

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการคลินิกชีวิตรักรัษ ของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล ผู้ศึกษาใช้แนวคิด ทฤษฎี และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มาเป็นกรอบในการศึกษาเพื่อที่จะสามารถอธิบายถึงความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการคลินิกชีวิตรักรัษของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนลได้อย่างชัดเจน

ทฤษฎีและแนวคิด

ในการศึกษาเรื่องความคิดเห็นของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการคลินิกชีวิตรักรัษของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพลัสแซลแนล มีทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องในการศึกษาดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น
2. แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์รูปแบบอินเทอร์เน็ตแอกทีฟ
3. วิธีในการประเมินผู้ชมรายการ

แนวคิดเกี่ยวกับความคิดเห็น

ความหมายของความคิดเห็น

ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกทางด้านความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ โดยสอดคล้องกับความรู้สึกร่างกายในของตน การแสดงออกถึงความคิดเห็นนี้อาจรวบรวมได้จากอารมณ์ ประสบการณ์ และสภาพความเป็นจริงในขณะนั้น ความคิดเห็นอาจจะถูกต้องหรือไม่ก็อาจจะได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นก็ได้ ความเห็นนี้อาจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (พาวนด์ วิริยะสัทธา, 2546 : 4)

มานิต พวงถนอมเสรี (2531) กล่าวถึงความคิดเห็น (Opinion) ว่าความรู้สึกที่ถ่ายทอดจากการรับรู้เป็นเรื่องการตัดสินใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยเหตุผลของตนเองอย่างรอบคอบชัดเจนและต่อเนื่อง

วรวิทย์ หล้าทุม (2540 อ้างถึงในพรศักดิ์เพิ่มมี, 2548 : 11) ได้ให้ความหมายความคิดเห็นไว้ว่า ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ ซึ่งอาจแสดงออกมาด้วยคำพูด การปฏิบัติหรือการเขียน การแสดงออกของความคิดเห็นจะเกี่ยวกับทัศนคติ ค่านิยม การศึกษา ประสบการณ์ สภาพแวดล้อมและพฤติกรรมระหว่างบุคคล ซึ่งเป็นเครื่องช่วยในการพิจารณาและประเมินค่าก่อนที่จะตัดสินใจแสดงความคิดเห็นในเรื่องนั้นๆ ซึ่งความคิดเห็นอาจเป็นที่ยอมรับหรือปฏิเสธจากคนอื่นๆก็ได้

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความคิดเห็น (ยูฟา สุภากุล, 2534 : 119 – 124)

1. เพศ (Sex) การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่าผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของแต่ละคนไว้แตกต่างกัน เพศจึงมีความสัมพันธ์กับบุคลิกลักษณะ จิตใจ และอารมณ์ของบุคคล ซึ่งเพศหญิงมักเป็นเพศที่อารมณ์อ่อนไหว มองสิ่งต่าง ๆ ในลักษณะดูรายละเอียด จากงานวิจัยพบว่า เพศหญิงนิยมดูรายการโทรทัศน์ประเภทละคร โดยมักจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ไปพร้อมๆ กับทำงานอื่นด้วย ส่วนเพศชายนิยมดูรายการประเภทข่าวและกีฬาโดยมักจะใช้เวลาขณะพักผ่อน นอกจากนี้พฤติกรรมการติดต่อสื่อสารก็แตกต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้มและความต้องการส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย

2. อายุ (Age) เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ เนื่องจากอายุจะเป็นตัวกำหนดหรือบ่งบอกเกี่ยวกับความเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ของบุคคล งานวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงถึงตัวแปรเรื่องอายุที่มีต่อการหล่อหลอมอุดมการณ์

3. การศึกษา (Education) การศึกษาหรือความรู้ นอกจากจะเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารแล้ว ยังเป็นตัวแปรต้นที่กำหนดถึงตัวแปรอื่นๆ ที่ต่อเนื่องตามมาอีกด้วย เนื่องจากคนที่ได้รับการศึกษาที่แตกต่างกันในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน หรือในสาขาวิชาที่แตกต่างกันย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ ทัศนคติ และความต้องการที่แตกต่างกันไป

4. สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม (Social – economic Status) โดยเห็นว่าปัจจัยเหล่านี้ มักจะมีบทบาทในการกำหนดลักษณะการเปิดรับสื่อ และประเภทของสื่อที่ผู้รับสารสามารถหาซื้อได้ รวมถึงโอกาสในการเข้าถึงได้ของสื่อ โดยจะมีบทบาทในการกำหนดการเปิดรับเนื้อหาของสารที่สอดคล้องกับอาชีพ ความคิด ความเชื่อ และประสบการณ์ต่างๆ

5. ภูมิลำเนา (Birth place) ลักษณะผู้รับสารที่อยู่ในพื้นที่ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และสภาพการบริหาร การคมนาคมและการสื่อสารแตกต่างกัน ย่อมจะมีส่วนต่อการกำหนดการศึกษา ความรู้ ความคิด ทัศนคติ วัฒนธรรม และพฤติกรรมที่แตกต่างกันด้วย

6. ศาสนา (Religion) การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสาร ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม ด้านศีลธรรม คุณธรรมจริยธรรม และพฤติกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม

การวัดความคิดเห็น

สวาท ชลพล (2535, อ้างใน สุขชัย กรทิพย์, 2548 : 3) กล่าวถึง วิธีการวัดความคิดเห็นบุคคลว่าสามารถทำได้หลายวิธี วิธีที่ใช้กันโดยทั่วไปคือ การตอบแบบสอบถาม วิธีที่ง่ายที่สุดใน การที่จะบอกถึงความคิดเห็นก็คือ การแสดงให้เห็นถึงร้อยละของคำตอบในแต่ละข้อความเพราะจะทำให้ทราบว่าคุณความคิดเห็นจะออกมาในลักษณะเช่นไร การที่จะให้ใครก็ตามออกความคิดเห็นควรถามต่อหน้า (Face to Face) ถ้าจะใช้แบบสอบถามสำหรับวัดความคิดเห็นจะต้องระบุให้ผู้ตอบว่า เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อความที่กำหนดให้

แนวคิดเกี่ยวกับโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ

Mark Gawlinski (2003) ให้ความหมายของโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ (Interactive Television) ไว้ว่า สิ่งใดก็ตามที่เปิดหนทางให้ผู้ชมโทรทัศน์ กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ หรือประชาชน สามารถสนทนาโต้ตอบผ่านช่องทางรายการ และบริการทางโทรทัศน์ โดยเปลี่ยนผู้ชมจากการรับชมแบบนิ่งเฉย (Passive) ไปสู่การเลือก (Make Choices) และลงมือกระทำ (Take Actions) ด้วยวิธีที่ง่ายเหมือนการกรอกไปรษณียบัตรแล้วจัดส่ง หรืออาจง่ายเหมือนการวาดภาพบนจอโทรทัศน์

นภาพรณี อัจฉริยะกุล (2545) กล่าวว่า โทรทัศน์ปฏิสัมพันธ์ หรือโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ หมายถึง โทรทัศน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้รับส่งข้อมูลกลับมายังผู้ส่งได้ ไม่ว่าจะเป็นการถามกลับ ตอบกลับ หรือข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) ในลักษณะอื่น โดยเป็นไปในลักษณะของการปฏิสัมพันธ์หรือโต้ตอบกันในทันที

วิธีการในการประเมินผู้ชมรายการ

เมื่อได้ออกอากาศแพร่ภาพรายการวิทยุโทรทัศน์ไปแล้ว ผู้จัดรายการวิทยุโทรทัศน์จะต้องมีการติดตามประเมินผลการรับชมรายการนั้นเป็นครั้งเป็นคราว ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในกิจกรรมต่างๆ ต่อไปนี้

1. ตรวจสอบว่ารายการวิทยุโทรทัศน์ได้ถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ กลุ่มผู้ชมมีความคิดเห็นต่อรายการอย่างไร

2. วินิจฉัยว่าเนื้อหาสาระของรายการบรรลุลักษณะที่กำหนดไว้ต่อกลุ่มผู้ชมเป้าหมายมากน้อยเพียงใด

3. ปรับปรุงแก้ไขเนื้อหาสาระของรายการ รูปแบบการนำเสนอ ตลอดจนตรวจสอบเวลาการออกอากาศว่าเหมาะสมดีแล้วอย่างไร

4. วิเคราะห์ว่าร้อยละเท่าใดของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายได้ชมรายการ อัตราร้อยละหรือจำนวนผู้ชมรายการนั้นเป็นที่พอใจหรือไม่

5. เสนอต่อผู้โฆษณาสินค้าในรายการหรือผู้อุปถัมภ์รายการ ให้ทราบว่าสินค้าที่เขานำมาโฆษณานั้นได้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายของเขามากน้อยเพียงไร (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์, 2539 : 248)

เมื่อรายการโทรทัศน์ได้ถูกนำออกอากาศเรียบร้อยแล้วจะมีการประเมินผลการแพร่ภาพ ซึ่งจะเรียกรวมๆกันว่าเป็นการประเมินประสิทธิภาพของรายการ ตามปกติการประเมินประสิทธิภาพของรายการจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่ได้รับหรือชมรายการดังกล่าวจริง ในการประเมินรายการโทรทัศน์ เช่น รายงานวิจัยที่เกี่ยวกับการประเมินผลคุณภาพรายการโทรทัศน์ “เวทีแก่นบนความพอเพียง” ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ให้ผู้ชมทางบ้านมีส่วนร่วมในรายการ รวมไปถึงงานวิจัยประเมินรายการโทรทัศน์อื่นๆ ของสถานีวิทยุและโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 กรมประชาสัมพันธ์ พบว่า ประเด็นที่ใช้ศึกษามาจากองค์ประกอบต่างๆ ของรายการ โดยสามารถแบ่งเป็นประเด็นได้ดังนี้ (สุทธิ ชาติยะ, 2550: 145 – 162; 2544 : 29 - 36)

1. การออกอากาศในรายการดังกล่าวครอบคลุมกลุ่มผู้ฟังหรือกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ เพียงไร ตรงตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้แต่เดิมหรือไม่ โดยอาจจะมีการจำแนกลักษณะทางสังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ฟังหรือกลุ่มผู้ชมด้วย เช่น จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ภูมิภาค ภูมิลำเนา เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการจัดรายการดังกล่าวให้เหมาะสมกับลักษณะดังกล่าวต่อไป

2. รูปแบบของการเสนอรายการดังกล่าว น่าสนใจและชวนให้ติดตามหรือไม่ กลุ่มผู้ฟัง หรือกลุ่มผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายจะมีส่วนที่จะให้ข้อมูลที่สำคัญยิ่งที่จะให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงรายการให้สอดคล้องกับรสนิยม หรือความนิยมของผู้ฟัง ผู้ชม โดยอาจจะให้ข้อคิดเห็นได้ว่า รูปแบบของรายการที่น่าเสนอนั้นมีความเหมาะสมหรือไม่ สามารถดึงดูดให้ผู้ฟังผู้ชมติดตามรายการดังกล่าวจนจบหรือไม่ การประเมินในประเด็นนี้ปัจจุบันสถานีวิทยุโทรทัศน์ของไทยได้มีการประเมินอยู่เป็นประจำสม่ำเสมอและสามารถนำผลการประเมินมาใช้

ในการปรับปรุงการจัดรายการของทางสถานีให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนทั่วไปด้วย

3. เวลาที่ใช้ในการออกอากาศมีความเหมาะสมหรือไม่เพียงใด ในประเด็นนี้อาจจะแยกพิจารณาประเมินเป็น 2 ส่วน คือ

3.1 ประเมินว่ารายการที่ได้มีการออกอากาศไปแล้วมีความยาวของรายการเหมาะสมหรือไม่ รายการบางรายการสั้นเกินไปจนกระทั่งผู้ฟังผู้ชมไม่สามารถที่จับประเด็นที่รายการนั้นต้องการจะเสนอได้ถูกต้องครบถ้วนเท่าที่ควร หรือบางรายการมีความยาวเกินความจำเป็น ซึ่งอาจจะทำให้ผู้ฟังผู้ชมเกิดความเบื่อหน่ายต่อรายการดังกล่าว

3.2 ประเมินในเรื่องความเหมาะสมของช่วงเวลาที่ใช้ในการออกอากาศ เพื่อจะได้ทราบว่า ช่วงเวลาที่รายการดังกล่าวออกอากาศไปนั้นเหมาะสมและเอื้ออำนวยต่อการรับฟังรับชมของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ เพียงใด มีรายการที่ดีและน่าสนใจหลายรายการที่จัดช่วงเวลาในการออกอากาศไม่เหมาะสม ทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่สามารถรับฟังรับชมได้อย่างทั่วถึง อันจะเป็นผลกระทบต่อประสิทธิภาพของรายการโดยตรง

4. ความชัดเจนของรายการในแง่คุณภาพทางเทคนิคซึ่งในที่นี้จะหมายถึง คุณภาพของเสียงและภาพ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพดังกล่าวจากกลุ่มผู้ฟังผู้ชมรายการจริง จะเป็นส่วนหนึ่งที่ผู้ผลิตรายการและผู้จัดรายการจะนำมาใช้ในการปรับปรุงรายการได้ทางหนึ่ง หรืออาจจะช่วยปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในการรับฟังหรือรับชมรายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับตัวรายการโดยตรงก็ได้

5. เทคนิคในการผลิต จะพิจารณาถึงองค์ประกอบด้านผู้ดำเนินรายการวิทยุโทรทัศน์ จะพิจารณาถึงความถูกต้องชัดเจนในการพูดและออกเสียง ความถูกต้องในการใช้ภาษาอังกฤษและลีลาในการพูด บุคลิกภาพ การแต่งกายและการแสดงท่าทางประกอบคำพูด การมีความเป็นกันเองกับผู้ชม มีท่าทางกระตือรือร้น และมีการสรุปประเด็นของเนื้อหาได้ดีมากน้อยเพียงใด

6. เนื้อหาสาระ จะพิจารณาถึงเรื่องราวสาระมีประโยชน์ต่อผู้ชมหรือไม่ เหมาะสมกับกาลเวลาตรงตามความต้องการของผู้ชมหรือไม่ และมีความถูกต้องเที่ยงตรงเพียงใด

7. การสัมภาษณ์บุคคลในรายการ ในประเด็นผู้ร่วมรายการตอบคำถามชัดเจน มีทัศนคติในประเด็นที่เป็นประโยชน์

8. การมีส่วนร่วมของผู้ชมมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด และมีสิ่งดึงดูดใจให้ผู้ชมสอบถามในรายการ การมีส่วนร่วมในรายการมีช่องทางที่เหมาะสม การแสดงความคิดเห็นผ่านรายการมีความสะดวก

จากหลักการในการประเมินรายการสามารถสรุปและแยกออกเป็นประเด็นหลักๆเพื่อใช้ในการประเมินรายการคลินิกชีวรัักษ์ได้ดังนี้

1. รูปแบบรายการ มีความน่าสนใจและชวนให้ติดตามหรือไม่ รูปแบบของรายการที่นำเสนอ นั้นมีความเหมาะสมหรือไม่ สามารถดึงดูดให้ผู้ฟังผู้ชมติดตามรายการดังกล่าวจนจบหรือไม่

2. ความยาวรายการ มีความเหมาะสมหรือไม่

3. ช่วงเวลาออกอากาศ นั้นเอื้ออำนวยต่อการรับฟังรับชมของกลุ่มเป้าหมายมากน้อยเพียงใด

4. จำนวนวันที่ออกอากาศ มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

5. คุณภาพทางเทคนิค เช่น ภาพและเสียง มีความคมชัด ชัดเจน และทำให้รายการน่าติดตามมากน้อยเพียงใด

6. ผู้ดำเนินรายการ ผู้ดำเนินรายการมีการสรุปประเด็นเนื้อหาในแต่ละตอน ใช้ภาษาในการพูดมีความถูกต้องชัดเจน รวมไปถึงบุคลิกภาพ การแสดงท่าทางประกอบคำพูด และมีการแต่งกายที่เหมาะสมของผู้ดำเนินรายการ

7. เนื้อหาสาระของรายการ เป็นประโยชน์ต่อผู้ชมและสามารถนำความรู้ไปดูแลสุขภาพของตนเองได้ อีกทั้งเนื้อหาที่น่าสนใจมีความทันสมัย ครบคลุมและตรงกับความต้องการของผู้ชมมากน้อยเพียงใด

8. การสัมภาษณ์บุคคลในรายการ ผู้ร่วมรายการหรือวิทยากรสามารถให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับประเด็นที่สอบถามอย่างชัดเจน และสนทนาในประเด็นที่เป็นประโยชน์

9. การมีส่วนร่วมของผู้ชม ทางรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมเหมาะสมและเพียงพอหรือไม่ ช่องทางที่มีเพียงพอและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมได้ดีมากน้อยเพียงใด

รายการคลินิกชีวรัักษ์ของสถานีโทรทัศน์ดาวเทียมเอชพีเอสแซทแนล

เป็นรายการรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟที่ผู้ชมทางบ้านสามารถโทรศัพท์เข้ามาขอรายการได้โดยตรงเพื่อสอบถามปัญหากับผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ชมส่งข้อความแสดงความคิดเห็นมายังรายการได้ทันที ซึ่งสาระสำคัญของรายการพอสรุปได้ดังนี้

1. แนวความคิดของรายการ คือ “สุขภาพที่ดีเกิดจากการดำเนินชีวิตที่ถูกต้อง คือนิยามของการดูแลสุขภาพด้วยศาสตร์การแพทย์ทางเลือก” แพทย์ทางเลือกเป็นศาสตร์เก่าแก่ที่อยู่คู่กับสังคมไทยและสังคมเอเชียมากว่า 100 ปี การดูแลสุขภาพด้วยศาสตร์แพทย์ทางเลือกเน้นการปรับสมดุลของร่างกาย ปรับนาฬิกาชีวิตของเราให้ดำเนินไปอย่างถูกต้อง ซึ่งหากเราปฏิบัติอย่างเข้าใจและถูกต้องแล้ว โรคภัยและโรคร้ายต่างๆ ก็จะไม่มาเบียดเบียน ปัจจุบันศาสตร์การดูแลสุขภาพ

แบบองค์รวมมีมากมายหลายแขนงวิชา ซึ่งแต่ละวิชามีที่มาและวิธีการปฏิบัติที่แตกต่าง เพื่อให้ผู้ชมสามารถนำความรู้เกี่ยวกับศาสตร์แพทย์ทางเลือก ดูแลและป้องกัน โรคภัยไข้เจ็บให้ได้ประโยชน์สูงสุด

2. กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย คือ ผู้ชมทั้งชายและหญิงที่ใส่ใจสุขภาพ ที่มีอายุระหว่าง 25 – 50 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ปริมณฑล และตามหัวเมืองใหญ่
3. เวลาที่เสนอรายการ คือ ออกอากาศทุกวันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 14.05 – 15.25 น.
4. รูปแบบรายการ นำเสนอรายการในรูปแบบสัมภาษณ์และตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพและศาสตร์แพทย์ทางเลือกกับผู้ชมทางบ้านสดๆเปรียบเสมือนมีผู้เชี่ยวชาญอยู่ที่บ้านคุณ
5. ผู้ดำเนินรายการ คือ อริศรา วงษ์ชาติ และภานุพงศ์ วรรณิกากรณ์

บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นภารัตน์ พฤกษ์สุราลัย (2548) ทำการวิจัยเรื่องทัศนคติและความต้องการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงที่มีอายุ 25-39 ปี กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท เกือบทั้งหมดมีเครื่องมือสื่อสารขณะเปิดรับชมรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ โดยโทรศัพท์มือถือเป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีมากที่สุด ซึ่งมีพฤติกรรมเปิดรับชมรายการรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟทุกวัน วันละ 1 ชั่วโมง สัปดาห์ละ 3-4 รายการ โดยเปิดรับชมในลักษณะสลับช่องไปมากับรายการอื่น รูปแบบรายการที่รับชมบ่อยที่สุดคือ รายการสนทนาข่าวและเปิดรับชมรายการเรื่องเล่าเช้านี้บ่อยที่สุด ทัศนคติที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อรายการรูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ และมีทัศนคติเป็นกลางต่อการสื่อสารกับรายการ ความต้องการที่มีต่อรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟ พบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการรายการโทรทัศน์รูปแบบอินเตอร์แอคทีฟอยู่ในระดับมาก

สุภาภรณ์ พรหมดีราช (2541) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ชมรายการสุขภาพกับการดูแลตนเอง พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนประมาณ 5,001 – 10,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างรับชมรายการสุขภาพทางโทรทัศน์ 1 – 3 วันต่อสัปดาห์ และชมเฉพาะบางช่วงที่น่าสนใจหรือรับชมสลับกับรายการอื่น ส่วนใหญ่รับชมทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 9 ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยนิยมรับชมรายการรูปแบบสัมภาษณ์และสนทนา กับรายการรูปแบบสารคดีสั้นจำนวนพอๆกัน และกลุ่มตัวอย่างต้องการให้มีจำนวนรายการสุขภาพทางโทรทัศน์เพิ่ม

มากขึ้น นำเสนอในวันเสาร์ – อาทิตย์ หรือวันหยุดในช่วงเวลา 18.00 – 21.00น. ความยาวประมาณ 10-20 นาที ด้านพิธีกรควรมีความรู้ด้านการแพทย์ด้วยเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจให้ผู้ชมมากขึ้น และมีการใช้ภาพประกอบที่ชัดเจนช่วยทำให้ผู้ชมเข้าใจและติดตามรายการสุขภาพทางโทรทัศน์มากที่สุด เนื้อหาที่ต้องการให้นำเสนอมากที่สุดคือ เนื้อหาด้านการป้องกันและควบคุมโรค โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมร่วมแสดงความคิดเห็นขณะออกอากาศ

เนาวรัตน์ เทพอาสน์ (2540) การศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของสื่อโฆษณาในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2538-2547 โดยใช้เทคนิคเดลฟาย จากผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่ผู้โฆษณาให้ความสนใจและเลือกใช้มากที่สุด สื่อโฆษณาจะพึ่งพาเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มากขึ้น สื่อโฆษณาจะได้รับการพัฒนาให้สามารถเจาะจงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น สื่อโฆษณาจะมีการแข่งขันอย่างมากในด้านคุณภาพของสื่อ สื่อโฆษณาประเภท Electronics จะได้รับการพัฒนามากที่สุด สื่อโฆษณากระจายเสียงจะอยู่ในรูปแบบของ Network สื่อหนังสือพิมพ์และนิตยสารจะอยู่ในรูปของ CD ROM สื่อโฆษณา ยานพาหนะและสื่อโฆษณากลางแจ้งจะใช้เทคนิคความแปลกใหม่เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย สื่อโฆษณาโดยตรงจะได้รับความนิยมมากขึ้น และปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวโน้มของสื่อโฆษณา ทางด้านการตลาดการแข่งขันของสินค้าและบริการทำให้เกิดความต้องการสื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง การจัดแบ่งผู้บริโภคออกเป็นกลุ่มย่อย ทำให้สื่อโฆษณาต้องพัฒนารูปแบบใหม่ๆ ให้เข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม การเจริญเติบโตของธุรกิจการค้าและบริการทำให้มีความต้องการใช้สื่อโฆษณามากขึ้น การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ด้านคอมพิวเตอร์ และด้านการสื่อสารผ่านดาวเทียม ด้านผู้บริโภคมีความต้องการบริโภคสื่อเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคมีการพัฒนาด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อมากขึ้น ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อการรับสื่อโฆษณา และมีการพัฒนาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมากขึ้น

พลลลิตี จันทรเสวี (2539) ศึกษาลักษณะการมีส่วนร่วมของผู้บริโภครายการโทรทัศน์ของบริษัท มิเดีย ออฟ มิเดียส์ จำกัด (มหาชน) พ.ศ.2538 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการผลิต รายการโทรทัศน์ที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคและลักษณะของผู้บริโภคที่มีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะรายการโทรทัศน์ที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมนั้นมีดังนี้ 1. เนื้อหาและรูปแบบรายการมีลักษณะหลากหลาย เน้นความบันเทิงเป็นหลัก 2. กิจกรรมการมีส่วนร่วมสร้างความผูกพันระหว่างผู้ผลิตรายการกับผู้ชม 3. องค์ประกอบอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มเป้าหมาย บุคลิก พิธีกร ต้องมีความชัดเจน ส่วนลักษณะของผู้บริโภคที่มีส่วนร่วมในรายการ แบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ ผู้บริโภครายการบ้านเลขที่ 5 เป็นกลุ่มชอบแสดงความคิดเห็น ดิชมรายการ และผู้บริโภครายการ คิทตี้แคท เป็นกลุ่มชื่นชมพิธีกรหรือผู้จัดรายการ