

การเปิดรับ การรับรู้ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

ชมพูนุช นาคสุภาน*
ผศ.ดร.พนารัตน์ ลิ้ม**

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ การรับรู้ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” มีวัตถุประสงค์ คือ (1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร (4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) ผู้รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เป็นประจำอย่างต่อเนื่อง คือ กลุ่มนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มวัยทำงาน วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One -Shot Case Study) โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอนแบบแบ่งชั้นภูมิ (Multi-stage Stratified Cluster Sampling) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ T - test One -Way ANOVA และสถิติไคสแควร์ (Chi-Square) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี อาชีพแม่บ้าน มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ 5,000 - 15,000 บาทพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” 1 วันต่อสัปดาห์ ติดตามรับชมรายการมาเป็นเวลามากกว่า 1 ปี ลักษณะการรับชมรายการ คือ รับชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย และรับชมรายการเพื่อความรู้ ขณะเดียวกันการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า มีการรับรู้ความรู้ใหม่ๆ ที่น่าสนใจจากรายการค่าเฉลี่ย 3.74 มีการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ เพื่อการผ่อนคลาย

* นักศึกษาลัทธิธรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ธุรกิจ

** อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ความเครียด ค่าเฉลี่ย 3.94 ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” คือ พิธีกรรายการเกี่ยวกับ ลีลา ท่าทาง การเล่าข่าวของคุณพัชรศรี เบญจมาศ ค่าเฉลี่ย 4.20

การทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจจากการรับชม

รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ผลิตรายการที่มีลักษณะคล้ายกับรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” หรือรายการประเภทผู้หญิงควรพิจารณาด้านเนื้อหารายการที่มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน รูปแบบรายการที่น่าสนใจ และเลือกพิธีกรที่มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวที่โดดเด่นเหมาะสมกับประเภทของรายการ

1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคที่ข้อมูลข่าวสารเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสูงสุด สื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่น่าสนใจคือ สื่อโทรทัศน์ เนื่องจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสามารถในการนำเสนอไปสู่ผู้รับสารได้เป็นจำนวนมาก โดยคุณสมบัติของโทรทัศน์นั้น มีความสามารถนำเสนอไปสู่ผู้ชมทางการเห็นและการได้ยิน ผู้รับสารไม่จำเป็นต้องรู้หนังสือก็สามารถเข้าใจสารจากโทรทัศน์ได้ ดังนั้นจำนวนผู้รับสารจึงไม่จำกัด มองในแง่ความสามารถในการนำเสนอไปสู่ผู้รับสารแล้ว โทรทัศน์จึงเข้าถึงผู้รับสารได้กว้างขวางที่สุดด้วยความดึงดูดได้มาก เพราะมีทั้งภาพ เสียง มีสีสัน มีการเคลื่อนไหว มีความหลากหลายของรายการ มีบุคคลที่มีชื่อเสียง และดารายเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีเนื้อหาตื้นตันบันเทิงเป็นส่วนสำคัญหลัก จึงได้รับความสนใจจากผู้รับสารจำนวนมาก (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 95) รูปแบบการนำเสนอในสื่อโทรทัศน์แต่ละช่องก็มักจะแตกต่างกันออกไป เพื่อดึงดูดความสนใจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีอยู่หลากหลาย

รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ได้สะท้อนให้เห็นถึงการตลาดของรายการประเภทผู้หญิง และรายการสไตส์ผู้หญิง และจากการสำรวจ พบว่า กลุ่มผู้หญิงเป็นฐานของผู้ชมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในช่วงเช้า (www.positioningmag.com, 6 มกราคม 2549) ซึ่งทางรายการพบว่ากลุ่มผู้ชมประเภทแม่บ้าน คนทำงาน นิยมดูโทรทัศน์ช่วงเช้าเป็นจำนวนมาก รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” จึงเป็นอีกรายการหนึ่งที่มีฐานของผู้ชมขนาดใหญ่ และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในรูปแบบของรายการ(News Talk) แบบวาไรตี้

รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2547 เป็นรายการถ่ายทอดสด ลักษณะ News Talk แบบวาไรตี้ จะออกอากาศทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.30 -10.30 น. โดยมีการวางตัวผู้ดำเนินรายการ 4 คน 4 สไตล์ คือ พิมลวรรณ ศุภยางค์, พัชรี เบญจมาศ, มีสุข แจ่มมีสุข และกุลนัดดา ปัจฉิมสวัสดิ์ ซึ่งแต่ละคนจะมีบุคลิกที่แตกต่างกัน ทำให้จุดนี้ถือเป็นจุดขายของรายการที่มีสีสันและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของรายการที่ได้ถูกกำหนดขึ้นมาในการวิเคราะห์ สรूप เนื้อหาและความเป็นจริงของข่าวสารต่อผู้ชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” (www.positioningmag.com, 6 มกราคม 2549) จะเห็นได้ว่าผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 คน เป็นตัวแทนของสื่อมวลชนที่ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสาร สาระ และความเป็นจริงเกี่ยวกับประเด็นข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ทำให้ผู้รับชมรายการเกิดความเข้าใจในตัวเอง สามารถสร้างประสบการณ์ และมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องราว ข่าวสาร เหตุการณ์ในปัจจุบัน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจต้องการศึกษาถึงการเปิดรับ การรับรู้ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ว่าเป็นอย่างไร ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการออกแบบเนื้อหา และองค์ประกอบอื่น ๆ ของรายการโทรทัศน์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชมอย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้ข้อมูลข่าวสารรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการแจกแบบสอบถาม
2. ศึกษาเฉพาะประชาชนที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น
3. ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ เดือนพฤศจิกายน 2556 – เดือนมกราคม 2557

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ส่วนแรก ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Interview) คือ กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มวัยทำงานที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ โดยใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description)

ส่วนที่สอง เป็นการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีรูปแบบการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลเพียงครั้งเดียว (One -Shot Case Study) โดยการแจกแบบสอบถาม 400 ชุด แบ่งตามเขตที่เลือกไว้ 10 เขต เขตละ 40 ชุด โดยจะแจกแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 เท่านั้น

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิจัยคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยนำผลจากการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) ตัวอย่างจำนวน 9 คนที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มากกว่า 1 ปี มาประมวลผลในประเด็นต่างๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการตีความ (Interpretation) และนำเสนอในรูปแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description)

วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยระบุค่าของข้อมูลเป็นจำนวน ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้ได้แก่ ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” การใช้ประโยชน์ของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) อธิบายความสัมพันธ์และความแตกต่างของตัวแปรตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ Chi - Square , T - test และ One -Way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. สรุปผลการวิจัย

การสัมภาษณ์กลุ่มนักเรียน-นักศึกษา กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มวัยทำงานที่รับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่าพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน - นักศึกษา ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมในการรับชมรายการในช่วงปิดเทอม เนื่องจากรายการจะออกอากาศช่วงเช้า เวลา 09.10 - 09.35 ซึ่งเป็นเวลาที่กลุ่มนักเรียน - นักศึกษา

จะต้องไปโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย กลุ่มแม่บ้าน ส่วนใหญ่จะรับชมรายการทุกวัน และติดตามชมรายการอย่างต่อเนื่องมากกว่า 1 ปี โดยตั้งใจรับชมตลอดจนจบรายการ เพื่อที่จะได้รับความรู้และความบันเทิงจากการรับชมรายการกลุ่มวัยทำงาน จะมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเป็นบางวัน และลักษณะในการรับชมจะรับชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย แต่ก็เลือกที่จะรับชมรายการเพื่อความรู้

การรับรู้เกี่ยวกับการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา จะได้รับความรู้ใหม่ๆ จากรายการนี้ และยังได้รับรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารในปัจจุบัน ซึ่งสามารถนำความรู้ที่ได้ไปใช้ในชีวิตประจำวันกลุ่มแม่บ้าน ทำให้ได้ทราบเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นในด้านข่าว หรือด้านบันเทิง เพราะรายการนี้มีความหลากหลายในด้านการนำเสนอและนำความรู้ที่ได้ไปปฏิบัติ เพื่อพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ กลุ่มวัยทำงานจะรับรู้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของแฟชั่น สุขภาพ ความสวยความงาม และภัยสำหรับผู้หญิง

การใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา ได้ใช้เวลาให้เป็นประโยชน์ ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน จากการรับชมรายการ เพราะรายการให้ทั้งความรู้และความบันเทิงกลุ่มแม่บ้าน คือ ได้รับทั้งความรู้และความบันเทิงจากการรับชมรายการกลุ่มวัยทำงาน จะได้รับความรู้และความบันเทิงจากการรับชมรายการ เพราะรายการเป็นรายการลักษณะ News Talk แบบวาไรตี้ และรายการนี้ยังให้ทั้งความรู้และความบันเทิงจากการรับชมรายการ เพราะรายการมีการนำเสนอทั้งข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงในด้านความสวยความงามของผู้หญิง

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มนักเรียน – นักศึกษา จะเห็นได้ว่ากลุ่มนักเรียน – นักศึกษามีความพึงพอใจในด้านพิธีกรรายการ ด้วยบุคลิกที่แตกต่างของพิธีกร ทำให้รายการมีสีสันและความหลากหลายมากยิ่งขึ้นกลุ่มแม่บ้าน มีความพึงพอใจการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ รูปแบบรายการที่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นการนำเสนอมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับผู้หญิง และพึงพอใจ สีส่า ทำทาง การเล่าข่าวสารของพิธีกรรายการกลุ่มวัยทำงานมีความพึงพอใจในทุกด้านของรายการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ หรือพิธีกรรายการ ซึ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความชัดเจน และทันสมัยต่อเหตุการณ์

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.0 และเป็นเพศชายจำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0

โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด คือ 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 รองลงมา คือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 อายุ 20-30 ปี

จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 อายุ 51-60 ปี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี น้อยที่สุด คือ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

ด้านระดับการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด คือ 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมาเป็นการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 การศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.2 การศึกษาระดับอนุปริญญา จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีน้อยที่สุด คือ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5

ด้านอาชีพพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพแม่บ้านมากที่สุด คือ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัทบริษัทเอกชน/ธนาคาร จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ประกอบอาชีพอื่นๆ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และประกอบธุรกิจส่วนตัวน้อยที่สุด คือ 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0

ด้านรายได้ต่อเดือนพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000 - 15,000 บาทต่อเดือนมากที่สุด คือ 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 รองลงมามีรายได้ 15,001 - 25,000 บาทต่อเดือน จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 รายได้ 25,001 - 35,000 บาทต่อเดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 และรายได้ 35,001 บาทขึ้นไปต่อเดือนน้อยที่สุด คือ 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการมีความถี่ในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยรับชม 1 วันต่อสัปดาห์มากที่สุด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 รองลงมา คือ ทุกวัน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 รับชม 2-3 วันต่อสัปดาห์ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 และรับชม 3-4 วันต่อสัปดาห์น้อยที่สุด คือ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5

ระยะเวลาในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยระยะเวลาที่ติดตามชมมากที่สุด คือ มากกว่า 1 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ ประมาณ 8 - 11 เดือน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 น้อยกว่า 3 เดือน จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 และประมาณ 4 - 7 เดือนน้อยที่สุด คือ 48 คนคิดเป็นร้อยละ 12.0

ลักษณะในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยการชมไปด้วยกิจกรรมอื่นไปด้วยมากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมา คือ เปลี่ยนช่องเมื่อมีการโฆษณา จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 ตั้งใจชมตลอดจนจบรายการ จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อนน้อยที่สุด คือ 76 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

สาเหตุในการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” เพื่อความรู้มากที่สุด คือ 184 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0 รองลงมา คือ เพื่อความบันเทิง จำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 25.0 เพื่อทันโลกทันเหตุการณ์ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และเพื่อคลายเหงาอย่างน้อยที่สุด คือ 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตอนที่ 3 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของทางรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านข้อมูลข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ความรู้ใหม่ๆ ที่น่าสนใจจากรายการ มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ เพื่อนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.49 ด้านการดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ระยะเวลาวันออกอากาศในช่วงวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.66

ตอนที่ 4 การใช้ประโยชน์ของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านเนื้อหารายการกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ เพื่อทราบเรื่องราวใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับผู้หญิงมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.55 ด้านข้อมูลข่าวสารกลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเพิ่มพูนความรู้ของตนเองมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.47 ด้านความบันเทิง กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์ เพื่อผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.94

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.72 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจ ด้านเนื้อหารายการที่มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ในปัจจุบันมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.67 ด้านรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในรูปแบบรายการมีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าใจง่ายมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.65 ด้านพิธีกร กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในลีลา ท่าทาง การเล่าข่าวของคุณพิชร์ศรี เบญจมาศมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.20

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่แตกต่างกัน จะมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะได้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะได้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ไม่แตกต่างกัน

7. การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาวิจัย เรื่อง “การเปิดรับ การรับรู้ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพแม่บ้าน และมีรายได้ 5,000 -15,000 บาทต่อเดือน ถือเป็นช่วงอายุช่วงต้นของวัยทำงาน ดังที่ คุณชวรัตน์ ประเสริฐวรรณกิจ ผู้ผลิตรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 กล่าวถึงรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ว่ารายการนี้มุ่งให้เนื้อหาสาระเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิง รวมถึงนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นในแต่ละวันโดยการใช้ข้อมูลจากหนังสือพิมพ์ นิตยสารและการสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ ที่ตกเป็นข่าว จะถูกบรรจุอยู่ในรายการที่นำเสนอเป็นแบบรายการสด เพื่อให้มีการ

ปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมได้ และยังเป็นรายการที่ทันต่อเหตุการณ์ ตอบสนองกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิงเป็นหลัก

ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันจะมีระยะเวลาในการติดตามชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจอธิบายได้ตามแนวคิดด้านประชากรศาสตร์ว่าบุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีแบบแผนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2541, น. 302)

ลักษณะประชากรศาสตร์ด้านเพศ (Sex) ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เช่นกัน เนื่องจากความแตกต่างทางด้านเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน วิลเลียม ดี บรูค (Brooks, 1971, pp. 211-212) กล่าวว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากวัฒนธรรมและสังคม ได้กำหนดบทบาทและกิจกรรมของหญิงชายไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม เป็นแม่บ้านแม่เรือน และมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนี้ยังพบว่า เพศหญิงมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ซึ่งจากการวิจัยนี้ที่พบว่า ผู้ชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงจะใช้เวลาในการดูโทรทัศน์มากกว่าเพศชายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับข่าวสาร ความบันเทิงจากการรับชมรายการนั้น ๆ

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการนั้น กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะติดตามรับชมเพียง 1 วันต่อสัปดาห์ มากที่สุด โดยส่วนใหญ่ติดตามรับชมมาเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ชมที่รับชมมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว และมีลักษณะในการรับชม คือ ชมไปด้วยทำกิจกรรมอื่นไปด้วย ซึ่งมีสาเหตุในการรับชมรายการ เพื่อความรู้ จากระยะเวลาของรายการเริ่มตั้งแต่ 09.10 – 09.35 เป็นช่วงสาย ทำให้ผู้ชมส่วนใหญ่ไม่สามารถรับชมได้ทุกวัน ทำให้ผู้ชมที่สามารถรับชมรายการได้ตลอดนั้นต้องเป็นผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน มากกว่ากลุ่มผู้ชมที่อยู่ในวัยเรียนหรือวัยทำงาน ถึงแม้ในที่ทำงานจะมีการเปิดให้รับชมรายการ แต่ก็ไม่สามารถรับชมได้ตลอดรายการ เพราะต้องทำงานควบคู่ไปด้วย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการรับรู้ความรู้ใหม่ ๆ ที่น่าสนใจจากรายการ มากที่สุด จะเห็นได้ว่า รายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” จัดอยู่ในรายการโทรทัศน์ประเภท รายการผู้หญิง (Lady program) ที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารทางรายการในรูปแบบเล่าข่าวที่เน้นการนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร การให้ความรู้ในแง่มุมที่เกี่ยวกับสุขภาพและเรื่องทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้หญิง

ผลการศึกษาข้างต้นยังสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลจะมีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา โดยบุคคลจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selectivity Process) บุคคลจะเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposure) ที่ตรงกับความคิดเห็นของเขา รวมทั้งเลือกที่จะรับรู้ (Selective Perception) เฉพาะข่าวสารที่มีความหมายที่มีความหมายสอดคล้องกันกับความคิดเห็นของเขา และเลือกที่จะเก็บรักษาสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดมากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย ซึ่งการเลือกเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่มีลักษณะเนื้อหาและการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นรายการผู้หญิงที่ประกอบด้วยเนื้อหาที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ข่าวสารแฉดวงผู้หญิงจากทุกมุมโลก การทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ มุมมองการใช้ชีวิตในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารสามารถนำความรู้ที่ได้จากการรับชมรายการไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ (การจำแนกรูปแบบรายการโทรทัศน์, 2551 : ออนไลน์)

Klapper(1960 : 19-25) ได้อธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารว่าในการเปิดรับข่าวสารต่างๆ นั้น ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรของมนุษย์จึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งการเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ที่มีลักษณะการนำเสนอที่แตกต่างกัน กล่าวคือการนำเสนอของผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 คน มีมุมมองและบุคลิกที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้รับสารสนใจและเลือกรับชมรายการตามความรู้สึกชื่นชอบหรือสนใจตามความต้องการของผู้รับสารนั้นๆ

การใช้ประโยชน์จากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” โดยมีการใช้ประโยชน์ในด้านใช้การผ่อนคลายความเครียด มากที่สุด รองลงมา คือ ในด้านการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์จากการรับชมรายการ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratification Theory) แมคคอมบส์และเบคเกอร์ (McCombs and Becker, 1979) ได้กล่าวว่าบุคคลใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในด้านข้อมูลข่าวสาร (Information) เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน รวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing) ลักษณะของรายการจะเป็นแบบวาไรตี้ สนุกสนาน และการนำเสนอข่าวที่มีสาระหนักๆ มาเล่าให้เข้าใจง่าย ทำให้ผู้ชมมีความเพลิดเพลินในการรับชมแคชชั้, บลัมเมอร์ และกูริวิทซ์ (Katz, Blumler and Gurevitch, 1974) กล่าวว่า บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน เช่น การเสนอข่าวสาร การให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” ทำให้ผู้ชมได้รับทั้งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผู้หญิง และความสนุกสนานเพลิดเพลิน จากการนำเสนอรายการในแต่ละครั้ง รวมถึงได้รับชมผู้ดำเนินรายการทั้ง 4 คนที่มีบุคลิกที่แตกต่างกันออกไป

ความพึงพอใจจากการรับชมรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านพิธีกรรายการ มากที่สุด ด้านเนื้อหารายการนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื้อหาที่มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน ด้านรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรูปแบบรายการมีความทันสมัย น่าสนใจ และเข้าใจง่าย ซึ่งเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับผลการวิจัยของโดมินิค (Dominick,1990) ซึ่งได้วิจัยในเรื่องของการใช้ประโยชน์จากสื่อและความพึงพอใจ มีผลการศึกษาที่สำคัญระบุว่า การใช้ประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) นั้นก็เพื่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์จากสื่อ รวมถึงเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม ตลอดจนเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในสังคม เช่น ครอบครัว เพื่อน เพื่อนร่วมงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของปาล์มกรีน และเรย์เบิร์น (Palmgreen A., Wenner, Rayburn, J.D. 1981 : 451 – 478) ได้วิจัยในเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการข่าวโทรทัศน์ เพื่อแสดงหาข้อมูลข่าวสาร (Information Seeking) เพื่อประโยชน์ในการตัดสินใจ (Decisional Utility) และเพื่อความบันเทิง (Entertainment)

8. ข้อเสนอแนะ

ผู้ผลิตรายการที่มีลักษณะคล้ายกับรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง” หรือรายการประเภทผู้หญิง ควรพิจารณาด้านเนื้อหารายการที่มีความทันสมัยต่อเหตุการณ์ในปัจจุบัน รูปแบบรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้ชมเป้าหมายซึ่งมีลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน โดยคำนึงถึงรูปแบบรายการที่ให้ความรู้ที่นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง นอกจากนี้การเลือกพิธีกรที่มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวที่โดดเด่นเหมาะสมกับประเภทของรายการก็เป็นสิ่งสำคัญ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). สื่อสารมวลชนทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. คณะนิเทศศาสตร์.
กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์.
ปรมะ สตะเวทิน. (2546). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. (พิมพ์ครั้งที่ 3).
กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

สื่อสารสนเทศจากอิเล็กทรอนิกส์

การจำแนกรูปแบบรายการโทรทัศน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2551.

(ที่มา <http://www.ex-mba.buu.ac.th>)

การวางตำแหน่งทางการตลาดของรายการ “ผู้หญิงถึงผู้หญิง”. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 มกราคม 2549.

(ที่มา <http://www.positioningmag.com>)

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Brooks, W. D. (1971). **Speech Communication** :Dubugue. Iowa : W.M.C. Brown.

Katz, E.J.G. Blumler, and M. Gurevithch.(1974). **Utilization of Mass Communications** .

Beverly Hills : Sage Publication.

Klapper, Joseph T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. New York : The Free Press.

McCombs, M.E. and L.E. Becker.(1979). **Using Mass Communication Theory**. Englewood Cliffs : N.J. Princtice Hall,

Palmgreen Philip and J.D. Rayburn, “An Expectancy – Value Approach to Media. Gratification, “In Media GratifiCations Research current Perspectives, Ed.KurlFrickRosengreen, Lanerence A. Wenner and Phillip Palmgreen (U.S.A. Sage Pub, 1981)