

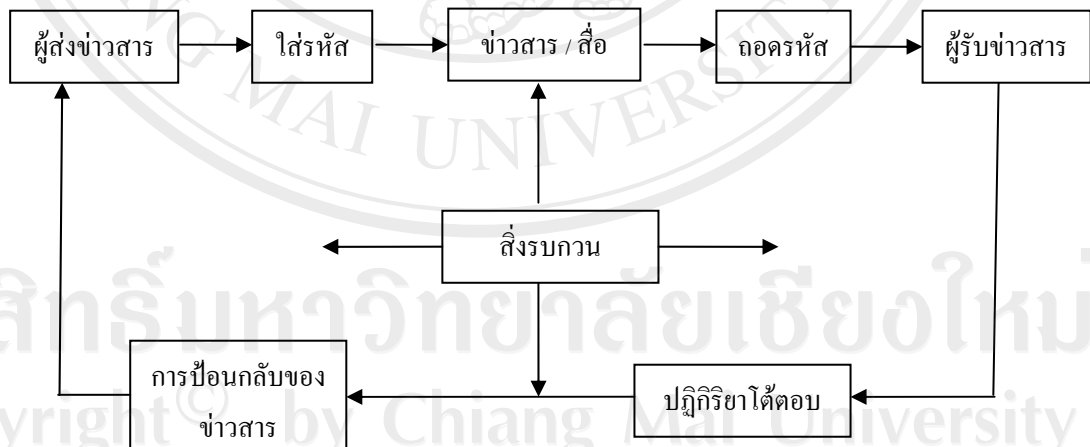
บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชั้นเอ็มในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่ มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง 4 เรื่องได้แก่ทฤษฎีและแนวความคิดด้านการสื่อสาร (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 ความคิดจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสารเพื่อผลอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยผ่านช่องทางหรือสื่อต่างๆ การสื่อสารถือเป็นปัจจัยพื้นฐานของการติดต่อในกระบวนการทางสังคม ยิ่งสังคมมีความซับซ้อนและประกอบด้วยคนจำนวนมากการสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญมากขึ้น การสื่อสารมีองค์ประกอบ ดังนี้



ภาพ 1 แบบจำลอง ของ Schramm (Wilbur Schramm, 1973)

จากแผนภาพตามแนวคิดของ Schramm สรุปกระบวนการทำงาน ได้ดังนี้

1. องค์การสื่อสารมวลชน จะทำหน้าที่ 3 อย่างคือ ถอดรหัสสาร (Decoding) ที่รับเข้ามาแปลความหมายของข่าวสาร (Interpreting) และลงรหัสข่าวสาร (Encoding) ตามลำดับ

2. ผู้รับข่าวสาร เป็นกลุ่มบุคคลจำนวนมาก ที่เกี่ยวข้องกันหลายลักษณะ และอยู่อย่างกระจัดกระจาย

3. ข่าวสาร ที่องค์กรรับเข้ามา และที่ผลิตส่งไปมีจำนวนมาก ข่าวสารบางส่วนถึงผู้รับแต่ละคนโดยตรงบางส่วนถึงผู้รับโดยผ่านบุคคลอื่นและบางส่วนไปไม่ถึงผู้รับ

4. ปฏิกริยาตอบสนองจากผู้รับ (Feedback) จากมวลชนมีจำนวนน้อย องค์กรสื่อมวลชนสามารถทราบได้ด้วยวิธีอนุมาน เช่น ประเมินจากข่าวสารที่ส่งออกไป หรือใช้วิธีการศึกษาวิจัย

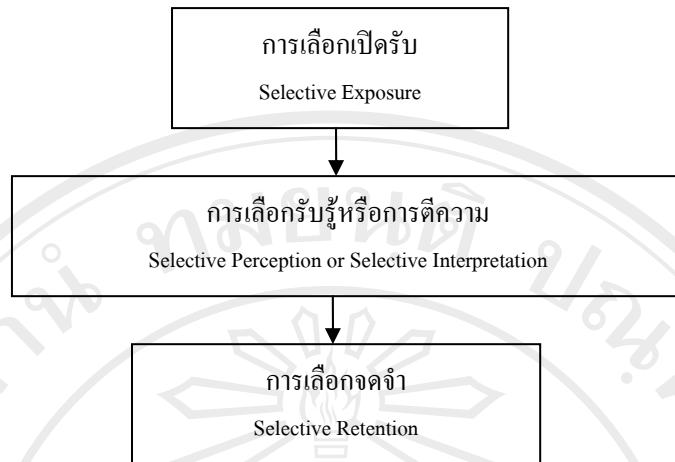
2. ทฤษฎีและแนวความคิดด้านที่เกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับข่าวสาร (Selective Exposure) (พีระ จิระ โสภณ, 2523)

การเลือกเปิดรับข่าวสาร ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งประการหนึ่ง ที่กำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการรับส่งสาร ไปยังผู้รับสาร การเลือกเปิดรับข่าวสารเป็นกระบวนการซึ่งเปรียบเทียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้

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

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็ใช้ว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับส่งตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด 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 (Charles K. Atkin, 1971)

3. แนวความคิดเกี่ยวกับประเภทของสื่อมวลชน จำแนกสื่อมวลชนครอบคลุมสื่อ 6 ประเภท คือ

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

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

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสงสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุด คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้และบางครั้งบางคนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลเพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งใกล้ตัวก่อน ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวออกไป

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

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

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

Becker (Becker, 1979) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อไว้ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ บุคคลจะแสวงหาความรู้ เพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องต่างๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับสื่อ เพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่ตนเองสนใจหรือมีผู้แนะนำมา

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) คือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสาร เพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

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

3.1 วัดจากเวลาที่ใช้สื่อ

3.2 วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

โดยแม็คลอคอยด์กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of Medium) ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชน โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่อเฉพาะอย่างเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่เนื้อหาประเภทต่างๆ ในหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อมวลชนนั้น หมายถึง ความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา ช่วงเวลา รวมไปถึง จำนวนสื่อมวลชนที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารด้วย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สุทธิลักษณ์ วงศ์วรเศรษฐ์ (2543) ได้ศึกษารูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร พบว่า สื่อที่เปิดรับมากที่สุดเรียงลำดับคือ โทรทัศน์ ประเภทรับชมฟรี หนังสือพิมพ์ วิทยุ โรงภาพยนตร์ โทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิกและนิตยสาร รายการโทรทัศน์ ประเภทข่าวมีผู้ชมมากที่สุด ตามด้วยวาไรตี้โชว์ ส่วนหนังสือพิมพ์ นิยมอ่านข่าวกีฬาและข่าวบันเทิง ประเภทรายการวิทยุที่นิยมฟังมากที่สุดคือเพลงไทยสากล เพลงสากลและข่าว กลุ่มผู้มีอายุน้อย การศึกษาดำ รายได้ต่ำ มักเปิดรับสื่อที่เน้นความบันเทิง ในขณะที่กลุ่มที่มีอายุมากกว่า การศึกษาสูง รายได้สูงมักเปิดรับสื่อที่เป็นสาระความรู้ กลุ่มผู้มีอายุน้อยที่เป็นนักเรียนนักศึกษา และเป็นโสดเปิดรับสื่อโทรทัศน์และโรงภาพยนตร์มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ผู้บริโภคชายในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์และฟังวิทยุทุกวันวันละ 1-2 ชั่วโมง อ่านหนังสือพิมพ์วันละน้อยกว่า 1 ชั่วโมง อ่านนิตยสารสัปดาห์ละ 1-2 วันวันละไม่เกิน 2 ชั่วโมง

เบญจาร์ รักพงษ์ (2542) ได้ศึกษาการเรียนรู้พฤติกรรมทางสังคมของวัยรุ่นในเขตเมืองจังหวัดเชียงใหม่โดยรวบรวมข้อมูลข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่มเฉพาะจากกลุ่มเพื่อน กลุ่มนักเรียนระดับมัธยมศึกษาในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเรียนรู้จากตัวแทนทางสังคมต่างๆ ได้แก่ เพื่อน พ่อ แม่ และสมาชิกในครอบครัว ส่วนสื่อมวลชนเป็นตัวแทน

สำคัญที่สุด เพราะมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะการโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารทำให้สื่อมวลชนเข้าถึงวัยรุ่นได้ทั่วถึงและรวดเร็ว โดยวัยรุ่นจะสังเกตจากการชักชวนแนะนำของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ทั้งการโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายโฆษณา ภาพยนตร์ และสิ่งพิมพ์ต่างๆ การโฆษณาทางโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการรับประทานอาหารของวัยรุ่นมากที่สุดเพราะสามารถสื่อความหมายได้เหมือนจริง น่าสนใจ มีความถี่ในการโฆษณาบ่อยครั้ง

อเนชญา กลิ่นเกสร (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ความถนัด และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ชั้นปีที่ 1 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ในระดับที่แตกต่างกับการเปิดรับข่าวสารจากวิทยุ และโทรทัศน์ โดยจะอ่านหนังสือพิมพ์สัปดาห์ละ 3-4 วัน อ่านวันละ 15 – 30 นาที ฟังวิทยุ และดูโทรทัศน์ ทุกวัน โดยใช้เวลามากกว่าวันละ 2 ชั่วโมง มีเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างจากเหตุผลที่เปิดรับข่าวสารจากวิทยุและโทรทัศน์ คือเลือกอ่านหนังสือพิมพ์เพราะต้องการทราบข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเลือกอ่านข่าวหน้าหนึ่ง บทความ บทวิเคราะห์วิจารณ์ และแสดงความคิดเห็น ส่วนวิทยุ และโทรทัศน์ เปิดรับเพื่อความบันเทิง ฟังผ่อนคลาย เพราะมีเสียง สี สัน ภาพเคลื่อนไหว สัดส่วนของรายการบันเทิงมีมากกว่า ในขณะที่หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ต้องอาศัยความเข้าใจ หรือตีความเพื่อสนองความต้องการรู้ถึงข่าวสาร โดยไม่มีการกระตุ้นความสนใจด้วยเสียงหรือภาพที่เคลื่อนไหวได้