

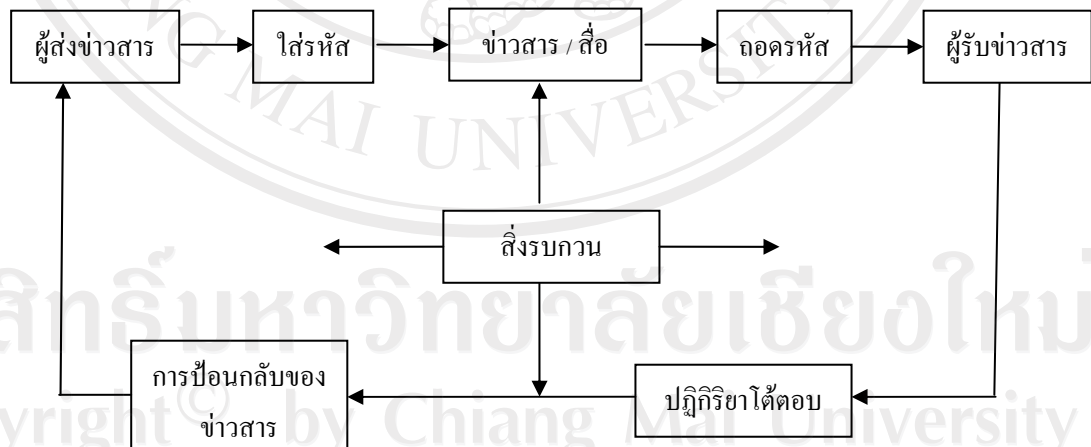
บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอเรชันปีในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่ มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 4 เรื่องได้แก่ ทฤษฎีและแนวความคิดด้านการสื่อสาร (พีระ จิระโสภณ, 2523), ทฤษฎีและแนวความคิดด้านที่เกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) (พีระ จิระโสภณ, 2523), แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อมวลชน (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2525: ออนไลน์) และแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน (Merrill and Lowenstein, 1971)

1. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านการสื่อสาร (พีระ จิระโสภณ, 2523)

การสื่อสารเป็นกระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ความรู้ ความคิดจากผู้ส่งสารไปยัง ผู้รับสารเพื่อผลอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยผ่านช่องทางหรือสื่อต่างๆ การสื่อสารถือเป็นปัจจัยพื้นฐาน ของการติดต่อในกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนและประกอบด้วยคนจำนวนมาก การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น การสื่อสารมีองค์ประกอบ ดังนี้



ภาพ 1 แบบจำลองการสื่อสาร

ประยุกต์จากของ Schramm (Wilbur Schramm, 1973)

จากแผนภาพตามแนวคิดของ Schramm สรุปกระบวนการทำงาน ได้ดังนี้

1. องค์การสื่อสารมวลชน จะทำหน้าที่ 3 อย่างคือ ถอดรหัสสาร (Decoding) ที่รับเข้ามาแปล

ความหมายของข่าวสาร (Interpreting) และลงรหัสข่าวสาร (Encoding) ตามลำดับ

2. ผู้รับข่าวสาร เป็นกลุ่มบุคคลจำนวนมาก ที่เกี่ยวข้องกันหลายลักษณะ และอยู่อย่างกระจัดกระจาย
3. ข่าวสาร ที่องค์กรรับเข้ามา และที่ผลิตส่งไปมีจำนวนมาก ข่าวสารบางส่วนถึงผู้รับแต่ละคน โดยตรงบางส่วนถึงผู้รับโดยผ่านบุคคลอื่นและบางส่วนไปไม่ถึงผู้รับ
4. ปฏิกริยาตอบสนองจากผู้รับ (Feedback) จากมวลชนมีจำนวนน้อย องค์กรสื่อมวลชนสามารถทราบได้ด้วยวิธีอนุมาน เช่น ประเมินจากข่าวสารที่ส่งออกไป หรือใช้วิธีการศึกษาวิจัย

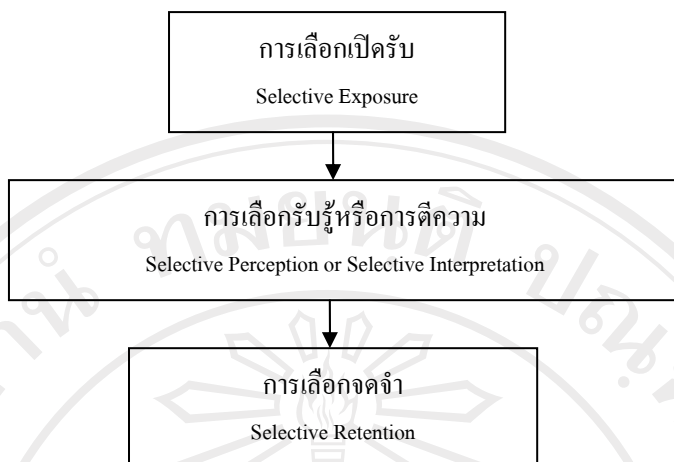
2. ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) (พีระ จิระโสภณ, 2523)

การเลือกเปิดรับข่าวสาร ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่ง ที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการรับส่งสารไปยังผู้รับสาร การเลือกเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการซึ่งเปรียบเทียบบนเครื่องกรอง (Filters) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นการเลือกรับข่าวสารด้วยความตั้งใจ ตามปกติคนเราจะรับข่าวสารในแต่ละวันมากมาย ข่าวสารบางอย่างก็รับรู้อย่างผ่านไปเรื่องใดที่คนเราเห็นว่าตรงกับความสนใจก็จะตั้งใจรับข่าวสารนั้น เช่น เมื่ออ่านหนังสือพิมพ์ ดูโทรทัศน์ก็มิใช่ว่าจะสนใจทุกข่าวแต่จะมีการเลือกให้ความสนใจและความต้องการเพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตน บางครั้งบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารเพื่อให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็ใช้ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับส่งตามเจตนาของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารแตกต่างกันออกไป ตามการเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ เป็นต้น และมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่าเป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร หากความเข้าใจที่เกิดจากการรับรู้นั้นสอดคล้องกับทัศนคติของบุคคล ความเข้าใจนั้นจะพัฒนาต่อไปเป็นความเข้าใจที่ถาวร พร้อมทั้งจะจดจำในระยะยาว



ภาพ 2 แผนภาพแสดงกระบวนการในการเปิดรับข่าวสาร 3 ชั้น

ประยุกต์จากของ Atkin (Charles K. Atkin, 1971)

3. แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อมวลชน (วิภาดา เจริญลาภ, 2539)

จำแนกสื่อมวลชนครอบคลุมสื่อ 6 ประเภท คือ

1. สิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร นิตยสาร หนังสือ และสิ่งตีพิมพ์ประเภทอื่นๆ
2. ภาพยนตร์ ทั้งภาพยนตร์เรื่อง ภาพยนตร์สารคดี รวมทั้งภาพยนตร์ทางการศึกษาบาง

ประเภท

3. วิทยุกระจายเสียง ได้แก่วิทยุที่ส่งรายการออกอากาศ ทั้งระบบ AM และ FM รวมไปถึงระบบเสียงตามสาย
4. วิทยุโทรทัศน์ เป็นสื่อทางภาพและทางเสียงที่เผยแพร่ออกไป ทั้งประเภทออกอากาศและส่งตามสาย

5. สื่อสารโทรคมนาคม เป็นผลจากความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี มีการส่งข้อความ เสียง ภาพ ตัวพิมพ์ สัญลักษณ์ต่างๆ ได้หลากหลาย ครอบคลุมกิจการสื่อสารผ่านดาวเทียม โทรภาพ

โทรพิมพ์

6. สื่อวัสดุบันทึก ได้แก่ เทปบันทึกเสียง เทปบันทึกภาพ แผ่นบันทึกเสียง แผ่นบันทึกภาพ ซึ่งกลายเป็นสื่อมวลชน เพราะเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าทำให้สามารถผลิตเผยแพร่ได้มากและรวดเร็ว

4. แนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน

ผู้รับสารแต่ละคนต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนซึ่งแตกต่างกันไปเมอร์ริลและโลเวนสไตน์ (Merrill and Lowenstein) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่าเกิดจากพื้นฐาน 4 ประการคือ (Merrill and Lowenstein, 1971:134 -135)

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสงสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้และบางครั้งบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลเพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็น ในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อนไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสาร และใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตน โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหา และได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

Sissors & Bumba (Sissors & Bumba, 1996) ได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับสื่อขึ้นกับความชอบส่วนบุคคล โดยการเปิดรับสื่อ นั้นสามารถวัดได้จากโอกาสที่บุคคลจะเปิดรับสื่อ ซึ่งเกิดจากการเป็นเจ้าของสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์หรือการซื้อหนังสือพิมพ์เป็นประจำหรือชั่วคราว ชั่วคราว ตลอดจนการมีหนังสือพิมพ์ในบ้าน เช่น ผู้ที่ชอบอ่านนิตยสารหรือชอบดูภาพยนตร์มากก็จะจัดสรรเงินไว้ซื้อสื่อที่พวกเขาชอบ โดยตัดค่าใช้จ่ายอื่นๆ ออกไป

Becker (Becker, 1979) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อไว้ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาความรู้เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่วไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำมา

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

การอ้างอิงจากงานวิจัยของแม็คลอยด์และคณะ (McLeod and other) กล่าวว่า ตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ (McLeod, 1972)

1. วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

โดยแม็คลอยด์กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นและเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่างเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่เนื้อหาประเภทต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อมวลชนนั้น หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึง จำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

มะลิวัลย์ บุษบงศ์ (2544) ได้ศึกษารูปแบบการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้สูงอายุจำนวน 400 คน ซึ่งมีอายุ 60 ปีขึ้นไป ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส อายุระหว่าง 60 – 65 ปี พบว่าผู้สูงอายุมีรูปแบบการดำรงชีวิต 8 กลุ่ม มีลักษณะเด่นของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมและตนเอง ของแต่ละกลุ่มดังนี้ กลุ่มที่ 1 จริงจังกับชีวิต กล้าเผชิญความจริงและให้ประโยชน์กับลูกหลาน ไม่ยอมหยุดนิ่ง ยึดติดกับค่านิยมดั้งเดิม กลุ่มที่ 2 ไม่สนใจอะไรในชีวิต ไม่ชอบทำกิจกรรม ชอบสิ่งเดิมๆ ไม่ชอบติดตามข่าวสาร มองโลกในแง่ร้ายและไม่สนใจอนาคต กลุ่มที่ 3 ไม่ยุ่งเกี่ยวกับสังคมภายนอก ไม่สนใจเหตุการณ์บ้านเมือง มองโลกในแง่ร้าย ชอบพักผ่อน ชีวิตโดดเดี่ยว และไม่ชอบสังคม กลุ่มที่ 4 ชีวิตหยุดนิ่ง ไร้ความสุข ไม่ยึดมั่นจารีตประเพณี ชีวิตโดดเดี่ยวอ้างว้าง ไม่รักครอบครัวและลูกหลาน ไม่มีความสุขและไม่กระตือรือร้น กลุ่มที่ 5 รักสนุก สนใจเทคโนโลยี ไม่สนใจลูกหลาน ชอบการพบปะผู้คน ชอบงานรื่นเริง และชอบการท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้น กลุ่มที่ 6 หัวโบราณ ไม่ชอบเทคโนโลยีใหม่ๆ ไม่ใส่ใจสุขภาพ ยึดมั่นในจารีตประเพณี ไม่รักการอ่าน ไม่ชอบกีฬา กลุ่มที่ 7 มั่นใจในตนเอง

ไม่เชื่อเรื่องโชคชะตา ไม่ชอบเดินทาง ไม่สนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ กลุ่มที่ 8 หัวสมัยใหม่ รักลูกหลาน และครอบครัว ชอบสังคม ชอบเล่นกีฬาและใส่ใจดูแลสุขภาพ

พรเพ็ญ พัยคณากร (2538) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ของผู้สูงอายุไทยโดยการวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้สูงอายุจำนวน 500 คน พบว่า 1. ผู้สูงอายุทั้งหญิงและชายส่วนใหญ่เปิดรับสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ทุกวัน โดยอ่านที่บ้านพักของตนเอง จะอ่านเมื่อมีเวลาว่าง หนังสือพิมพ์ที่นิยมอ่านมากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ การเปิดรับสื่อมวลชนประเภทวิทยุ เฉลี่ยวันละ 1 ชั่วโมง ฟังคนเดียวที่บ้านพักของตนเอง ระหว่างเวลา 05.00 – 09.00 น. สถานีที่นิยมฟังมากที่สุดคือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย การเปิดรับสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะเปิดรับเฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง ระหว่างเวลา 17.00 – 21.00 น. โดยมีโทรทัศน์ที่บ้านพักของตนเอง และเปิดดูร่วมกับสมาชิกในครอบครัว สถานีที่นิยมดูมากที่สุดคือ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ส่วนการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทภาพยนตร์ ส่วนใหญ่ดูเดือนละครั้ง นิยมดูภาพยนตร์ไทย 2. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้สูงอายุอยู่ในระดับปานกลาง 3. เพศระดับการศึกษา รายได้ต่างกัน เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์และสื่อโทรทัศน์แตกต่างกัน 4. เพศต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนแตกต่างกัน 5. การเปิดรับสื่อวิทยุมีความสัมพันธ์ทางลบกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน 6. การเปิดรับสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์ทางลบกับการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

ชมนาท รัตนมณี (2538) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาเชิงวิเคราะห์ลักษณะช่องทางข้อมูลข่าวสารพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนและการเลือกใช้ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจของนักธุรกิจชั้นนำในเขตกรุงเทพมหานคร โดยสุ่มเลือกศึกษาจากนักธุรกิจในระดับผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ ด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงและแบบเพิ่มพูนได้จำนวน 120 คน ประกอบด้วย 6 ประเภทธุรกิจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการนัดหมายอย่างเป็นทางการและการสนทนาแบบทักทายอย่างไม่เป็นทางการ พบว่า ส่วนใหญ่นักธุรกิจชายจะใช้เวลาในการดูและอ่านข่าวเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวต่าง ๆ โดยเฉพาะข่าวการเมืองภายในประเทศและกระแสข่าวเศรษฐกิจระหว่างประเทศมากกว่านักธุรกิจหญิงซึ่งชอบเปิดรับเนื้อหาสาระประเภทบันเทิงเนื่องจากต้องการพักผ่อน อย่างไรก็ตามนักธุรกิจทั้งชายและหญิงต่างระบุว่าไม่มีเวลาที่จะดูโทรทัศน์เป็นประจำทุกวัน เนื่องจากมีกิจกรรมอย่างอื่นที่ต้องทำนอกบ้าน โดยมักจะดูเป็นครั้งคราวเมื่อมีเวลาอยู่บ้านเท่านั้น โดยมีความเห็นว่ารายการโทรทัศน์ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาทั้งที่มีสาระและบันเทิงควบคู่กัน