

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) นี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังผลประโยชน์
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร

“การสื่อสาร” ของมนุษย์นั้นตั้งอยู่บนหลักของความสัมพันธ์ (Relationship) กล่าวคือจะต้องมีผู้เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย ซึ่งฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร อีกฝ่ายหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ซึ่งทั้งสองฝ่ายต้องมีความเกี่ยวพัน (สัมพันธ์) กัน กระบวนการการสื่อสารจึงจะเกิดขึ้นได้ จากหลักของความสัมพันธ์ดังกล่าว การสื่อสารคือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อ (Channel)

พฤติกรรมกรรมการสื่อสาร หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกซึ่งสัญลักษณ์ ที่มีลักษณะบ่งบอกว่าเป็นการสื่อความหมาย โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ตลอดจนจนประสบการณ์ระหว่างกันและกัน เพื่อวัตถุประสงค์เป็นหลัก คือความเข้าใจร่วมกัน (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์, 2533)

ปัจจัยเงื่อนไขเป็นตัวกำหนดหรือเป็นเหตุให้พฤติกรรมกรรมการสื่อสารของคนเราเกิดขึ้นในลักษณะต่างๆ ซึ่งปัจจัยเงื่อนไขด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล เป็นแนวคิดในเชิงทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งมีรากฐานมาจากทฤษฎีจิตวิทยาว่าด้วยสิ่งเร้าและการตอบสนอง การเสริมแรง การลงโทษ และการเรียนรู้ ทฤษฎีดังกล่าวนี้ได้อธิบายให้เข้าใจว่า คนเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมากในด้านโครงสร้างจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะ

การอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตภายในสภาพแวดล้อมทางสังคมไม่เหมือนกัน ฯลฯ ด้วยความแตกต่างทั้งหลายทั้งปวงนี้เองส่งผลกระทบต่อระดับสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการทางจิตใจในแง่ของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ กล่าวคือ คนเราแต่ละคนจะสร้างรูปแบบแห่งความคิดเห็น ความเชื่อ ทักษะคติ รวมทั้งค่านิยมขึ้นมาจากภายในตัวเองและประกอบเป็นบุคลิกภาพส่วนบุคคล

ปัจจัยและโครงสร้างส่วนบุคคลที่บุคคลจัดว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดรูปแบบพฤติกรรมและการสื่อสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่ของการเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) การเลือกรับรู้สาร (Selective Perception) และการเลือกจดจำสาร (Selective Retention) จึงอาจกล่าวได้ว่ากลไกทางจิตวิทยาส่วนบุคคลนั้นมีบทบาทในฐานะเป็นตัวแทรกอยู่ตรงกลาง ระหว่างกระบวนการสิ่งเร้า (ตัวกระตุ้น) กับพฤติกรรมการตอบสนอง

การสื่อสารมวลชน หมายถึง การสื่อสารไปยังคนหมู่มาก เป็นการแลกเปลี่ยน ข่าวสารกับคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งยากที่จะแยกแยะออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ได้ ลักษณะของผู้รับสารยากที่จะแยกแยะว่าเป็นใครมีลักษณะผสมปนเปกันมาก กิจกรรมด้านการสื่อสารมวลชนได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ฯลฯ

การสื่อสารมวลชนจึงมีลักษณะเฉพาะของตนเองเนื่องจากไม่สามารถกำหนดลักษณะของผู้รับสารได้ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องยึดความเรียบง่าย เข้าใจง่าย สะดวก รวดเร็ว ความถูกต้อง ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้มีความจำเป็นต่อผู้ส่งสาร เนื่องจากผู้รับอาจเข้าใจผิด หรือรับสารแล้วอาจจะไม่เข้าใจ พร้อมกับไม่สามารถตรวจสอบความเข้าใจโดยการสื่อสารกลับมายังผู้ส่งสารได้ทันท่วงที อีกประการหนึ่ง การสื่อสารมวลชนมีอิทธิพลมาก มีโอกาสที่จะทำให้เกิดการต่อต้าน มีอิทธิพลต่อทัศนคติและการรับรู้ของผู้คนอย่างกว้างขวาง จึงเป็นเรื่องที่ควรมีการควบคุม

ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารมวลชนจะช่วยให้เกิดความคล่องตัวในการประสานงานเพื่อเผยแพร่ข่าวสารโดยมีความระมัดระวังมากขึ้น หากผู้ทำการสื่อสารมีความรู้ ความเข้าใจ รู้จักใช้ช่องทางการสื่อสารมวลชนได้อย่างเหมาะสม ก็จะทำให้เป้าหมายของการทำงานประสบความสำเร็จได้ในวงกว้าง (แมนมาศ ขวลิต, กริช สืบสนธิ์ และสมพิศ คูศรีพิทักษ์, 2532)

นอกจากนี้ ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการอาศัยการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการประกอบการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจ เรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

แอตคิน (Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ยังมีภูมิตากว่างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

เชอริ (Cherry, 1978) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสาร (An ace of sharing) กันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้จะก่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจ และกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

De Fleur และ Rokeach (1982) ได้อธิบายถึงผู้รับสารที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน จะมีความสนใจต่อข่าวสารแตกต่างกันไว้ใน ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Differences Theory) ดังนี้

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ และสภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกัน จะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน

ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกันของแต่ละบุคคล กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรองสารในการรับรู้ (Perception Filter) ของมนุษย์เรา ซึ่งสามารถแยกออกเป็นพฤติกรรมได้ 3 แบบ (พัชนี เขยจรรยา, เมตตา วิวัฒน์านุกูล และถิรพันธ์ อนุวัชศิริวงศ์, 2538)

1. การเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสาร จากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง การเลือกเปิดวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่ง การเปิดรับสารนี้ พบว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็น ความสนใจของตนและบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่ตนมีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็น ความสนใจของตน หรือหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอย หรือสอดคล้องกับความ รู้สึก ความเข้าใจหรือทัศนคติที่มีอยู่แล้ว จะทำให้เกิดภาวะที่ไม่สมดุลทางจิตใจ หรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องกับทางด้านความ

เข้าใจ (Cognitive Dissonance) ดังนั้น การที่ลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน แม้ว่าการเลือกรับสารจะเอนเอียงไปตามแต่ลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว แต่ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเรื่องที่บุคคลรู้สึกตัวหรืออยู่ในระดับจิตสำนึก นอกจากนี้ นักวิชาการบางคนกล่าวว่า การเลือกเปิดรับสื่อนี้เป็นเรื่องที่เป็นไปได้ในระดับจิตไร้สำนึกด้วยเช่นกัน

2. การเลือกรับรู้สาร (Selective Perception) การเลือกรับรู้นี้เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ก็ใช้ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายของสารนั้นเป็นให้ไปตามความคิดเห็นและความสนใจของตนโดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางเป็นที่พึงพอใจของตน ด้วยเหตุนี้ คนๆ หนึ่งจึงอาจได้ยินผู้พูดพูดในสิ่งหนึ่งขณะที่อีกคนหนึ่งได้ยินผู้พูดคนเดียวกัน นั้นพูดในสิ่งที่แตกต่างกัน ในแง่ทฤษฎีแล้วผู้ฟังหลายคนอาจได้ยินสารอย่างเดียวกันแตกต่างกันออกไป และเมื่อบุคคลรับสารที่สนใจแล้ว จะตีความหมายตามความเข้าใจ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย อารมณ์และจิตใจของตนเองในขณะนั้น เป็นต้น
3. การเลือกจดจำสาร (Selective Retention) การเลือกรับรู้มีความเกี่ยวข้องกับ การเลือกจดจำอย่างเห็นได้ชัด บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่าย การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับหรือบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารก็อาจพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจ หรือความต้องการของตน แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความแตกต่างไปได้ ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นขั้นสุดท้าย กล่าวคือเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนเองสนใจ นอกจากนี้แคลปเปอร์ยังกล่าวว่า ในความเป็นจริงแล้วเส้นแบ่งเขตแดนระหว่างสองกระบวนการนี้มักยุ่งยากในบางสถานการณ์ กล่าวโดย

ย่อก็คือ ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นแก่คนที่สนใจและพร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะสื่อสาร เมื่อไม่สนใจที่จะรับรู้และไม่พร้อมที่จะเข้าใจ

บุคคลต่างๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างๆ ได้แก่ (อ้างในบีทมา หล่อวิจิตร, 2538)

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพังต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น
2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตน
3. ประโยชน์ใช้สอย โดยได้รับรู้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง อาจจะได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความสุขกายสบายใจ

### แนวคิดกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง

(Two-way Communication Process)

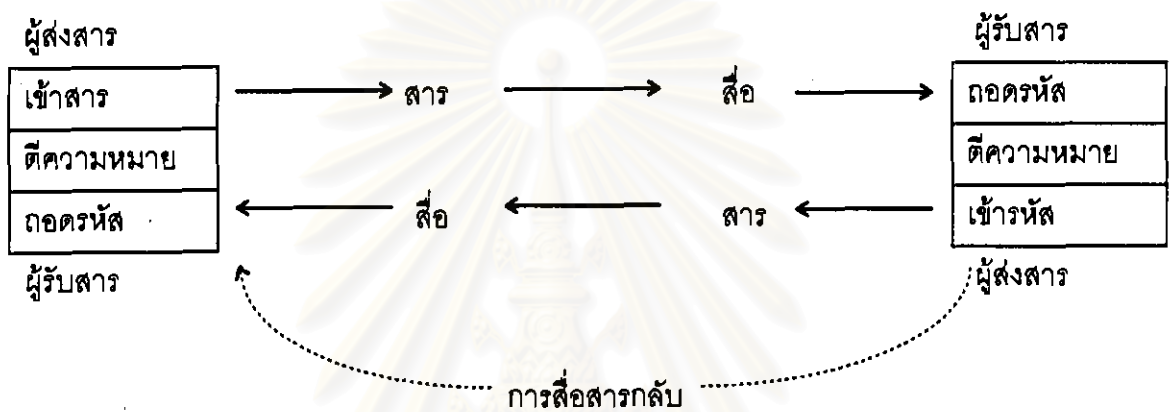
ปรมา สตะเวทิน (2533) ได้กล่าวถึงการสื่อสารว่าเป็นกระบวนการที่มีลักษณะของการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและต่อเนื่อง ซึ่งองค์ประกอบแต่ละองค์ประกอบของการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบซึ่งกันและกัน

กระบวนการสื่อสารแบบสองทาง เป็นการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (Feedback) คือมีการโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยปกติแล้วการสื่อสารของมนุษย์นั้นมักจะมีลักษณะเป็นการโต้ตอบกัน กล่าวคือ เมื่อมีผู้พูดก็มีผู้ฟัง ผู้ฟังรู้สึกอย่างไร ก็มีปฏิกิริยาตอบกลับมา แม้ว่าในการสื่อสารมวลชนจะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) หรือโอกาสที่ผู้ส่งสารจะทราบการสื่อสารกลับมีน้อย แต่มิได้หมายความว่ามีการสื่อสารกลับมิได้ เกิดขึ้นหากผู้รับสารได้รับสารนั้นแล้วเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง วิธีการวิจัยต่างๆ ทางด้านพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ เช่น การสำรวจประชามติ การสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค การวิจัยตลาด การสำรวจความนิยมรายการวิทยุและโทรทัศน์ สามารถที่จะเพิ่มโอกาสของผู้ส่งสารในอันที่จะทราบการสื่อสารกลับของผู้รับสารได้

กระบวนการสื่อสารแบบสองทาง สามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ดังนี้

### แผนภาพที่ 1

แสดงแบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง



จากแบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทางข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้ทำการสื่อสารทั้งสองฝ่าย เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร กล่าวคือในขณะหนึ่งบุคคลทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร (ขณะที่ส่งสาร) และในขณะหนึ่งบุคคล ก็ทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร (ขณะที่รับสาร)

ในการสื่อสารนั้นแต่ละคนจะต้องทำหน้าที่เข้ารหัส (Encoding) เมื่อทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร และทำการถอดรหัส (Decoding) และตีความหมาย (Interpreting) สารของอีกฝ่ายหนึ่ง เมื่อทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร

ในกระบวนการสื่อสารแบบสองทางนี้ยังคงมีองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ กล่าวคือ ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร การสื่อสารกลับ (Feedback) เป็นเพียงแต่กระบวนการตอบกลับ (Return Process) การสื่อสารกลับเป็นเพียงแต่การแสดงให้เห็นลักษณะของการโต้ตอบกัน เป็นแต่เพียงตัวแสดงการสื่อสารทางที่สอง (คือการสื่อสารจากผู้รับสารมายังผู้ส่งสาร) ซึ่งมีผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร เป็นองค์ประกอบเช่นเดียวกับการสื่อสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร การสื่อสารกลับจึงเป็นแต่เพียงตัวอธิบายให้เห็นถึงการสื่อสารแบบสองทางเท่านั้น

ข้อควรคำนึงถึงในการพิจารณากระบวนการการสื่อสารก็คือ เมื่อเรากล่าวว่าใครเป็นผู้ส่งสาร หรือใครเป็นผู้รับสาร เช่น กล่าวว่า สมศักดิ์เป็นผู้ส่งสาร สมศรีเป็นผู้รับสาร ก็หมายความว่าเราหยุดกระบวนการการสื่อสาร หยุดลักษณะการเคลื่อนไหว (Dynamic) ของกระบวนการเพื่อต้องการพิจารณาบทบาทของสมศักดิ์ในฐานะของผู้ส่งสาร และสมศรีในฐานะของผู้รับสารเท่านั้น โดยแท้จริงแล้วทั้งสมศักดิ์และสมศรีเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในกระบวนการการสื่อสาร

การสื่อสารกลับ (Feedback) คือ ปฏิกริยา (Reaction) ของผู้รับสารที่แสดงตอบสนองต่อการของผู้ส่งสาร

ประโยชน์ของการสื่อสารกลับ มีด้วยกัน 2 ประการคือ

1. ทำให้ผู้ส่งสารทราบผลของการสื่อสารว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของตนหรือไม่ เพียงใด ผู้รับสารตีความหมายตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารตั้งใจ (Intended Meaning) หรือไม่
2. ควบคุมพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร กล่าวคือ ผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับเพื่อปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระ และวิธีการในการสื่อสารของตน

ประเภทของการสื่อสารกลับ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ตามความเร็วหรือช้าของการรับทราบการสื่อสารกลับนั้น

1. การสื่อสารกลับทันทีทันใด (Immediate Feedback) คือการสื่อสารกลับที่มีผู้ส่งสารสามารถทราบปฏิกริยาของผู้รับสารได้รวดเร็ว เช่นในการพูดคุยที่เห็นหน้าค่าตากันหรือไม่เห็นหน้ากันระหว่างคน 2 คน ผู้ส่งสารสามารถรับทราบการสื่อสารกลับได้ทันทีทั้งจากคำพูดโต้ตอบ น้ำเสียง และกิริยาท่าทางของผู้รับสาร
2. การสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ผู้ส่งสารสามารถทราบปฏิกริยาของผู้รับสารได้ช้า เช่น จดหมายจากผู้อ่านถึงบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ จดหมายถึงผู้จัดรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ ความคิดเห็นของประชาชนในการสำรวจประชามติ เป็นต้น

ชนิดของการสื่อสารกลับปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อสารของผู้ส่งสารนั้น แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ตามลักษณะของผลที่เกิดขึ้นจากการสื่อสาร

1. การสื่อสารกลับชนิดบวก (Positive Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ทำให้ผู้ส่งสารพอใจในผลของการสื่อสาร เช่น เราทำโฆษณาสินค้าผ่านสื่อมวลชนไปแล้วปรากฏว่ามีผู้ซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น
2. การสื่อสารกลับเชิงลบ (Negative Feedback) คือการสื่อสารกลับที่ทำให้ผู้ส่งสารไม่พอใจในผลของการสื่อสาร เช่นเราชวนคนบางคนคุยด้วย แต่เขาไม่ยอมที่จะคุยกับเรา

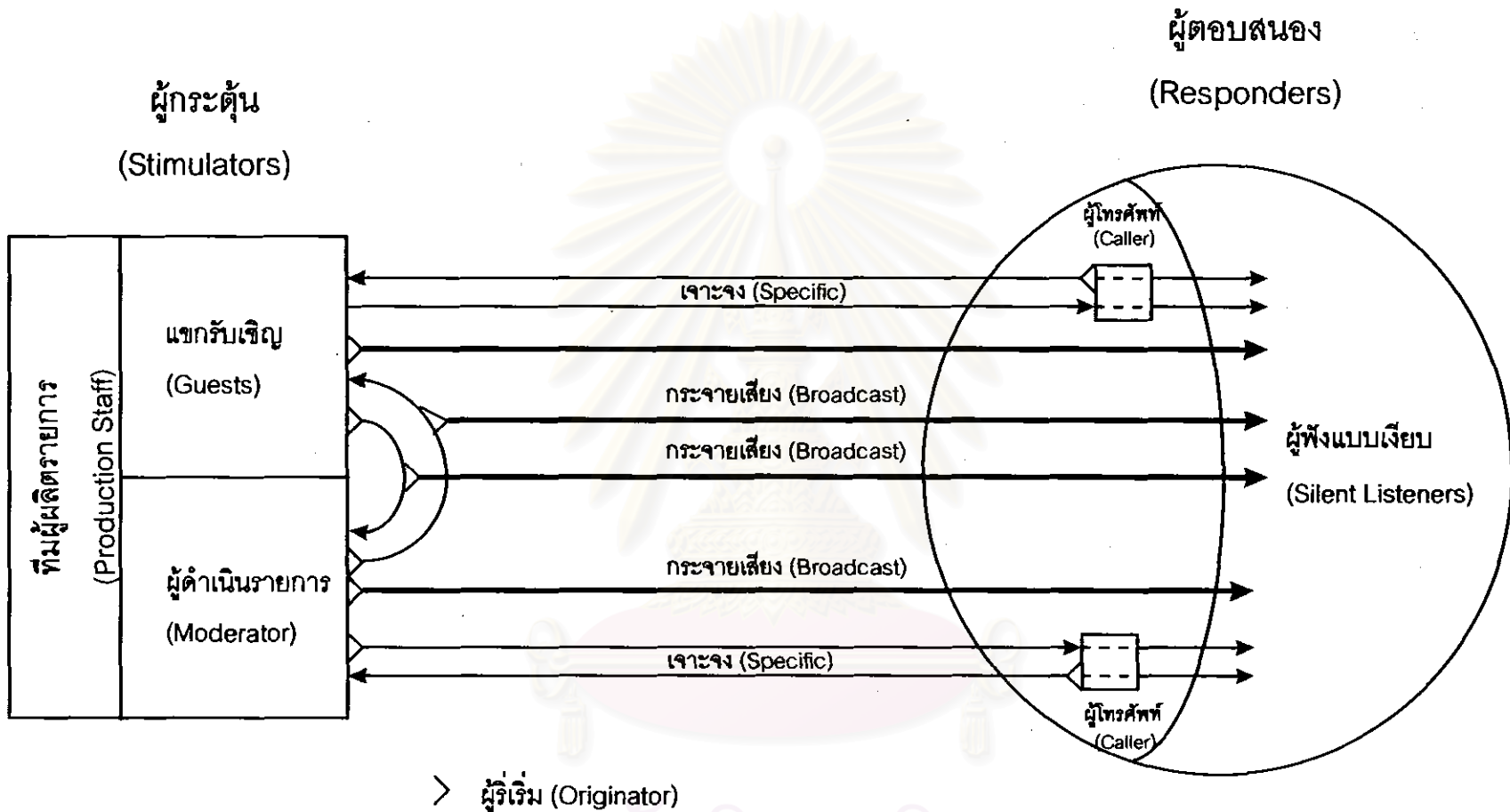
Schramm (1960) กล่าวถึง กระบวนการสื่อสารที่มีการโต้ตอบกันกลับไปกลับมาว่า มีประโยชน์ 2 ประการ คือ ทำให้ผู้ส่งสารทราบผลของการสื่อสาร ว่าบรรลุวัตถุประสงค์ของตนหรือไม่เพียงใด และผู้รับสารตีความหมายตรงกับผู้รับสารตั้งใจไว้หรือไม่ และทำให้เกิดความควบคุมพฤติกรรมกรรมการสื่อสารในเวลาต่อมาของผู้ส่งสาร กล่าวคือผู้ส่งสารสามารถใช้การสื่อสารกลับเพื่อปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข หรือคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระ และวิธีการในการสื่อสารของตน

ซึ่งระบบการติดต่อสื่อสารแบบสองทางนี้ จะสามารถทำให้การติดต่อสื่อสารของบุคคลและการดำเนินงานขององค์การเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การสื่อสารแบบสองทางในปัจจุบัน สื่อสมัยใหม่ได้มีบทบาทกับการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมทำการสื่อสารนั้นต่างทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร อันเกิดมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของสังคมปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การสื่อสารไม่ว่าชนิดใดก็ตามจะมีปฏิสัมพันธ์กันผ่านสาร ซึ่งในการสื่อสารทุกชนิดสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ระดับ คือ บุคคลกับบุคคล และการสื่อสารมวลชน การสื่อสารส่วนบุคคลนั้นสามารถกลายเป็นการสื่อสารมวลชนได้ เมื่อรูปแบบของสารได้มีปฏิสัมพันธ์ท่ามกลางกลุ่มคน

เมื่อได้วิเคราะห์กระบวนการดังกล่าวแล้วพบว่า ในกรณีของการโทรศัพท์เข้ามาในรายการวิทยุ (Call-in Radio) จะเป็นปฏิริยาของการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งเผยแพร่ไปยังสาธารณชนโดยการกระจายเสียง (Broadcasting) ทั้งนี้ กระบวนการสื่อสารของการโทรศัพท์เข้ามาในรายการวิทยุ นั้นจะเป็นการประกอบด้วยช่องทางการสื่อสารส่วนบุคคลคือโทรศัพท์ กับช่องทางการสื่อสารมวลชน คือวิทยุ ซึ่งสามารถเขียนเป็นแบบจำลองการประสานระหว่างการกระตุ้น - การตอบสนองในการโทรศัพท์ (The Stimulus - Response Call - in Bridge) (แผนภาพที่ 2) เป็นแบบจำลองที่เน้นบทบาทที่พัฒนาในระบบการสื่อสารและเป็นการศึกษาการโทรศัพท์เข้ามาในรายการวิทยุที่เน้นบทบาทของ ผู้ดำเนินรายการ (Moderator) บทบาทของแขกรับเชิญ (Guest) และบทบาทของผู้โทรศัพท์เข้ามา (Caller)





**แผนภาพที่ 2** แบบจำลองแสดงการประสานระหว่างการกระตุ้น-การตอบสนองในการโทรศัพท์เข้ามาร่วมในรายการวิทยุ  
 The Stimulus - Response Call - in Bridge

รูปแบบของการโทรศัพท์เข้ามาในรายการวิทยุ มี 2 รูปแบบ

1. ผู้โทรศัพท์ - ผู้ดำเนินรายการ
2. ผู้โทรศัพท์ - ผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญ

ทางด้านกรกระตุ้น (The Stimulus Side) นั้นจะประกอบด้วย ผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญ ซึ่งบทบาทของผู้ดำเนินรายการจะเสมือนคนเฝ้าประตู (Gatekeeper) ในระบบการผลิตรายการวิทยุแบบการมีโทรศัพท์เข้ามาในรายการจะก่อให้เกิดผลที่ปรากฏชัดเจน (Manifest Consequences) และผลที่แอบแฝงไว้ (Latent Consequences) ซึ่งมีทั้งทางด้านบวกและด้านลบต่อระบบสังคมและผู้ร่วมรายการอื่นๆ ด้วย ส่วนทางด้านกรตอบสนอง (The Response Side) ก็ประกอบด้วย ผู้โทรศัพท์เข้ามา (Caller) ซึ่งจะมีพฤติกรรมกรสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (ACTIVE) และผู้ที่ไม่ได้โทรศัพท์เข้ามาในรายการ (Silent Listeners) ที่จะมีพฤติกรรมกรสื่อสารแบบไม่มีส่วนร่วม (PASSIVE) (Norma Eilan Verway, 1990)

#### พฤติกรรมกรสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

วิลเลียม เออร์วิน (William Erwin, 1976) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการมีส่วนร่วมว่า เป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ความคิดตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง เน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันของประชาชน ใช้สร้างสรรค์และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์การและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

Rousseau (อ้างใน บุญชัย เกิดปัญญาวัดณ์ 2535) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพในการตัดสินใจว่า จะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือ จะต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้น ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาพ และความสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดความตระหนักรู้ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

**นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์** (อ้างใน ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์ 2527) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่มซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการบรรลุจุดหมายของกลุมนั้น ทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวความคิด 3 ประการ

1. ความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจ และความห่วงกังวล ซึ่งบังเอิญพ้องต้องกัน กลายเป็นความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม
2. ความเดือดร้อน และความไม่พอใจพ้องใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้นลงมือกระทำร่วมกัน
3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่ม หรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัดสินใจร่วมกันนี้ จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำที่สนองตอบความเห็นชอบของคนส่วนใหญ่เกี่ยวข้องับกิจกรรมนั้น

การมีส่วนร่วมของประชาชน ต้องอาศัยการร่วมมือของประชาชนในการกระทำประกอบไปด้วยบุคคลและการกระทำ ซึ่งในทางรัฐศาสตร์จะมีการพูดถึงมากในรูปของการปกครองประชาธิปไตย โดยกล่าวถึงการมีส่วนร่วมในการปกครอง ซึ่งอริสโตเติลกล่าวว่า รูปของการปกครองที่ประชาชนทั้งหมดเป็นผู้ใช้อำนาจในการปกครองโดยตรง ในทางจิตวิทยา ผลของการวิจัยจิตวิทยาสังคม บางเรื่องเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า "การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทำให้เกิดขึ้นได้โดยการสร้างสถานการณ์ให้เกิดการมีส่วนร่วมในกลุ่มบุคคลอย่างประสิทธิภาพ" (อ้างใน พิศศิลป์ จิตนาวสาร, 2535)

การมีส่วนร่วมประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ

1. การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ เป็นการเกี่ยวข้องทั้งตัว ไม่ใช่เฉพาะเพียงแต่เกี่ยวข้องด้านกำลังกายและทักษะ กล่าวคือ ผู้มีส่วนร่วมจะมีส่วนเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ ไม่เพียงแต่เฉพาะด้านการทำงาน
2. การกระทำทำให้ เพื่อผู้มีส่วนร่วมได้เกิดความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์แล้ว เท่ากับเปิดโอกาสให้แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กระทำการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เป็นการสื่อสาร 2 ทาง ระหว่างบุคคลและกลุ่ม
3. การร่วมรับผิดชอบเมื่อเกิดการเกี่ยวข้องด้านจิตใจ อารมณ์และได้กระทำการให้แก่สถานการณ์กลุ่มนั้นแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มด้วย เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการทางสังคมที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มและต้องการเห็นผลสำเร็จของการทำงานนั้นด้วย

การเข้ามีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจที่ดี ทำให้ประชาชนเกิดแรงจูงใจ และเกิดความสนใจในชุมชนของตนยิ่งขึ้น การเข้ามีส่วนร่วมหมายถึงการสนทนาแลกเปลี่ยนความเห็นกัน เพราะฉะนั้นการตัดสินใจจะยังไม่เกิดจนกว่าผู้ที่เกี่ยวข้องจะมีโอกาสแสดงความคิดเห็นเสียก่อน

ในกระบวนการมีส่วนร่วมของบุคคล การสื่อสารเป็นสิ่งที่มีบทบาทสำคัญโดยการสื่อสารในที่นี้หมายถึงการสนทนาแลกเปลี่ยนความเห็นกัน เราอาจกล่าวได้ว่า หัวใจสำคัญของการมีส่วนร่วมคือการให้ประชาชนมีโอกาส “พูดได้อย่างเปิดอก” และมีการดำเนินการเพื่อสานต่อแนวคิดของประชาชนในรูปธรรม

การสื่อสารเพื่อการพัฒนาจะมีประสิทธิภาพ ถ้าประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสารทั้งในฐานะผู้รับ และในฐานะผู้ร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหา กล่าวอีกนัยหนึ่งต้องให้ผู้รับสารมีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมากขึ้น

การสื่อสารสามารถมีบทบาทต่อการเข้ามีส่วนร่วมในสองลักษณะที่ตรงข้ามกัน คือ สนับสนุนให้เกิดการเข้ามีส่วนร่วมมากขึ้น หรือขัดขวางการเข้ามีส่วนร่วม สื่อมวลชนสามารถใช้วิธีการเลือกและวิธีการเสนอข่าวกระตุ้นให้เกิดความสนใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสังคมได้ สื่อมวลชนสามารถให้ความรู้ซึ่งจะช่วยให้บุคคลเข้าใจชุมชนของตนดีขึ้น และความรู้ความเข้าใจเช่นนี้จะส่งผลให้บุคคลสามารถควบคุมสิ่งแวดล้อมของตนได้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงมีแรงจูงใจให้เข้ามีส่วนร่วมมากขึ้น (เลทียร เซยประทับ, 2531)

ทฤษฎีสื่อสารมวลชนที่ประชาชนเป็นผู้มีส่วนร่วมแบบประชาธิปไตยอยู่ที่ความต้องการผลประโยชน์ และความทะเยอทะยานของ “ผู้รับสาร” ที่ตื่นตัว (Active “Receiver”) ในสังคมการเมือง ทฤษฎีจึงต้องทำให้ประชาชนมีสิทธิที่จะได้รับข่าวสารที่เกี่ยวข้อง สิทธิที่จะตอบกลับ สิทธิที่จะใช้วิธีการทางการสื่อสารเพื่อการมีกิริยาสัมพันธ์ในกลุ่มเล็ก ในชุมชน ในกลุ่มผลประโยชน์ และในวัฒนธรรมย่อย ทฤษฎีนี้สนับสนุนสื่อมวลชนที่มีความหลากหลาย มีขนาดเล็กเป็นของท้องถิ่น ไม่เป็นลักษณะที่เป็นสถาบัน โดยจะเป็นการแลกเปลี่ยนบทบาทกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการเชื่อมโยงการสื่อสารในระดับเดียวกันในทุกระดับของสังคมมีกิริยาสัมพันธ์ และมีพันธะผูกพัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2539)

สื่อมวลชนตามทฤษฎีนี้จะต้องเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับชีวิตสังคมมากยิ่งขึ้นและอยู่ในความควบคุมโดยตรงยิ่งขึ้นโดยมวลชนผู้รับสาร ให้โอกาสแก่มวลชนผู้รับสารในการเข้าถึงและมีส่วนร่วมในแนวทางที่กำหนดโดยมวลชนผู้รับสารเองแทนที่จะกำหนดโดยเจ้าของและนักสื่อสารมวลชน

กล่าวโดยสรุปทฤษฎีนี้มีหลักสำคัญดังนี้ (ปรเมะ สตะเวทิน, 2539)

1. ประชาชนแต่ละคนและกลุ่มข้างน้อย (Minority Groups) มีสิทธิที่จะเข้าถึงสื่อมวลชน (สิทธิในการสื่อสาร) และสิทธิที่จะได้รับบริการจากสื่อมวลชนตามความต้องการของตน
2. องค์การและเนื้อหาของสื่อมวลชนไม่ควรจะขึ้นอยู่กับ การควบคุมทางการเมืองจากส่วนกลางหรือการควบคุมแบบทางการของรัฐ
3. สื่อมวลชนควรจะปฏิบัติหน้าที่เพื่อมวลชนผู้รับสาร ไม่ใช่เพื่อองค์การสื่อมวลชน นักสื่อสารมวลชน หรือลูกค้าของสื่อมวลชน
4. กลุ่มองค์การและชุมชนท้องถิ่นควรมีสื่อมวลชนของตนเอง
5. รูปแบบของสื่อมวลชนขนาดเล็กที่มีกิริยาสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมของมวลชนผู้รับสารดีกว่าสื่อมวลชนขนาดใหญ่ที่เป็นการสื่อสารทางเดียว และเป็นวิชาชีพเกินไป
6. ผู้บริโภคแต่ละคนหรือรัฐและสถาบันสำคัญๆ ของรัฐยังไม่ได้แสดงออกเพียงพอที่จะเรียกร้องให้สื่อมวลชนมีบทบาทต่อสังคม
7. การสื่อสารมีความสำคัญเกินกว่าที่จะปล่อยให้อยู่ในมือของนักสื่อสารมวลชน

แนวคิดทฤษฎีสื่อมวลชนเชิงประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม เป็นทฤษฎีในกลุ่มทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานทางสังคมของสื่อมวลชน โดยมีหลักสำคัญของทฤษฎีคืออยู่ที่ ความจำเป็น (Need) ความสนใจ (Interest) ความทะเยอทะยานของผู้รับสาร (Aspiration, Active Receiver) ในสังคมทางการเมือง จึงมีความเกี่ยวข้องกับสิทธิที่จะได้รับข่าวสาร สิทธิในการตอบกลับ ดยบทบาทของผู้รับสาร ผู้ส่งสารสามารถแลกเปลี่ยนกันได้ มีลักษณะของการสื่อสารในระดับเดียวกัน และเข้ามามีส่วนร่วม โดยผู้รับสารเป็นกำหนดเนื้อหาเอง อย่างในกลุ่มสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนได้มีการเข้ามามีส่วนร่วมในรายการของสถานีวิทยุชุมชน (City Radio)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวังผลประโยชน์ (Benefits Expectation)

Phillip V. Lewis ได้กล่าวว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectations Theory) มาจากพื้นฐานที่ว่า แรงจูงใจถูกกำหนดโดยความคาดหวังของแต่ละบุคคล ซึ่งเป็นส่วนประกอบให้บุคคลนั้นเลือกที่จะปฏิบัติเช่นใดในเวลานั้น

ในการติดต่อสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารต่างคาดหวังหรือคาดคะเนซึ่งกันและกัน อันเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมทางการสื่อสารซึ่งคาดหวังดังกล่าวหมายถึงพฤติกรรมส่วนตัว การตอบสนองความรู้สึก ความเชื่อ และการศึกษาความหมายด้วย

ทั้งนี้ การคาดหวังหรือการคาดคะเนความรู้สึกและพฤติกรรมของคู่สื่อสารจะช่วยให้เราเข้าใจคู่สื่อสารได้ดีขึ้น สามารถเตรียมการและปรับการสื่อสารให้เหมาะสมกับคู่สื่อสารได้ ทั้งนี้ เพราะการสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ และมีประสิทธิผลมากหรือน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความร่วมมือกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ทฤษฎีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) แนวทฤษฎีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อเน้นใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมการรับสาร ด้วยหลักการเดียวกันกับ แนวทฤษฎีพฤติกรรมแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้วย คือเน้นการใช้สื่อที่ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผล หลักการที่ อัลเฟรด ชูทซ์ (Alfred Schutz, 1972) นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำสิ่งใด จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่่านี้ คือสิ่งที่ตนต้องการกระทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่ใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

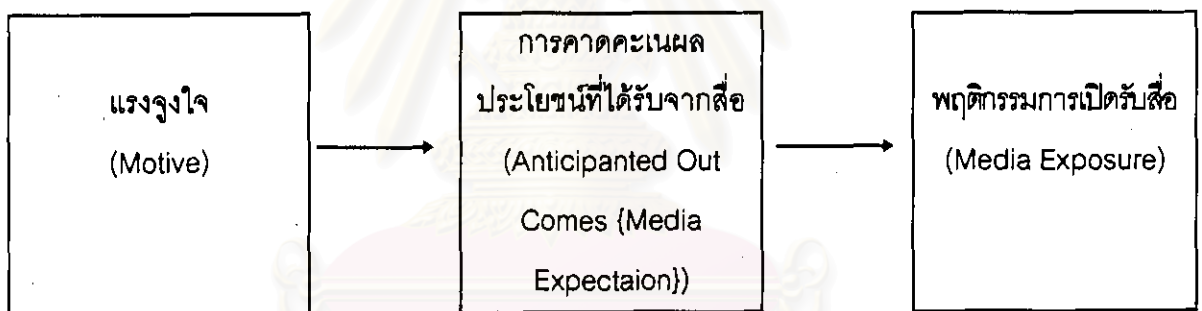
แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการคือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นๆ ออกมา
3. ทฤษฎีนี้มีสิ่งสำคัญคือ เรื่องของอนาคต อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้แนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร (อ้างใน เรื่องศิลป์ แก้วดอนรี, 2539)

### แผนภาพที่ 3

#### แสดงแบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



ความคาดหวังเป็นการตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีหน้าที่ หรือคุณสมบัติเฉพาะตัวหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อ ก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะใช้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อนั้นตลอดจนเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evana, 1962) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่างๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่ตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก

ส่วนการศึกษาของ Rayburn และ Palmgreen (1984) ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมา เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ตามแนวคิดนี้ เรียกว่า "Expectancy-Value" ซึ่งมีรูปแบบดังนี้



ที่มา J.D. Rayburn and Philip Palmgreen, "Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory." in Communication Research and International Quarterly (11 October 1984)

Rayburn และ Palmgreen อธิบายว่า ความเชื่อ (Beliefs) หรือ ความคาดหวัง (Expectations) เกี่ยวกับสื่อใดๆ ว่าสื่อชนิดนั้นๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อนั้นเป็นตัวแปรมา



ก่อน (Antecedent) ที่สำคัญของแรงจูงใจ (Motives) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratifications Sought) ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่ออื่นๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าว ทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Perceived Gratifications Obtained) ผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการดำเนินงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

Rayburn และ Palmgreen อธิบายความหมายของความคาดหวัง (Expectations) ว่าหมายถึงความน่าจะเป็นการรับรู้ว่ามีสิ่งบางอย่าง (Object) มีคุณลักษณะเฉพาะ หรือรับรู้พฤติกรรม บางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา

### การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking)

ความสัมพันธ์การคาดหวังผลประโยชน์ของปัจเจกส่วนบุคคลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภค หรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเน้นในเรื่องเลือกรับข่าวสาร ว่าปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

ชาร์ลส์ แอตกิน (Charles Atkin, 1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา

- ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ เช่น การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงที่ต้องการ สูงกว่าการลงทุนลงแรง เช่น การลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลนั้นย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking)

- ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลนั้นอาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring)

- ถ้าบุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารแล้วจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance)

ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยง หรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุน ลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้น ทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำๆ ซากๆ ในโทรทัศน์ ก็เนื่องจากซีเกียจเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหมุนช่องไหนๆ ก็เจอแต่โฆษณา ก็เลยต้องจำดูทั้งๆ ที่ไม่ชอบ

ชาร์ลส แอตคิน ซีให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคล ในขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคล ในขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้ หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้น แอตคินให้ชื่อว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

มาสโลว์ (Maslow) กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการอยากเรียนรู้ (Needs for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้ นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากสังคม โดยมาสโลว์ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของศึกษาสื่อสารมวลชน ดังต่อไปนี้

1. มนุษย์เจาะจงแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหนีข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Need for Orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกที่มีความต้องการส่วนตัว

และยังมีนักสื่อสารมวลชนที่มีแนวความคิดคล้ายคลึงกับมาสโลว์ (Maslow) คือ แม็คคอมบส์ และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) โดยเน้นในเรื่องเหตุผลในการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนในมุมมองของผู้รับสาร เป็น 6 หัวข้อดังนี้

1. มนุษย์ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. มนุษย์ต้องการการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยที่ว่าการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว
3. มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนา พูดคุยในชีวิตประจำวัน (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. มนุษย์ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. มนุษย์ต้องการการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. มนุษย์ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

จากที่กล่าวมาข้างต้น การเลือกรับข่าวสาร หรือความต้องการข่าวสารของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อสนองความสนใจ และเพื่อความบันเทิง (Entertainment) ซึ่งจากการศึกษาของศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนาแก้วเทพ (2531) ได้ศึกษา และได้จำแนกเป็นชุดของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับความต้องการที่จะได้รับสนองจากสื่อมวลชน เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสารดังนี้

### 1. ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคมและของโลก
- เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในทางปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และการตัดสินใจ
- สนองต่อความอยากรู้ อยากรู้อยากเห็น และสนองต่อความสนใจ
- ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
- สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

### 2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่นๆ (ในสื่อมวลชน)
- มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง

### 3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- ใช้แทนเพื่อน
- ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

#### 4. ความต้องการความบันเทิง

- การหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- การผ่อนคลาย
- ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ และความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ปลดปล่อยอารมณ์
- เป็นการกระตุ้นทางเพศ

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสาร หรือการเลือกรับข่าวสารนั้น เพื่อช่วยลดความไม่รู้ หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด และยังเป็น การแสวงหา เพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเร้าใจด้วย นอกจากนี้ การที่บุคคลใด จะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เจยเมยต่อข่าวสารหรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับ การประเมินเปรียบเทียบกับความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใดๆ ด้วย

จากแนวคิดที่กล่าวมาสามารถนำมาอธิบายตัวแปรความคาดหวังผลประโยชน์ของกลุ่มสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนที่มีต่อพฤติกรรมการสื่อสารในรายการจากสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) ได้ เนื่องจากเมื่อกลุ่มสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนมีความคาดหวังและต้องการประโยชน์จากทางสถานีวิทยุชุมชนและมีการแสวงหาข่าวสาร จากนั้นจึงมีพฤติกรรมการสื่อสารในรายการของสถานีวิทยุชุมชน (City Radio)

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Credibility of Source)

ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งเป็นผู้เริ่มต้นของกระบวนการในการถ่ายทอดสารไปยังอีกแหล่งหนึ่งจะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม ผู้ส่งสารนี้อาจทำหน้าที่เป็นแหล่งสาร (Source) และผู้เข้ารหัส (Encoder) ในเวลาเดียวกัน หรือทำหน้าที่เพียงอย่างใดอย่างหนึ่งก็ได้

แหล่งสาร (Source) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มความคิดที่จะถ่ายทอดสารไปยังอีกแหล่งหนึ่ง ส่วนผู้เข้ารหัส (Encoder) หมายถึง ผู้ที่ถ่ายทอดสารจากแหล่งสารไปยังจุดหมายที่แหล่งสารต้องการ โดยการแปลงสารนั้นออกมาในรูปของรหัสที่เป็นที่เข้าใจกันในกระบวนการสื่อสารนั้นๆ รหัสดังกล่าว อยู่ได้ทั้งในรูปของคำพูด สัญญาณ (Signal) หรือสัญลักษณ์ (Symbol)

#### วัตถุประสงค์ของผู้ส่งสาร

1. เพื่อบอกกล่าวสารนิเทศ
2. เพื่อให้ความรู้
3. เพื่อให้ความบันเทิงใจ
4. เพื่อโน้มน้าวใจ

ประมะ สตะเวทิน (2538) ให้ความเห็นว่า สถานภาพต่างๆ ของผู้ส่งสารมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร สถานะ ตำแหน่ง บทบาท หน้าที่ ศักดิ์ศรี ความเชื่อ และค่านิยมของสังคมและวัฒนธรรม ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อความคิด และพฤติกรรมการสื่อสารของผู้ส่งสาร และเป็นสิ่งที่คาดหวังว่าผู้ส่งสารควรจะปฏิบัติอย่างไรในการสื่อสาร

การติดต่อสื่อสารจะต้องเริ่มต้นด้วยบรรยากาศแห่งความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Credibility of Source) ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อมั่นในแหล่งสาร ซึ่งเป็นผลแห่งความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ย่อมจะมีผลไปถึงเนื้อหา สารระ เรื่องราว และข่าวสารด้วย

โฮฟแลนด์ เจนิส และเคลเลย์ (Hovland, Janis, and Kelley, 1953) กล่าวถึงปัจจัยสำคัญของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารว่าประกอบด้วยคุณสมบัติ 3 ประการ คือ ความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) และความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness)

เบตติงเฮาส์ (Bettinghaus, 1980) ตั้งข้อสังเกตว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารไม่ได้ขึ้นกับคุณสมบัติใดเพียงอย่างเดียว เหมือนอายุ หรือเพศ หากแต่เกี่ยวเนื่องกับคุณสมบัติอื่นๆ ด้วย เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม ฉะนั้น ความน่าเชื่อถือจึงตั้งอยู่บนรากฐานการยอมรับของผู้รับสารในหลายๆ สิ่งของผู้ส่งสาร

อดัมส์ และตากากุระ (Adams and Takakura) ได้ศึกษาความน่าเชื่อถือซึ่งมาจากสำเนียงในการกระจายเสียงที่แตกต่างกัน ผลปรากฏว่า สำเนียงมีส่วนต่อความน่าเชื่อถือเมื่อสำเนียงต่างกันจะมีผลทำให้เกิดความเชื่อที่ต่างกัน และพื้นฐานของภาษาของผู้ฟังนั้นมีผลต่อความแตกต่างในการยอมรับความน่าเชื่อถือ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวยังพบว่า องค์ประกอบของความน่าเชื่อถือที่จะยอมรับผู้กระจายเสียงนั้น มีดังนี้

1. องค์ประกอบด้านความสามารถ (Competence) ได้แก่ ความเป็นผู้รู้ ความเป็นผู้ชำนาญ มีความสามารถ การมีคุณสมบัติ ความมีความสามารถในการหา รายได้ให้แก่ตนเอง และมีทักษะในเรื่องที่จะสื่อสารและในกระบวนการสื่อสารซึ่ง คุณสมบัติเหล่านี้จะทำให้ผู้รับสารเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อถือต่อผู้ส่งสาร และทำให้เกิดการยอมรับในความน่าเชื่อถือต่อผู้กระจายเสียง
2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกปลอดภัย (Safety) ได้แก่ ลักษณะของผู้ส่งสารที่มีความเป็นมิตร มีไมตรีจิต มีเมตตา อ่อนน้อม สงบเยือกเย็น สุขภาพ เชื้อเพื่อนำไว้วางใจ ซึ่งผู้ส่งสารจะต้องยึดถือความจริงหรือความซื่อสัตย์ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความรู้สึกไว้วางใจในตัวผู้ส่งสาร
3. องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ (Characteristics) ได้แก่ ความกระตือรือร้น ความคล่องตัว และการมีความมั่นใจในความสามารถของตนเองของผู้ส่งสาร ซึ่งแหล่งสารที่มีบุคลิกภาพเป็นที่น่าดึงดูดใจ ย่อมกระตุ้นให้ผู้รับสารมีความสนใจและพึงพอใจในสารได้
4. องค์ประกอบด้านการสมาคม (Socialbility) ได้แก่ ความมีอัธยาศัย ความเป็นกันเองกับผู้รับสาร การมีทัศนคติที่ดีทั้งต่อตนเองและต่อผู้รับสาร ตลอดจนการมีความรอบรู้ในเรื่องต่างๆ ไป ซึ่งจะเป็นคุณลักษณะในการเสริมสร้างสัมพันธภาพที่ดี ระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร

ดังนั้นในเรื่องความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของผู้ส่งสารนับว่าเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะบรรยากาศแห่งความน่าเชื่อถือนี้ เป็นการเอื้ออำนวยต่อกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง (Two-Way Communication Process) เพื่อให้ผู้ส่งสารมีโอกาสทราบถึงปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง (Feedback) ของผู้รับสารมายังผู้ส่งสาร

#### 4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

##### งานวิจัยเกี่ยวกับรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน

ณิลวรรณ วรานิชสกุล (2536) ได้ศึกษาเรื่องการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมในรายการวิทยุเพื่อแก้ไขปัญหาจราจรในกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษา สถานีวิทยุ จส. เอฟ. เอ็ม. 100 เมกะเฮิร์ต พบว่ากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของรายการ จส. 100 เกิดจากองค์กรผู้ร่วมผลิต 3 ฝ่าย คือ เจ้าหน้าที่บริษัท แปซิฟิคคอร์ปอเรเตอร์ จำกัด เจ้าหน้าที่ตำรวจศูนย์ควบคุมการจราจร (บก.02) และประชาชนผู้ใช้รถใช้ถนน ซึ่งต่างฝ่ายต่างผลัดเปลี่ยนบทบาทในฐานะเป็นผู้รายงานข่าว แหล่งข่าว และผู้รับสาร สลับสับเปลี่ยนกันไป จนกระทั่งเกิดความเข้าใจและสนองวัตถุประสงค์ร่วมกัน และสำหรับผลสืบเนื่องของรายการ จส.100 เป็นผลดีต่อสังคมในกรุงเทพมหานครโดยรวม ในด้านของการยอมรับและเตรียมใจกับสภาพการจราจรที่ต้องเผชิญร่วมกัน เป็นการผ่อนคลายความเครียด นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ใช้รายการเป็นเวทีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเสนอแนะแนวทางที่คาดว่าจะสังคมควรจะมีปฏิบัติร่วมกัน

##### งานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสารทางสื่อวิทยุ

สุภาวรรณ จรุงเมธา (2538) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ทำให้ประชาชนสนใจรับฟังรายการข่าววิทยุในลักษณะสนทนาข่าว ศึกษาเฉพาะกรณีรายการวิทยุเนชั่นนิวส์ทอล์ค พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่วัยทำงาน มีระดับการศึกษาสูง มีรายได้ค่อนข้างมาก และมีอาชีพเป็นหลักแหล่งมั่นคงดี เป็นอาชีพที่ต้องติดต่อพบปะผู้คนอยู่เป็นประจำ มีรถยนต์เป็นพาหนะและรับฟังรายการเนชั่นนิวส์ทอล์คขณะขับรถ และที่บ้าน เป็นผู้ที่มีความสนใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมและบ้านเมืองมากเป็นพิเศษ โดยจะเห็นได้จากการรับฟังรายการเนชั่นนิวส์ทอล์คมาเป็นระยะเวลาานและรับฟังเป็นประจำด้วยความตั้งใจ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ทำให้รู้ข่าวสารบ้านเมือง และเป็นคนทันสมัยสามารถพูดคุยสนทนากับผู้อื่นได้ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับฟังรายการ ปัจจัยด้านอายุ ระดับความพึงพอใจในการรับฟังรายการและระดับการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากการรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับฟังรายการเนชั่นนิวส์ทอล์ค



**จรัสศรี นาญสมวงศ์ (2533)** ได้ศึกษาเรื่องความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร คลื่นพิเศษ F.M. SCA. พบว่า ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกัน เช่นเดียวกับผู้โดยสารที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกัน สำหรับผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกันั้น พบว่า ความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ที่มีรายได้ต่างกันมีความสัมพันธ์กับอายุ และอาชีพ กล่าวคือ ผู้ที่มีความคาดหวังต่ำ และความพึงพอใจต่ำ เป็นผู้ที่มีอายุมากและมีอาชีพซึ่งมีรายได้มั่นคง แน่นนอน ในขณะที่ผู้ที่มีความคาดหวังสูง และความพึงพอใจสูงเป็นผู้ที่มีอายุน้อย และมีอาชีพรับจ้างซึ่งมีรายได้น้อยและไม่แน่นอน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้โดยสารที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจต่างกัน

**สมมิตร โชติแก้ว (2524)** ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียง และความต้องการวิทยุเพื่อการศึกษาณอกโรงเรียนของประชาชนในเขตเมืองและเขตชนบท จังหวัดพิษณุโลก พบว่าประชาชนในเขตเมืองส่วนใหญ่เลือกฟังรายการวิทยุเพื่อติดตามข่าวสาร รับฟังวิทยุระหว่างเวลา 06.00 - 09.00 น. และ 18.00 - 21.00 น. รับฟังรายการวิทยุที่บ้านขณะที่ทำงานอื่นไปด้วย รูปแบบวิธีเสนอรายการควรเสนอในลักษณะพูดคุยแบบเป็นกันเองกับผู้ฟัง ใช้ภาษาที่เข้าใจได้ง่ายพูดมีสาระ และแทรกอารมณ์ขันบ้าง ผู้ดำเนินรายการควรเป็นคนวัยเดียวกันกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ซึ่งจะช่วยให้การจัดรายการสอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของกลุ่ม ผู้ฟังเป้าหมายได้มากขึ้น

**อุษา จันทรประกาศ (2534)** ได้ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการคือ ฟังรายการค่อนข้างบ่อย สาเหตุที่ฟังเพราะรูปแบบรายการมีความน่าสนใจและผู้ฟังมีความสนใจฟังเนื้อหาเกี่ยวกับเกษตรกรรมที่สุดในส่วนของกรใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจพบว่า ผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมากเฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ คือ

1. หลักการที่เป็นรายการของประชาชนบริหารรายการโดยตัวแทนของประชาชน
2. ความรู้
3. ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อกรงานอาชีพและการดำเนินชีวิตประจำวัน
4. รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน
5. วิธีการแก้ปัญหาต่างๆ
6. ข่าวสาร
7. ข้อมูลเพื่อใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น

**วโรพร สวัสดิมงคล (2538)** ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการรับฟัง ความต้องการรูปแบบ และเนื้อหารายการเสียงตามสายในโรงพยาบาลของผู้ป่วยใน โรงพยาบาลสังกัดกระทรวงสาธารณสุขในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ป่วยส่วนใหญ่มีการรับฟังและการใช้เวลาในการฟังรายการเสียงตามสายในโรงพยาบาลในระดับต่อ และมีความต้องการรายการเสียงตามสายในโรงพยาบาล โดยต้องการให้จัดรายการเพื่อบันเทิง และจะนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง นอกจากนั้น ผู้ป่วยที่มีอายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพแตกต่างกันมีการรับฟังไม่แตกต่างกัน

**สุภาพงศ์ ระรวยทรง (2534)** ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสาร ความรู้ และทัศนคติ ต่อการเสนอข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ อายุมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางวิทยุ และการศึกษา มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการเปิดรับข่าวสารทางหนังสือพิมพ์และวิทยุ นอกจากนี้ ตัวแปรด้านการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความรู้ด้านข่าวต่างประเทศ และตัวแปรด้านการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับข่าวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### งานวิจัยเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

**ศุภวรรณ สัจจพงศ์ (2532)** ได้ศึกษาเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวังผลตอบแทน ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี รายการข่าวภาคค่ำถ่ายทอดสดสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังข่าวภาคค่ำถ่ายทอดสดสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยได้แก่ การคาดหวังผลตอบแทน ความพึงพอใจ โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านการผ่อนคลายอารมณ์ ความน่าเชื่อถือของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในฐานะแหล่งข่าว โดยเฉพาะในองค์ประกอบความแคล่วคล่องว่องไวในการทำงาน และการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจ โดยเฉพาะองค์ประกอบเพื่อการเสริมย้ำความเชื่อ นอกจากนี้ความต้องการที่ส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจในการรับฟังข่าวภาคค่ำถ่ายทอดของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยสูงได้แก่ ความต้องการรู้ว่ามีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นบ้าง ความต้องการรู้แนวทางการพัฒนาประเทศของรัฐบาล ความต้องการรู้ความเคลื่อนไหวทางการเมือง ความต้องการข้อมูลไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น และความต้องการข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานและชีวิตประจำวัน

### งานวิจัยเกี่ยวกับการคาดหวังผลประโยชน์จากสื่อ

**ชนิดา พลศรี (2529)** ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของเยาวชนที่มีต่อการจัดนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ พบว่า ความคาดหวังของเยาวชนเกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์

**วันทนี แสนักติ (2532)** ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา พบว่า เพศกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กันในด้านความตั้งใจขณะเปิดรับสื่อ ความต้องการรับรู้ทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับความคาดหวัง

**อรณี ผู่วรรณลักษณ์ (2538)** ได้ศึกษาการเปิดรับ การคาดหวังผลประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางครอบครัว มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การคาดหวังผลประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับ การเปิดรับมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิกจากการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา

**ปัทมาวดี หล่อวิจิตร (2538)** ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ “รายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง” ของผู้ชม พบว่า ระดับการศึกษาและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติเกี่ยวกับรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมือง ระดับการศึกษาและรายได้ จะมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ นอกจากนี้ พฤติกรรมการเปิดรับชมยังมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในด้านรูปแบบ เนื้อหา และระยะเวลาการออกอากาศของรายการสนทนา 45 นาที ปัญหาบ้านเมืองอีกด้วย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย