



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานฤติกรรมการเปิดรับสารของสมาชิกเคเบิลทีวี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ และความคาดหวัง จากการเลือกเปิดรับชมเนื้อหา รายการนั้น สามารถใช้แนวคิดในเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) มาผสมผสานกับ การแสวงหาข่าวสาร (Information Seeking) ใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์หาความเข้าใจเกี่ยวกับ ผู้รับสารที่เป็นสมาชิกของเคเบิลทีวี ได้ดังนี้คือ

แนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนด ความต้องการของตนเอง และประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาสารที่เลือกเปิดรับ ทั้งนี้เพื่อนำมาตอบสนองความพึงพอใจให้มากที่สุด โดยที่แนวคิดนี้ได้เน้นถึงความสำคัญของผู้รับสาร ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่จะเลือกใช้สื่อ และเปิดรับสารที่สามารถตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของตน แนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับผู้รับสารว่า เป็นตัวจักรสำคัญที่สามารถตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก (Katz, E. and Others, 1974 อ้างถึงในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528)

การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ถือว่าเป็นผลสืบเนื่องมาจาก กระบวนการทางสังคม และจิตวิทยาของผู้บริโภคสื่อ โดยให้การอธิบายว่านอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่มาสโลว์ (Maslow, 1954) กล่าวไว้ คือ ความต้องการทางร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก ความต้องการความนับถือ และความต้องการความสำเร็จในชีวิตแล้ว มนุษย์ยังมีความ

ต้องการอีกอย่างหนึ่ง คือ ความต้องการมีความรู้ และความเข้าใจ ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาความสม่ำเสมอของกฎเกณฑ์ต่างๆ ทางสังคม และความเข้าใจเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อม ความต้องการที่จะรู้นี่จึงเป็นแรงผลักดันสำคัญ ที่มนุษย์เรียนรู้มาจากการอยู่ร่วมกันในสังคม การศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดนี้ จึงเป็นการยอมรับว่า มนุษย์เราสนใจแสวงหาข่าวสารต่างๆ จากสื่อมวลชน โดยที่

1. มนุษย์สนใจแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือ ฟัง มนุษย์มีการเลือก และหลบลีกข่าวสารได้ ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์ มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal-Directed)
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่าง ที่ต้องการสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเอง บนพื้นฐานของความสนใจแรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีทางสังคมซึ่งต่างๆ กัน (เสรี วงษ์มณฑา, 2523)

แคทซ์และคณะได้ให้คำอธิบายว่า ผู้รับสารแต่ละคนมีสภาพทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน จึงมีความต้องการต่างๆ รวมถึงความต้องการมีความรู้ ความเข้าใจในสภาวะแวดล้อมของตน และความต้องการได้รับความบันเทิง แตกต่างกัน ทำให้มีความคาดหวังจากแหล่งข่าวหรือสื่อมวลชนว่า จะสามารถสนองความต้องการเหล่านั้นได้อย่างพึงพอใจ และมีการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน ซึ่งส่งผลให้เกิดความพึงพอใจตามต้องการ หรือผลอื่นๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน

แคทซ์และคณะ ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้เพื่อศึกษาความต้องการเกี่ยวกับสื่อ หรือ เหตุผลในการใช้สื่อจากผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล และสร้างมาตรวัดความต้องการด้านจิตวิทยาและสังคมของมนุษย์ (Social and Psychological Needs) และความพึงพอใจจากการเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งประกอบด้วยความต้องการใน 3 มิติ คือ

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ

- ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- ต้องการให้ลดน้อยลง
- ต้องการให้ได้มา

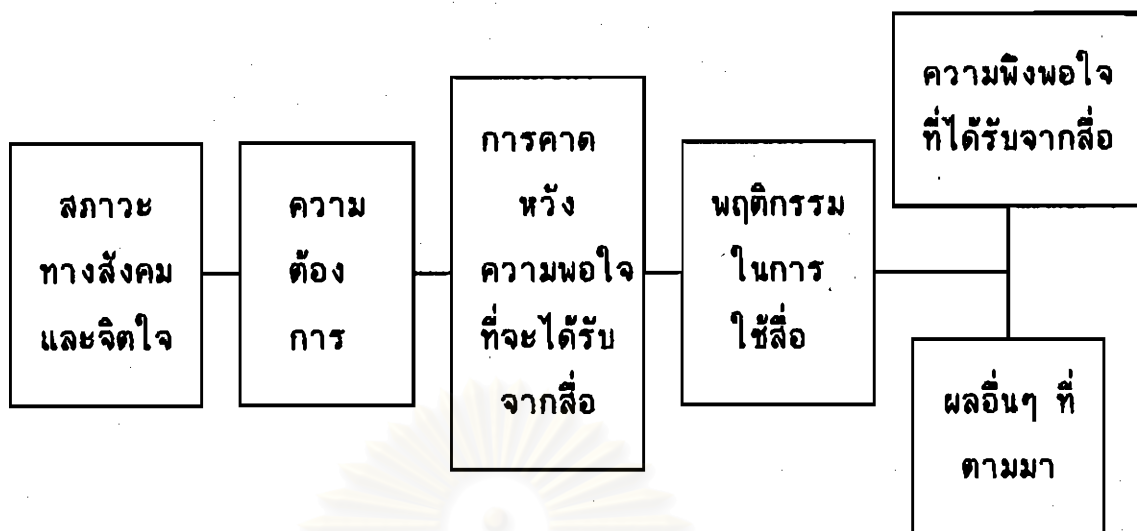
2. Connection คือ จุดประสงค์ในการติดต่อของบุคคล กับสิ่งภายนอก

- การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ และความเข้าใจ
- การติดต่อเพื่อความพึงพอใจ และประสบการณ์ทางอารมณ์
- การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
- การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์มีการติดต่อด้วย

- ตนเอง
- ครอบครัว
- เพื่อนฝูง
- สังคม รัฐบาล
- ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
- โลก
- สิ่งอ้างอิงภายนอกอื่นๆ ที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้ง 3 แคทซ์ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (needs) ของบุคคลขึ้น 35 ข้อความ เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการต่างๆ ของบุคคล ที่คาดหวังว่าสื่อจะสามารถสนองความพึงพอใจให้ได้ อาทิเช่น ความต้องการที่จะติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัวให้เพิ่มมากขึ้น หรือกล่าวง่ายๆ คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้น หรือก็คือ ความต้องการที่จะหนีให้พ้น (escape) จากสภาวะที่เป็นจริงในโลก โดยหันไปใช้สื่อเพื่อได้รับความบันเทิงและช่วยตอบสนองความพึงพอใจในส่วนนี้ ดังแบบจำลองต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจ

จากแบบจำลองข้างต้น แคทซ์ได้ให้คำอธิบายว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน เป็นสาเหตุให้มนุษย์มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้แต่ละคนคาดหวังหรือคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภท สามารถสนองความพึงพอใจได้ต่างกันด้วย ดังนั้น ลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันเหล่านี้ จะแตกต่างกันออกไป ขึ้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อก็จะแตกต่างกันไปด้วย (แคทซ์ และคณะ อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2528)

คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองข้างต้น อาจยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลหนึ่ง มีความต้องการตามสภาวะทางสังคมและจิตใจ เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย หรือเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น อาจมีความคาดหวังว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยสนองความต้องการได้ จึงมีการเลือกเปิดรับรายการต่างๆ ทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือหนังสือพิมพ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้รับความพอใจตามที่ต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้ ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคสื่อมวลชน ทุกวันก็อาจให้ผลอื่นๆ ตามมา นอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัย หรือพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

นอกจากนั้น แคมพ์และคณะยังได้ให้แนวคิดอีกว่า สังคมมีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลดังนี้

