

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาการรับชมการถ่ายทอดสดฟุตบอลต่างประเทศของวัยรุ่น” นี้ ผู้ศึกษาได้ใช้ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน  
(The Uses and The Gratification Theory)
2. แนวคิดเรื่องการรับรู้ประโยชน์จากสื่อมวลชน (Perceived Utility)
3. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อมวลชน
4. แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ของสื่อโทรทัศน์กับการกีฬา
5. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

#### ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

(The Uses and The Gratification Theory)

เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง การศึกษาในแนวนี้เป็นการศึกษาที่เน้นในด้านผู้รับสาร (Audience Analysis) เนื่องจากผู้รับสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญของกระบวนการสื่อสารของมนุษย์ มีความสำคัญต่อความสำเร็จสัมฤทธิ์ผลในการสื่อสาร ซึ่งย่อมขึ้นอยู่กับการที่ผู้รับสารสามารถรับสารและเข้าใจในสารนั้นได้มากน้อยเพียงใด ดังนั้น การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ ได้แก่

1. *ความต้องการของผู้รับสาร* โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

- 1.1 ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตน
- 1.3 ความต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ความต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. *ความแตกต่างของผู้รับสาร* ผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ วัย เพศ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1 *วัย* หรืออายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด พฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อตนมีอายุมากขึ้น (Myers,1982)

นอกจากนั้น โดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกัน มักจะมีความต้องการในสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน มีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย (ปรมะ สตะเวทิน,2533) ดังนั้น อายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดความคิดเห็น ความต้องการ ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 *เพศ* ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wiio,Goldhabers and Yates,1980)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวสารได้มากกว่า (ปรมะ สตะเวทิน,2533)

ความแตกต่างทางเพศจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารและความต้องการในการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

2.3 การศึกษา มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารของผู้รับสารเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจจะพบได้ตั้งแต่การแปลความ การมีความ รู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ทำให้พฤติกรรมในการรับสารต่างกันไป ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ระดับใด เพื่อที่จะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการ โดยเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับผู้รับสาร (สมร ทองดี,2532)

2.4 ฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม หมายความว่ารวมทั้งภูมิหลังของครอบครัว เชื้อชาติและชาติพันธุ์ อาชีพ รายได้ และความเป็นอยู่ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของคน จึงอาจกล่าวโดยสรุปว่า ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็นและได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังและความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในกาที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evans,1962)

แคทซ์และคณะ (Katz,E. and Others,1974) ได้ให้คำอธิบายแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสาร ดังนี้

“แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ 1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด 2) ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี 3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ 4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ 5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ 6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้”

ซึ่งสรุปเป็นแบบจำลองได้ดังนี้



แผนภาพที่ 2.1 : แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

ทฤษฎีหรือแบบจำลองนี้ เป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมของการใช้สื่อว่ามีความสัมพันธ์กับความต้องการของมนุษย์ และการสนองความพอใจของมนุษย์ โดยสภาวะของสังคมและจิตใจที่ต่างกันทำให้มนุษย์มีความต้องการไม่เหมือนกัน ซึ่งสุดท้ายคือความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ McCombs และ Becker (1979) ได้กล่าวไว้ในเรื่องของการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการ (Uses and Gratification) ว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. **ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)** โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัยและรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้

2. **ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision)** โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. **ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion)** โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับบุคคลอื่น
4. **ความต้องการมีส่วนร่วม (Participation)** ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. **ความต้องการเสริมความคิดเห็นหรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)**
6. **ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment)** เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

### แนวคิดเรื่องการรับรู้ประโยชน์จากสื่อมวลชน (Perceived Utility)

ในการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้สื่อนั้น Kippax และ Murray (1980) ได้ทำการศึกษากับชาวออสเตรเลีย โดยพัฒนามาจากรูปแบบการศึกษาของ Katz และคณะในปี 1973 ของ Mcquail และคณะในปี 1972 และของ Robinson ในปี 1972 ซึ่งนอกจากจะเน้นเรื่องของการใช้สื่อและความพึงพอใจแล้ว ยังได้เพิ่มเติมเรื่องของการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อ และเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มที่ทำการศึกษาในส่วนของ "ความต้องการ" ซึ่งเป็นตัวแปรหนึ่งที่ศึกษานั้น ได้กำหนดขึ้นให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและลักษณะของชาวออสเตรเลีย มีด้วยกัน 30 ความต้องการ ผู้ตอบคำถามต้องให้ค่าความสำคัญของความต้องการแต่ละข้อ ในระดับ 1-4 ตั้งแต่ "สำคัญ" ถึง "ไม่มีความสำคัญเลย"

จุดประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้คือต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจและการใช้สื่อกับการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อ ซึ่งสื่อโทรทัศน์เป็นที่ยอมรับว่าตอบสนองได้มากที่สุด เป็นสื่อที่มีประโยชน์ในการให้ความบันเทิงมากที่สุด และยังมีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและครอบครัวได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้เป็นแหล่งนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับสังคมโลกและออสเตรเลียแล้ว โทรทัศน์สื่อที่แพร่กระจายได้มากที่สุด ยังตอบสนองความต้องการด้วยการสร้างความเข้าใจในตนเอง ตอบสนองอารมณ์และช่วยในการหลีกหนี (Escape)

จากการศึกษายังพบอีกว่า ปริมาณการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของสื่อ นั้น ๆ ยกเว้นหนังสือพิมพ์ แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงตัวแปรอื่น ๆ ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ดังกล่าวด้วย อาทิ ตัวแปรด้านประชากรซึ่งสามารถเชื่อมโยงการรับรู้ถึงประโยชน์และการใช้สื่อ และถึงแม้ว่าสื่อจะมีใช้เพียงแหล่งเดียวที่ตอบสนองความต้องการต่าง ๆ แต่สื่อยังมีบทบาทสำคัญในชีวิตของผู้คน

ผลจากการศึกษาได้กล่าวถึง

1. ปัจจัยด้านประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องเกี่ยวกับสังคมและความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้สื่อโทรทัศน์สูงที่สุด เพราะเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เขาสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ หนังสือ วิทยุและภาพยนตร์ ถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

สรุปได้ว่า ความต้องการในใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อและปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

### แนวคิดด้านประชากรศาสตร์และการเปิดรับสื่อมวลชน

แนวคิดนี้เป็นแนวทฤษฎีที่หลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกัน จะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้ว แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อในความคิดที่ว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย

(ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534:64-65)

การสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมทั่ว ๆ ไป แตกต่างกัน ดังนั้น พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันด้วย ซึ่งรวมถึงการเลือกใช้สื่อหรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ งานวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีประชากรศาสตร์จะเน้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรม และการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน ผู้หญิงที่เป็นกลุ่มแม่บ้านมักนิยมฟังวิทยุและดูโทรทัศน์มากกว่าเปิดรับสื่ออย่างอื่น คนที่มีการศึกษาน้อยนิยมฟังวิทยุ หรือดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือหรือหนังสือพิมพ์ คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ ได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกัน ต้องมีกิจวัตรในการทำงานเดียวกัน และพฤติกรรมต่าง ๆ ก็จะไปคล้ายคลึงกันหรือเหมือนกัน

### อายุและการเปิดรับสื่อมวลชน

การศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนของเด็กอเมริกันของ Nielsen แสดงให้เห็นถึงปริมาณการเปิดรับสื่อมวลชนของเด็กอเมริกันภายใน 1 สัปดาห์ มีดังนี้ (W.Schramm, J.Lyle and E.B.Parker,1961 อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534:66)

CUMMULATIVE PERCENTAGE OF CHILDREN WHO HAVE BEGUN TO USE GIVEN  
MEDIA BY A GIVEN AGE (SAN FRANCISCO, 1958)

(N=754)

Age	TV	Radio	Mag.	Comic Books	Movies	Books		Newspapers	
						Read to Them	They Read	Read to Them	They Read
2	14	11	3	1	0	38	0	0	0
3	37	20	11	6	8	58	0	0	0
4	65	27	20	17	21	72	2	4	0
5	82	40	33	35	39	74	9	9	0
6	91	47	41	50	60	75	40	12	9
7	94	53	53	61	70	75	73	12	44
8	95	62	59	68	76	75	86	12	59

ตาราง 2.1 : ตารางแสดงร้อยละของเด็กและการเปิดรับสื่อมวลชน

จะเห็นได้ว่าเด็กวัยตั้งแต่ 2 ขวบ จนถึง 8 ขวบ ดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้น เมื่อวัยเพิ่มขึ้นและเปิดรับสื่อทุกชนิดเมื่อวัยเพิ่มขึ้น แต่ในวัยเล็ก เด็กเริ่มดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่น ๆ ทั้งหมด และเริ่มอ่านหนังสือเองเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น

การสำรวจของ Nielsen แสดงให้เห็นว่า อัตราการเพิ่มของการดูโทรทัศน์ของเด็กจะถึงจุดสูงสุดเมื่อเด็กอายุประมาณ 12-14 ปี (ตารางที่ 2.2) หลังจากนั้นจะค่อย ๆ ลดลงตามลำดับ การพัฒนาในระยะ 10 ปีแรกของชีวิตเป็นการแสดงให้เห็นว่า เมื่อเด็กเริ่มมีความรู้กว้างขวางขึ้น อิทธิพลของโรงเรียนและเพื่อน ๆ ตลอดจนสื่อมวลชนจะมากขึ้นในทุกทาง ในวัยเด็กและวัยรุ่น เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น รายการบันเทิง การ์ตูนและเพลงสมัยใหม่ และเมื่อถึงวัยรุ่นเนื่องจากอาจต้องเรียนหนังสือหนักขึ้น เด็กวัยรุ่นมักนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ เนื่องจากสามารถทำไปพร้อม ๆ กับทำงานอื่น ๆ เช่น การบ้าน ได้ด้วย



ตารางที่ 2.2 แสดงให้เห็นถึงปริมาณเฉลี่ยของการชมโทรทัศน์ใน 1 วันของเด็กอเมริกัน ช่วงที่เด็กนิยมดูโทรทัศน์สูงสุดคือ ช่วงก่อนวัยรุ่น (12-14 ปี) ปริมาณการชมโทรทัศน์จะลดลงเล็กน้อยเมื่อเข้าสู่วัยรุ่น และเมื่อถึงวัยที่เริ่มศึกษาในระดับอุดมศึกษา กิจกรรมและหน้าที่ด้านอื่น ๆ จะดึงเวลาไปมากจนปริมาณการชมโทรทัศน์ลดลงอย่างเห็นได้ชัด (D.F.Roberts :1978 อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ 2534:67)

AVERAGE TELEVISION VIEWING BY AGE

Age	Hours per Day
2	0.3
4	2.2
6	2.3
8	2.5
10	3.5
12	3.9
14	3.8
16	3.6
18	3.1
20	2.9

ตารางที่ 2.2 : ปริมาณเฉลี่ยของการชมโทรทัศน์ของเด็กอเมริกัน จนถึงอายุ 20 ปี

### การศึกษาและการเปิดรับสื่อมวลชน

Comstock และคณะ (1978) อธิบายว่าการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนและระดับของการศึกษามีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชน และมีความสัมพันธ์ในทางลบกับการเปิดรับเนื้อหาด้านบันเทิงจากสื่อ งานวิจัยของ Lazarsfeld และ Kendall (1948) พบความสัมพันธ์ระหว่างระดับของการศึกษากับการอ่านหนังสือ Link และ Hopf (1946) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารในขณะที่ยังคงอเมริกานเริ่มจะมีการใช้วิทยุและโทรทัศน์อย่างแพร่หลาย พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย แต่บรรดาผู้ที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ฟังวิทยุและดูภาพยนตร์น้อยกว่ากลุ่มที่ไม่ได้เข้าเรียนในระดับนั้น

Lazarsfeld และ Kendall (1948) เองก็พบเช่นเดียวกัน คือคนที่มีการศึกษาน้อยฟังวิทยุมากกว่า Handel (1950) พบว่าในหมู่ผู้สูงวัยที่มีการศึกษาสูงการชมภาพยนตร์จะมีน้อยมาก และ Steiner (1963) ก็พบเช่นเดียวกันว่า การที่มีการศึกษาสูงนั้น มักไม่ค่อยนิยมดูโทรทัศน์มากนัก

นอกจากความแตกต่างด้านปริมาณการเปิดรับสื่อแล้ว ยังพบความแตกต่างเกี่ยวกับเนื้อหาที่ผู้รับสารนิยมรับจากสื่อด้วย Steiner (1963) พบว่า คนที่มีการศึกษาสูงและอายุมากนิยมเปิดรับข่าวและเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสาธารณชนมากกว่ากลุ่มที่มีการศึกษาน้อยและอายุน้อย ผลของการศึกษาทำให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ยิ่งคนมีการศึกษาสูงเท่าไร ความสนใจในข่าวสาร บทบรรณาธิการ และคอลัมน์ที่มีเนื้อหาหนัก ก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น สถานีโทรทัศน์สาธารณะ (Public Television) ซึ่งเสนอรายการที่เน้นเนื้อหาเพื่อสาธารณชน รายการเพื่อการศึกษา จึงมีผู้รับสารเป็นกลุ่มผู้มีการศึกษาสูงมากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย (Schramm และ Porter ,1982 อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534:69)

#### เพศและการเปิดรับสื่อมวลชน

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารตามแนวคิดนี้ นักวิจัยยังให้ความสนใจกับความแตกต่างในพฤติกรรมการเปิดรับสารระหว่างเพศหญิงและเพศชายด้วย แม้จะไม่พบความแตกต่างเด่นชัดมากเท่าอายุและการศึกษา แต่ก็มีความแตกต่างกันบ้างระหว่างเพศหญิงและเพศชายในพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน กล่าวคือเพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละครมากที่สุด ในขณะที่เพศชายนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า หากดูโทรทัศน์เพศชายมักนิยมดูรายการข่าวและกีฬา (Greenberg และ Kumata,1968 อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 69)

นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Murphy (1977) ที่ได้ทำการศึกษาผู้รับสารชาวอเมริกันในช่วงปี 1973 พบว่า เพศหญิงมักมีเวลาอยู่บ้านมากกว่าและในขณะที่อยู่บ้านก็มักมีกิจกรรมที่ต้องทำอยู่ตลอดเวลา เช่น ทำงานบ้านหรือดูแลเด็ก สื่อที่สามารถจะทำความเข้าใจกับกิจกรรมเหล่านี้ได้คือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเมื่อเปิดเครื่องรับแล้วก็ไม่จำเป็นต้องใส่ใจหรือทำอะไรอีก

## แนวคิดเกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ของสื่อโทรทัศน์กับการกีฬา

### รายการกีฬา

Gary Whannel (1992) ได้กล่าวว่า โทรทัศน์ได้ทวีความสำคัญขึ้นในหลาย ๆ ประการที่เกี่ยวกับกีฬา ซึ่งในกีฬาบางประเภทอาจจะต้องมีการเปลี่ยนสถานที่แข่งขัน กฎระเบียบบางประการ ระยะเวลาของการแข่งขัน เพื่อให้กีฬาประเภทนั้น ๆ เกิดความเหมาะสมที่จะถ่ายทอดทางโทรทัศน์ โดยเฉพาะเกิดแนวความคิดที่ว่ารายการกีฬาทางโทรทัศน์นั้น มิใช่การแสดงข้อเท็จจริง (Realism) คือ การเสนอข้อเท็จจริงเท่านั้น แต่จะต้องมอบความบันเทิงให้แก่ผู้ชมด้วย (Entertainment) ตัวอย่างเช่น กีฬามวยปล้ำในอเมริกา จะเป็นลักษณะของเกมสโตร์มากกว่าการแข่งขัน ผลการแข่งขันจะมีการกำหนดไว้ก่อนแล้วว่าผู้ใดจะเป็นผู้ชนะ ดังนั้น ผลที่ได้จึงไม่ใช่การแข่งขันที่แท้จริง แต่สาเหตุที่กีฬามวยปล้ำยังได้รับความนิยมอย่างสูงในสหรัฐอเมริกา เพราะให้ความบันเทิงแก่ผู้ชมนั่นเอง นอกจากผลการแข่งขันและความบันเทิงที่ผู้ชมจะได้รับจากการชมกีฬาทางโทรทัศน์แล้ว ปัจจัยที่จะทำให้รายการกีฬาใด ๆ เป็นที่นิยมของผู้ชมนั้น ประกอบด้วย

1. จะต้องแข่งขันโดยผู้ชมสามารถมองเห็นเหตุการณ์ได้โดยตลอด เช่น สนามแข่งขัน จะต้องไม่ใช่เนื้อที่ที่กว้างหรือยาวเกินไป จนทำให้การถ่ายทอดจับเหตุการณ์ทำได้ยาก
2. ต้องเป็นกีฬาที่ชมแล้วเข้าใจง่าย มีกฎกติกาไม่สลับซับซ้อน
3. ระยะเวลาในการแข่งขันจะต้องเหมาะสม ไม่ยาวหรือสั้นจนเกินไป
4. ต้องเป็นกีฬาที่น่าสนใจมีผู้ติดตามจำนวนมาก เพราะหากผู้ชมที่บ้านเห็นภาพผู้ชมในสนามจำนวนเล็กน้อย จะทำให้เขาหมดความสนใจรายการกีฬาทางโทรทัศน์บางรายการทันที เพราะผู้ชมที่บ้านจะตีความว่า การที่ผู้ชมในสนามน้อยเป็นเพราะกีฬาน่าเบื่อ คู่แข่งขันไม่เหมาะสมกัน
5. กีฬาแต่ละประเภทนั้น จะต้องมีการแสดงทักษะอันยอดเยี่ยมของนักกีฬาออกมาเพื่อเป็นจุดสร้างความสนใจ ความเร้าใจแก่ผู้ชมทางโทรทัศน์

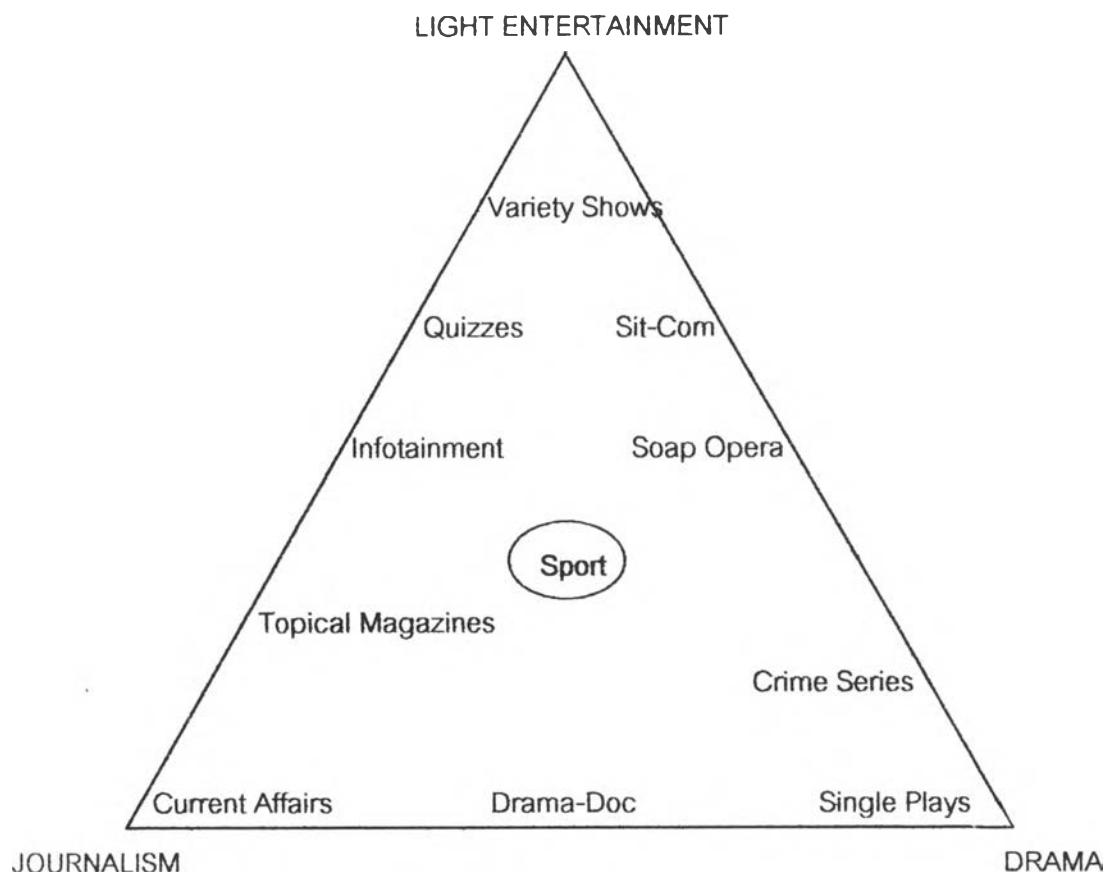
ฟุตบอลเป็นตัวอย่างที่เราเห็นได้ชัด มีการปรับเปลี่ยนกฎ กติกาของการแข่งขันเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้ชม เช่น การกำหนดกฎ Golden Goal เมื่อสิ้นสุดเวลาการแข่งขัน 90 นาที แล้ว ยังเสมอกันอยู่ ก็จะต่อเวลาพิเศษ (Extra Time) ออกไปอีก 30 นาที และใน 30 นาทีนี้ ถ้ามีทีมใดทีมหนึ่งทำประตูได้ก่อนก็จะเป็นผู้ชนะทันที ซึ่งเกมการแข่งขันก็จะสิ้นสุดลงด้วย โดยไม่ต้องให้เวลาครบ 30 นาที และหากยังไม่มีการทำประตูเกิดขึ้น ก็จะมีลูกโทษฝ่ายละ 5 คน ถ้ายังเสมอกันอยู่ ก็จะมีลูกโทษในลักษณะที่เรียกว่า Sudden Death คือใครยิงได้ก็ชนะทันที กรณีนี้ทำให้เข้าใจได้ชัดเจนขึ้นในปัจจุบันที่จะทำให้รายการกีฬาทางโทรทัศน์ได้รับความนิยม

● ประเภทรายการ G.Whannel ได้กำหนดรูปแบบรายการโทรทัศน์ ไว้ใน Fields in Vision (1992) หลายรูปแบบด้วยกัน ซึ่งเกณฑ์ที่ Whannel นำมาใช้ในการแบ่งมี 3 ลักษณะคือ

1. Light Entertainment                      เป็นรายการที่นำเสนอความบันเทิงเป็นหลัก เช่น วาไรตี้โชว์ เกมโชว์ เป็นต้น
2. Journalism                                      เป็นรายการที่นำเสนอถึงสาระ ข้อมูล ข่าวสาร เป็นหลัก เช่น รายการข่าว สารคดี เป็นต้น
3. Drama    ละคร

รายการหลายประเภทก็จะมีส่วนผสมของแต่ละลักษณะมากขึ้นน้อยแตกต่างกันไป เช่น ละครประเภท Sit-Com ก็จะเป็นละครเบาสมอง ๆ ออกอากาศเป็นตอน ๆ หรือรายการประเภท Infotainment เป็นรายการที่ให้ทั้งความสมจริงและความบันเทิงในขณะชมไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งจะเป็นค้ำสมระหว่าง Information กับ Entertainment

Schematic diagram of practices and programme forms of popular television



แผนภาพที่ 2.2 แสดงรูปแบบรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ

จะเห็นว่า รายการกีฬาทางโทรทัศน์จะอยู่ตรงกลางของรูปสามเหลี่ยมนี้ หรืออยู่กึ่งกลางระหว่าง 3 แกนลักษณะประเภทรายการโทรทัศน์ เนื่องจากรายการกีฬา มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากรายการประเภทอื่น ๆ Whannel ได้เรียกรายการกีฬาว่าเป็น "Infotainment" ประเภทหนึ่ง กล่าวคือมีทั้งความสมจริงสมจังในการนำเสนอ แต่ในขณะเดียวกับผู้ชมก็จะได้รับความบันเทิงไปพร้อม ๆ กันด้วย ในระหว่างที่ผู้ชมกำลังเพลิดเพลินกับการชมการแข่งขันของทีมฟุตบอลที่ติดตามนั้น ผู้ชมก็จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับทีม นักฟุตบอล ตลอดจนคณิตกา กฎการแข่งขันไปพร้อม ๆ กันด้วย ซึ่งในการถ่ายทอดสดการแข่งขัน ผู้บรรยายก็จะมีข้อมูลเกี่ยวกับการแข่งขันนำเสนออยู่ตลอดเวลา

- ที่ของรายการกีฬาทางโทรทัศน์ในผังรายการ รายการกีฬาทางโทรทัศน์เกือบทั้งหมด จะไม่ได้อยู่ในช่วง Prime Time หรือแม้แต่ในช่วง Peak Time ก็ตาม ส่วนใหญ่แล้วจะอยู่เป็นรายการ ช่วงดึก หรือรายการสุดท้ายในบางสถานี ซึ่งเป็นผลมาจากเวลาในการแข่งขันจริงตามเวลาประเทศ เจ้าภาพด้วย เพราะการแข่งขันฟุตบอลต่างประเทศที่ถ่ายทอดมาบ้านเราส่วนใหญ่จะเป็นเวลาท้องถิ่นประมาณช่วงบ่าย ซึ่งจะตรงกับบ้านเราในช่วงดึกพอดี เช่น ฟุตบอลพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ เริ่มทำการแข่งขันประมาณ 17.00 น. ตรงกับเวลา 22.00 น. ในไทย หรือรายการที่นำเสนอในลักษณะ ไฮไลต์ก็จะอยู่ในช่วงดึกเช่นกัน เพราะผู้ชมส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย และทางสถานีเองก็ไม่ต้องการให้รายการที่มีผู้สนับสนุนน้อยมาเบียดบังพื้นที่ของรายการที่สามารถทำรายได้ให้กับทางสถานีได้มากกว่า เช่น ละคร

อย่างไรก็ตาม การถ่ายทอดสดการแข่งขันก็มีอภิสิทธิ์กว่ารายการอื่น ตรงที่จะต้องทำการถ่ายทอดสด (Live) เมื่อถึงการแข่งขันนัดสำคัญ ๆ เช่น ฟุตบอลโลก ฟุตบอลชิงแชมป์ยุโรป เป็นต้น รายการทั้งหลายแม้แต่ละครก็ยังต้องสละพื้นที่เวลาให้

- Transformation of Time หัวใจสำคัญของรายการกีฬาคือ พื้นที่ (Space) , เวลา (Time) และการตัดต่อภาพ (Editing) เหตุผลสำคัญคือพื้นที่ตลอดจนเวลาในการแข่งขันจริงนั้นจะมากและนานกว่าพื้นที่และเวลาในการถ่ายทอดผ่านโทรทัศน์ ดังนั้น จึงต้องมีการใช้มุมมองในลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้ได้ภาพการแข่งขันที่ดีที่สุด ได้แก่

1. การเปลี่ยนขนาดภาพ เพื่อให้ได้ภาพที่กว้างขึ้น เช่น การถ่ายภาพมุมสูงในการแข่งขันฟุตบอล จะช่วยให้เห็นภาพการแข่งขันทั้งสนาม

2. Time - diffuse events จะเข้ามาช่วยจัดการภาพที่ดูสับสน เช่น การเตะลูก comer จะมีนักฟุตบอลมายืนกันเต็มหน้าเขตประตู ซึ่งจะช่วยให้ผู้ชมสามารถเห็นเหตุการณ์ได้ดีขึ้น

3. เวลาช่วง Dramatic ซึ่งจะมีการถ่ายภาพซ้ำ (Replay) การถ่ายภาพช้า (Slow motion) หรือภาพหยุด (Stop action) เป็นต้น เช่น ในการทำประตูจะเกิดขึ้นในช่วงเสี้ยววินาที ดังนั้น จึงต้องมีการถ่ายภาพซ้ำรวมถึงการถ่ายภาพช้า เพื่อให้ผู้ชมเห็นจังหวะการทำประตูอย่างชัดเจนขึ้น

4. การ Focus ภาพที่ action เดียว เช่น การเตะลูกกินเปล่า (Free Kick) ก็จะจับภาพที่นักเตะกำลังจะทำการเตะ

5. การให้ข้อมูลสถิติเพิ่มเติม เช่น สถิติการแข่งขัน , ประวัติผู้เล่น , ผลงานที่ผ่านมา เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้การชมการแข่งขันของผู้ชมสนุกขึ้น

● *Presence & Absence* ในเหตุการณ์การแข่งขันจริงนั้น มี action เกิดขึ้นมากมาย แต่จะมีบางภาพเท่านั้นที่ถูกถ่ายทอดออกสู่ผู้ชม เช่น การถ่ายภาพทีมที่ชนะการแข่งขัน แต่ในบางครั้งการจับภาพทีมที่กำลังตกเป็นรอง หรือตัวสำรองที่มีความสำคัญกับทีม ก็ได้รับความสนใจจากช่างภาพเช่นกัน

Harold Lasswell (1974) นักรัฐศาสตร์ซึ่งบุกเบิกทำการวิจัยด้านการสื่อสารมวลชน ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ทางสังคมของสื่อมวลชนไว้ 3 ประการด้วยกันคือ

1. หน้าที่ในการสอดส่องและพิทักษ์สิ่งแวดล้อมทางสังคม (Surveillance of Environment) หมายถึง หน้าที่ในการสังเกตและติดตามเอาใจใส่เหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกสังคม มีหน้าที่รายงานข่าว (News Reporting) หรือแจ้งข่าวสาร (Informing) ที่ควรแก่การสนใจไปสู่สมาชิกในสังคม

2. ประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคม (Correlation of The Parts of Society) ทำหน้าที่ชี้แจงให้สมาชิกในสังคมเข้าใจว่า มีส่วนใดในสังคมที่เกี่ยวพันกับเหตุการณ์ หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นโดยศึกษารายละเอียดของเหตุการณ์และเรื่องราวที่เกิดขึ้นอย่างรอบคอบ

3. หน้าที่ในการถ่ายทอดมรดกทางสังคมจากคนหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง (Transmission of The Social Heritage From One Generation To The Next) ซึ่งหมายถึง หน้าที่ในการถ่ายทอดความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยมและบรรทัดฐานทางสังคมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังรุ่นต่อ ๆ ไป

นอกจากนั้นคนอื่น ๆ อาทิเช่น Wilbur Schramm และ Charles Wright ได้เพิ่มเติมหน้าที่ประการที่ 4 ของสื่อมวลชน คือ

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นการสร้างสรรค์ความเพลิดเพลินให้แก่สมาชิกในสังคม เป็นการลดความตึงเครียดจากสถานการณ์ต่าง ๆ ในสังคม นอกจากนี้ยังควรสอดแทรกความรู้ที่น่าสนใจลงไปด้วย

John Fiske (1978) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของโทรทัศน์ไว้ดังนี้

⇒ หน้าที่ในการส่งผ่านความคิด วัฒนธรรม

⇒ อธิบายและตีความจากสิ่งที่ปรากฏทางวัฒนธรรม

⇒ ตอกย้ำวัฒนธรรมของกลุ่มสังคมขนาดใหญ่

## แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

คำว่า “วัยรุ่น” (Adolescence) มีรากศัพท์เดิมมาจากคำว่า Adolescere ในภาษาละติน ซึ่งแปลว่า เจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ นั่นคือเป็ยวัยที่ย่างเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่ โดยถือเอาจากความพร้อมทางร่างกายเป็นเครื่องตัดสิน วัยรุ่นถือว่าเป็นชีวิตที่คั่นกลางระหว่างความเป็นเด็กกับความเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งไม่สามารถจะแบ่งได้อย่างแน่นอนว่าควรกำหนดเมื่ออายุเท่าใด เพราะระยะเวลาที่ต่อมทางเพศจะผลิตเซลล์สืบพันธุ์ได้นั้น ย่อมจะผันแปรไปตามแต่ละบุคคลและตามแต่ละหมู่พวก วัยรุ่นนี้กินเวลาประมาณ 6 ปี จะไปสิ้นสุดวัยรุ่นเมื่อร่างกายได้พัฒนาพร้อมสมบูรณ์ทุกด้าน (ทางกาย,ทางอารมณ์,ทางสังคม และทางสติปัญญา) อาจกล่าวได้ว่าจะสิ้นสุดวัยรุ่นก็ต่อเมื่อนั้นมีความรับผิดชอบในการดำเนินชีวิตของตนเองอย่างสมบูรณ์ ซึ่งจะมีอายุประมาณ 20 ปี วัยรุ่นเป็นวัยที่ชีวิตกำลังพัฒนาตนเองเพื่อความเป็นผู้ใหญ่ที่สมบูรณ์ เป็นวัยรุ่นระหว่างอายุ 13-19 ปี และด้วยเหตุที่อายุวัยรุ่นอยู่ในช่วงดังกล่าวจึงมีคำเรียกเด็กวัยรุ่นว่า “ทีนเอจ” (Teen-age)

สุชา จันทน์เอม (2528) ได้แบ่งระยะของวัยรุ่นไว้ดังนี้

- |                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| 1. วัยเริ่มเข้าสู่วัยรุ่น (Puberty)  | เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 11-13 ปี<br>เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 13-15 ปี |
| 2. วัยรุ่นตอนต้น (Early adolescence) | เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 13-15 ปี<br>เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 15-17 ปี |
| 3. วัยรุ่นตอนปลาย (Late adolescence) | เด็กหญิงจะมีอายุระหว่าง 17-20 ปี<br>เด็กชายจะมีอายุระหว่าง 18-21 ปี |

ทางจิตวิทยาจะมองวัยรุ่นว่าเป็นสภาวะหัวเลี้ยวหัวต่อแห่งชีวิตที่จะต้องมีการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ รวมทั้งจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเด็ก ๆ ไปสู่พฤติกรรมผู้ใหญ่ ซึ่งแต่ละสังคมจะเป็นตัวกำหนดแบบฉบับแห่งพฤติกรรมเหล่านั้น (มลวิภา สุวรรณมาลัย,2522)



ลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของวัยรุ่นคือ ความต้องการเป็นตัวของตัวเอง ต้องการความอิสระ ต้องการที่จะรับผิดชอบในงานที่ตนสามารถทำได้ ต้องการให้ผู้อื่นยอมรับ ต้องการแสดงตนว่าโตแล้ว ไม่ใช่เด็กอย่างแต่ก่อน แต่ในขณะเดียวกันบางครั้งมีความลังเลใจ ไม่แน่ใจตนเอง เด็กวัยรุ่นจึงต้องการผู้ใหญ่ที่เข้าใจเขา เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาของเขา แต่ไม่ต้องการผู้ใหญ่ที่คอยออกคำสั่ง ให้ปฏิบัติตามอย่างเดียว โดยไม่ให้โอกาสเขาออกความคิดเห็นเห็น ไม่ชอบการบังคับเข้มงวดของผู้ใหญ่และมักจะรำคาญต่อการเอาใจใส่มากเกินไปของผู้ใหญ่ เพราะเด็กวัยรุ่นนี้ต้องการช่วยตัวเอง ต้องการตัดสินใจปัญหาต่าง ๆ ด้วยตนเอง เมื่อใดก็ตามที่เขารู้สึกไม่แน่ใจและต้องการความช่วยเหลือ เขาจะปรึกษากับบุคคลที่เขาคิดว่าจะสามารถเข้าใจเรื่องราวต่าง ๆ ของเขาได้ นอกจากนี้ วัยรุ่นยังต้องการทำอะไรให้ตนเองตามใจชอบ เพื่อหาประสบการณ์ เพื่อการเรียนรู้ เมื่อไม่ประสบความสำเร็จก็มักคิดฝันเอาเอง ต้องการแสดงและอวดตัว ต้องการความสนใจจากต่างประเทศ เด็กวัยรุ่นจึงมีการกระทำที่แปลก ๆ เพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้อื่นโดยเฉพาะจากต่างประเทศ (สิริวรรณ สารณะนาค ,2520)

ความต้องการตำแหน่งทางสังคม เป็นความต้องการอันสูงสุดของวัยรุ่น วัยรุ่นต้องการเป็นคนสำคัญ ต้องการเป็นที่นับถือของเพื่อนฝูง ต้องการให้เพื่อนฝูงและคนอื่นรับรู้ว่าตนมีคุณค่า วัยรุ่นพยายามเรียกร้องความสนใจจากครู หรือผู้ปกครอง แต่ความรักที่ต้องการจากครู หรือผู้ปกครองก็ไม่เท่ากับความรักจากเพื่อนในวัยเดียวกัน เพื่อนมีอิทธิพลต่อความคิดรวบยอดเกี่ยวกับตัวเองสำหรับวัยรุ่นมาก และถ้าในกลุ่มเพื่อนที่มีรสนิยมหรือคุณค่าคล้ายกันแล้ว วัยรุ่นจะยึดเป็นแบบอย่างทันที

ความต้องการของร่างกาย หรือความต้องการทางอารมณ์และสังคมของวัยรุ่น ก่อให้เกิดความสนใจ เช่น วัยรุ่นสนใจกีฬา เพราะต้องการให้เพื่อนฝูงเกิดความนิยมชมชอบในตัวเขา เพราะฉะนั้น วัยรุ่นจะพยายามเล่นกีฬาจนเป็นนักกีฬาที่เด่น เมื่อบรรลุจุดมุ่งหมายนี้แล้ว วัยรุ่นก็พอใจ ความสนใจของวัยรุ่นแต่ละคนจะขึ้นอยู่กับเพศ สติปัญญา สภาพแวดล้อม โอกาสในการเรียนรู้ ความสนใจของกลุ่มเพื่อน ความสนใจของครอบครัว ความสามารถที่มีมาแต่กำเนิด

สื่อมวลชนในปัจจุบัน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร นับว่ามีอิทธิพลต่อการกระทำผิดของเด็กอยู่มาก แม้จะมีสาเหตุแห่งการกระทำผิดของเด็กโดยตรง แต่ก็ยังเป็นผลทางอ้อมที่โน้มน้าวจิตใจและทัศนคติของเด็กให้เห็นผิดเป็นชอบได้ สัญลักษณ์ของเด็กชอบการเลียนแบบ เมื่อได้ตัวอย่างจากสื่อก็จะเขาไปเลียนแบบ ในกรณีของสื่อโทรทัศน์การแพร่ภาพทั้งเสียงและความคิด มีทั้งผลดีและผลร้าย ผลดีคือให้ความบันเทิงใจ ส่วนผลร้ายนั้นคือเป็นตัวอย่างที่เลวร้ายต่อวัยรุ่นในเรื่องผิดศีลธรรม หรือกระทำผิดกฎหมาย ทั้งนี้เพราะวัยรุ่นที่อ่อนต่อความนึกคิดในทางผิดชอบชั่วดีย่อมจะเอาอย่างการกระทำผิดนั้น ๆ และรับเอาค่านิยมที่ผิด ๆ เข้าไว้ (สุชา จันทน์เอม ,2528)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. "การตลาดรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย" ของ "วรวิทย์ พัฒนอาทิตย์กุล,2539" ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะโครงสร้างทางการตลาดของรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ในประเทศไทย ตลอดจนลักษณะการดำเนินการ และการบริหารงานด้านการตลาดของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ โดยนำเอาทฤษฎีพื้นฐานโครงสร้างทางการตลาดมาวิเคราะห์ พบว่า รายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ซึ่งได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน มีลักษณะโครงสร้างทางการตลาดดังนี้คือ มีผู้ผลิต อันได้แก่ เจ้าของลิขสิทธิ์รายการ ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รายการฟุตบอล พ่อค้าคนกลาง ได้แก่ บริษัทผู้ซื้อเวลาสถานีโทรทัศน์ โดยที่ผู้บริโภค คือผู้ชม นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโครงสร้างของธุรกิจ อันได้แก่ ผู้สนับสนุนรายการ เภตตั้งความนิยมของรายการ บริษัทตัวแทนโฆษณา ผู้บรรยาย และสื่อมวลชน

ผู้ที่ประกอบธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ จะต้องดำรงบทบาทของนักการตลาดที่จะต้องนำหลักส่วนประสมทางการตลาด (4P's) มาใช้ในการดำเนินธุรกิจนี้ จึงจะสามารถประสบความสำเร็จได้ อย่างไรก็ตาม จากปัจจัยทางด้านความนิยมของผู้ชมที่มีต่อรายการฟุตบอล ทำให้ผู้ดำเนินธุรกิจรายการฟุตบอลทางโทรทัศน์ใช้แนวคิดทางการตลาดแบบเน้นที่ตัวผลิตภัณฑ์ (Product Oriented) เป็นหลัก แต่ก็มีกการนำแนวคิดการตลาดอื่น ๆ เข้าผสมผสานเพื่อช่วยให้รายการประสบความสำเร็จมากที่สุด

2. “การตลาดมวยไทยทางโทรทัศน์” ของ “สมเกียรติ ยังขึ้นสวัสดิ์,2536” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาและสภาพปัจจุบันของตลาดมวยไทย ตลอดจนกระบวนการดำเนินการทางธุรกิจมวยไทยทางโทรทัศน์ โดยนำเอาทฤษฎีของ Whannel ว่าด้วยปัจจัยที่ทำให้กีฬาชนิดต่าง ๆ ได้รับความนิยมมาวิเคราะห์ พบว่า มวยไทยในปัจจุบันกลายเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างสูง และขณะเดียวกันก็เป็นธุรกิจที่มีวงเงินหมุนเวียนนับพันล้านบาท มีผลประโยชน์และผู้ที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย องค์ประกอบของโครงสร้างตลาดมวยไทยประกอบด้วย สนามมวย โปรโมเตอร์ ผู้สนับสนุน นักมวย กรรมการผู้ตัดสิน และผู้ชม

โปรโมเตอร์เป็นผู้ที่มีบทบาทมากในธุรกิจมวยไทยทางโทรทัศน์ และได้อาศัยหลักการจัดการทางการตลาด ส่วนผสมทางการตลาด (4P's) มาบริหารธุรกิจนี้ การจะประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ นอกจากจะต้องเป็นผู้ที่วางแผนทางการตลาดได้ดีแล้ว ยังจะต้องสามารถประสานผลประโยชน์แก่ทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมด้วย

3. “การวิเคราะห์การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ครั้งที่ 26 ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11” ของ “นิธินาฏ กมลพันธุภรณ์ ,2539” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เข้าใจถึงการดำเนินการถ่ายทอดสดกีฬาโอลิมปิก ครั้งที่ 26 ของสทท.11 โดยเน้นการศึกษาไปที่นโยบาย บทบาท หน้าที่ ในฐานะสื่อมวลชน ตลอดจนการศึกษาเนื้อหาที่นำมาถ่ายทอดสู่ผู้ชม นอกจากนี้ยังมุ่งศึกษาวิเคราะห์การใช้ช่องทางการสื่อสารในรูปของการพิจารณาจัดผังรายการการถ่ายทอดในแต่ละวัน รวมไปถึงศึกษาผลกระทบของการถ่ายทอดที่มีต่อผู้ชม

ผลของการวิจัยพบว่า สทท.11 ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างเต็มที่ ในการนำเสนอเหตุการณ์สำคัญอย่างการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกมาถ่ายทอดสู่ผู้ชมชาวไทย โดยได้ตอบสนองนโยบายในการเผยแพร่ข่าวสาร และแสดงถึงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการดูแลสังคมให้อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ทันโลกทันเหตุการณ์ ประสานส่วนต่าง ๆ ของสังคม ให้มีปฏิสัมพันธ์กับเหตุการณ์สำคัญ ระดับนานาชาติ อีกทั้งยังทำหน้าที่ให้ความบันเทิงสำหรับผู้ชมที่ชื่นชอบกีฬาอีกด้วย ในส่วนของเนื้อหานั้น สทท.11 คัดเลือกประเภทและรายการแข่งขันที่เหมาะสมกับช่วงเวลาที่มีอยู่ โดยเน้นการนำรายการแข่งขันที่มีนักกีฬาไทยเข้าร่วมมาถ่ายทอดให้ชมเป็นส่วนใหญ่

นอกจากนี้ สทท.11 มีการใช้กลยุทธ์ในการจัดผังรายการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมกีฬาอยู่บ้าง เช่น การถ่ายทอดรายการที่นักกีฬาเข้าชิงชนะเลิศ ทำให้ผู้ชมติดตามมาก แต่อย่างไรก็ตาม ปฏิบัติการของผู้ชมที่มีต่อการถ่ายทอดครั้งนี้ ก็มีผลต่อการคัดเลือกประเภทกีฬาและรายการแข่งขันที่น่าเสนอ โดยสทท.11 จะรับฟังคำติชมผ่านทางจดหมายและโทรศัพท์

4. “การวิเคราะห์ข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7” ของ “ประโยชน์ เทียนศาสตร์,2536” ซึ่งมีจุดมุ่งหมายศึกษาวิเคราะห์ข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งเป็นสื่อมวลชนที่จัดองค์กรเหมือนรูปบริษัททั่วไป ตั้งขึ้นเพื่อเสนอข่าว เผยแพร่ความรู้ของทางราชการและเอกชนให้ประชาชนได้ทราบในรูปแบบต่าง ๆ

ผลการศึกษาในลักษณะของการผลิตข่าวนั้น แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต แต่แนวทางการพิจารณาคัดสินในการทำข่าวนั้น พบว่า บรรณาธิการข่าวกีฬา และผู้สื่อข่าวกีฬา จะเป็นผู้พิจารณาคัดเลือกข่าว โดยมีกรอบการปฏิบัติงานซึ่งตัวผู้สื่อข่าวเปรียบเสมือนผู้ปิดเปิดประตูสาร (Gatekeeper) ทำหน้าที่กั้นกรองและกำหนด (Set) ประเด็นข่าวต่าง ๆ เพื่อเสนอสู่ผู้รับสาร เข้ากับหลักคุณค่าของข่าว ( News Value) จากแนวคิดของ Allan Bell กับ Galtung และ Ruge โดยอิง Frame คือหลักการขององค์กรรมมาเลือกปฏิบัติตามแนวทางที่ผู้ทำข่าวถนัดในรูปแบบต่าง ๆ (Strip) ซึ่งข่าวกีฬาดังกล่าวมีลักษณะคล้ายกับแนวคิดแบบสังคมวิทยาเชิงอธิบายความ (Interpretive Sociologies) คือตัวผู้ทำข่าวจะเป็นตัวสะท้อนสังคม และทำให้สังคมได้รับรู้เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นร่วมกัน

ข่าวกีฬาของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ได้ทำหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนากีฬาของประเทศ ตามแนวนโยบายการจัดตั้งสถานี 4 ประการ คือ หน้าที่การให้ข่าวสาร (Information or Watchman Function) หน้าที่ชี้แจงนโยบาย (Policy Function) หน้าที่ให้การศึกษา (Teaching Function) และหน้าที่เปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Transformation Function) ในบางประเด็นได้

5. “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ, การดูโทรทัศน์และทัศนคติของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” ของ “รศ.ดร.ปรมะ สตะเวทิน ,2531” ผลการวิจัยพบว่า วัยรุ่นทุกคนมีโอกาสดูโทรทัศน์ รายการโทรทัศน์ที่วัยรุ่นนิยมดูมากที่สุด ได้แก่ ข่าว,ภาพยนตร์,เกมต่าง ๆ ,ดนตรี และเพลง, ละคร และกีฬา ตามลำดับ เพศไม่มีความสัมพันธ์กับรสนิยม แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความก้าวร้าวรุนแรง

6. “พฤติกรรมการรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารระบบประชุมทางไกลผ่านจอภาพ” ของ “กาญจนา เขียววิทย์การ , 2540” ซึ่งเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพของนิสิตระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก และหน่วยสอนจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างนิสิตชายและหญิง มีการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารจากระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพแตกต่างกัน พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสารจากระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจในการสื่อสาร

7. “การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี” ของ “สุกัญญา เพียรธุรกิจ , 2538” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี ในเขตกรุงเทพฯ โดยจำแนกตามลักษณะทางประชากร รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีกับการรับรู้ประโยชน์และการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 416 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า สตรีที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีต่างกัน การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการรับรู้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในสตรี การรับรู้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้เพื่อการเสริมสร้างบทบาทที่สร้างสรรค์ของตนเองในด้านคุณลักษณะส่วนตัวของสตรี ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม สตรีต้องการให้มีการนำเสนอรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีที่มีเนื้อหาสาระต่าง ๆ 3 อันดับแรก คือ รายการเกี่ยวกับความปลอดภัยของสตรี การดำรงชีวิตในสังคมปัจจุบันมากที่สุด รองลงมาคือ รายการเกี่ยวกับแฟชั่น ความงาม และรายการเกี่ยวกับการสนทนา ถกปัญหาต่าง ๆ ในสังคม ชีวิตประจำวัน ตามลำดับ สตรีต้องการให้รายการโทรทัศน์สำหรับสตรีมีการปรับปรุงในเรื่องวัน-เวลาออกอากาศมากที่สุด รองลงมาคือพิธีกร เนื้อหาสาระ และเทคนิคการจัดและรูปแบบการดำเนินรายการ ตามลำดับ

8. “การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ของ “ชนิษฐา สง่างงศ์วิจิตร ,2540” ซึ่งผลการวิจัยปรากฏว่า รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ที่ประชาชนในกรุงเทพมหานคร เปิดรับมากที่สุด คือรายการสะกิดข่าว รองลงมาคือรายการทไวไลท์โชว์ ช่วงตลก และรายการสาระขัน ตามลำดับ ส่วนรายการที่ประชาชนพึงพอใจมากที่สุด คือรายการสะกิดข่าวและรายการสาระขัน เนื่องจากช่วยผ่อนคลายความเครียด และอยู่ในช่วงเวลา 20.00-22.00 น. ที่สะดวกจะดู

ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันต่างกัน การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ทุกรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ประเภทเกมส์โชว์ละคร สาระความรู้และตลกตลอดรายการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ในระดับปานกลาง แต่การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ประเภททอล์กโชว์ และข่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

9. “เนื้อหาเพลงไทยยอดเยี่ยม การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น” ของ “จิรวรรณ กาญจนานันท์ , 2540” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาที่มีการนำเสนอในเพลงไทยยอดเยี่ยมของวัยรุ่น ซึ่งได้มีการคัดเลือกเพลงที่ติดอันดับเพลงยอดเยี่ยมระหว่างเดือนสิงหาคม-เดือนตุลาคม 2540 จำนวน 20 เพลง และในส่วนของวิจัยเชิงสำรวจใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 430 คน

ผลการวิจัยปรากฏว่า เนื้อหาของเพลงไทยยอดเยี่ยมของวัยรุ่นทั้งหมดเกี่ยวข้องกับเรื่องความรัก แต่นำเสนอแตกต่างกันไป การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการฟังวิทยุและชมโทรทัศน์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความบ่อยครั้งในการซื้อเทป/ซีดี ความบ่อยครั้งในการฟังเพลงไทยสากลมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลจากวิทยุ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์และการซื้อเทป/ซีดี การรับรู้ประโยชน์จากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่นมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการฟังเพลงไทยสากลของวัยรุ่น

10. “การเปิดรับชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้เพื่อการพัฒนาตนเองของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” ของ “ตรีรัตน์ นิลรัตน์, 2536” ซึ่งผลการวิจัยปรากฏว่า นักศึกษาชอบดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาตลก สนุกสนาน โดยดูร่วมกับสมาชิกในครอบครัวมากที่สุด ช่วยที่ดูละครบ่อยที่สุดวันจันทร์ถึงวันศุกร์ คือ 20.30-23.00 น. และวันเสาร์และวันอาทิตย์ เวลา 12.00-16.00 น. นักศึกษาดูละครทางช่อง 7 มากที่สุด และดูละครเพื่อความสนุกสนานบันเทิง

นักศึกษาที่เรียนต่างสาขากัน มีภูมิลำเนาต่างกัน อาชีพบิดาต่างกัน รับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้ในการพัฒนาบุคลิกภาพต่างกัน ลักษณะการดู ระดับการติดตามดูระดับความตั้งใจดูละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเองด้านบุคลิกภาพ สติปัญญาและจริยธรรม ส่วนปริมาณการดูละครโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ถึงประโยชน์ของละครโทรทัศน์ในการนำไปใช้พัฒนาตนเอง

11. “การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร” ของ “นุชรี ตันตวิจิตร, 2536” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมละครโทรทัศน์ในช่วงเวลา 20.30-23.00 น. มีการเปิดรับชมมากกว่า 5 ครั้งต่อสัปดาห์ ใช้เวลาในการชมมากกว่า 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง ชมเพื่อความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อรับรู้ประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ รูปแบบที่ชอบชมมากที่สุดคือละครหลายตอนจบที่มีเนื้อหาตลก แอสมอง และมีการนำไปสนทนากันในหมู่เพื่อนมากที่สุด

ลักษณะทางประชากร ความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม การรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคม เป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายความพึงพอใจ และความพึงพอใจเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายการรับรู้ประโยชน์ทั้ง 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านคุณลักษณะส่วนตัว ด้านชีวิตและครอบครัว และด้านการมีส่วนร่วมในสังคม

12. “การรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการสารคดีทางวิทยุโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ด้านกฎหมาย รายการรู้กฎหมายได้ประโยชน์” ของ “อภิรดี สุคนธมาน ,2539” ซึ่งผลการวิจัยปรากฏว่า ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปวช. ปวท. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคกลาง สถานภาพสมรส และเป็นพนักงานบริษัท

ผู้ชมส่วนใหญ่เปิดมาพบรายการโดยบังเอิญ แต่อีกส่วนหนึ่งตั้งใจติดตามอย่างต่อเนื่อง รายการนี้เป็นรายการที่ผู้ชมเห็นว่ามีความประโยชน์อย่างมาก แต่อาจเป็นโทษได้ในขณะเดียวกัน หากนำไปใช้ไม่ถูกวิธี

13. “ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้บริการเคเบิลทีวี” ของ “ชิบ จิตนิยม,2534” ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี) พบว่า ระดับการศึกษา เป็นคุณลักษณะทางประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียว ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการ นั่นคือ ผู้มีระดับการศึกษาสูง มีแนวโน้มจะรับชมรายการของไอบีซีมากกว่าผู้มีการศึกษาในระดับต่ำกว่า



การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการของสมาชิกไอบีซี และเมื่อวิเคราะห์การจัดลำดับของปัจจัยทางด้านคุณลักษณะทางประชากรและสังคมแล้ว พบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุด ส่วนปัจจัยทางด้านองค์ประกอบของการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจนั้น พบว่า ความพึงพอใจเพื่อการนำข่าวสารไปสนทนากับบุคคลอื่น เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการทำนายพฤติกรรมการรับชมรายการของไอบีซี

14. สำนักวิจัยเอแบค-เคเอสซี อินเทอร์เน็ต (เอแบคโพล) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้ทำการสำรวจภาคสนามเรื่อง "สำรวจการเล่นพนันบอลในกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา และกลุ่มคนทำงาน" ระหว่างวันที่ 22-30 เมษายน 2541 ด้วยวิธีสุ่มแบบเฉพาะเจาะจงกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา และคนวัยทำงานที่นิยมเล่นทายพนันบอล จำนวน 1,267 ตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 88.4 เป็นผู้ชายที่นิยมทายพนันบอล มีผู้หญิงที่นิยมทายพนันบอลร้อยละ 11.6 มีอายุระหว่าง 20-24 ปี ร้อยละ 46.2 รองลงมาอายุไม่เกิน 19 ปี ร้อยละ 19.7 ทั้งนี้ร้อยละ 60.3 เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 23.2 เป็นกลุ่มคนทำงาน มีร้อยละ 16.5 เป็นเด็กนักเรียน

ผลการสำรวจพบประเด็นสำคัญคือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ร้อยละ 55.9 มีประสบการณ์เล่นพนันบอลกันบ่อย ๆ ตลอดทั้งปี ขณะที่ร้อยละ 44.1 ระบุเล่นพนันบอลเฉพาะช่วงฤดูการแข่งขันนัดสำคัญ ๆ โดยเป็นกลุ่มนักศึกษาถึงร้อยละ 57.2 รองลงมาคือคนทำงานร้อยละ 56.2 และนักเรียนร้อยละ 52.0 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 70.1 ระบุว่าวงเงินที่พบเห็นในการเล่นพนันบอลกันอยู่ในหลักพัน ขณะที่ร้อยละ 57.4 ระบุว่าเป็นหลักหมื่น ร้อยละ 47.0 ระบุเป็นหลักร้อย กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 29.0 ระบุเป็นหลักแสน และร้อยละ 14.2 ระบุเป็นหลักล้าน

สำหรับสาเหตุที่ทำให้มีการเล่นพนันบอล พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 60.2 ระบุว่าเพราะความชอบพนันโดยส่วนตัว ร้อยละ 23.9 ระบุว่ากฎหมายยังไม่สามารถเอาผิดได้ ในขณะที่ร้อยละ 11.5 ระบุว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจยังไม่จริงจังเพียงพอหรือมีกลุ่มอิทธิพลอยู่เบื้องหลัง และเพราะหลักฐานไม่เพียงพอที่จะเอาผิดได้

จากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น จะสามารถนำเอามาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ต่อไปได้เป็นอย่างดี เพราะมีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับงานวิจัยในครั้งนี้