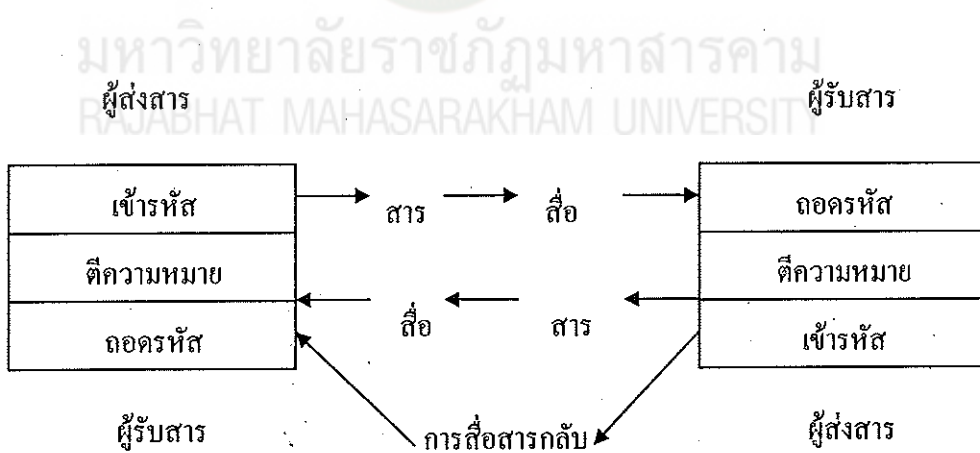


ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสาร ผู้รับสารอาจเป็น คน ๆ เดียว หลาย ๆ คน เช่น กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย มวลชน (Mass Audience) หรือสถาบัน เช่น บริษัท องค์กร พรรคการเมือง ฯลฯ ก็ได้

คำว่า “ผู้รับสาร” นี้ ในภาษาอังกฤษมีใช้กันหลายคำ เช่น Receiver Destination Recipient Perceiver Communicate Audience Public เป็นต้น

แบบจำลองดังกล่าวข้างต้น สามารถใช้อธิบายได้ทั้งการสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน การสื่อสารในกลุ่ม และการสื่อสารมวลชน กระบวนการสื่อสารมิได้ต่างกัน องค์กรประกอบมิได้ต่างกัน หน้าที่ต่าง ๆ ทั้งการเป็นผู้ส่งสาร การเข้ารหัส การถอดรหัส การตีความหมาย และการเป็นผู้รับสารจะต้องมีผู้ปฏิบัติ สิ่งที่แตกต่างกัน คือ จำนวนคนที่ทำหน้าที่ในกรณีของการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน คนคนเดียวทำหน้าที่ทั้งผู้ส่งสารและเข้ารหัส ในขณะที่การสื่อสารมวลชนมีการแบ่งหน้าที่กันระหว่างผู้ส่งสารกับผู้เข้ารหัส ในทำนองเดียวกันในการสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คน ต่างคนต่างทำหน้าที่ทั้งถอดรหัส ตีความหมาย และเป็นผู้รับสาร ในขณะที่มีการแบ่งหน้าที่กันระหว่างผู้ถอดรหัสและตีความหมายกับผู้รับสาร ในการสื่อสารมวลชน ส่วนในการสื่อสารภายในบุคคลนั้น บุคคลคนเดียวทำหน้าที่ทั้งเป็นผู้ส่งสารถอดรหัส ตีความหมาย และผู้รับสาร

2. แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง (Model of Two-Way Communication Process) กระบวนการสื่อสารแบบสองทาง เขียนเป็นแบบจำลอง ได้ดังนี้



ภาพที่ 5 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง

แบบจำลองกระบวนการสื่อสารแบบสองทาง อธิบายการสื่อสารที่มีการสื่อสารกลับ (Feedback) โดยปกติแล้ว การสื่อสารของมนุษย์นั้นมักจะมีลักษณะเป็นการโต้ตอบกัน กล่าวคือ เมื่อมีผู้พูดก็มีผู้ฟัง ผู้ฟังรู้สึกอย่างไร ก็มีปฏิกิริยาตอบกลับมา แม้ว่าในการสื่อสารมวลชนจะมีการสื่อสารกลับที่ล่าช้า (Delayed Feedback) หรือโอกาสที่ผู้ส่งสารจะทราบการสื่อสารกลับมีน้อย แต่ก็มิได้หมายความว่า การสื่อสารกลับมิได้เกิดขึ้น หากผู้รับสารได้รับสารนั้นแล้วเกิดปฏิกิริยาอย่างใดอย่างหนึ่ง วิธีการวิจัยต่าง ๆ การวิจัยตลาด การสำรวจความนิยม รายการวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ สามารถที่จะเพิ่มโอกาสของผู้ส่งสารในอันที่จะทราบการสื่อสารกลับของผู้รับสารได้

ดังนั้น การสื่อสารกลับ (Feedback) จึงเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสื่อสารในการสื่อสารมวลชนและการสื่อสาร นักวิชาการบางท่านได้ให้ความสำคัญกับผลของการสื่อสารและถือว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกระบวนการสื่อสาร

คำว่า “ผล” (Effect) ของการสื่อสารมีความหมายและขอบเขตกว้างขวางมาก โดยทั่วไปผลของการสื่อสาร หมายถึง “การเปลี่ยนแปลง” หรือ “ข้อแตกต่าง” (Change or Discrepancy) ซึ่งเกิดขึ้นกับบุคคลหรือกลุ่มบุคคลอื่นเนื่องมาจากข่าวสารที่ได้รับ วิธีที่ง่ายและสะดวกในการวิเคราะห์ผลของการสื่อสาร คือ แยกพิจารณาตามระดับหรือหน่วยของการวิเคราะห์ โดยอาจแยกเป็นระดับบุคคล หรือระดับส่วนรวม หรือกระทั่งระดับระหว่างบุคคลก็ได้

2. บทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยุ

กัญญา สาร (2519 ; อ้างถึงใน นงนุช อาจหาญ. 2549 : 43) กล่าวว่าไว้ว่า บทบาทหน้าที่ หมายถึง ความมุ่งหวังที่บุคคลอื่นคาดว่าคุณคนในตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งควรกระทำหรือแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาในสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งและบทบาทหน้าที่มีความคู่กับตำแหน่งที่บุคคลดำรงอยู่เสมอ

พิทยา สายหู (2519 ; อ้างถึงใน นงนุช อาจหาญ. 2549 : 43) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับบทบาทว่าตัวบทบาทคือขอบเขตอำนาจหน้าที่และสิทธิในการกระทำของแต่ละงานที่เรามีต่อผู้อื่น สถานภาพคือ ฐานะตำแหน่งที่บุคคลได้จากการปฏิบัติตามบทบาทนั้น เพื่อเปรียบเทียบกับฐานะตำแหน่งผู้อื่นตามบทบาทอื่น

อุทัย หิรัญโต (2526 ; อ้างถึงใน นงนุช อาจหาญ. 2549 : 43) ได้อธิบายบทบาทหรือหน้าที่หรือพฤติกรรมอันพึงคาดหมายของบุคคลแต่ละคนในกลุ่มสังคมที่กำหนดขึ้น ฉะนั้น บทบาทจึงเป็นแบบแผนแห่งพฤติกรรมของบุคคลในสถานะหนึ่งที่พึงมีต่อบุคคลอื่นในสถานะอีกอย่างหนึ่งในสังคมเดียวกัน

สังคม ภูมิพันธ์ (2534 ; อ้างถึงใน นงนุช อจหาญ. 2549 : 43) บทบาท คือ สิทธิหน้าที่ในการประพุดติต่อบุคคลอื่นในสังคมตามสถานภาพของตนเพราะพฤติกรรมจริง อาจจะถูกกับบุคลิกภาพของคนที่ครองสถานภาพนั้นเองกับผู้เข้ามีส่วนร่วมในพฤติกรรมนั้น ๆ ให้เป็นไปตามปัจจัยด้านเวลาและสถานที่ของการติดต่อทางสังคม

Gross and Alexander W. (1965 ; อ้างถึงใน นงนุช อจหาญ. 2549 : 44) ได้อธิบายว่า บทบาทของผู้ดำรงตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งนั้นเป็นเรื่องการคาดหวังที่จะให้ผู้ดำรงตำแหน่งนั้นปฏิบัติโดยยึดบทบาทเป็นมาตรการในการตรวจสอบที่จะให้เห็นว่าบุคคลผู้ดำรงตำแหน่งนั้นจะปฏิบัติอย่างไรในขอบเขตแห่งฐานของตน

Broom and Selznick (1977 ; อ้างถึงใน นงนุช อจหาญ. 2549 : 44) อธิบายบทบาทบางครั้งก็เรียกว่า บทบาททางสังคมเป็นแบบแผนของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับตำแหน่งเฉพาะทางสังคม เช่น การเป็นพ่อ เป็นครู เป็นต้น ความหมายของบทบาทเป็นการกล่าวถึงสิทธิและหน้าที่ที่ขึ้นอยู่กับตำแหน่งทางสังคม ซึ่งบอกให้รู้ว่าแต่ละคนจะแสดงบทบาทอะไรบ้างในการเป็นพ่อหรือครูและเป็นหน้าที่ของเขาที่ต้องแสดงพฤติกรรมตามบทบาทนั้น ๆ และเขาก็สามารถเรียกร้องหรืออ้างสิทธินั้นได้

จากที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของบทบาท สรุปได้ว่า บทบาทหมายถึง หน้าที่หรือพฤติกรรม การกระทำต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอำนาจหน้าที่และสิทธิซึ่งผูกพันอยู่กับสถานภาพหรือฐานะตำแหน่งทางสังคม โดยที่สังคมจะกำหนดหรือคาดหวังบทบาทของบุคคลในแต่ละสถานภาพหรือฐานะตำแหน่งไว้เพื่อให้ผู้ที่อยู่ในสถานภาพหรือฐานะตำแหน่งนั้น ๆ ยึดถือเป็นแนวทางปฏิบัติ

เพชรรัตน์ ไชยกำล (2547 : 43) กล่าวไว้ว่า บทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยจุฬาฯ ที่ปรากฏมี 6 ประการ คือ (1) เป็นสื่อกลางระหว่างจุฬาฯกับชุมชนภายในและภายนอกสถาบัน (2) ให้ความรู้และการศึกษา (3) ให้ความบันเทิง (4) เป็นกระบอกเสียงในจุฬาฯ (5) รักษาภาพลักษณ์จุฬาฯ (6) ชี้นำสังคม บทบาทหน้าที่ของสถานีวิทยจุฬาฯ จะแตกต่างกันไปขึ้นกับปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ (1) อิศรภาพและเสรีภาพในการดำเนินงาน (2) ขอบข่ายในการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น (3) ความสามารถในการสนองต่อความต้องการของผู้รับสาร และ (4) บรรทัดฐานและความคาดหวังสังคม

พัชนี เชยจรรยา และเมตรา วิวัฒนานุกูล (2541 : 1-164) ได้จัดทำข้อสรุปการวิจัยเรื่อง บทบาทสื่อมวลชนและพฤติกรรมการใช้สื่อมวลชนของประชาชนในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจเสนอให้กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2541 ได้สรุปปัญหาและอุปสรรคที่พบเห็นจากการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ดังนี้

1. ด้านนโยบาย

1.1 การขายเวลาหรือให้ธุรกิจเอกชนเช่าเวลาทำรายการ ทำให้มีปัญหาเรื่องการควบคุมเนื้อหาและรายการ บางครั้งกรมประชาสัมพันธ์มีสปอตหรือการประชาสัมพันธ์ต่อด้านเรื่องหนึ่งแต่กลับมีการให้ความรู้หรือข้อมูลเสริมในเรื่องนั้น ๆ ในรายการที่ให้เอกชนเช่าเวลาทำรายการ

1.2 นโยบายให้ถ่ายทอด เช่น ประชุมสภาผู้แทนราษฎร และงานต่าง ๆ ที่หน่วยงานขอความร่วมมือมาให้ถ่ายทอดเสียง ทำให้ไม่สามารถควบคุมและกำหนดผังรายการที่แน่นอนได้

1.3 ส่วนกลางซึ่งเป็นกำหนดนโยบาย ไม่ค่อยได้รับทราบปัญหาจากผู้ปฏิบัติในท้องถิ่น

1.4 นโยบายการห้ามโฆษณาหรือหากำไร และได้รับงบประมาณอย่างจำกัดจากรัฐบาลในขณะเดียวกันก็ต้องถ่ายทอดสด และให้บริการโดยไม่คิดมูลค่าแก่หน่วยงานของรัฐในหลายกรณี ซึ่งใช้ค่าใช้จ่ายสูง ทำให้ขาดงบประมาณในการทำรายการดี ๆ มีคุณภาพ

2. ด้านบุคลากร

2.1 ผู้คิดและผู้อนุมัติอยู่คนละฝ่ายงานนโยบาย และการทำงานของบุคลากร โดยเฉพาะในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ไม่ไปในแนวทางเดียวกัน

2.2 นโยบายและการทำงานของบุคลากร โดยเฉพาะในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ไม่ไปในแนวทางเดียวกัน

2.3 เจ้าหน้าที่ขาดความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน บางครั้งมีการใช้บุคลากรไม่ตรงสายงาน เช่น เอาเจ้าหน้าที่ฝ่ายช่างเทคนิคมาผลิตรายการวิทยุ ทำให้ขาดประสิทธิภาพในการทำรายการที่น่าสนใจ

2.4 ขาดการประสานงานระหว่างส่วนงานต่าง ๆ

2.5 บุคลากรน้อย งานมาก รับผิดชอบในหลายด้าน

3. ด้านอุปกรณ์ทางเทคนิคและเครื่องส่ง

3. ความสำคัญของวิทยุกระจายเสียง

รุจิเรข สพฤกษ์สันติ (2519 ; อ้างถึงใน นงนุช ออาจหาญ. 2549 : 44) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะที่ดีของสื่อสารมวลชนประเภทวิทยุ ไว้ดังนี้

1. มีความรวดเร็วทันเหตุการณ์
2. สามารถเอาชนะในเรื่องระยะทาง

3. ทำให้คนฟังรู้สึกเหมือนกับว่าตนเองมีส่วนร่วมอยู่ในโครงการเรื่องราวหรือเหตุการณ์นั้น
4. สามารถก่อให้เกิดอารมณ์ จึงเป็นแรงหนึ่งในการสร้างทัศนคติการสอนให้คนได้รับความรู้
5. สามารถนำผู้เชี่ยวชาญ เจ้าหน้าที่โดยเฉพาะมาพูดให้ผู้ฟังจำนวนมาก ๆ ฟังได้
6. สามารถใช้สอนทักษะได้ กระตุ้นให้เกิดความสนใจและเสนอทักษะที่ไม่ยุ่งยากให้คนปฏิบัติได้
7. เป็นเครื่องมือในการให้การศึกษแก่ผู้ใหญ่ที่ไม่มีโอกาสไปเรียนในโรงเรียนได้เป็นอย่างดีในทุกด้าน
8. เป็นเครื่องมือให้คนเห็นความสำคัญของปัญหา โครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ย่อมทำให้คนพยายามทำกิจการนั้นให้ได้ผลดีเรื่อย ๆ ไปและทำให้วิธีการนั้นเป็นที่ยอมรับปฏิบัติอย่างถาวร
9. เป็นเครื่องมือเชื่อมต่อบetweenเจ้าหน้าที่กับประชาชน ประชาชนทราบข่าวคราวเรื่องราวจากเจ้าหน้าที่ และเจ้าหน้าที่ทราบเข้าใจปัญหาของประชาชน
10. การที่วิทยุสามารถเสนอเรื่องราวความคิดเห็นของคนต่าง ๆ ตลอดเวลา แม้กระทั่งการโฆษณาสินค้าจะทำให้คนฟังกลายเป็นคนคิดเป็น
11. เป็นเครื่องมือส่งเสริมการพัฒนาชุมชนได้เป็นอย่างดี เป็นเครื่องสนับสนุนเจ้าหน้าที่ซึ่งออกไปปฏิบัติการในที่ต่าง ๆ

ยูทา สุภากุล (2540 : 145-147) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของวิทยุกระจายเสียงว่า วิทยุกระจายเสียง มีคุณสมบัติเฉพาะที่แตกต่างจากวิทยุโทรทัศน์ งานวิทยุกระจายเสียงต้องใช้ความริเริ่มสร้างสรรค์มากเนื่องจากวิทยุกระจายเสียงมีมิติเสียงเพียงอย่างเดียว (Audio Dimension) เสียงจะทำให้ผู้ฟังสร้างจากจินตนาการขึ้นในจิตใจ วิทยุกระจายเสียงจึงเป็นสื่อของจิตใจชนิดหนึ่ง ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้ประสาทความรู้สึกรู้ (Senses) ที่จะช่วยให้สมองได้สร้างสรรค์ภาพ (Mental Images) ขึ้น การเขียนบทวิทยุจึงช่วยพัฒนาและขยายการสร้างภาพในสมองคนฟังขึ้นเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การกระจายเสียงด้านสเตอริโอ จึงเป็นการเพิ่มการใช้เสียงที่จะช่วยให้ผู้ฟังได้รับประสบการณ์เพิ่มจากรายการวิทยุทั้งประเภทรายการข่าว บันเทิง สารระ ความรู้ การโฆษณา และบริการ

ลักษณะสำคัญของวิทยุกระจายเสียง

1. กระจายเสียงโดยไม่ใช้สาย (Wireless ness) หรือกระจายเสียงโดยผ่านคลื่นอากาศ ทำให้เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนจำนวนมากมายได้กว่าสื่ออื่น ๆ

2. สามารถเข้าถึงผู้ฟังหลายกลุ่ม (Accessibility) ผู้ฟังสื่อประเภทนี้ไม่ต้องเตรียมตัวใด ๆ ในการรับสารสื่อสาร เพียงมีความสามารถในการฟังเป็น ไม่จำเป็นต้องอ่านหนังสือก็สามารถเข้าถึงผู้มีอายุวัยแตกต่างกันทั้งเด็กเล็ก เยาวชน หนุ่มสาว ผู้สูงวัย ผู้มีฐานะแตกต่างกัน ด้านเศรษฐกิจจนคนรวย ทั้งในชนบทและในเมือง

3. ความต่อเนื่อง (Continuousness) คุณลักษณะการกระจายเสียงที่สำคัญ คือ หากไม่มีการปิดเครื่องรับวิทยุผู้ฟังสามารถฟังได้ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มกระจายเสียงจนกระทั่งปิดการกระจายเสียง

4. ความจริง (Realism) คือ ความสามารถในการนำเสนอเสียงจริงของเหตุการณ์ต่าง ๆ เสนอแก่ผู้ฟังโดยตรงและทันทีทันใด เช่น ผู้ฟังสถานีวิทยุแห่งประเทศไทยสามารถฟังบรรยายสิ่งที่เกิดขึ้นในสนามกีฬาแข่งขันเอเชียนเกมส์ ได้พร้อมกันทั่วประเทศ

5. ผลกระทบทางสังคม (Social Impact) เนื่องจากคุณสมบัติของการกระจายเสียงดังกล่าวแล้ว และจากการเข้าถึงประชาชนตลอดเวลาทั้งทางด้านกายภาพและด้านจิตใจ จึงสามารถก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมได้อย่างกว้างขวาง ขึ้นอยู่กับผู้รับผิดชอบดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงว่า จะจัดรายการกระจายเสียงให้ทำหน้าที่ด้านใดมากน้อยเพียงไร ในจำนวน 4 หน้าที่ ได้แก่ ข่าว ความรู้ ความบันเทิง และการโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ

4. คุณลักษณะของผู้ผลิตรายการที่ดี

วิจิตรา แสงชัย (2543 : 3) ผู้ผลิตรายการที่ดีส่งผลถึงประสิทธิภาพของรายการที่ดีด้วย ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. มีความริเริ่มที่ดี กระตือรือร้น สนใจต่อปัญหาต่าง ๆ และความเคลื่อนไหวของสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเหตุการณ์รอบตัวเสนอ

2. เข้าใจในขบวนการผลิตรายการเป็นอย่างดี

3. รอบรู้ในเพลงประกอบต่าง ๆ เป็นอย่างดี อย่างน้อยต้องสามารถตัดสินใจได้ว่า เนื้อหาสาระอะไรเหมาะกับเพลงประเภทไหนบ้าง

4. เข้าใจวิธีใช้อุปกรณ์เสียงต่าง ๆ เพื่อใช้ในการผลิตรายการ

5. เป็นคนตรงต่อเวลา

6. เป็นผู้มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตใจกว้างขวาง เห็นอกเห็นใจต่อเพื่อนร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องทุกคน

7. มีการตัดสินใจที่ดี เมื่อเกิดปัญหาสามารถแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างสุขุมรอบคอบและใจเย็น

8. เป็นผู้ใฝ่รู้ใฝ่ศึกษาอยู่เสมอ

9. เป็นผู้มีความประพฤติประจําใจ

10. เป็นนักบริหารสามารถจัดระเบียบ จัดการกับบุคคลและรายละเอียดต่าง ๆ ได้ดี
ตัดสินใจได้รวดเร็ว และชัดเจนแน่นอน

กฎกระทรวง ฉบับที่ 14 (2537 : 35-38) ได้กำหนดเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง
ดังต่อไปนี้

1. คุณสมบัติผู้จัดรายการและผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียง

1.1 มีสัญชาติไทย

1.2 ได้รับประกาศนียบัตรหรือปริญญาทางด้านสื่อสารมวลชน หรือผ่านการ
อบรมและได้รับประกาศนียบัตรในการจัดรายการจากกรมประชาสัมพันธ์ หรือมีความรู้ความ
ชำนาญหรือประสบการณ์เพียงพอเกี่ยวกับจัดรายการตามหลักเกณฑ์ที่กรมประชาสัมพันธ์
กำหนด

1.3 ไม่เป็นผู้มีความประพฤติเสื่อมเสีย หรือบกพร่องในศีลธรรม

1.4 ไม่เป็นบุคคลที่เป็นภัยต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักร

2. การควบคุมด้านรายการผู้รับใบอนุญาตจะต้องจัดทำผังรายการหลักของรายการที่
จะจัดให้มีการออกอากาศประจำเดือน โดยให้แสดงรายละเอียด ดังต่อไปนี้

2.1 กำหนดเวลาออกอากาศประจำวันของสถานี

2.2 ชื่อของรายการและช่วงเวลาที่จะออกอากาศสำหรับรายการนั้น

2.3 สัดส่วนประเภทของรายการ โดยให้แยกเป็นประเภทรายการดังต่อไปนี้คือ
ประเภทข่าว ประเภทบันเทิง ประเภทโฆษณาและบริการทางธุรกิจ

3. วัตถุประสงค์ของรายการวิทยุกระจายเสียง

3.1 ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบ และจิตสำนึกในเรื่องของการ
ปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข

3.2 เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อความ
เข้าใจอันดีและถูกต้องโดยคำนึงถึงสิทธิและความเสมอภาคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน

3.3 ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปวัฒนธรรมให้ความรู้ ความบันเทิงโดย
ไม่ขัดกับขนบธรรมเนียมประเพณีและศีลธรรมอันดีของชาติ

3.4 ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม คุณภาพชีวิต
ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชาติ

4. รายการวิทยุที่ออกอากาศจะต้อง

- 4.1 ไม่เป็นรายการซึ่งอาจกระทบกระเทือนหรือดูหมิ่นต่อสถาบันกษัตริย์รวมถึงประมุขของประเทศอื่น ๆ
- 4.2 ไม่เป็นการแสดงออกโดยจงใจก่อให้เกิดการดูหมิ่นเหยียดหยามประเทศชาติ รัฐบาล เจ้าหน้าที่ของรัฐบาลหรือกลุ่มชนใด
- 4.3 ไม่เป็นการแสดงลบหลู่ เหยียดหยามหรือนำความเสื่อมเสียมาสู่ศาสนาใด
- 4.4 ไม่เป็นการแสดงที่ขัดต่อความสงบเรียบร้อยของประชาชน
- 4.5 ไม่เป็นการแสดงขัดต่อศีลธรรม วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของชาติ
- 4.6 ไม่เป็นการแสดงออกทางการเมือง ซึ่งอาจเป็นการบ่อนทำลายหรือกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงปลอดภัยของประเทศ
- 4.7 ไม่เป็นการขู่คุกคามรณรงค์หรือลามกอนาจาร
- 4.8 ไม่เป็นการแสดงออกถึงความทารุณโหดร้ายของมนุษยธรรมป่าเถื่อน
- 4.9 ไม่เป็นการแสดงออกถึงเรื่องเพื่อเจ้า หลอกหลวง ไร้สาระ ซึ่งอาจชักจูงให้ประชาชน เขวachenและเชื่ออย่างมมาย
- 4.10 ไม่เป็นการแสดงถึงพฤติกรรมของผู้ร้ายซึ่งผิดธรรมดาอันอาจเป็นเหตุชักจูงหรือส่งเสริมให้เกิดอาชญากรรมยิ่งขึ้น

5. บทบาทของสื่อมวลชนกับสังคมด้านต่างๆ

ยุทธนา วุฒิปิติกุล และสุพิธา เริงจิต (2542 : 221-224) ได้สรุปบทบาทของสื่อมวลชนกับสังคมไทยว่า สังคมไทยในปัจจุบันเปลี่ยนผ่านสู่ยุคสังคมสารสนเทศ และมีสื่อมวลชนมีบทบาทมากขึ้นในแต่ละวันสื่อมวลชนจะรายงานนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาในสังคมรวมทั้งวิพากษ์วิจารณ์ ไม่ว่าจะรูปข่าวสาร หรือความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ซึ่งหลายข่าวในแต่ละวันมีบรรทัดฐานบางประการที่สื่อมวลชนยืนยันหรือหักล้าง หรือแนะนำขึ้นมาใหม่ให้ผู้คนในสังคม กระทั่งอาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนสามารถชี้นำพฤติกรรมทางสังคมได้ในหลาย ๆ เรื่อง

ด้วยความที่ส่งผลกระทบและมีอิทธิพลต่อคนมาก ๆ พร้อม ๆ กันทุกวัน สื่อมวลชนจึงเป็นสถาบันวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลเหนือสถาบันอื่น ๆ ไม่ว่าจะ ครอบครัว การศึกษา ศาสนา ปัญหาที่มีอยู่เพียงว่าสิ่งที่สื่อมวลชนเสนอให้สังคมนั้น ถูกต้องเสมอไปหรือไม่ บทบาทของสื่อมวลชนจึงมีค่าเท่ากับการชี้นำทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย

ในระยะสิบปีมานี้ สถานีวิทยุกระจายเสียงจำนวนมากนับร้อยแห่งทั่วประเทศ หนังสือพิมพ์ธุรกิจสิ่งพิมพ์ แดกแขนงออกไปทั้งปริมาณและคุณภาพ ปัจจุบันความรู้เกินกว่าครึ่ง

อาจมาจากการอ่านหนังสือ และความรู้เกือบทั้งหมดของแต่ละคนอาจจะมาจากวิทยุ หรือโทรทัศน์ ประสบการณ์ของคนรุ่นปัจจุบันเป็นประสบการณ์ผ่านสื่อไม่ใช่ประสบการณ์ตรงเกณฑ์วินิจฉัยความถูกต้องจึงอยู่กับความน่าเชื่อถือของตัวเอง

โดยรวมสถาบันสื่อมวลชนได้สถาปนาความน่าเชื่อถือของสถาบันมากขึ้นทุกที คนส่วนใหญ่มักเชื่อว่าสิ่งที่รายงานในหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นเรื่องจริง กฎที่ควบคุมสื่อมวลชนอยู่คือการตลาด ที่เป็นตัวคัดภาพที่จะปรากฏในขณะที่สื่อสร้างภาพลักษณ์ของตนเองว่า “สื่อทำหน้าที่เป็นกระจกส่องสังคม” ทำให้ดูเหมือนเป็นเพียงกระจกที่สะท้อนภาพของสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมเท่านั้น ทั้งที่สื่อทำหน้าที่ “สร้างภาพความจริง” ขึ้นมาเมื่อสามารถกำหนดสิ่งที่ต้องการให้ผู้รับสื่อ “รู้” สื่อมวลชนจึงเป็นผู้กำหนดความคิดของผู้เสพสื่อไปด้วย

1. สื่อมวลชนกับระบบทุนนิยม สื่อมวลชนเป็นผลผลิตของสังคมอุตสาหกรรมทำงานภายใต้แรงจูงใจทางตลาด จึงเป็นจักรกลของทุนนิยมโดยตรง “กำไร” ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของนายทุน แทรกเข้าไปทุกอณูของกระบวนการผลิต และมีผลต่อเนื้อหาของสื่อ พวกเขาสร้างความบันเทิงในสื่อให้ดึงดูดผู้ชม ผู้ฟังมากที่สุด เพื่อขายผู้ชม ผู้ฟังเหล่านั้นอาศัยโทรทัศน์ วิทยุบรรษัทข้ามชาติ ไม่ก็บริษัทที่สามารถกำหนดอนาคตทั่วโลก รายการต่าง ๆ สร้างขึ้นบนฐานความคิดทางการตลาดปลูกฝังให้คนดูเป็นผู้บริโภค และสร้าง “ความเหมือน” คิดเหมือน สนใจนิยมสิ่งเดียวกัน สร้างตลาดที่กว้างใหญ่

2. จักรวรรดินิยมทางวัฒนธรรม (Cultural Imperialism) ด้วยเหตุที่ว่าอุตสาหกรรมสื่อมวลชนเป็นธุรกิจที่พึ่งพิงการลงทุนขนาดใหญ่ทุนขนาดเล็กไม่ประสบความสำเร็จในการแข่งขัน สื่อมวลชนจึงอยู่ในมือคนจำนวนน้อย และสื่อมวลชนท้องถิ่นก็ไม่อาจแข่งขันสื่อมวลชนข้ามชาติ การกระจุกตัวทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นพร้อมกับการจำกัดทางเลือกของประชาชนในการรับข้อมูลข่าวสารและภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การไหลเวียนของสื่อระหว่างประเทศอยู่ในสถานะที่ขาดสมดุลภาพอย่างยิ่งจำนวนประเทศที่ผลิตสารมีเพียงไม่กี่ประเทศและแหล่งผลิตที่แท้จริงคือองค์กรขนาดยักษ์ใหญ่ (Media Conglomerate) ไม่ก็บริษัทซึ่งเดิมเป็นบริษัทในประเทศอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมรายใหญ่ที่สุดของโลก

การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงเป็นการปูทางให้กับการเติบโต “ทุนนิยมวัฒนธรรม” ซึ่งมีวัฒนธรรมเป็นสินค้า และวัฒนธรรมใดจะกลายเป็นสินค้าขึ้นมาได้ ก็ขึ้นกับความต้องการซื้อ นั่นคือการทำให้ผู้คนในวัฒนธรรมที่แตกต่างหลากหลายต้อนรับ เมื่อเราต้องการทางเลือกใหม่ๆ ในทิศทางของการสร้างความเสมอภาคและความหลากหลาย การเคารพในความใฝ่ฝันของมนุษย์ และการมีชีวิตอย่างสมศักดิ์ศรี จำเป็นต้องคิดถึงอย่างจริงจังต่อการสร้าง “ความ

เหมือน” ผ่านสื่อ โดยเฉพาะสื่อที่มีอิทธิพลมากในปัจจุบันที่เข้าไปครอบคลุมพื้นที่ส่วนตัวของทุกคน

อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมใหญ่ไม่ได้เข้าไปแทนที่วัฒนธรรมท้องถิ่นโดยสิ้นเชิงแม้ว่าหนังสือพิมพ์หรือสื่อมวลชนไม่ได้แต่อย่างน้อยรายการโทรทัศน์ยอดนิยมในเมืองไทยก็เป็นรายการท้องถิ่นมากกว่ารายการนำเข้าสู่สิ่งที่เกิดขึ้นจึงเป็นการผสมผสานกันระหว่างวัฒนธรรม Global กับ Local ในทำนองเดียวกันหากมองในระดับประเทศแล้ว ก็ไม่มีคุณภาพระหว่างส่วนกลางหรือเมืองกับชนบทหรือท้องถิ่น กล่าวคือ เมืองซึ่งควบคุมทุนและเทคโนโลยีเป็นผู้ผลิตและถ่ายทอดวัฒนธรรมส่วนชนบทเป็นผู้รับนำไปสู่ข้อกล่าวหาที่ว่า สื่อมวลชนทำลายสื่อประเพณี

3. สื่อมวลชนกับบทบาทการเมือง ในสังคมไทยบทบาททางการเมืองของสื่อมวลชนเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ของการก่อตั้งสื่อ เช่น โทรทัศน์วิทยุกระจายเสียงที่เห็นได้ว่า รัฐใช้สื่อมวลชนภายใต้การกำกับของรัฐ เพื่อเป้าหมายทางอุดมการณ์ และผลประโยชน์ทางการเมืองมาโดยตลอด ส่วนสื่อมวลชนเอกชนนั้น จุดยืนทางการเมืองของรัฐ คือ การบีบบังคับให้สื่อมวลชนเอกชนเป็นเครื่องมือของอุดมการณ์ความมั่นคงแห่งชาติ

การควบคุมทางการเมืองผสมกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจที่สื่อมวลชนต้องขายบริการของตนให้แก่ธุรกิจและอุตสาหกรรม เนื้อหาที่ปรากฏซึ่งมีลักษณะเน้นค่านิยมของลัทธิบริโภคนิยม ลัทธิปัจเจกนิยมสุดโต่ง อาชญากรรมพิสดาร และการกดขี่ทางเพศ สร้างความแปลกแยกหล่อเลี้ยงให้ลัทธิต่างคนต่างอยู่เพื่อตนเองกลายเป็นบรรทัดฐานในสังคมไทยไม่มีที่สำหรับการแสวงหาวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสูงไปกว่านั้น

ผลประโยชน์ที่โยงกันของรัฐและเอกชน ทำให้สื่อมวลชนแทนที่จะทำหน้าที่เป็นพลังที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมทางการเมืองของผู้รับสื่อ สื่อมวลชนสนับสนุนความสมยอมและความเฉื่อยชาทางการเมือง ความขัดแย้งระหว่างรัฐกับเอกชนอาจมีขึ้นได้ ส่วนใหญ่เป็นกรณีที่นโยบายของรัฐไม่สอดคล้องกับเสรีนิยมหรือการตลาด เช่น กรณีที่สื่อเอกชนวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาล ทำให้เกิดความขัดแย้งกัน

6. การวัดค่านิยมรายการ

สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ต้องการจะทราบถึงความคิดเห็น และความรู้สึกของมหาชนได้ก็ด้วยการ “คัดเลือก” ผู้ฟังมาทำการวิจัย โดยให้มีผู้ฟังประเภทต่าง ๆ เป็นอัตราส่วนเท่าเทียมกัน ตัวอย่างเช่น พลเมืองประกอบด้วยคนในอาชีพและระดับต่าง ๆ ก็เลือกเอาผู้ฟังจากอาชีพและระดับนั้นที่มีความเป็นอยู่แตกต่างกันมาสอบถามความคิดเห็น ซึ่งโดยความเป็นจริงแล้วย่อมไม่มีใครตอบแทนพลเมืองของทั้งประเทศให้ถูกต้อง เพราะต่างจิตต่างใจกัน แต่ถึงกระนั้นวิธีนี้ก็ช่วย

ให้ทราบความเห็นกว้าง ๆ ได้พอสมควร และถ้ายังทำการวิจัยได้กว้างเท่าไรก็จะยิ่งได้รายละเอียดมากขึ้นเท่านั้น

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช (2543 : 212-228) ได้กล่าวถึงการวัดความนิยมรายการ (Program Rating) ไว้ว่า เป็นการวัดความนิยมรายการจากผู้ฟัง โดยแบ่งออกได้เป็นหลักใหญ่ ๆ 6 วิธีด้วยกัน คือ

1. ใช้เครื่องบันทึกเสียงอัตโนมัติ (Mechanical Recorder) วิธีนี้ยังไม่ได้ใช้กันแพร่หลายเพราะสิ้นเปลืองและใช้เวลามาก

2. ใช้โทรศัพท์ (Telephone Survey) จะใช้ได้เฉพาะรายการที่ผู้ฟังกำลังฟังอยู่ขณะรับโทรศัพท์เท่านั้น วิธีนี้อาจง่ายและสิ้นเปลืองน้อยกว่าวิธีอื่น แต่มักจะทำให้การสำรวจได้ไม่ทั่วถึง ไม่ครอบคลุมไปถึงบ้านที่ไม่มีโทรศัพท์และอยู่ห่างไกลออกไป

3. การจดบันทึก (Diary Method) โดยอาศัยความร่วมมือของสมาชิกแต่ละครอบครัวให้บันทึกความคิดเห็นเกี่ยวกับแต่ละรายการที่รับฟังลงในสมุดบันทึก หรือกรอกความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่สถานีเตรียมไว้ให้ ครอบครัวใดที่ตกลงรับบันทึกให้ก็ควรจะได้ค่าตอบแทนจากสถานี (วิธีนี้ยังไม่นิยมปฏิบัติในประเทศไทย)

4. การสัมภาษณ์ผู้ฟังโดยตรง (Interview Method) ซึ่งมาหลายวิธีด้วยกันแต่วิธีที่ใช้มากที่สุดคือ การสัมภาษณ์ผู้ฟังแต่ละครอบครัว แล้วถามผู้ฟังในครอบครัวนั้น ๆ ว่าได้ฟังรายการไหนเวลาใด รวมทั้งคำถามอื่น ๆ ที่ต้องการ

5. ใช้แบบถาม-ตอบทางไปรษณีย์ (Mail Questionnaire) วิธีนี้อาจได้ผลเช่นเดียวกับการบันทึกรายวัน แต่ข้อเสียมีอยู่ว่าผู้ฟังไม่ได้รับแบบถาม-ตอบทางไปรษณีย์ หรืออาจไม่สนใจที่จะกรอกข้อความและส่งกลับ แม้สถานีจะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายให้ก็ตาม เพราะฉะนั้นถ้าทำแล้วไม่ได้ผลก็นับว่าเป็นการสิ้นเปลือง วิธีนี้แต่เดิมทำกันมากแต่มาระยะหลัง ๆ ก็ค่อย ๆ ลดลง

6. วิธีตั้งกรรมการจากบุคคลต่างอาชีพขึ้นสำรวจรายการ กำลังส่ง ความถี่ และอื่นๆ ไปเป็นระยะ ๆ แล้วนำมาประมวลเพื่อเฉลี่ยความคิดเห็น

มีอยู่บ่อยครั้งที่แต่ละสถานีมีวิธีวัดความนิยมรายการของตนเอง เพื่อข้อยังเสียงผู้ฟังว่ามีความนิยมในรายการ ผู้ประกาศและการกระจายเสียงทั่ว ๆ ไปอย่างไร ซึ่งส่วนมากใช้วิธีโทรศัพท์และส่งแบบสอบถาม หรือเก็บข้อมูลจากจดหมายที่ผู้ฟังเขียนถึงผู้จัดรายการ หรือถึงสถานีโดยตรง แม้ว่าจะไม่ค่อยละเอียดและถูกต้องนักแต่ก็ยังได้ประโยชน์อยู่บ้าง

โดยปกติแล้วการสำรวจวิจัยความนิยมจากผู้ฟัง จะดำเนินการเป็นขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาปัญหา รายละเอียดสถานีที่ตั้งสถานี สภาพแวดล้อม หมู่บ้าน หรือกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

ขั้นที่ 2 จัดทำแบบสอบถาม เพื่อการออกสำรวจข้อมูลสนาม หรืออาจใช้วิธีสำรวจวิธีใดวิธีหนึ่งตามแต่จะตกลงกัน

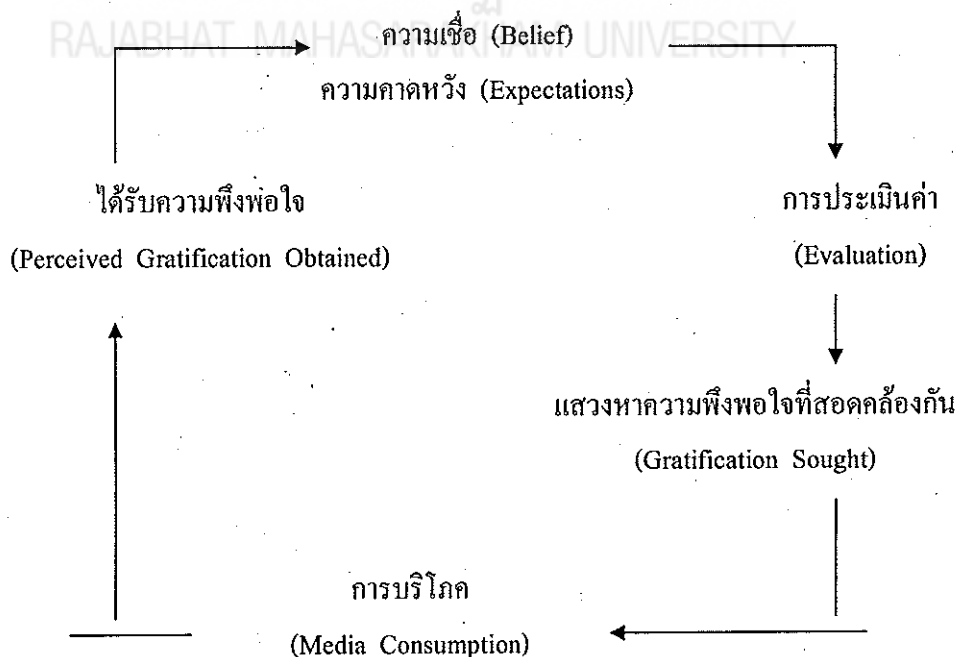
ขั้นที่ 3 ส่งเจ้าหน้าที่ พนักงานออกทำการสำรวจในกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

ขั้นที่ 4 รวบรวมข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์ประเมินผล เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงสถานีต่อไป

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงใดที่คิดจะทำการวิเคราะห์เพื่อความนิยมจากผู้ฟังแล้วก็ควรมีผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยดำเนินการให้มีเจตนาความผิดพลาดย่อมเกิดขึ้นได้ ถ้าจำเป็นจริง ๆ ก็ควรมอบให้เป็นหน้าที่ของบริษัทวิจัย หรือผู้เชี่ยวชาญทางนี้โดยตรง เพราะนอกจากจะได้ผลตามหลักวิชาแล้วสถานียังอาจใช้ผลการวิจัยเป็นเครื่องมือเผยแพร่ความสำเร็จของสถานีได้เต็มที่อีกด้วย และจากตัวอย่างของการสำรวจความนิยมทั้งหมดนั้น จะเห็นได้ว่าการกำหนดรูปแบบการสำรวจขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการสำรวจเป็นสำคัญ และผลของการสำรวจวิจัยผู้ฟังนี้เองที่จะนำไปใช้ในการปรับปรุงการดำเนินงานของสถานีในด้านต่าง ๆ ต่อไป

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองตอบความพึงพอใจของมนุษย์

พิชญา รัตนพล. (2540 : 78) ได้ศึกษาแนวคิดของนักวิชาการต่างประเทศ ซึ่งร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้น เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวคิดนี้ เรียกว่า "Excellency-Value" ซึ่งมีรูปแบบดังนี้



ภาพที่ 6 แบบจำลอง Expectancy-Value Theory

นอกจากนั้นยังอธิบายว่า ความเชื่อหรือคาดหวังเกี่ยวกับสื่อใด ๆ ว่าสื่อชนิดนั้น ๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่า ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อ นั้น เป็นตัวแปรมาก่อน (Antecedent) ที่สำคัญของแรงจูงใจ ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratifications Sought) ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อ นั้น ๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าวทำให้ได้รับความพึงพอใจ (Perceived Gratifications Obtained) ผลนี้จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อ หรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ ความคาดหวัง หมายถึง ความน่าจะเป็นการรับรู้บางสิ่งมีคุณลักษณะเฉพาะ หรือรับรู้พฤติกรรมบางอย่าง จะให้ผลเฉพาะอย่างตามมาทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดเองว่า ตนเองต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพึงพอใจของตนเอง แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่ตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก

เมธา กงวิบูลยวุฒิ. (2546 : 20) ได้ศึกษาแนวคิดของนักวิชาการต่างประเทศซึ่งสรุปว่า พฤติกรรมของผู้รับสารของผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อหรือรับสาร ยังเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงาสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ
2. ความอยากรู้ อยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากรู้ อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุด ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง (Self-Aggradizement) มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหา และใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตัวเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบายหรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้ในสิ่งเหล่านี้ได้
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับข่าวสารแต่ละคนหันเข้าหา ลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

กล่าวได้ว่าการเลือกรับสื่อของผู้รับสาร หรือความต้องการข่าวสารของปัจเจกบุคคล นั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ เพื่อสนองความสนใจของตน เพื่อความบันเทิง ตลอดจนเป็นความพอใจที่จะรับสารนั้น ซึ่งขึ้นอยู่กับความคิดและความเชื่อของปัจเจกบุคคลที่มีต่อสื่อด้วย วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง ซึ่งโดยหน้าที่ของสื่อมวลชนแล้ว

และมีข้อมูลที่ยืนยันแหล่งที่มาได้ สำหรับความน่าเชื่อถือในเรื่องอื่น ๆ นั้นอยู่ในระดับปานกลางและมีแนวโน้มไปในทางบวก

อเนญชา กลิ่นเกษร (2541 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ความถนัดและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษานิเทศศาสตร์ : ศึกษาเฉพาะกรณีนักศึกษานิเทศศาสตร์ที่เข้าศึกษาในชั้นปีที่ 1 ในปีการศึกษา 2538 ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ผลการวิจัยพบว่า รายการวิทยุที่กลุ่มผู้ฟังเปิดรับส่วนใหญ่เป็นรายการเพลง โดยกลุ่มผู้ฟังใช้เวลาฟังวิทยุวันละไม่ต่ำกว่า 2 ชั่วโมง เพื่อความบันเทิง พักผ่อนและเป็นเพื่อนแก้เหงา เพื่อการแสวงหาความรู้ข้อมูล เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความเข้าใจ ในขณะเดียวกันกลุ่มผู้ฟังเปิดรับฟังรายการประเภทข่าวสารค่อนข้างน้อย เพราะกลุ่มผู้ฟังจะใช้ประโยชน์จากการเปิดรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อตอบสนองความต้องการในด้านความบันเทิงเป็นสำคัญ

ธรรมรัฐ ศิริเจริญ (2544 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการอีซี่ เอฟเอ็ม 105.5 ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ฟังรายการจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 5,000-15,000 บาทต่อเดือน โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานในบริษัทเอกชน กลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่จะเป็นแฟนประจำที่ติดตามรายการอย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลานานที่เปิดรับฟังรายการ จะเน้นบทเพลงเพื่อความเพลิดเพลิน ส่วนสาระที่กลุ่มผู้ฟังชอบ คือ สาระเกี่ยวกับเรื่องที่เป็นประโยชน์ต่อตนเอง เช่น สาระเกี่ยวกับสุขภาพและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟังทางด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการด้านความถี่เป็นจำนวนวันในแต่ละสัปดาห์ ส่วนคุณลักษณะทางด้านอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการทั้งความถี่เป็นจำนวนวันในแต่ละสัปดาห์ และระยะเวลาเป็นจำนวนชั่วโมงในแต่ละวันเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนจะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ ในช่วงเวลาการทำงานมากกว่าอาชีพอื่น ๆ และในด้านความคิดเห็นที่มีต่อองค์ประกอบในรายการของกลุ่มผู้ฟังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ ทั้งความถี่เป็นจำนวนวันในแต่ละสัปดาห์และระยะเวลาเป็นจำนวนชั่วโมงในแต่ละวัน แต่สำหรับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อผู้จัดรายการ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการเปิดรับฟังรายการ ทั้งความถี่เป็นจำนวนวันในแต่ละสัปดาห์และระยะเวลาเป็นจำนวนชั่วโมงในแต่ละวัน เพราะลักษณะขบวนการเปิดรับฟังการผู้ฟังจะเป็นไปอย่างมีขั้นตอน คือ ผ่านกระบวนการในการเลือกรับสารที่จะเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และเลือกที่จะจดจำ โดยจะอยู่บนความต้องการของแต่ละบุคคล ดังนั้นกลุ่มผู้ฟังจะเน้น

การเปิดรับฟังรายการที่ตรงตามความต้องการ อันจะสร้างผลประโยชน์หรือสามารถกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจให้ตนเปิดรับ โดยคำนึงถึงองค์ประกอบในรายการมากกว่าผู้จัดรายการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต (2545 : 6) ซึ่งสวนดุสิตโพลได้ทำการวิจัยเรื่องความคิดเห็นของประชาชน กรณี “การฟังวิทยุ” จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ความชัดเจนในการฟังวิทยุที่บ้าน ส่วนใหญ่รับฟังชัดเจนมากที่สุด ช่วงเวลาและรายการวิทยุที่ชอบฟัง ช่วงวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 06.01-07.00 น. รายการข่าว วิเคราะห์ข่าว สรุปรายข่าว ช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 13.01-14.00 น. รายการเพลง ประเภทรายการที่ประชาชนชอบฟัง ส่วนใหญ่ชอบฟังเพลง เหตุผลในการฟังวิทยุ ส่วนใหญ่ฟังเพื่อความสนุกสนาน สถานีหรือคลื่นวิทยุที่ประชาชนชอบฟังและพอใจฟัง คลื่นที่ฟังมากที่สุด คือ FM 107.00 MHz (อ.ส.ม.ท.) เหตุผลของประชาชนที่ฟังสถานีวิทยุเพราะเพลงเพราะ เพลงถูกใจ เพลงสนุก และเพลงทันสมัย รายการสถานีวิทยุที่ชอบและพอใจได้แก่ รายการสี่สั้นเพื่อโลกสวย ผู้จัดรายการวิทยุที่เปิดเพลงและพูดคุยที่ประชาชนชอบได้แก่ สุพจน์ ชอบเพราะคุยสนุกเป็นกันเอง ประชาชนเคยฟังวิทยุคลื่นของ อ.ส.ม.ท. ส่วนใหญ่เคยฟังและชอบเพราะจัดรายการดีและมีความหลากหลาย ประชาชนเคยฟังวิทยุรายการ อ.ส.ม.ท. เพื่อชุมชน ส่วนใหญ่ไม่แน่ใจ ประชาชนเคยใช้บริการหรือติชมรายการวิทยุ อ.ส.ม.ท. เพื่อชุมชน ส่วนใหญ่ไม่เคยฟัง ไม่สนใจ หรือไม่ชอบ สิ่งที่ประชาชนอยากให้รายการวิทยุชุมชนดำเนินการในด้านเนื้อหาของรายการ เกร็ดความรู้ของท้องถิ่นและปัญหาชุมชน รูปแบบรายการควรมีสาระความรู้สอดแทรก ช่วงเวลาที่ประชาชนชอบฟังข่าวจากสถานีวิทยุ ส่วนใหญ่ชอบฟังช่วงเวลาเช้า เพราะมีเวลาในช่วงนี้หรือเป็นช่วงที่พักผ่อน และสุดท้ายประชาชนเคยรับฟังรายการวิทยุของ BBC ส่วนใหญ่ไม่เคยฟังเพราะไม่ทราบคลื่น ไม่เคยได้ยิน และไม่รู้จัก

เกรียงศักดิ์ รุ่งธนเกียรติ (2547 : บทคัดย่อ) ทำการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีต่อสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. อุบลราชธานี FM 107.0 MHz ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 16-25 ปี มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาและมีรายได้ต่อเดือน 5,000 บาท หรือต่ำกว่า พฤติกรรมการเปิดรับฟังวิทยุส่วนใหญ่เปิดรับฟังทุกวัน มีการรับฟังรายการวิทยุ ช่วงเวลา 05.00-09.00 น. โดยครั้งหนึ่งรับฟังสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. อุบลราชธานี เหตุผลในการรับฟังเนื่องจากชอบดีใจ/ดีใจเป็นกันเอง และเปิดเพลงทันสมัย ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับฟัง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยรับฟัง โดยเกินครึ่งติดตามฟังวิทยุมาประมาณ 2 ปี ความถี่ที่ใช้ในการรับฟัง 3-4 วัน/สัปดาห์ ใช้เวลาในการรับฟัง 3-4 ชั่วโมงต่อวัน รับฟังวิทยุ ช่วงเวลา 15.01-18.00 น. มากที่สุด ลักษณะการเปิดรับฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น ส่วนใหญ่จะรับฟังรายการที่บ้านมีเหตุผลการรับฟังรายการเพราะเปิดเพลงทันสมัย ส่วนใหญ่ชอบรับฟังรายการ

สตาร์เมโลดีมีผู้จัดรายการที่ชอบชื่อ โกลินทร์ ศรีธานี และส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อดีเจของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. อุบลราชธานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในเชิงบวกในด้านการเตรียมตัวมาอย่างดี มีความกระตือรือร้นในการจัดรายการ การจัดรายการเป็นธรรมชาติ มีความเป็นกันเอง มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวน่าฟังชวนให้ติดตาม และประเด็นในเชิงลบกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะไม่แน่ใจและไม่เห็นด้วย ซึ่งหมายความว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีความคิดเห็นในเชิงลบต่อดีเจแต่อย่างใด ในส่วนของเนื้อหารายการอยู่ในเชิงบวกเช่นกัน และเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าเนื้อหารายการให้ความบันเทิง/สนุก ให้สาระความรู้และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม มีความชอบต่อดีเจสูงกว่าความชอบต่อเนื้อหารายการเล็กน้อย ประโยชน์ที่ได้จากการรับฟังมากที่สุดคือเป็นเพื่อนยามเหงาคลายเครียด ได้สาระความรู้และรู้ข้อมูลของวงการบันเทิง ในส่วนที่กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุด คือ รู้เหตุการณ์ต่างประเทศ

จากงานวิจัยในประเทศสรุปได้ว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างไกลและทั่วถึง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกันย่อมมีทัศนคติ ความคิดเห็น พฤติกรรม หรือความพึงพอใจต่อการรับฟังรายการวิทยุที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลงรายการต่าง ๆ ของสถานวิทยุเพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังให้มากที่สุด

2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Agosta (2004 : 1-2) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การก่อตั้งวิทยุชุมชนและวัฒนธรรมนิยมของชาวเอลซัลวาดอร์ให้มีชื่อเสียงในอนาคต ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวิทยุชุมชนและวัฒนธรรมนิยมที่ประชาชนในสังคมได้ยึดถือปฏิบัติภายหลังสงคราม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ฟังที่อยู่ในชนบทเขตชายแดนหรือประชาชนที่ยากจนในถิ่นทุรกันดารเพื่อให้เข้าใจในความเป็นมนุษย์อย่างลึกซึ้ง การดำรงอยู่อย่างสันติและการลดช่องว่างทางสังคม ซึ่งก่อตั้งโดยมูลนิธิของ Habermas จากการศึกษาพบว่า ผู้ฟังวิทยุชุมชนรู้สึกคุ้นเคยและไว้วางใจ เห็นว่าวิทยุชุมชนเป็นเสมือนญาติที่ไม่มีผลประโยชน์แอบแฝง และวิทยุชุมชนได้นำเอาวัฒนธรรมนิยมมาปรับให้เข้ากับการยึดถือปฏิบัติของผู้ฟังในปัจจุบันได้

Hoipkemier (2004 : 1) ได้ทำการสำรวจวิทยุเพื่อการศึกษา ในทรนสนะของผู้อำนวยการสถานีวิทยุ เพราะปัจจุบันในโลกตะวันตก วิทยุไม่ได้มีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารของประชาชนมากนัก เพราะทุกวันนี้โลกของการศึกษา คือ การเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากของ “เทคโนโลยีพื้นฐานของคอมพิวเตอร์” ในโลกอุตสาหกรรม ถึงแม้ว่าวิทยุยังคงมีส่วนสำคัญอย่าง

มากสำหรับการศึกษาศาสนาภูมิภาคเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาประเทศ สำหรับงานวิจัยนี้เป็นการสำรวจทัศนคติของผู้อำนวยการสถานีวิทยุ 5 สถานี ในมุมมองของรายการวิทยุเพื่อการศึกษา ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ พบว่า รายการวิทยุเพื่อการศึกษาเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางทฤษฎีของการให้การศึกษาทั่วไปแก่ผู้ใหญ่ นอกจากนี้ยังแนะนำว่า วิทยุเพื่อการศึกษาสามารถนำไปพัฒนาปรับปรุงให้เกิดประสิทธิภาพแก่วงการวิทยุในอนาคตได้

Komarova (2004 : 1) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของวิทยุคนตรีบนเว็บไซต์ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจของผู้ฟังก่อนและหลังการปรับปรุงเว็บไซต์ Contemporary Hit Radio (CHR) ซึ่งจากการสัมภาษณ์การบริหารจัดการของ CHR บอกถึงว่า ถ้าสามารถลดต้นทุนต่าง ๆ ได้จะทำให้ได้กำไรมากขึ้น ซึ่งไม่มีเหตุผลใดสามารถบอกได้ว่า CHR สามารถเป็นที่หนึ่งในเว็บไซต์นี้หรือการลงทุนในโครงการนี้จะส่งผลลัพธ์ที่คุ้มค่า ซึ่งผู้บริหารของวิทยุคนตรีจะต้องไม่ประมาทกับสิ่งที่เป็นนามธรรม ในอนาคตวิทยุคนตรีบนเว็บไซต์จะอยู่ได้หรือไม่นั้นจะต้องขึ้นอยู่กับความนิยมของผู้ฟังในปัจจุบันด้วย สำหรับความพึงพอใจของผู้ฟังของวิทยุบนเว็บไซต์ในขณะนี้ ดูเหมือนว่าผู้บริหารจะต้องใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ เป็นที่นิยมของผู้ฟัง และเพื่อให้คุ้มค่าต่อการลงทุน และที่สำคัญวิทยุคนตรีบนเว็บไซต์จะสูญเสียผู้ฟังในแหล่งที่เข้าไม่ถึง

Razlogova (2004 : 1-2) ได้ทำการวิจัยเรื่อง เสียงของผู้ฟังชาวอเมริกันและอุตสาหกรรมวิทยุ ในปี ค.ศ. 1920-1950 ซึ่งสำรวจลักษณะของผู้ฟังชาวอเมริกันก่อนที่จะเกิดอุตสาหกรรมสื่อกระจายเสียงและลักษณะของวิทยุกระจายเสียงของสังคมชาวอเมริกัน ซึ่งในปี ค.ศ. 1920 และปี 1930 วิทยุกระจายเสียงของชาวอเมริกันได้รับความนิยมและมีผู้ฟังจำนวนมาก ต่อมาได้นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพื่อให้ผู้ฟังได้รับรู้ข่าวสารด้านดนตรีและกีฬาด้วย ในปี 1940 ได้มีการต่อต้านการเสนอข่าวของสื่อวิทยุ เพราะสื่อวิทยุไม่สามารถทำให้ผู้ฟังเกิดความเชื่อถือว่ามีความยุติธรรมและเป็นกลางในการเสนอข่าวในสังคม จึงเกิดโครงการ Princeton Radio Research ซึ่งเป็นการสำรวจข้อมูลผู้ฟังวิทยุเกี่ยวกับการขยายความนิยมของการรับฟังและการสำรวจข้อมูลทางการตลาด พบว่า ผู้ผลิตรายการไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการวิทยุ ทำให้ตลาดของสื่อวิทยุไม่เคยได้รับชัยชนะอย่างสมบูรณ์แบบเหมือนสื่อโทรทัศน์ที่รับการยอมรับเป็นอย่างมาก ผลสะท้อนเหล่านี้ผู้ผลิตรายการวิทยุควรนำมาพิจารณาปรับปรุงให้ทัดเทียมกับสื่อโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หรือสื่ออื่น ๆ

Seres (2004 : 1-2) ได้ทำการวิจัยเรื่อง บุคลิกลักษณะ แรงจูงใจ และความเข้าใจของผู้ฟังรายการวิทยุเกี่ยวกับสุขภาพจิตของสถานีวิทยุคริสเตียน เป็นการสำรวจแรงจูงใจสำหรับการรับฟังและผลกระทบของการรับฟังของผู้ฟังรายการวิทยุเกี่ยวกับสุขภาพจิต 12 ลักษณะ ของ

สถานีวิทยุคริสเตียน ซึ่งผลการวิจัยทัศนคติและการมีส่วนร่วมในการให้คำแนะนำก่อนและหลังการรับฟัง พบว่า หลังจากได้รับการแนะนำแล้วมีคะแนนสูงกว่า เพราะผู้ฟังเชื่อในคำแนะนำ และผู้ที่รับฟังบ่อย ๆ จะนำเรื่องราวที่ได้รับคำแนะนำไปเล่าให้คนในครอบครัวได้รับฟัง รวมทั้งนำคำแนะนำไปปฏิบัติหรือนำไปช่วยเหลือผู้อื่นได้ด้วย และสำหรับผู้ฟังบ่อย ๆ มีแรงจูงใจในการฟังรายการของ Christian radio เพราะชอบที่ให้คำแนะนำและเลือกฟังเฉพาะสถานีนี้เท่านั้น

จากงานวิจัยต่างประเทศสรุปได้ว่าข้อมูลจากการสำรวจต่าง ๆ ที่ได้ค้นพบจากกลุ่มผู้ฟังสามารถช่วยตัดสินใจในการบริหารงานและสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินงาน วางแผนงาน หรือปรับปรุงรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงของรัฐบาลหรือเอกชนได้อย่างเหมาะสม และเพื่อความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในที่สุด



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY

2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการที่ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง บทบาทของสื่อวิทยุที่มีอิทธิพลต่อการรับฟังของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาในครั้งนี้ดังนี้

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของสื่อวิทยุที่มีอิทธิพลต่อการรับฟังของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และพฤติกรรมการรับฟังสื่อวิทยุ

ตัวแปรตาม ได้แก่ บทบาทของสื่อวิทยุที่มีอิทธิพลต่อการรับฟังของประชาชนในจังหวัดมหาสารคาม ประกอบด้วย ด้านการสื่อสาร ด้านผู้จัดรายการ ด้านรูปแบบการจัดรายการ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านข้อมูลข่าวสาร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variable)

ตัวแปรตาม

(Dependent Variable)