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชนที่ให้สารเพื่อความบันเทิง
2. สถานการณ์ทางสังคม ทำให้บุคคลต้องตระหนักถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่บุคคลจะได้รับการตอบสนองของความพึงพอใจจากสังคม มีน้อยมาก เนื่องจากสถานการณ์แรงกดดันทางสังคม ดังนั้น สื่อมวลชนจึงเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. บุคคลบริโภคข่าวสารจากสื่อ เพื่อให้สอดคล้องกับค่านิยม การเสริมสร้างความเชื่อ และการเป็นสมาชิกในสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมทำให้ความคาดหวังของแต่ละบุคคลมีความคล้ายคลึงกันในส่วนหนึ่ง ดังนั้น บุคคลจึงเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อสนับสนุนค่านิยมของกลุ่มในสังคม

นอกจากแคมพ์แล้ว บลูมเลอร์และคณะ (Blumler and Others, 1972) ได้พยายามที่จะค้นหาเหตุผล หรือแรงจูงใจ หรือความต้องการในการบริโภคสื่อ โดยพัฒนาสร้างชุดตัวแปรความพึงพอใจขึ้น 4 กลุ่ม คือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งอาจออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหางานประจำ และช่วยในการผ่อนคลายทางอารมณ์
2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relation) เพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือให้มีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกับครอบครัว
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) เช่น การอ้างอิงการค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเสริมความเชื่อที่มีอยู่
4. ติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น ติดตามการรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ในสังคม และโลกภายนอก จากสื่อมวลชน

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin, 1973 อ้างถึงในพีระ จิริโสภณ, 2530) กล่าวว่า การที่บุคคลแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หรือต้องการประเภทของเนื้อหา สาร นั้นหมายถึงว่า ต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิง ซึ่งอาจเนื่องมาจาก

1. ระดับความรู้ของบุคคลในขณะนั้น ไม่สอดคล้องกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญ ก็ยิ่งอยากมีความรู้ความเข้าใจสูง

2. ความรู้ที่มีอยู่เดิมของบุคคลในขณะนั้นไม่สอดคล้องกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งบุคคลเป็นผู้กำหนดระดับความสนใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

3. บุคคลผู้รับสารมีสภาวะทางอารมณ์ที่ยังไม่เป็นสุข หรือสนุกสนานอย่างเพียงพอตามที่คาดหวังไว้ จึงต้องการได้รับความบันเทิงมาทดแทน

แอตคิน แบ่งประเภทของสาร ที่สามารถตอบสนองความต้องการของบุคคลได้ เป็น 2 ประเภท คือ

1. สารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค (Consumatory) หมายถึง ความถึง สารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจของบุคคล ที่เกี่ยวกับความสนใจส่วนตัว และสารที่ให้ความบันเทิงสนุกสนาน

2. สารที่ใช้ประโยชน์ในการเป็นเครื่องมือช่วยตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ ในชีวิตประจำวัน (Instrumental) หมายถึง สารที่ลดความไม่รู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก

อย่างไรก็ตาม สารบางอย่างอาจให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้ และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกันด้วย

ความต้องการข่าวสาร หรือการแสวงหาข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นความต้องการบริโภคสารเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการ

ตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงเรีงใจ ด้วย ดังที่แมคควอลและคณะ (McQuail and Others อ้างในศิริชัย ศิริเกษ และ กาญจนา แก้วเทพ, 2531) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการของผู้รับสารจากสื่อมวลชน ไว้ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

- เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสังคม
- เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ ความคิดเห็น และการตัดสินใจ
- สนองความอยากรู้อยากเห็น และสนองความสนใจ
- เป็นการเรียนรู้และศึกษาด้วยตัวเอง
- สร้างความรู้สึกที่มั่นคง

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่ตนเอง

- ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- มีค่านิยมร่วมกับคนอื่นๆ ในสังคม
- เข้าใจตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองเห็นสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมร่วมกับคนอื่นที่ประสบปัญหาอย่างเดียวกัน หรือรู้สึกว่าตัวเราเป็นส่วนหนึ่งที่จะเข้าไปแก้ปัญหาของสังคม
- นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- ใช้แทนเพื่อน
- ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม



4. การต้องการความบันเทิง

- หลีกหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- ผ่อนคลายความตึงเครียด
- ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ปลอดภัยหายอารมณ์
- เป็นการกระตุ้นทางเพศ

ส่วนนักวิชาการสื่อสารมวลชน เช่น แมคคอมบ์ส และ เบคเคอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้กล่าวว่า บุคคลใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการติดตามและสังเกตความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (decision) . ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว ได้

3. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยหรือสนทนา (discussions) การเปิดรับสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลในการนำไปใช้พูดคุย หรือสนทนากับผู้อื่นในชีวิตประจำวัน

4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (participating) ในเหตุการณ์และความ เป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้น

5. เพื่อต้องการข่าวสารมาเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (reinforcement)

6. เพื่อความบันเทิง (entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้ง การผ่อนคลายอารมณ์ (relaxing)

พาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1979) ได้วิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจในการชมโทรทัศน์ด้านการศึกษา ในรัฐเคนตักกี ด้วยการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จากกลุ่มตัวอย่างชายหญิงรวม 526 คน โดยวัดค่าความคาดหวังจากการดูโทรทัศน์ว่า รายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่างๆ การใช้ประโยชน์ในการใช้สื่อสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่างๆ เพื่อเป็นการฆ่าเวลา เพื่อเป็นการแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง เขาพบว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์กันเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง-ความพึงพอใจต่ำ ความคาดหวังต่ำ-ความพึงพอใจสูง

รูบิน (Rubin, 1983) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ : ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเหตุจูงใจ กับแบบแผนในการดูโทรทัศน์ เพื่อวิเคราะห์ว่า เหตุใดประชาชนจึงใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน และได้รับความพึงพอใจจากการใช้สื่ออย่างไร พบว่า เหตุจูงใจในการดูโทรทัศน์ของเด็กและวัยรุ่น มี 6 อย่าง ได้แก่ เพื่อเรียนรู้ เพื่อฆ่าเวลาหรือเป็นนิสัย เพื่อใช้เป็นเพื่อน เพื่อหลีกเลี่ยงจากความเป็นจริงในสังคม เพื่อกระตุ้นอารมณ์ และเพื่อการพักผ่อน และยังพบว่า เหตุจูงใจในการดูโทรทัศน์ และแบบแผนการดูโทรทัศน์นั้น มีปฏิสัมพันธ์กันอย่างแท้จริง กล่าวคือ กลุ่มผู้ชมโทรทัศน์เพื่อต้องการความบันเทิง ฆ่าเวลา เป็นนิสัย หรือแก้เบื่อ จะชมโทรทัศน์ในลักษณะที่เห็นว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่สะท้อนภาพความเป็นจริงในสังคม ได้มาก จะไม่สนใจที่ตัวเนื้อหารายการ ไม่ได้มีความชอบในรายการใดเป็นพิเศษ และมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ดูโทรทัศน์บ่อยครั้งมาก รวมทั้งทำให้รู้สึกมีความพอใจกับสื่อ นั้น ส่วนผู้ชมอีกประเภทหนึ่ง ก็คือ กลุ่มที่ดูโทรทัศน์เพื่อต้องการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งความบ่อยครั้งในการดู จะมีสูงกว่ากลุ่มแรก และการดูของผู้ชมกลุ่มนี้จะเน้นที่ตัวเนื้อหารายการเป็นพิเศษ การวิจัยครั้งนี้ ยังสนับสนุนสมมติฐาน เรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ อีกด้วยว่า ปัจเจกบุคคลแสวงหาเนื้อหาสื่อ เพื่อสนองความต้องการของเขา มิได้สนใจที่ตัวเนื้อหาของรายการโดยเฉพาะ

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ที่น่าสนใจ อีกชิ้นหนึ่ง คือ งานของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner, 1985 : 171-193) ซึ่งเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (news gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างแผนที่ ซึ่งแสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (media news gratifications map) เวนเนอร์ แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้าในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (surveillance) หรือ การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ (decisional utility)

2. Social Gratifications เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. Para-social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือความชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. Para-orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

ชิน จิตนิยม (2534) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์

และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัทอินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี) พบว่าสมาชิกมีความคาดหวังสูง ในการชมเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวของสถานการณ์ต่างๆ มากที่สุด รองลงมาคือ ชมเพราะมีสิ่งที่น่าสนใจ และเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน

ในการศึกษาเรื่องการให้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่ออื่น ๆ ที่ให้เห็นว่าปัจเจกบุคคลเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจต่างๆ โดยเน้นความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะที่เป็นผู้มีความสามารถในการเลือกสรร กลั่นกรองชนิดของสื่อ และเนื้อหาสารมาใช้ประโยชน์ สำหรับการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ เน้นในเรื่องของพฤติกรรมทางเลือกเปิดรับข่าวสารว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

จากแบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล (Berlo) จะเห็นว่า องค์ประกอบด้านผู้รับสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ที่จะทำให้ทราบว่า การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ และผู้รับสารจะมีการตอบสนอง (feedback) อย่างไร หลังจากที่ได้รับข่าวสารไปแล้ว ซึ่งผู้รับสารแต่ละคนก็มีความแตกต่างกันออกไป

การที่ผู้รับสารมีความแตกต่างกันนั้น จึงมีความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสารแตกต่างกันไปด้วย ดังที่ เดอเฟลอร์ (DeFleur, 1966) เสนอพื้นฐานความแตกต่างไว้ 4 ประการ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ และสถานภาพทางจิตวิทยา
2. ความแตกต่างดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน
3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกัน ก็จะได้รับ การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป
4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน

โรบินสัน (Robinson, 1972) ได้ทำการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มคนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการใช้สื่อ และมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูง เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลสารคดี และจะเพิ่มพูนความรู้ด้านนี้ของตนให้มากขึ้น โดยการใช้สื่อมวลชน

นอกจากนี้ ผู้รับสารยังมีความแตกต่างกันในองค์ประกอบอื่นๆ ซึ่งส่งผลให้มีการเลือกเปิดรับสารแตกต่างกัน (Schramm, 1973:121-122) คือ

1. ประสบการณ์ ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารต่างกัน
2. การประเมินสาระประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งของตน
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างในพฤติกรรมกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาสาระ
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่ทำให้พฤติกรรมกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวจิตใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับเข้าใจความหมายของสื่อ สาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับ และการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

คิปแพกซ์ และ เมอร์เรย์ (Kippax and Murray, 1980 : 355-359) ยังได้เพิ่มเติมเรื่องการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย โดยได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการใช้สื่อมวลชน กับความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อนั้น ตลอดจนการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลจากการศึกษาพบว่า ผู้รับสารมีความแตกต่างกัน

ในปัจจุบันต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อ และการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ
2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อหลากหลายประเภท มากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ
3. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีจุดมุ่งหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อ

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ความต้องการในการใช้สื่อ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วย

การส่งข่าวสารอย่างมีประสิทธิภาพ จะต้องคำนึงถึงปัจจัยอันเกี่ยวข้องกับผู้รับสารหลายประการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารแต่ละคน มีพฤติกรรมการเปิดรับสารแตกต่างกัน ได้แก่

1. ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้ว ในการรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น จะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย

- 1.1 ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน
- 1.2 ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมของตนเอง
- 1.3 ต้องการประสบการณ์ใหม่
- 1.4 ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร

2. ความแตกต่างของผู้รับสาร ผู้รับข่าวสารแต่ละคน จะมีลักษณะที่ต่างกันในหลายๆ ด้าน ได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคม

2.1 อายุ อายุหรือวัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่าง ในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไป เมื่อมีอายุมากขึ้น (Myer Myers, 1982 : 5)

โดยทั่วไปแล้ว คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (Liberal) ยึดถืออุดมการณ์ (Idealistic) ใจร้อน (Impatient) และมองโลกในแง่ดี (Optimistic) มากกว่าคนที่มีอายุมาก สำหรับคนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม (Conservative) ยึดถือการปฏิบัติ (Pracmatic) ระมัดระวัง (Cautious) และมองโลกในแง่ร้าย (Pessimistic) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจาก คนที่มีอายุมาก มักมีประสบการณ์ในชีวิตซึ่งเคยผ่านคุณูปญาต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนาน และมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย นอกจากนั้น โดยปกติแล้ว คนที่วัยต่างกันมักมีความต้องการในสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน และมีความสนใจข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย (ปรเมศ สตะเวทิน, 2533 : 113) ดังนั้น อายุจึงเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรม การเลือกเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2.2 เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Wilo, Goldhabor and Yates, 1980 : 87)

การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้ง 2 เพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ ถูกชักจูงได้ง่าย และหยิ่งถึงจิตใจ

ของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชายใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง (ปรมม สตะเวทิน, 2533 : 114)

2.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ (occupation) รายได้ (income) เชื้อชาติและชาติพันธุ์ (race and ethnic group) ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว (family background) ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน (ปรมม สตะเวทิน, 2533 : 115) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมนั้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

2.4 การศึกษา เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้ลึกลับคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมาก ในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้ เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ (ปรมม สตะเวทิน , 2533 : 116) ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงต้องตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ในระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการ ให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

3. ความตั้งใจและประสบการณ์เดิม ในขณะที่มีความตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้อาสาได้ดีกว่า ดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่ต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสาร จึงมีความสำคัญต่อการรับข่าวสารเช่นกัน

4. ความคาดหวังและความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึง ความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาซึ่ง

สิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (information satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ (Evana, 1962 : 772-782)

ยูล เบญจรงค์กิจ (Yubol Benjarongkit, 1985) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิต ความต้องการจำเป็น และการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ของผู้ชม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ชีวิต กับการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างทางจิตวิทยา นิสัยการดูโทรทัศน์ และความพอใจที่มีต่อโทรทัศน์ของผู้ชม โดยการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ จากกลุ่มตัวอย่าง 218 คน พบว่า เหตุการณ์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในชีวิต ทำให้ความต้องการทางสังคมสิ่งแวดล้อม (socio-environmental needs) ของผู้ชมเปลี่ยนแปลงไป และการเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการดังกล่าว ยังมีผลต่อการชมรายการโทรทัศน์อีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ยังมีปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเปิดรับสื่อมวลชนอีก (ขวัญเรือน กิติวัฒน์, 2531:23-26) คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่ว่า คนเราแต่ละคน มีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญาความคิด ทักษะคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การจูงใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเราจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกถึงพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในด้านความคิด ทักษะคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

๓. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสารเรื่องลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

นอกจากนี้ ยังได้มีการศึกษาพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้รับสาร ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน จากผลการวิจัยที่ผ่านมา ทำให้ทราบว่า ปัจจัยการสื่อสารที่เป็นตัวกำหนดในความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร คือ การเลือกสรรของผู้รับสาร ข่าวสารต่างๆ แม้จะได้รับการตระเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน หรือใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสาร ตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน

การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ซึ่งมีอยู่หลายแหล่งด้วยกัน ความคิดเรื่องการเลือกเปิดรับนี้ มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวางและพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหลายประการ ได้แก่ ทศนคติเดิมของผู้รับสาร แสดงว่าสมาชิกไอบีซี จะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทศนคติเดิมที่มีอยู่ ถ้าสมาชิกมีทศนคติที่ติดอรรถารที่ได้รับความนิยม ก็จะรับชมรายการนั้นต่อไปอย่างพึงพอใจ และหากมีรายการหรือข่าวสาร ที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิม ก็จะไม่สนใจที่จะรับชมอีก หรือมีปฏิกิริยาตอบโต้ว่าไม่พอใจ เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้อง ไม่ตอบสนอง หรือขัดแย้งกับความต้องการ ความรู้ ความเข้าใจ หรือทศนคติเดิมที่มีอยู่ ผู้รับสารจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือเกิดความไม่สบายใจ ดังนั้นการที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ สมาชิกหรือลูกค้าของไอบีซีจึงต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับความคิดเดิมเท่านั้น

นอกจากทศนคติดั้งเดิม ที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมี

ปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการ ที่ทำให้เราพบว่า คนบางคนเลือกอ่านหนังสือพิมพ์มติชน บางคนเลือกอ่านเดลินิวส์ บางคนเลือกดูข่าวช่อง 5 บางคนเลือกดูข่าวช่อง 9 หรือกรณีเคเบิลทีวี ที่บางคนเลือกเป็นสมาชิกไอบีซี บางคนเลือกเป็นสมาชิกไทยสกาย บางคนเลือกยูทิว หรือสมาชิกไอบีซี บางคนเลือกชมรายการบันเทิง ในขณะที่บางคนเลือกชมรายการสารคดี ข่าว หรือกีฬา เป็นต้น ปัจจัยการเลือกเหล่านี้ ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (อาทิเช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ทศนคติ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ และอื่นๆ

จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้กล่าวมาแล้วข้างต้น แสดงให้เห็นว่า ปัจเจกบุคคลเลือกบริโภคสื่อมวลชน ตามความต้องการ หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง ย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเอง ด้วยเหตุผลต่างๆ กัน

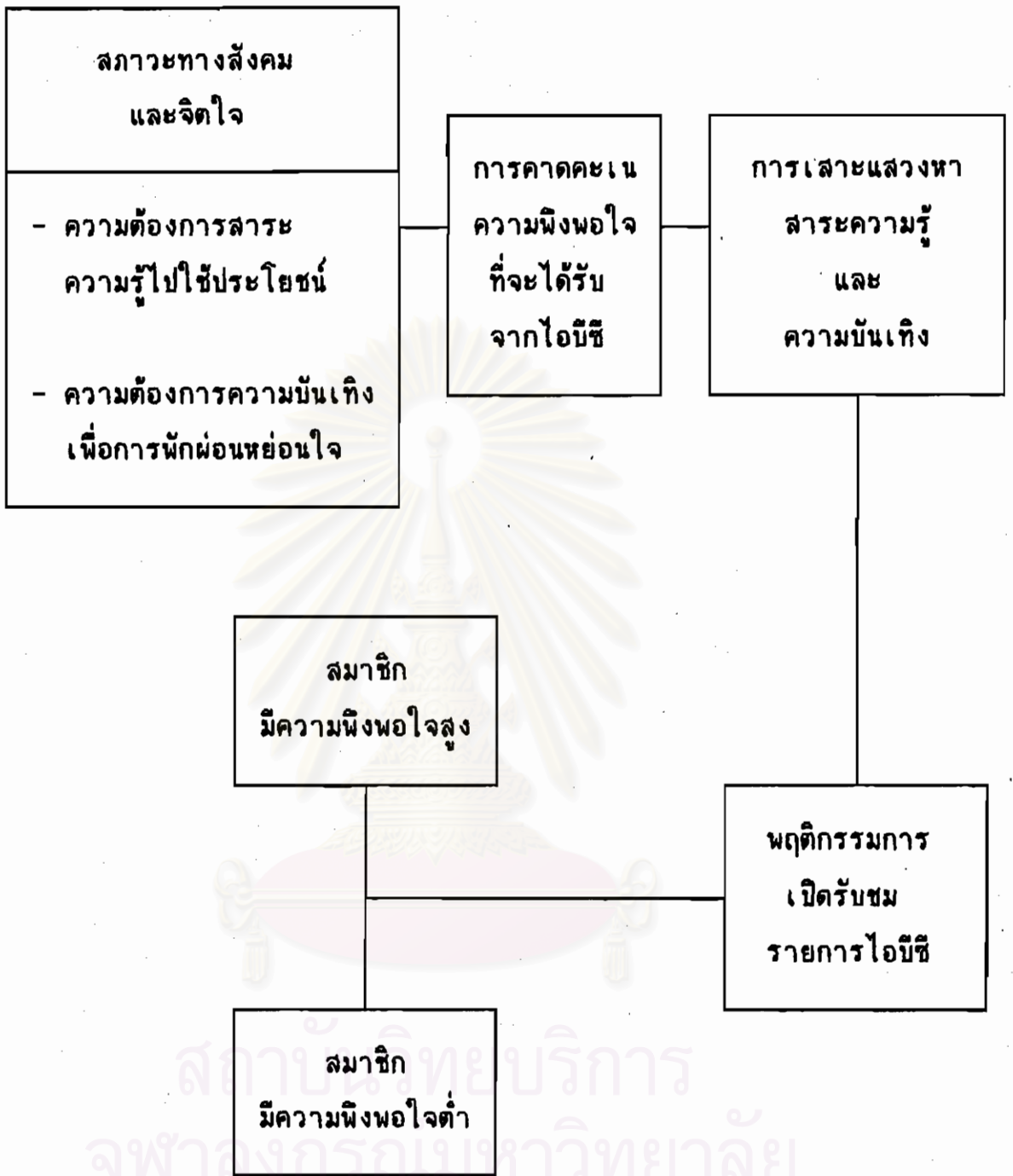
สำหรับการวิจัย เรื่อง "การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ จากการเป็นสมาชิกไอบีซี เคเบิลทีวี ในกรุงเทพมหานคร" นี้ สามารถใช้กรอบแนวคิดดังกล่าว มาอธิบายได้ว่า สมาชิกไอบีซีแต่ละคนมีสถานภาพเป็นผู้รับสาร ปัจเจกบุคคลซึ่งมีความต้องการตามสภาพทางสังคม และจิตใจของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น ต้องการเป็นคนทันสมัย รอบรู้ ต้องการการเข้ากลุ่ม มีลักษณะเป็นพวกเดียวกันในกลุ่ม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น หรือต้องการได้รับความบันเทิง และเนื่องจากเคเบิลทีวีเป็นสื่อที่เพิ่งเกิดขึ้นใหม่ในประเทศไทย โดยไอบีซีได้รับสัมปทานการแพร่ภาพออกอากาศเป็นรายแรก มีการแพร่ภาพรายการต่างๆ แบ่งเป็น 10 ช่อง แต่ละช่องมีรายการแบ่งเป็นประเภทต่างๆ กัน เมื่อมีคนหนึ่งเป็นสมาชิก แล้วอาจไปแนะนำอีกคนหนึ่งต่อ คนที่ได้รับฟังจากสมาชิกคนแรก ก็มีความต้องการให้ตัวเองมีอะไรที่เหมือนกับเพื่อน อยากทันสมัย เปิดรับสิ่งแปลกใหม่ หรือมีความต้องการเปิดรับสาระและความบันเทิง ในรูปแบบที่ไอบีซีเสนอให้ จึงสมัครเป็นสมาชิกไอบีซีบ้าง และต่อจากนั้น ก็มีความคาดหวังจากไอบีซีเคเบิลทีวีว่า การบริโภคข่าวสาร สาระ และความบันเทิงจากไอบีซีจะช่วยสนองความต้องการได้ จึงนำไปสู่การเลือกใช้สื่อไอบีซีเคเบิลทีวี โดยเลือกเปิดรับ

เนื้อหา และประเภทรายการที่จะช่วยให้ได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือ ได้
 เป็นคนรอบรู้ทันสมัย ได้รับความบันเทิง ขณะเดียวกัน ผลจากการบริโภคข่าวสารจาก
 ไอบีซีเป็นประจำก็อาจมีผลอื่นตามมาโดยมิได้มุ่งหวัง เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง
 ทัศนคติ หรือเปลี่ยนแปลงนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน หรืออาจเห็นว่า
 รายการของไอบีซีสามารถตอบสนองความต้องการได้น้อย ก็อาจนอกเล็กจากการเป็น
 สมาชิก

จากคำอธิบายดังกล่าว สามารถนำมาประมวลสร้างแบบจำลองที่ใช้เป็นกรอบ
 แนวทาง ในการศึกษาการเปิดรับความพึงพอใจของสมาชิกไอบีซี ได้ดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภาพที่ 2 แบบจำลองการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการไอบีซี