนองความต้องการของตน Merton, Wright and Waples มีความเห็นตรงกันว่าผู้รับข่าวสารจะเลือกรับข่าวสารจากสื่อ นั้น ย่อมเป็นไปตามบทบาทและสถานภาพในสังคมของผู้รับสารและเหตุผลในการรับข่าวสาร

ในการที่ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน จึงมีความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสารแตกต่างกัน ดังที่ Defleur (1966) ได้เสนอพื้นฐานความแตกต่างกันไว้ 4 ประการ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสถานภาพทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันจึงมีผลให้เลือกรับสารแตกต่างกัน
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกัน ก็จะได้รับ การเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไปด้วย
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน

Schramm (1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ในการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่งที่แตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม จะทำให้ผู้รับสารมีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาของข่าวสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล นั่นคือ ประสาทสัมผัสทุกอย่างสามารถทำงานและรับรู้ได้ตามปกติ
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการเปิดรับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจจะเป็นอุปสรรคของความเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้

8. ทักษะคิด จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่พบ

ในการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ นั้น ผู้รับสารย่อมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคิด ความรู้สึกนึกคิด ของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งในการรับรู้ของมนุษย์เรานั้น ประกอบด้วย

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure of Selective Attention)

หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยบุคคลจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนความคิดเดิมที่มีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือความคิดเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance) ฉะนั้น การที่จะละหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสาร หรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation)

หมายถึง เมื่อบุคคลรับข่าวสารที่สนใจแล้ว จะตีความตามความเข้าใจ ทักษะคิด ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงงูใจ ตามสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนเองในขณะนั้น ซึ่งในบางครั้งคนเราอาจจะบิดเบือนสารเพื่อให้สอดคล้องกับความเชื่อและทัศนคติของตนเองอีกด้วย

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ

กับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยกับความคิดของตน ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของคนเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

Dominick (1990) ได้กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารมีสิทธิที่จะเลือกเปิดรับสื่อมวลชนตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งเหตุผลในการเลือกเปิดรับของผู้รับสารแต่ละคนนั้น ก็มีแตกต่างกันไป ซึ่งสามารถที่จำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อความรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งในสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักต่าง ๆ คือ

- ข่าวสาร ไม่ว่าจะเป็นภายในหรือภายนอกสังคม
- ความรู้ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ทางด้านวิชาการ หรือความรู้รอบตัว
- ความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความน่าเบื่อหน่ายในชีวิตประจำวัน
- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร้าในชีวิตประจำวันให้น้อยลง

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจเป็นการแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ซึ่งผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อคำนิยมใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นนี้ คนเรายังกลับยังมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดได้ถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรืออย่างน้อยก็

อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร เช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพมหานครเป็นต้น ที่ประชากรส่วนใหญ่ต้องอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์เป็นเพื่อนมากกว่าการคบกันกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผละจากสังคม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงกันข้ามกับเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อ นั้น ก็เป็นการหลีกเลี่ยงงานประจำที่สร้างความสำเร็จ นำมาซึ่งความเครียด จึงทำให้คนรีบเร่งในการทำงาน และเพื่อจะเข้าหาสื่อเพื่อความบันเทิงใจ เช่น การเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการคือ สิริชัย สิริภายะและ กาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ศึกษาความต้องการจากสื่อมวลชนของผู้รับสารไว้ดังต่อไปนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบัน ที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และโลกของเรา
- 1.2 เพื่อเป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และการตัดสินใจ
- 1.3 สนองความอยากรู้ อยากเห็น และสนองความสนใจ
- 1.4 ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
- 1.5 สร้างความรู้สึกที่มั่นคงโดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- 2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- 2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชนไทย)
- 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

3. ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกลึกซึ้งในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.4 ใช้แทนเพื่อน
- 3.5 ช่วยในการดำเนินบทบาททางสังคม
- 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

- 4.1 การหลีกเลี่ยงหรือ หลีกเลียจจากปัญหาต่าง ๆ
- 4.2 การผ่อนคลาย
- 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 ปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

ผู้รับข่าวสารแต่ละคน ต่างก็มีพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนเอง ซึ่งแตกต่างกันไป เมอร์ริลล์ และ โลเวนสแตน์ (Merrill and Lowenstein, 1971) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่า เกิดจากพื้นฐาน 4 ประการคือ (ซวรัตน์ เชิดชัย, 2527)

1. ความเหงา

เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และบางทีบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น

มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อน ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองออกไป

3. ประโยชน์ให้สอยของตนเอง

มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี ให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

4. ลักษณะเฉพาะ

ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

จากแนวความคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อนี้ จะเห็นได้ว่ามนุษย์เรานั้นมีความจำเป็นที่ต้องติดต่อสื่อสารซึ่งกันและกัน และจะเปิดรับสารก็ต่อเมื่อต้องการข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจและเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ การได้พักผ่อน การใช้ภาษาต่าง ๆ รวมทั้งต้องการประโยชน์สำหรับตนเองด้วย ซึ่งหากมองจากงานวิจัย จะพบว่าทฤษฎีนี้จะเป็นตัวทดสอบให้เราทราบว่านักศึกษามักจะเปิดรับสื่อคือ “รายการเกมโชว์” เพื่อต้องการความรู้ที่สอดแทรกในรายการ และความบันเทิงสนุกสนาน ในลักษณะต่าง ๆ กันตามแต่ความต้องการของตัวเองในขณะนั้น

✓ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชน

ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชนไว้หลายท่าน เช่น

ชาร์ลส์ อาร์ ไรท์ (Charles R. Wright) กล่าวว่า “การสื่อสารมวลชนคือการสื่อสารที่มุ่งไปสู่ผู้รับสารจำนวนมาก ซึ่งมีความแตกต่างกัน และไม่เป็นที่รู้จักของผู้ส่งสาร สารถูกส่งไปยังประชาชนทั่วไปเพื่อให้ถึงประชาชนผู้รับสารได้รวดเร็วในเวลาเดียวกัน และสารนั้นมีลักษณะที่ไม่ยั่งยืน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ ผู้ส่งสารมักจะเป็นหรือดำเนินภายใต้องค์การที่สลับซับซ้อนซึ่งมีค่าใช้จ่ายมหาศาล”

วอเรน เค อจี้ (Warren K. Agee) และคณะ กล่าวว่า “การสื่อสารมวลชนคือกระบวนการของการส่งข่าวสาร (Information) ความคิด (Idea) และทัศนคติ (Attitude) ไปสู่ผู้รับสารจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันโดยการใช้สื่อที่ถูกพัฒนาเพื่อการนี้”

มอริส จาโนวิทซ์ (Morris Janowitz) กล่าวว่า “การสื่อสารมวลชนประกอบด้วยสถาบันและเทคนิคซึ่งกลุ่มคนที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี (หนังสือพิมพ์ วิทยุ ภาพยนตร์ โทรทัศน์ ฯลฯ) ส่งเนื้อหาที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbolic content) ไปสู่ผู้รับสารที่มีขนาดใหญ่ มีความแตกต่างกัน และอยู่กันอย่างกระจัดกระจาย”

จากคำนิยามทั้งหลายจึงสามารถสรุปได้ว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) เป็นกระบวนการของการสื่อสาร ไปยังคนจำนวนมากในเวลาเดียวกันหรือในเวลาใกล้เคียงกัน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อ (ปรมา สตะเวทิน, 2539 : 6-7)

เดนิส แมคควอล (Denis McQuail) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อสารมวลชนตามความคิดของสังคม (The perspective of social) ว่าสื่อมวลชนนั้นมีหน้าที่ต่อสังคมสังคมในด้านต่าง ๆ คือ

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร
2. หน้าที่ในการประสานกิจกรรมต่าง ๆ และความสอดคล้องต่าง ๆ ในสังคม
3. หน้าที่ในการสร้างความต่อเนื่อง และดำรงรักษาไว้ซึ่งค่านิยมร่วมของสังคม
4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง เพื่อความพักผ่อนหย่อนใจ และลดความตึงเครียดของสังคม
5. หน้าที่ในการระดมความร่วมมือเพื่อให้สังคมได้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

อิทธิพลของสื่อมวลชน

Wilbur Schramm, Jack Lyle and Edwin B. Parker ได้กล่าวไว้ในหนังสือ Television in the Lives of Our Children ถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนว่ามีอิทธิพลอย่างไร (ปรมา สตะเวทิน, 2539:181) ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง หากแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่าง ๆ ที่สะกิดกันอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านั้นคิดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกริเริ่มกคิดของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อถือสื่อมวลชนใด

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ ทัศนคติ ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอหรือเมื่อมีโอกาสที่เหมาะสม

อย่างไรก็ตาม นักวิจัยทางสังคมศาสตร์ก็ยังคงมองหาหลักฐานที่แน่ชัดต่อไปว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลอย่างจริงจังหรือ ดังที่เอเวอเรท เดนนิส (Everette Dennis) ได้สรุปว่า “สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลเหมือนยักษ์ที่มีพลังมหาศาลดังที่เคยคิดกันมาในอดีต แต่สื่อมวลชนก็ไม่ได้มีอิทธิพลเพียงผิวเผิน สิ่งที่จะต้องกระทำก็คือ จะต้องสำรวจและประเมินอิทธิพลของสื่อมวลชนต่อไป”

จากแนวความคิดนี้ จะกล่าวถึงหน้าที่ที่สำคัญของสื่อมวลชนก็คือ การให้ข่าวสารต่าง ๆ ทั้งความรู้ และความบันเทิง เพื่อเป็นการให้ประสบการณ์ให้กับคนในสังคม และความสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ สื่อมวลชนก็ยังสามารถที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างของคนในสังคมได้ งานวิจัยเกี่ยวกับ “รายการเกมโชว์” นี้ จะเป็นการแสดงให้เห็นหน้าที่หนึ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอ คือทั้งในแง่ความรู้ และความบันเทิง เพราะเนื้อหาในรายการเกมโชว์ต่างก็มีความหลากหลาย ให้คนในสังคมได้เลือกสรร

แนวคิด และทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

(The Uses and Gratifications Theory)

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารนี้ เป็นการศึกษาว่าผู้รับสารจะทำอะไรกับสื่อมวลชน (Functional Approach) ที่ก่อให้เกิดสมมติฐานทางการ

สื่อสารมวลชนในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications) การศึกษาแนวนี้จึงเน้นที่ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร สารอะไรที่ได้รับจากสื่อมวลชนสารที่ได้เหล่านี้ จะไปตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร หรือสารอะไรจึงจะตอบสนองความต้องการของตนได้ การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้จะเน้นที่ผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญ (Audience Analysis) และผู้รับสารก็จะเป็นตัวจักรที่สำคัญที่จะตัดสินใจในการเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเนื้อหาของสารที่ตอบสนองความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคลและให้ความพอใจแก่ผู้รับสารในการสื่อและสารนั้น ซึ่งผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น

จากความเห็นนี้มีนักวิชาการที่เห็นด้วยกับความคิดคือ เดวิสสัน (Davison) ซึ่งให้ความคิดว่าคนเราทุก ๆ คน มีความเกี่ยวพันอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อม รอบ ๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อหรือเลือกรับข่าวสารเพื่อสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการของสังคม (อ้างถึงใน พัชนี เชมจรรรยา และ คณะ, 2530)

บุคคลแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกัน มีขบวนการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ต่างกัน จึงทำให้มีการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันไป

แคทซ์, บลูมเลอร์ และกรูวิทซ์ (Katz, Blumler and Gurevitch, 1974) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่าง ๆ โดยการใช้สื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคล ต้องตระหนักในปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจ ตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมน้อยมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจะมีหน้าที่ช่วยเสริม หรือทดแทนความต้องการที่หายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิกและการเสริมสร้างความเชื่อมั่นของสังคม

5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความคาดหวัง ความคล้ายคลึงกัน ดังนั้นการเปิดรับสื่อมวลชน จะเป็นตัวที่ทำหน้าที่คอยสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคมอีกด้วย

นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนได้แก่ แมคคอมส์ และ เบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองตอบความต้องการของคนโดยการเน้นเรื่องการดำรงชีพในสังคมทั่วไปว่า

1. มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการติดตามและสังเกตการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (decision) ในเรื่องที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันโดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของคนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว
3. มนุษย์ต้องการข้อมูลในการพูดคุยสนทนา (discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลนำไปใช้ในการพูดคุยสนทนากับผู้อื่นในชีวิตประจำวัน
4. มนุษย์ต้องการมีส่วนร่วม (participation) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน
5. มนุษย์ต้องการข่าวสารเพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. มนุษย์ต้องการความบันเทิง (entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อผ่อนคลายความเครียด (relaxing) (Mccombs and Becker : 1979)

นอกจากนี้ Katz, Blumler, Mcquail and Brown (1972) ได้สร้างชุดตัวแปรความพึงพอใจ ซึ่งจำแนกออกได้เป็น 4 กลุ่ม คือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversions) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด เป็นต้น

2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) การใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปไวพุดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกับครอบครัว

3. เอกลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น

4. การติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นการต้องการอยากทราบว่าเป็นไปในปัจจุบันของสังคมเป็นอย่างไร

แนวความคิดนี้เป็นการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการที่ผู้รับสารเลือกสรรสื่อที่จะนำมาเพื่อสนองความต้องการของตนเองตามความพึงพอใจที่ปรารถนา เพราะมนุษย์มีความจำเป็นต้องรู้เห็นเหตุการณ์ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ต้องการมีส่วนร่วม และต้องการความบันเทิงจากสื่อมวลชน จากงานวิจัยนี้ ทฤษฎีดังกล่าวจะมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของความพึงพอใจที่นักศึกษาต้องการได้รับจากรายการเกมโชว์ เช่น ความบันเทิง ความรู้ และเรื่องของรางวัล ซึ่งทั้ง 3 สิ่งที่กล่าวก็เป็นความพึงพอใจที่นักศึกษาต้องการและแสวงหา ดังนั้นรายการเกมโชว์ก็สามารถที่จะสนองความต้องการ ณ จุดนี้ให้กับนักศึกษาได้

แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้รับสาร

✓ ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา และสถานะทางเศรษฐกิจและสังคม

1. อายุ อายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรมบุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (Myer Myer, 1982 : 5)

ประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะเลือกใช้เพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะเลือกใช้เพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง

✓ 2. เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, Goldhabors and Yates, 1980 :114)

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า พฤติกรรมชมภาพยนตร์โทรทัศน์ของเด็กวัยรุ่นพบว่า วัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรม ในขณะที่วัยรุ่นหญิงนิยมภาพยนตร์ทางด้านวิทยาศาสตร์

3. การศึกษา เป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน, ยุคสมัยที่ต่างกัน, ระบบการศึกษาแตกต่างกัน, สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วย คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เนื่องจากคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลาย ๆ เรื่อง และสามารถเข้าใจสารได้ดี (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 116) จึงเป็นผลให้คนที่มีการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาค่ำ

✓ 4. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง อาชีพ (Occupation) รายได้ (Income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (Race and Ethnic group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (Family background) ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน มีความคิด ค่านิยม และความสนใจที่แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2533 : 115)

ดังนั้น แนวความคิดนี้จะแสดงให้เห็นว่า นักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันจะเป็นตัวกำหนดให้มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการเกมโชว์ และความพึงพอใจจากรายการเกมโชว์ที่ต่างกันด้วย ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตาม ลักษณะทางกายภาพ การศึกษาและสภาพสังคมขณะนั้น

แนวคิดเรื่ององค์ประกอบด้านประเภท และเนื้อหาของรายการแข่งขันชิงรางวัล

รายการแข่งขันชิงรางวัลหรือที่เราเรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่ารายการเกมโชว์โดยทั่วไปนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ ดังต่อไปนี้คือ

1. รายการเกม (Game)

รายการเกม หรือ เกมโชว์ ที่จัดในประเทศไทยเราใช้ทับศัพท์ภาษาอังกฤษคือ Game Show ถ้าดูความหมายจากพจนานุกรมของเว็บสเตอร์ (Webster, 1986) รายการเกมโชว์จะมีความหมายถึง “รายการที่มีกิจกรรม หรือกระบวนการ หรือกลยุทธ์ ที่กลุ่มคนใช้ทักษะทางร่างกาย หรือความสามารถทางสติปัญญา เพื่อแสดงความสามารถให้ปรากฏออกมา ซึ่งเป็นการแข่งขันกันระหว่าง 2 ฝ่ายขึ้นไป ภายใต้กฎ หรือกติกาตามที่ตกลงกันไว้”

พจนานุกรมของ The World Book Dictionary (1978) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “เกม” ไว้ดังต่อไปนี้

“A contest with certain rules, which one side or person tries to win”

ดังนั้นรายการเกม หรือ เกมโชว์ จึงเป็นการแข่งขันระหว่างกลุ่มคน หรือบุคคลที่ใช้ทักษะทางร่างกาย สติปัญญา ความว่องไว ปฏิภาณ ไหวพริบ ความรู้รอบตัวตลอดจนการเสี่ยงโชคต่าง ๆ สำหรับรายการเกมโชว์ในบ้านเรานั้น มักจะนำแนวคิด หรือต้นแบบรายการมาจากรายการเกมโชว์จากต่างประเทศ ซึ่งประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่ได้ชื่อว่าเป็นต้นแบบหลักของรายการเกมโชว์ในบ้านเรา ซึ่งรายการเกมโชว์ของสหรัฐอเมริกา สามารถแบ่งกลุ่ม เกมการแข่งขันได้ 4 ประเภทคือ (Stasheff Edward, 1975 : อ้างใน อรนุช สุกประเสริฐ, 2538)

1. Panel of Experts เป็นเกมการแข่งขันเช่น การทายภาพปริศนา ซึ่งผู้ทายปริศนาหรือผู้เข้าแข่งขันนั้นมักจะเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านอาชีพสาขาวิชาชีพต่าง ๆ อาทิเช่น นักธุรกิจ นักหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ตัวอย่างของรายการเกมโชว์ประเภทนี้ได้แก่ “I’ve Got a Secret”, “To tell The Truth”

2. Audience - Contestants เป็นรายการเกมโชว์ที่ผู้เข้าแข่งขันนั้นเป็นผู้ตอบ ที่มาจากทางบ้านโดยผู้แข่งขันอาจเขียนจดหมายสมัครเข้ามาแข่งขันซึ่งผู้ที่สมัครเหล่านี้จะถูกคัดเลือกเพื่อให้ได้บุคคลที่กล้าและแสดงออกรวมทั้งมีความเชื่อมั่นในตัวเอง ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และมีความสามารถทางด้านกรพูด ผู้แข่งขันจะได้เข้าร่วมเล่นเกมต่าง ๆ อาทิเช่น การทายราคาสินค้า

การทายปริศนาต่างๆ การเลือกแผ่นป้าย เป็นต้น สำหรับรายการประเภท Audience Contestants ได้แก่ รายการ “Play Your Hunch “, “The Price is Right” เป็นต้น

3. Audience - Participation เป็นเกมโชว์ที่พิธีกรของรายการได้คัดเลือก และติดต่อผู้ชมทางบ้านไว้ล่วงหน้า เพื่อให้มาออกรายการในฐานะที่เป็นบุคคลที่ทำความดี เสียสละ และช่วยเหลือผู้อื่น พิธีกรจะมอบของรางวัลเพื่อเป็นการตอบแทนคุณงามความดีของบุคคลนั้นด้วยตัวอย่างของรายการประเภทนี้ได้แก่ “รายการ Queen for a Day”

4. Quiz รายการเกมโชว์ประเภทนี้ ผู้แข่งขันจะต้องตอบคำถามเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อค้นหาผู้ชนะ และได้รับรางวัลไปในที่สุด เกมโชว์ประเภทนี้ไม่ค่อยประสบความสำเร็จเท่าที่ควรโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงปี 1950 - 1960 แต่ก็มีมีการปรับปรุงและผลิตรายการขึ้นใหม่ภายหลัง

นอกเหนือจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เป็นต้นแบบแห่งเกมโชว์แล้ว ก็ยังมีประเทศอังกฤษ อีกประเทศหนึ่งที่เป็นต้นแบบแห่งการทำเกมโชว์เช่นกัน สำหรับเกมโชว์ในบ้านเรานั้นต่างก็มีรูปแบบการนำเสนอเกมการแข่งขันที่ไม่มีลักษณะตายตัว เพราะแต่ละรายการจะพยายามที่จะสร้างกลยุทธ์ในการนำเสนอสิ่งที่แปลกใหม่ เพื่อครองความนิยมจากผู้รับสารและอีกอย่างหนึ่งก็คือเพื่อการแข่งขันกันในเรื่องของ การตลาด และธุรกิจ จึงทำให้เกมโชว์ในบ้านเราได้รับความนิยมมาโดยตลอด โดยเฉพาะในเดือนมกราคม 2539 เป็นต้นไป กระบวนการผลิตและการแข่งขันในเรื่องของเกมโชว์มีอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งตัวอย่างเกมโชว์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน คือ รายการเกมโชว์ รายการเวทีทอง รายการชิงร้อยชิงล้าน รายการฮิวโก้ รายการลุ้นข้ามโลก นอกจากนี้ ในปลายปี 2539 ยังมีเกมโชว์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นอีกหลายรายการ เช่น รายการแข่งขันก๊าก รายการไชเบอร์เกม หรือรายการที่เน้นการให้ความรู้แก่สตรีโดยเฉพาะคือ รายการเธอที่หนึ่ง

2. รายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz)

เป็นกิจกรรมที่มาจากรายการประเภท Quiz Program ซึ่งคำว่า Quiz นั้น หมายถึง “A short oral or written answer” คือการตอบคำถามสั้น ๆ ด้วยวาจา หรือการเขียน ส่วนรายการ Quiz Show นั้น ตามพจนานุกรมของ Webster (1986) ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

“ A radio or television program in which a group of people compete in answering question ”

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้เราสามารถสรุปได้ว่า รายการเกมโชว์ และการแข่งขันตอบปัญหานั้นมีความแตกต่างกันดังนี้

รายการเกมโชว์ (Game Show) เป็นรายการแข่งขันที่มีความหลากหลาย เพราะการแข่งขันในรายการเหล่านี้จะมีอยู่หลายวิธีเช่น การแข่งขันการทายปริศนาต่าง ๆ การแข่งขันเสี่ยงโชค การแข่งขันทักษะต่าง ๆ ทางด้านร่างกาย ความคิด และการแข่งขันตอบคำถามจากเนื้อหาจากภาพ เรื่องราว หรือสถานการณ์ที่กำหนดให้ ซึ่งผู้ตอบ หรือผู้แข่งขันจะต้องใช้ไหวพริบปฏิภาณ เขาวนปัญญา และการคาดเดาในการแข่งขัน ตลอดจนการใช้ในสิ่งนี้เป็นเครื่องตัดสินหาผู้แพ้ หรือผู้ชนะในรายการด้วย เช่น รายการชิงร้อยชิงล้าน รายการเพลงต่อเพลง เป็นต้น

รายการแข่งขันตอบปัญหา (Quiz Show) เป็นรายการที่ผู้แข่งขันจะต้องแข่งขันตอบปัญหาทางวิชาการ ความรู้ที่ปรากฏในตำราเรียน หรือความรู้รอบตัว ซึ่งผู้แข่งขันในรายการส่วนใหญ่จะเป็นเด็ก เยาวชน นักศึกษา ส่วนเครื่องมือในการตัดสินว่าใครคือผู้แพ้ หรือผู้ชนะก็คือการแข่งขันทางสติปัญญานั้นเอง เช่น รายการ 180 IQ รายการการบินไทย เป็นต้น

องค์ประกอบต่างๆ ของรายการเกมโชว์นั้นมีเกณฑ์ในการพิจารณาองค์ประกอบแต่ละรายการไว้ดังนี้ (อรนุช สุคประเสริฐ, 2538)

1. องค์ประกอบด้านวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการผลิตรายการ

เป็นองค์ประกอบด้านวัตถุประสงค์ของรายการที่ทางผู้ผลิตรายการได้มีการกำหนดไว้ล่วงหน้า และวัตถุประสงค์ของรายการนั้นมีเกณฑ์ในการพิจารณา ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 แบบคือ

- วัตถุประสงค์ที่เน้นสาระความรู้เป็นหลัก รายการเกมโชว์ประเภทนี้ผู้ผลิตรายการจะกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอสาระประโยชน์ ตลอดจนความรู้ให้กับผู้ชมและผู้แข่งขัน ซึ่งอาจมีความสนุกสนานสอดแทรกอยู่บ้างในการแข่งขัน แต่การแข่งขันและเนื้อหาของรายการจะมุ่งไปเพื่อการแข่งขันทางสติปัญญา การทดสอบความรู้และส่วนใหญ่อีกจะเป็นความรู้ทางวิชาการ

- วัตถุประสงค์ที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก รายการเกมโชว์ประเภทนี้ ส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสนุกสนานให้กับผู้ชมเป็นหลัก ดังนั้นเนื้อหาและรูปแบบของรายการจึงดำเนินไปโดยนำเสนอความบันเทิงในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายกันไป

- วัตถุประสงค์ที่เน้นทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิง รายการเกมโชว์รูปแบบนี้จะมีสัดส่วนของความบันเทิง และความรู้ควบคู่กันไป ซึ่งการนำเสนออาจจะเน้นไปทางใดทางหนึ่งเป็นพิเศษ กล่าวคือ รายการอาจจะให้ความสำคัญกับความบันเทิงมากกว่า โดยที่สัดส่วนของความรู้และสาระอาจอยู่ในอันดับรอง แต่ภาพรวมของรายการจะต้องเป็นรายการที่ให้ความบันเทิงและสาระประโยชน์และสัดส่วนใดจะมากกว่ากันนั้นขึ้นอยู่กับผู้ผลิตรายการเองที่จะเป็นผู้พิจารณาตามความเหมาะสม

2. องค์ประกอบด้านสัดส่วนการนำเสนอระหว่างสาระ ความรู้ และบันเทิง

เป็นการพิจารณาสัดส่วนการนำเสนอระหว่างสาระ ความรู้ และบันเทิงที่ทางรายการนำเสนอจริง ๆ ซึ่งอาจจะตรงหรือไม่ตรงตามวัตถุประสงค์เบื้องต้นที่ถูกกำหนดไว้ก่อนหน้านี้ก็ได้ สำหรับเกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบด้านนี้นั้น สามารถแบ่งได้ดังนี้

- รายการเกมโชว์ที่เน้น หรือนำเสนอสาระความรู้เป็นหลักซึ่งรูปแบบรายการที่นำเสนอจะเป็นไปในเรื่องของการให้ความรู้ซึ่งความรู้ที่นั้นอาจเป็นความรู้ทางวิชาการหรือความรู้รอบตัวก็ได้

- รายการเกมโชว์ที่เน้นหรือนำเสนอความบันเทิงเป็นหลัก จะมีรูปแบบที่ให้ความสนุกสนานทั้งในด้านการนำเสนอเรื่องของเกมการแข่งขัน ฉาก พิธีกร ผู้เล่น ซึ่งมีความหลากหลายและแตกต่างกันไปในแต่ละครั้ง

- รายการเกมโชว์ที่เน้นหรือมีสัดส่วนระหว่าง สาระ ความรู้ และความบันเทิงใกล้เคียงกัน

8. องค์ประกอบด้านลักษณะวิธีการเล่น การใช้ความสามารถในการแข่งขัน

ซึ่งสามารถแบ่งเกณฑ์ในการพิจารณาไว้ดังนี้

- รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การวิเคราะห์หาคำตอบด้วยการไต่ตรองการคำนวณ อย่างมีเหตุผล และหลักการในขณะที่เดียวกันผู้แข่งขันอาจจะต้องใช้พื้นฐานความรู้ทางวิชาการ ความรู้รอบตัวของตนเองมาประกอบในการแข่งขันด้วย

- รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การคาดเดา การทาย ตลอดจนการใช้ไหวพริบปัญญา และไหวพริบในการตอบคำถาม หรือทายปริศนาต่าง ๆ ซึ่งผู้แข่งขันอาจจะไม่จำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์ ไตร่ตรอง หรือคำนวณ อย่างมีเหตุผล และหลักการทางวิชาการแต่อย่างใดเลย

- รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้ทักษะทางร่างกาย ความสามารถเฉพาะตัว ความสามารถพิเศษในการแข่งขัน เช่นความว่องไว ความรวดเร็ว ความแม่นยำ เป็นต้น

- รายการเกมโชว์ที่ผู้แข่งขันจะต้องใช้การเสี่ยงโชครูปแบบต่าง ๆ ในการแข่งขัน ซึ่งรายการประเภทนี้ผู้เข้าแข่งขันอาจไม่ต้องใช้ความสามารถใด ๆ เลย ทั้งทางสติปัญญา หรือทางร่างกาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการตัดสินหาผู้แพ้ หรือผู้ชนะของรายการ ซึ่งรายการประเภทนี้จะใช้การตัดสินจากการเสี่ยงโชคเป็นหลัก เช่น การเปิดแผ่นป้ายคะแนน การกดปุ่มคะแนนหรือ จับฉลากคะแนน เป็นต้น

4. องค์ประกอบด้านจุดขาย หรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการ

ในการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านจุดขายหรือจุดดึงดูดความสนใจของรายการเกมโชว์นั้น ได้กำหนดเกณฑ์ไว้ดังต่อไปนี้

- รายการเกมโชว์ที่มีพิธีกรเป็นจุดดึงดูดความสนใจของรายการ ไม่ว่าจะเป็นพิธีกรชาย พิธีกรหญิง หรือผู้ช่วยพิธีกร ซึ่งส่วนมากจะเป็นบุคคลที่อยู่ในความสนใจ และเป็นที่ยืนชอบของผู้ชม

- รายการเกมโชว์ที่มีผู้ร่วมรายการ หรือผู้แข่งขันเป็นจุดดึงดูดความสนใจของรายการ ซึ่งผู้ร่วมรายการส่วนใหญ่ก็จะเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียง และมักจะเป็นบุคคลที่อยู่ในวงการบันเทิงที่เป็นที่ยืนชอบของผู้ชม เช่น ดารา นักแสดง นักร้อง ดาวตลก เป็นต้น

- รายการเกมโชว์ที่มีการแข่งขัน หรือการนำเสนอที่แปลก เร้าใจ มากกว่าเกมทั่วไป การแข่งขันมักจะฉีกแนวและต่างจากรายการอื่น และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมให้ติดตามชมได้ตลอด เช่น รายการเกมโชว์ที่ใช้เทปสารคดีแปลก ๆ ในการดำเนินการ หรือรายการเกมโชว์ที่มีการพูดคุยเป็นจุดขาย รวมทั้งการกำหนดการเล่นเกมที่แปลกไปจากที่รายการอื่นมี

- รายการเกมโชว์ที่ใช้เนื้อหาของรายการเป็นจุดขาย รายการประเภทนี้จะมีเนื้อหาข้อมูลต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น คำถามที่มีข้อมูลที่น่าสนใจ หรือเรื่องราวที่แปลก ๆ และน่าสนใจในวิดีโอ ซึ่งเรื่องราวพวกนี้จะน่าสนใจ และเป็นจุดขายที่สำคัญ

- รายการเกมโชว์ที่ใช้รางวัลที่มีมูลค่ามากๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจ ซึ่งอาจจะเป็นเงินเป็นทอง สิ่งของพวก รถยนต์ โทรทัศน์ หรือบางรายการแจกบ้าน ซึ่งนอกจากจะแจกให้แก่ผู้เข้าร่วมการแข่งขันแล้ว แต่ยังแจกให้แก่ผู้ชมจากที่บ้านที่ส่งไปรษณียบัตรมาเข้าร่วมรายการอีกด้วย

ในการพิจารณาเนื้อหาของรายการเกมโชว์นี้ เราสามารถแบ่งเนื้อหาของรายการออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้ คือ

1. เนื้อหาของรายการเกมโชว์ที่อาศัยความรู้ (Knowledge)

โดยทั่วไปแล้ว เนื้อหาของรายการประเภทที่ต้องอาศัยความรู้นี้ อาจจะเป็นเรื่องราวของข้อมูลที่แท้จริง สามารถอ้างอิงได้ในตำราเรียนต่าง ๆ อาทิเช่น หนังสืออ้างอิง พจนานุกรม และ Encyclopedias เป็นต้น หรืออาจจะเป็นความรู้ทั่วไปในชีวิตประจำวันก็ได้ สำหรับเนื้อหารายการเกมโชว์ที่ต้องอาศัยความรู้ (Knowledge) สามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อย ๆ ได้ดังนี้

1.1 เนื้อหาความรู้ทางวิชาการ (Academic knowledge) เนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับวิชาการ ความรู้ที่มีอยู่ในตำรา

1.2 เนื้อหาความรู้ทั่วไป (General knowledge) เนื้อหาส่วนใหญ่ของการแข่งขันในรายการจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความรู้รอบตัว ความรู้นอกเหนือจากหนังสือวิชาการ

2. เนื้อหาของรายการเกมโชว์ที่อาศัยความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ (Human Knowledge)

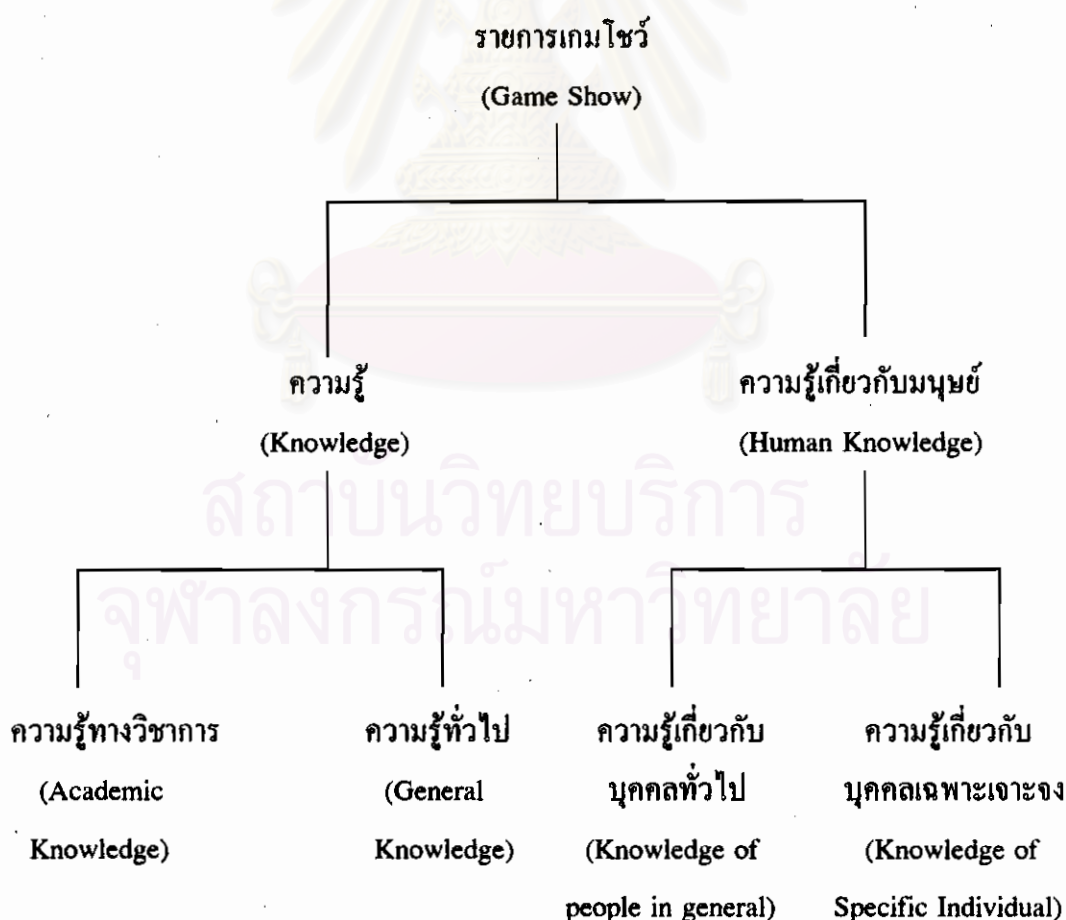
เนื้อหาของรายการเกมโชว์ประเภทนี้เป็นความรู้เกี่ยวกับมนุษย์ หรือ ความรู้ที่เกี่ยวกับสังคม ดังนั้นจึงไม่มีการตอบผิดตอบถูกอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้แข่งขันว่าจะสามารถเข้าใจคนได้มากน้อยแค่ไหน รายการนี้แบ่งย่อยเป็น 2 ประเภทคือ

2.1 เนื้อหาเกี่ยวกับคนทั่วไป (Knowledge of people in general)

2.2 เนื้อหาเกี่ยวกับบุคคลที่เฉพาะเจาะจง (Knowledge of specific individual)

นอกจากนั้น ยังมีรายการประเภท “The Dating Game” ที่แขกรับเชิญซึ่งเป็นบุคคลเดียว จะต้องเลือกผู้เข้าแข่งขันซึ่งเป็นเพศตรงกันข้าม และไม่เคยรู้จักหรือเห็นหน้ามาก่อน ด้วยการถามคำถามต่าง ๆ มากมาย และผู้เข้าแข่งขันต้องพยายามตอบให้ถูกใจแขกรับเชิญ ซึ่งผู้ชนะในการแข่งขันก็คือ คนที่แขกรับเชิญเป็นผู้เลือกนั่นเอง เช่น รายการเกมเทพผิวดิว หรือนัดบอด

สำหรับการแบ่งเนื้อหาของรายการเกมโชว์โดยใช้ตัวแปรคือ “ความรู้ (Knowledge) สามารถสร้างเป็นแผนภูมิเพื่อให้เกิดความชัดเจนได้ดังต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงเกณฑ์การจำแนกเนื้อหาของรายการเกมโชว์

จากแนวความคิดนี้จะทำให้เราทราบถึงที่มา และประวัติของรายการเกมโชว์ว่าเป็นมาอย่างไร รวมไปถึงลักษณะของการแบ่งประเภทของรายการเกมโชว์ว่า แบ่งตามปัจจัยอย่างไรบ้าง เพื่อให้เข้าใจลึกซึ้ง และสอดคล้องกับงานวิจัยชิ้นนี้ได้ว่า ในมุมมองของนักศึกษา (ผู้รับสาร) นั้น รายการเกมโชว์ที่น่าเสนอออกมาในรูปแบบใด ดีแล้วหรือยัง หรือต้องปรับปรุงอย่างไร เพื่อจะให้ เป็นประโยชน์ต่อสังคมได้มากที่สุด

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน

แอทกิน และ การ์ราโนม (Atkin and Garranome : 1983) ได้ศึกษากลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษา พบว่าการเปิดรับข่าวโทรทัศน์ช่วยให้เด็กมีความรู้ด้านต่างประเทศเพิ่มขึ้น และสามารถลำดับความสำคัญของผู้นำและบทบาทของประเทศต่างๆ ได้ นอกจากนั้น แอทกิน และ การ์ราโนม ยังพบว่าการเปิดรับข่าวสารต่างประเทศทางโทรทัศน์มีส่วนสัมพันธ์ในทางบวกกับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศของเด็กนักเรียน มากกว่าการเปิดรับข่าวต่างประเทศจากวิทยุและหนังสือพิมพ์

ศิริชัย ศิริกาษะ (2525) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองในชนบท พบว่าการเปิดรับสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความแตกต่างของค่านิยมสมัยใหม่ระดับการศึกษาอาชีพ ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และระดับสถานภาพทางเศรษฐกิจของประชาชน ขณะเดียวกัน ยังพบว่าสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และหนังสือพิมพ์รายวัน เป็นสื่อที่มีผู้นิยมใช้มากเรียงตามลำดับ โดยที่โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีแนวโน้มของการได้รับความนิยมนสูงขึ้นมา

ตรีรัตน์ นิลรัตน์ (2536) ศึกษาเรื่องการเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เปิดรับชมละครเพื่อความบันเทิงและความสนุกสนาน โดยไม่จริงจังกับรายการละครมากนัก นักศึกษาที่ศึกษาในต่างสาขากัน มีภูมิฐานะต่างกัน มีการรับรู้ถึงประโยชน์ต่างกัน ส่วนพฤติกรรมการดู ระดับการติดตาม และความตั้งใจจะมีความสัมพันธ์กับรับรู้ประโยชน์ในละครโทรทัศน์

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ศึกษาเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ชมมีความต้องการข่าวสารจากรายการโทรทัศน์ทุกวันและมีความจำเป็นต้องใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเปิดรับคือ เพื่อติดตามข่าวสารบ้านเมืองเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เพื่อการผ่อนคลายอารมณ์ รวมไปถึงการนำเรื่องราวที่พบเห็นไปสนทนากับผู้อื่น

กฤษณ์ ทองเลิศ (2539) ได้ศึกษาเรื่องรายการเกมโชว์ ในหนังสือ “สื่อมวลชน การเมือง และวัฒนธรรม” พบว่า รายการเกมโชว์เป็นรายการที่มีบทบาทมากในสังคม โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ความบันเทิง ช่วยผ่อนคลายความเครียดและความขุ่นเคืองในชีวิตประจำวัน แต่ในมุมกลับ รายการเกมโชว์เป็นรายการที่ไร้สาระมาก โดยจะเน้นการโฆษณาเป็นสำคัญ

จิยากร เสตะเวช (2539) ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมหลักเกี่ยวกับการชมรายการโทรทัศน์ของพนักงานไฟฟ้านครหลวง” พบว่า กลุ่มพนักงานที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน จะมีความหวังและต้องการในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ต่างกัน คือกลุ่มนักบริหารและนักวิชาการจะต้องการรายการที่มีสาระและประโยชน์ ในขณะที่กลุ่มผู้ปฏิบัติงานต้องการรายการที่เป็นความบันเทิงมากกว่า ส่วนรายการที่เปิดรับชมนั้นต้องสนุกสนาน ไม่เครียด ดูแล้วสบายใจ หากแต่เมื่อใดที่ไม่พอใจในรายการโทรทัศน์ ก็จะแสดงออกได้คือ การเปลี่ยนช่องสถานี การปิดเครื่องรับ การเปิดเครื่องรับไว้แล้วทำกิจกรรมอื่น ๆ การทนดูเพื่อสมาชิกในครอบครัว ซึ่งในกรณีนี้ รายการเกมโชว์ก็เป็นรายการหนึ่งที่ผู้ชมมีความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง

งานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจ

Bradley S.Greenberg and Hideya Kumata (1968) ได้ศึกษาระดับการศึกษาและรายได้ของครอบครัว พบว่า ทั้งสองสิ่งมีความสัมพันธ์กับเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุ โดยตัวแปรทั้งสองเป็นตัวแปรที่มาก่อน และถ้าตัวแปรทั้งสองร่วมกันจะสามารถบอกพฤติกรรมการใช้เวลากับสื่อวิทยุได้มากกว่าตัวแปรแต่ละตัวโดด ๆ และยังได้ พบอีกว่า พฤติกรรมของผู้รับสารในขณะที่ดูโทรทัศน์เพศชายมักจะเกิดขึ้นในขณะที่พักผ่อน แต่เพศหญิงมักจะดูไปพร้อม ๆ กับการทำงานอื่น ๆ

Robinson (1972) ได้ศึกษาและพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการใช้สื่อ และมีความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารที่ต่างกันไปอีกด้วย ดังนั้น คนที่มีความรู้สูงจะมีโอกาสและใฝ่หาที่จะเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ตนเองมากขึ้น โดยการใช้สื่อมวลชน

Ronald J. Compesi (อ้างใน ฉัฐพร พานิช : 2539) ศึกษาถึงผู้ชมรายการโทรทัศน์ภาคกลางวัน โดยใช้วิธีการจัดกลุ่มของความพึงพอใจที่ได้รับเป็น 7 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ผู้ชมที่ชมเพื่อ

1. ได้รับความบันเทิง
2. ชมเพราะเป็นนิสัย เป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวัน
3. ดูเพราะอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกที่จะดู
4. ดูเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ทางสังคม ในการติดต่อกับคนอื่น รวมทั้งดูกับเพื่อนและการนำไปพูดคุยกับเพื่อน
5. ดูเพื่อเป็นการพักผ่อนหรือหลีกเลี่ยงปัญหา หรือเพื่อลดความตึงเครียด
6. เพื่อหลีกเลี่ยงความเบื่อหน่าย ดูเพราะเบื่อหรือไม่มีอะไรจะทำ หรือไม่มีรายการที่มีค่าพอจะดูในเวลาเดียวกันนั้น
7. ดูเพื่อสำรวจความเป็นจริงหรือเพื่อหาคำแนะนำเพื่อช่วยแก้ปัญหาในชีวิตของคนดู หรือเป็นแหล่งอ้างอิงที่เป็นบุคคล ช่วยให้ผู้ดูเข้าใจชีวิตของตนเอง

กลุ่มของความพึงพอใจต่าง ๆ เหล่านี้ จะช่วยเป็นตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์ที่เป็นรายการชุดนั้น ชมรายการเพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้านใดบ้าง

McCombs and Mullins (1973) ได้ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษา การใช้สื่อมวลชนและความสนใจทางการเมืองพบว่า การศึกษามีความสัมพันธ์โดยตรงกับการใช้สื่อมวลชนและการใช้สื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมือง แต่การศึกษามีความสัมพันธ์กับความสนใจทางการเมืองโดยอ้อม หมายความว่า การใช้สื่อมวลชนมีมากในหมู่ผู้มีการศึกษาสูง จึงทำให้เขาสนใจในข่าวสารการเมือง แต่ความสัมพันธ์โดยตรงระหว่างการศึกษากับความสนใจทางการเมืองโดยไม่ผ่านสื่อมวลชนไม่มี จากการศึกษานี้ได้ชี้ให้เห็นว่า การศึกษาเป็นตัวกำหนดการใช้สื่อมวลชน แต่ไม่ได้เป็นตัวกำหนดความสนใจทางการเมือง

Rer Malik (1990) ได้ศึกษาว่าคนอเมริกันนั้นเลือกดูรายการโทรทัศน์แตกต่างกันออกไปตามการผ่อนคลาย และสภาวะทางจิตใจ การดูโทรทัศน์จึงเป็นการพักผ่อนที่ไม่ต้องใช้สิ่งแวดล้อมหรือความพยายามมากเท่ากับการอ่านหนังสือ

อรวรรณ วิจักขณะ (2534) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิต นักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร” พบว่า รายการและเนื้อหาจากสื่อมวลชนในสาขาต่าง ๆ นั้น นักศึกษานิยมจะเปิดรับรายการประเภทสนุกสนาน เพลิดเพลิน และบันเทิงใจ เช่น ภาพยนตร์ วิดีโอ ส่วนเรื่องข่าวก็สนใจที่จะเปิดรับข่าวบันเทิง และข่าวกีฬาเป็นสำคัญ มากกว่าข่าวสารที่หนักสมองหรือมีสาระมากจนเกินไป

พรทิพย์ ท้วมเริงรัมย์ (2536) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงต่อนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม” พบว่า นักศึกษามีการเลือกเปิดรับเนื้อหาจากสื่อมวลชนตามความพึงพอใจและความต้องการส่วนตัวเป็นสำคัญ ส่วนรายการที่เปิดรับมากที่สุดคือรายการเพลง รายการปกิณกะบันเทิง และรายการเกมโชว์ ตามลำดับ ซึ่งเนื้อหาที่ล้วนแล้วแต่เป็นการผ่อนคลาย ความเครียด และต้องการการพักผ่อน มากกว่าจะรับรู้เรื่องราวอย่างจริงจัง

ภกณิดา พันธุมเสน (2536) ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ของนักเรียนโรงเรียนสตรีรัตนบุรี ปีการศึกษา 2535” พบว่า นักเรียนเปิดรับสื่อต่างๆ เรียงตามลำดับคือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน เทปเพลง โดยมีเนื้อหา 3 ประเภทเป็นหลัก คือ รายการประเภทบันเทิงจะนิยมมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าว และ รายการให้เนื้อหาสาระและความรู้ ซึ่งนักเรียนทั้ง 2 เพศ ไม่มีความแตกต่างในการเลือกรับชม เพราะทุกคนใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการทางด้านอารมณ์ เป็นสำคัญ

อรนุช สุดประเสริฐ (2538) ศึกษาในเรื่อง “การวิเคราะห์รายการแข่งขันชิงรางวัลทางโทรทัศน์” จากการศึกษาวิเคราะห์ได้ว่า รายการแข่งขันชิงรางวัลสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ รายการประเภทเน้นสาระ ความรู้เป็นหลัก , รายการเน้นความบันเทิงเป็นหลัก , และรายการที่เน้นทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิงเป็นหลัก ซึ่งในแต่ละรายการก็มีรูปแบบและลีลาในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไป เพื่อครองความนิยมของผู้ชม

งานวิจัยเกี่ยวกับความแตกต่างของนักศึกษา

N.J.Entwistle (อ้างในวัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา : 2524) ได้ศึกษาในเรื่องคุณลักษณะของนักศึกษาในสาขาวิชาที่แตกต่างกันไป ย่อมมีความต้องการและมีลักษณะนิสัยที่แตกต่างกันไปตามสาขาวิชาที่ศึกษาด้วย ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวคือ

1. นักศึกษาสาขาอักษรศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มีลักษณะคือ ภาษาดี ค่านิยมทางสุนทรียศาสตร์สูง เหตุผลเฉียบขาด รุนแรง แต่เจ้าอารมณ์ มีบุคลิกภาพไม่แน่นอน ไม่ค่อยมีเหตุผลในด้านการเมือง เศรษฐกิจ หรือทฤษฎีต่าง ๆ

2. นักศึกษาสาขาวิชาวิทยาศาสตร์ มีความสามารถทางด้านการคำนวณสูง มีอารมณ์มั่นคง ทักษะทางสังคมจะไปทางอนุรักษ์นิยม เพราะมีระเบียบแบบแผน มีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ต่ำ แต่ความคิดทางการเมือง สังคม เศรษฐกิจสูง

3. นักศึกษาสาขาสังคมศาสตร์ มักจะไม่ค่อยมักใหญ่ใฝ่สูง ใจค่อนข้างแคบ คุณค่าทางศาสนาต่ำ แต่เฉียบคม เข้าปัญญา และสนใจการเมือง เศรษฐกิจสูง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย