

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุทางสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ ของผู้ฟังในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวน แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
4. บริบทของอำเภอเมืองบึงกาฬ
5. บริบทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎีด้านการสื่อสาร

##### 1. แนวคิดทางด้านการสื่อสาร (Theories about Communication)

กิติมา สุรสนธิ (2548 : 7) ได้กล่าวไว้ว่า การถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารหรือการติดต่อ สื่อสารผ่านสื่อหรือช่องทางการติดต่อเพื่อให้ได้ผลดีที่สุดนั้น สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการ ด้านการสื่อสาร คือ การที่จะสื่อความหมายอย่างไรเพื่อให้ผู้รับสารนั้นเข้าใจได้อย่างถูกต้องว่าผู้ส่งสาร หมายความว่าอะไรในข่าวสารนั้น ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้นำเสนอทฤษฎีการสื่อสารที่นำมาใช้ เป็นหลักในการศึกษาถึงวิธีการส่งผ่านข้อมูลสารสนเทศ การใช้สื่อและช่องทางการสื่อสาร ทฤษฎีการ สื่อสารเหล่านี้ได้นำมาใช้ภายในขอบข่ายของเทคโนโลยีการศึกษาตั้งแต่ทศวรรษ 980 เป็นต้นมา เพื่อเอื้อประโยชน์สำหรับใช้เป็นแนวทางในการสื่อสาร รวมถึงการเลือกใช้สื่อเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี

สุปรีดี สุวรรณบุรณ์ (2554 : 1) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการ ดำรงชีวิต มนุษย์จำเป็นต้องติดต่อกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง นอกเหนือจากปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ การสื่อสารมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิต

ของมนุษย์มาก การสื่อสารมีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบัน ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นยุคโลกาภิวัตน์ เป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร การสื่อสารมีประโยชน์ทั้งในแง่บุคคลและสังคม การสื่อสารทำให้คนมีความรู้และโลกทัศน์ที่กว้างขวางขึ้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชน และสังคมในทุกด้าน

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ซึ่งจำเป็นต้องติดต่อสื่อสารกันอยู่ตลอดเวลา การสื่อสารเป็นกระบวนการที่ทำให้สังคมเจริญก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้มนุษย์สามารถสืบทอดพัฒนา เรียนรู้ และรับรู้วัฒนธรรมของตนเองและสังคมได้ การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ สร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าแก่ชุมชนและสังคมในทุกด้าน สิ่งสำคัญในกระบวนการด้านการสื่อสาร คือ การที่จะสื่อความหมายอย่างไร เพื่อให้ผู้รับสารนั้นเข้าใจได้อย่างถูกต้องว่าผู้ส่งสารหมายความว่าอะไรในข่าวสารนั้น

## 2. ทฤษฎีการสื่อสาร

### 2.1 ความหมายของการสื่อสาร

กิตติมา สุรสนธิ (2548 : 8-20) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารไว้ว่า การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่ง เรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) เป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหวและเป็นการกระทำอย่างต่อเนื่องในการส่งและรับสาร ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ (Channels) อย่างมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน

สุปรีย์ดี สุวรรณบุรณ์ (2554 : 1) ได้กล่าวไว้ว่า คำว่า การสื่อสาร (Communications) มีที่มาจากรากศัพท์ภาษาละตินว่า Communis หมายถึง ความเหมือนกันหรือร่วมกัน การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์ ความรู้สึก ความคิดเห็น ความต้องการจากผู้ส่งสาร โดยผ่านสื่อต่าง ๆ ที่อาจเป็นการพูด การเขียน สัญลักษณ์อื่นใด การแสดงหรือการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจจะใช้กระบวนการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสม หรือความจำเป็นของตนเองและคู่สื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์ให้เกิดการรับรู้ร่วมกันและมีปฏิกริยาตอบสนองต่อกัน บริบททางการสื่อสารที่เหมาะสมเป็น ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้การสื่อสารสัมฤทธิ์ผล

## 2.2 ความสำคัญของการสื่อสาร

กิติมา สุรสนธิ (2548 : 39) การสื่อสารมีบทบาทในการพัฒนาระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio-culture Systems) พัฒนาประเทศและโลก ซึ่งระบบสังคมและวัฒนธรรมของคนในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ ด้วยหลักวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ส่ง ไปยังผู้รับ เป็นกลไกทางสังคมที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน คือนอกจากการพัฒนาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมแล้ว มนุษย์ยังมีความต้องการพัฒนาในด้านการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความสะดวกในคุณประโยชน์การสื่อสาร ไม่แพ้กัน โดยมีการพัฒนาควบคู่กันไปเพื่อที่จะเอื้ออำนวยในด้านข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วขึ้น มีความสัมพันธ์กับความต้องการที่สอดคล้องกัน ในการพัฒนาการสื่อสารระบบทางสังคม ด้วยเหตุนี้เองทฤษฎีการสื่อสารจึงมีบทบาทในการพัฒนาระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Culture Systems) พัฒนาประเทศและโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

กิตานันท์ มลิทอง (2548 : 45) ได้กล่าวไว้ว่า สังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน การติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนา หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยในสหรัฐ ได้พัฒนา การศึกษานิเทศศาสตร์ที่เน้นสอนการปฏิบัติงานทางวิชาชีพ (Professional Practice) ไปสู่การศึกษาวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ โดยแรงผลักดันส่วนหนึ่งมาจากอิทธิพลทางปัญญา (Intellectual Influence) ของนักวิชาการที่อพยพมาจากยุโรป อาทิ ลูอินและลาซาร์สเฟลด์ ทฤษฎีของการสื่อสารจึงเริ่มก่อตัวขึ้นโดยค่อยๆ แยกจากทฤษฎีทางสังคมวิทยา จิตวิทยาและภาษา กลายมาเป็นศาสตร์ใหม่ในตัวของมันเองที่เรียกว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Communication Study) มุ่งวิจัยผลของสื่อมวลชนที่มีต่อการเมือง สังคม และวัฒนธรรม เราเรียกทฤษฎีแนวปรัชญาวิทยาศาสตร์ในระยะเริ่มแรกนี้ว่า ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (Mass Communication Theory) ซึ่งจะเห็นได้ชัดจากผลงานของวิลเบอร์ ชเรมม์ เมลวิน เดอเฟอร์ และ เดนิส แมคเคลเวล แต่กลุ่มทฤษฎีระบบ (Systems Theories) ของวีเนอร์ แชนนอน และ วีเวอร์ (Wiener-Sannon-Weaver) และในเชิงการสื่อสารของมนุษย์ (Human Communication) ของเบอร์โล (Berlo) รวมทั้งในเชิงการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal communication) ของไฮเดอร์ นิวคอมบ์ เฟสติงเกอร์และออสกู๊ด (Heider-Newcomb-Festiger-Osgood) ส่งผลให้การศึกษาด้านสื่อสารมวลชนขยายตัวออกไปครอบคลุมอาณาบริเวณของการสื่อสาร (Communication Spheres) ที่กว้างขวางขึ้น

วิชาการสื่อสารมวลชนจึงได้ปรับปรุงตนเองและขยายตัวจากความเป็นเพียงนิเทศศิลป์ (communication art) มาเป็นนิเทศศาสตร์ (Communication Art and Science หรือที่เรียกสั้น ๆ ว่า Communication arts) สมบูรณ์ในสองทศวรรษสุดท้ายของศตวรรษที่ ๒๐ ทฤษฎีของการสื่อสารมิได้จำกัดอยู่เฉพาะที่เกี่ยวกับสื่อมวลชนเท่านั้น แต่จะครอบคลุมการสื่อสารทุกประเภทและในทุกบริบท (Context) นับตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) จนไปถึงการสื่อสารของโลก (Global communication) สร้างเป็นองค์ความรู้ที่อธิบายการสื่อสารทั่วไป ในแง่ขององค์ประกอบ โครงสร้าง กระบวนการ บทบาทหน้าที่ จุดประสงค์ (Purposes) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ประสิทธิภาพ (Efficiency) และค่าประสิทธิภาพ (Ost-efficiency) ทฤษฎีของการสื่อสารดังกล่าว อาจจำแนกแยกย่อยออกเป็นทฤษฎีต่าง ๆ ในการสื่อสาร (Theories in Communication) เมื่อองค์ความรู้เข้าไปเกี่ยวข้องกับการสื่อสารประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น ทฤษฎีต่าง ๆ ในการสื่อสารระหว่างบุคคล หรือในการสื่อสารมวลชน เป็นต้น

ปรเม สตะเมทิน (2532 : 1) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารจัดได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ ในการเอื้ออำนวยหลักปัจจัยพื้นฐาน 4 อย่าง อันได้แก่ อาหาร น้ำ ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย แม้การสื่อสารมิได้มีความเกี่ยวข้องกับความต้องการพื้นฐานทางกายโดยตรง แต่เป็นตัวสื่อกลางที่มีความจำเป็นในกระบวนการของวิถีชีวิตและสังคมที่ขาดไม่ได้ ยิ่งสังคมมีความสลับซับซ้อนมากขึ้นเพียงไร มีองค์ประกอบยิ่งมากเท่าไร การสื่อสารก็ยิ่งมีความสำคัญและต้องการมากขึ้นเท่านั้น สังคมที่มีความหนาแน่นและมีความหลากหลายอย่างมากภายในปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันกันมากในเรื่องข้อมูลข่าวสาร ภายใต้ข้อจำกัดในด้านเวลาอย่างเช่นในปัจจุบัน เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ดังกล่าว ระบบการสื่อสารที่ดีจึงมีความจำเป็นมากขึ้น โดยสามารถจำแนกถึงความจำเป็นของการสื่อสารออกเป็น 6 ประการด้วยกัน คือ

1. ความสำคัญต่องานในชีวิตประจำวัน
2. ความสำคัญต่องานในสังคม สภาพแวดล้อม และผลกระทบต่าง ๆ
3. ความสำคัญต่องานด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม
4. ความสำคัญต่องานการเมือง การปกครอง
5. ความสำคัญต่อความมั่นคงของชาติและระหว่างประเทศ
6. ความสำคัญต่อการสืบทอดศาสนา วัฒนธรรม และการอนุรักษ์

สุปรีดี สุวรรณบุรณ (2554 : 1) ได้กล่าวว่า การสื่อสารมีความสำคัญดังนี้

1. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตของมนุษย์ทุกเพศ ทุกวัย ไม่มีใคร ที่จะดำรงชีวิตได้โดยปราศจากการสื่อสาร ทุกสาขาอาชีพก็ต้องใช้การสื่อสาร ในการปฏิบัติงาน การทำธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะสังคมมนุษย์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตลอดเวลา พัฒนาการทางสังคม จึงดำเนินไปพร้อม ๆ กับพัฒนาการทางการสื่อสาร

2. การสื่อสารก่อให้เกิดการประสานสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลและสังคม ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ช่วยสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี สะท้อนให้เห็น ภาพความเจริญรุ่งเรือง วิธีชีวิตของผู้คน ช่วยสร้างสังคมให้อยู่ร่วมกันเป็นปกติสุขและอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

3. การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทั้งตัวบุคคล และสังคม การพัฒนาทางสังคมในด้านคุณธรรม จริยธรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ฯลฯ รวมทั้ง ศาสตร์ในการสื่อสาร จำเป็นต้องพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง การสื่อสารเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตของมนุษย์และพัฒนาความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต ต่องานในสังคม ต่องาน ด้านธุรกิจและอุตสาหกรรม ต่องานการเมือง การปกครอง ความมั่นคงของชาติ การสืบทอดศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และผลกระทบต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างคนในสังคม ให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติและเป็นปกติสุข

### 2.3 องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร

องค์ประกอบการสื่อสารตามหลักการทฤษฎีการสื่อสาร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วน (กิติมา สุรสนธิ, 2548 : 8-20) ได้แก่

1. ผู้ส่งสาร (Source) คือ ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังผู้รับสาร โดยผ่านช่องทางที่เรียกว่าสื่อ ถ้าหากเป็นการสื่อสารทางเดียวผู้ส่งจะทำหน้าที่ส่งเพียงประการเดียวแต่ถ้าเป็นการสื่อสารสองทาง ผู้ส่งสารจะเป็นผู้รับในบางครั้งด้วย ผู้ส่งสารจะต้องมีทักษะในการสื่อสาร มีเจตคติต่อตนเอง ต่อเรื่องที่ส่ง ต้องมีความรู้ในเนื้อหาที่จะส่ง และอยู่ในระบบสังคมเดียวกับผู้รับ ก็จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

2. ข่าวสาร (Message) ในกระบวนการติดต่อสื่อสารก็มีความสำคัญ ข่าวสารที่ดีต้องแปลเป็นรหัสเพื่อสะดวกในการส่งการรับและตีความเนื้อหาสาระของสารและการจัดสาร ก็จะต้องทำให้การสื่อความหมายง่ายขึ้น



3. ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channels) คือ ช่องทางเพื่อใช้ในการรับรู้ในประสาทสัมผัสทั้งห้า คือตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส ตลอดจนตัวกลางที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น สิ่งพิมพ์ กราฟฟิก สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ที่จะพาข่าวสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ตามเกณฑ์ต่างๆ ได้แก่ เกณฑ์สื่อที่เป็นบุคคล เกณฑ์การมีส่วนร่วมในสื่อของผู้รับสารและเกณฑ์แหล่งกำเนิดสื่อ

4. ผู้รับสาร (Receiver) คือ ผู้ที่เป็นเป้าหมายของผู้ส่งสาร การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพ ผู้รับสารจะต้องมีประสิทธิภาพในการรับรู้ มีเจตคติที่ดีต่อข้อมูลข่าวสาร ต่อผู้ส่งสาร และต่อตนเองในการเลือกที่จะรับสารอย่างไร เช่น ถ้าผู้รับสารต้องการรับสารตามที่คุณส่งสารกระทำ อยู่ในขณะนั้นและผู้รับสารสามารถทำความเข้าใจได้ในสารนั้น การสื่อสารก็กระทำสำเร็จโดยง่าย

การสื่อสารมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ดังนี้ (สุปรีย์ดี สุวรรณบุรณ์, 2554 : 2)

1. ผู้ส่งสาร (Sender) หรือ แหล่งสาร (Source) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการส่งสาร หรือเป็นแหล่งกำเนิดสาร ที่เป็นผู้เริ่มต้นส่งสารด้วยการแปลสารนั้นให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่มนุษย์สร้างขึ้นแทนความคิด ได้แก่ ภาษาและอากัปกริยาต่าง ๆ เพื่อสื่อสารความคิด ความรู้สึก ข่าวสาร ความต้องการและวัตถุประสงค์ของตน ไปยังผู้รับสารด้วยวิธีการใด ๆ หรือส่งผ่านช่องทางใดก็ตาม จะโดยตั้งใจหรือไม่ตั้งใจก็ตาม เช่น ผู้พูด ผู้เขียน กวี ศิลปิน นักจัดรายการวิทยุ โฆษกรัฐบาล องค์กร สถาบัน สถานีวิทยุกระจายเสียง สถานีวิทยุโทรทัศน์ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ หน่วยงานของรัฐ บริษัท สถาบันสื่อมวลชน เป็นต้น

2. สาร (Message) หมายถึง เรื่องราวที่มีความหมาย หรือสิ่งต่าง ๆ ที่อาจอยู่ในรูปของข้อมูล ความรู้ ความคิด ความต้องการ อารมณ์ ฯลฯ ซึ่งถ่ายทอดจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ให้ได้รับรู้ และแสดงออกมาโดยอาศัยภาษาหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่สามารถทำให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ เช่น ข้อความที่พูด ข้อความที่เขียน บทเพลงที่ร้อง รูปที่วาด เรื่องราวที่อ่าน ท่าทางที่สื่อความหมาย เป็นต้น

3. สื่อ หรือช่องทาง (Media or Channel) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่เป็นพาหนะของสาร ทำหน้าที่นำสารจากผู้ส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ผู้ส่งสารต้องอาศัยสื่อหรือช่องทางทำหน้าที่นำสาร ไปสู่ผู้รับสาร

4. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง บุคคล กลุ่มบุคคล หรือมวลชนที่รับเรื่องราวข่าวสารจากผู้ส่งสาร และแสดงปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) ต่อผู้ส่งสาร หรือส่งสารต่อไปถึง ผู้รับสารคนอื่น ๆ ตามจุดมุ่งหมายของผู้ส่งสาร เช่น ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ฟังรายการวิทยุ กลุ่มผู้ฟังการอภิปราย ผู้อ่านบทความจากหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบของการสื่อสาร สามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ ผู้ส่งสาร (Source) ข่าวสาร (Message) ช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ (Channels) และผู้รับสาร (Receiver)

#### 2.4 หลักในการสื่อสาร

การสื่อสารจะประสบความสำเร็จตรงตามจุดประสงค์หรือไม่ผู้ส่งสารควรคำนึงถึงหลักการสื่อสาร ดังนี้ (สุปรیتی สุวรรณบุรณ์, 2554 : 3)

1. ผู้ที่จะสื่อสารให้ได้ผลและเกิดประโยชน์ จะต้องทำความเข้าใจเรื่ององค์ประกอบในการสื่อสาร และปัจจัยทางจิตวิทยาที่เกี่ยวข้องกับระบบการรับรู้ การคิด การเรียนรู้ การจำ ซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพ ในการสื่อสาร
2. ผู้ที่จะสื่อสารต้องคำนึงถึงบริบทในการสื่อสาร บริบทในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่อยู่แวดล้อมที่มีส่วนในการกำหนดรู้ความหมายหรือความเข้าใจในการสื่อสาร
3. คำนึงถึงกรอบแห่งการอ้างอิง (Frame of Reference) มนุษย์ทุกคนจะมีพื้นความรู้ ทักษะ เจตคติ ค่านิยม สังคม ประสบการณ์ ฯลฯ เรียกว่าภูมิหลังแตกต่างกัน ถ้าผู้สื่อสารใดมีกรอบแห่ง การอ้างอิงคล้ายกัน ใกล้เคียงกัน จะทำให้การสื่อสารง่ายขึ้น
4. การสื่อสารจะมีประสิทธิผล เมื่อผู้ส่งสารส่งสารอย่างมีวัตถุประสงค์ชัดเจน ผ่านสื่อหรือช่องทางที่เหมาะสมถึงผู้รับสารที่มีทักษะในการสื่อสารและมีวัตถุประสงค์สอดคล้องกัน
5. ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ควรเตรียมตัวและเตรียมการล่วงหน้า เพราะจะทำให้การสื่อสารราบรื่น สะดวก รวดเร็ว เป็น ไปตามวัตถุประสงค์และสามารถแก้ไข ได้ทันท่วงที หากจะเกิดอุปสรรค ที่จุดใดจุดหนึ่ง
6. คำนึงถึงการใช้ทักษะ เพราะภาษาเป็นสัญลักษณ์ที่มนุษย์ตกลงใช้ร่วมกัน ในการสื่อความหมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจในการสื่อสาร ผู้สื่อสารต้องศึกษาเรื่องการใช้ภาษา และสามารถใช้อาษาให้เหมาะสมกับกาลเทศะ บุคคล เนื้อหาของสาร และช่องทางหรือสื่อ ที่ใช้ในการสื่อสาร

7. คำนึงถึงปฏิกริยาตอบกลับตลอดเวลา ถือเป็นการประเมินผลการสื่อสารที่จะทำให้ผู้สื่อสารรับรู้ผลของการสื่อสารว่าประสบผลดีตรงตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อบกพร่องใด เพื่อที่จะทำให้การสื่อสารเกิดผลตามที่ต้องการ

#### 2.5 วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร

คณาจารย์ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย (2551 : 17) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการสื่อสารไว้ดังนี้ (สุปรیتی สุวรรณบุรณ์, 2554 : 4)

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) ในการทำการสื่อสาร ผู้ทำการสื่อสารควรมีความต้องการที่จะบอกกล่าวหรือชี้แจงข่าวสาร เรื่องราว เหตุการณ์ หรือสิ่งอื่นใดให้ผู้รับสารได้รับทราบ

2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Education) ผู้ทำการสื่อสารอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อจะ ถ่ายทอดวิชาความรู้ หรือเรื่องราวเชิงวิชาการ เพื่อให้ผู้รับสารได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น

3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain) ผู้ทำการสื่อสารอาจ ใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจ หรือให้ความบันเทิงแก่ผู้รับสาร โดยอาศัยสารที่ตนเองส่งออกไป ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของการพูด การเขียน หรือการแสดงกริยาต่าง ๆ.

4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) ผู้ทำการสื่อสารอาจใช้วัตถุประสงค์ในการสื่อสารเพื่อให้ข้อเสนอแนะ หรือชักจูงใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่อผู้รับสาร และอาจชักจูงใจให้ผู้รับสารมีความคิดคล้อยตาม หรือยอมรับปฏิบัติตามการเสนอแนะของตน

5. เพื่อเรียนรู้ (Learn) วัตถุประสงค์นี้มีความเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับผู้รับสาร การแสวงหาความรู้ ของผู้รับสาร โดยอาศัยลักษณะของสาร ในกรณีนี้มักจะเป็นสารที่มีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับวิชาความรู้ เป็นการหาความรู้เพิ่มเติมและเป็นการทำความเข้าใจกับเนื้อหาของสารที่ผู้ทำการสื่อสารถ่ายทอดมาถึงตน

6) เพื่อกระทำหรือตัดสินใจ (Dispose or Decide) ในการดำเนินชีวิตของคนเรามีสิ่งหนึ่งที่ต้องกระทำอยู่เสมอก็คือ การตัดสินใจกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจนั้นอาจได้รับการเสนอแนะ หรือชักจูงใจให้กระทำอย่างนั้นอย่างนี้จากบุคคลอื่นอยู่เสมอ ทางเลือกในการตัดสินใจของเราจึงขึ้นอยู่กับข้อเสนอแนะนั้น

## 2.6 ประเภทของการสื่อสาร

การสื่อสารของมนุษย์ สามารถแบ่งได้โดยใช้เกณฑ์ 5 ประการ คือ (Amatai Etzioni,

1964 : 32)

### 1. การจำแนกประเภท โดยใช้จำนวนผู้ทำการสื่อสาร

- 1.1 การสื่อสารภายในบุคคล
- 1.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล
- 1.3 การสื่อสารกลุ่มใหญ่ Large Group Com
- 1.4 การสื่อสารในองค์การ
- 1.5 การสื่อสารมวลชน Mass Com



2. การจำแนกประเภทโดยใช้ภาษา
  - 2.1 การสื่อสารเชิงวจนะภาษา (Verbal Communication)
  - 2.2 การสื่อสารเชิงอวจนะภาษา (Nonverbal Communication)
3. การจำแนกประเภทโดยใช้การเห็นหน้า
  - 3.1 การสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน
  - 3.2 การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้ากัน
4. การจำแนกประเภทโดยใช้ความแตกต่างระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร
  - 4.1 การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ
  - 4.2 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
  - 4.3 การสื่อสารระหว่างประเทศ
5. การจำแนกประเภทโดยใช้ลักษณะทางวิชาการ
  - 5.1 ระบบข่าวสาร
  - 5.2 การสื่อสารระหว่างบุคคล
  - 5.3 การสื่อสารมวลชน
  - 5.4 การสื่อสารในองค์กร
  - 5.5 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
  - 5.6 การสื่อสารการเมือง
  - 5.7 การสื่อสารการสอน
  - 5.8 การสื่อสารสาธารณสุข

การจำแนกประเภทของการสื่อสาร มีผู้จำแนกไว้หลาย ๆ ประเภท โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ตามจุดประสงค์ของการศึกษาหรือวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะนำเสนอ ซึ่งสรุปได้ดังนี้ (สุปรีย์ สุวรรณบุรณ์, 2554 : 5)

1. จำนวนผู้ทำการสื่อสาร ประกอบด้วย การสื่อสารภายในตัวบุคคล (Intrapersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารกลุ่มใหญ่ (Large Group Communication) การสื่อสารในองค์กร (Organizational Communication) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication)
2. การเห็นหน้ากัน ประกอบด้วย การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (Face to Face Communication) การสื่อสารแบบไม่เผชิญหน้า (Interposed Communication)

3. ความสามารถในการโต้ตอบ ประกอบด้วย การสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) การสื่อสารสองทาง (Two-way Communication)

4. ความแตกต่างระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสาร ประกอบด้วย การสื่อสารระหว่างเชื้อชาติ (Interracial communication) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Gossultural Communication) การสื่อสารระหว่างประเทศ (International Communication)

5. การใช้ภาษา ประกอบด้วย การสื่อสารเชิงวจนภาษา (Verbal Communication) การสื่อสารเชิงอวจนภาษา (Non-verbal Communication)

### 2.7 อุปสรรคในการสื่อสาร

อุปสรรคในการสื่อสาร หมายถึง สิ่งที่ทำให้การสื่อสารไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของผู้สื่อสาร และผู้รับสาร อุปสรรคในการสื่อสารอาจเกิดขึ้นได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการสื่อสาร ดังนั้นอุปสรรคในการสื่อสารเกิดจากองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้ (สุปรีย์ดี สุวรรณบุรณ์, 2554 : 7)

#### 2.7.1 อุปสรรคที่เกิดจากผู้ส่งสาร

- 1) ผู้ส่งสารขาดความรู้ความเข้าใจและข้อมูลเกี่ยวกับสารที่ต้องการจะสื่อ
- 2) ผู้ส่งสารใช้วิธีการถ่ายทอดและการนำเสนอที่ไม่เหมาะสม
- 3) ผู้ส่งสารไม่มีบุคลิกภาพที่ไม่ดี และไม่เหมาะสม
- 4) ผู้ส่งสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อการส่งสาร
- 5) ผู้ส่งสารขาดความพร้อมในการส่งสาร
- 6) ผู้ส่งสารมีความบกพร่องในการวิเคราะห์ผู้รับสาร

#### 2.7.2 อุปสรรคที่เกิดจากสาร

- 1) สารไม่เหมาะสมกับผู้รับสาร อาจยากหรือง่ายเกินไป
- 2) สารขาดการจัดลำดับที่ดี สลับซับซ้อน ขาดความชัดเจน
- 3) สารมีรูปแบบแปลกใหม่ยากต่อความเข้าใจ
- 4) สารที่ใช้ภาษาคลุ่มเครือ ขาดความชัดเจน

#### 2.7.3 อุปสรรคที่เกิดขึ้นจากสื่อ หรือช่องทาง

- 1) การใช้สื่อไม่เหมาะสมกับสารที่ต้องการนำเสนอ
- 2) การใช้สื่อที่ไม่มีประสิทธิภาพที่ดี
- 3) การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมกับระดับของการสื่อสาร

### 2.7.4 อุปสรรคที่เกิดจากผู้รับสาร

- 1) ขาดความรู้ในสารที่จะรับ
- 2) ขาดความพร้อมที่จะรับสาร
- 3) ผู้รับสารมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสาร
- 4) ผู้รับสารมีความคาดหวังในการสื่อสารสูงเกินไป

### 3. ทฤษฎีต่างๆ ของการสื่อสาร

ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎีจากเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารทำให้ทราบว่า การสื่อสารแบ่งออกได้เป็นสองลักษณะด้วยกัน คือ แบบที่มีการไหลของสารทางเดียว (One way Communication) และแบบที่มีการไหลของสารในลักษณะสองทาง (Two Ways Communication) ซึ่งให้ความสำคัญกับปฏิกริยาตอบกลับ (Feedback) เพื่อให้คำอธิบายแบบต่างๆ ในรูปแบบของการเขียนความจริงหรือข้อเท็จจริงที่ต้องการอธิบายสิ่งต่างๆ ในการกำหนดทฤษฎีด้วยกระบวนการสื่อสารที่ยุ่งยากและซับซ้อน จึงมีผู้คิดค้นแบบจำลองแต่ละแนวคิดแตกต่างกันตามความสนใจของแต่ละคน ทฤษฎีต่าง ๆ ได้แก่

#### 3.1 ทฤษฎี SMCR ของ เบอร์โล

เดวิด เค เบอร์โล (David, 1960 : 108) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสาร การแปลความหมายผู้รับที่รับและตอบโต้กับสารนั้น ทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย ผู้ส่ง (source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส (Encode)” เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสาร มีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย กระบวนการสื่อสารของ เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo) ที่นำมาใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาในครั้งนี้สามารถอธิบายส่วนประกอบของกระบวนการสื่อสารได้ดังรายละเอียด คือ (David, 1960 : 57)

1. การส่งสารเริ่มตั้งแต่ผู้ส่งสาร คือ บุคคลที่ต้องการส่งสารไปยังผู้อื่น โดยในการส่งสารนั้นผู้ส่งสารทำการแปลสารให้อยู่ในลักษณะที่มนุษย์ร่วมกันสร้างขึ้นและเกิดความเข้าใจร่วมกัน เช่น ภาษาและอากัปกริยาต่าง ๆ ดังนั้นในกระบวนการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจึงถือได้ว่าเป็นผู้มีส่วนสำคัญที่ทำให้กระบวนการสื่อสารนั้นเกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ ผู้ส่งสารจึงมีหน้าที่และบทบาทสำคัญได้แก่

1.1 ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถในการเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ เพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้อย่างดีเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรจะมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย ผู้ส่งสารนั้นสามารถแบ่งออกได้หลายประเภทตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดในการแบ่ง เช่น การแบ่งโดยใช้หลักเกณฑ์ของการสื่อสาร คือผู้ส่งสารในการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งสารในการสื่อสารแบบสื่อมวลชน และการแบ่งประเภทการสื่อสาร โดยใช้หลักเกณฑ์ตามหน้าที่ในการสื่อสาร เช่น ผู้ส่งสารที่มีหน้าที่ในการให้ความรู้ ผู้ส่งสารมีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร หรือมีหน้าที่ในการให้ความบันเทิง เป็นต้น

1.2 ข้อมูลข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องด้านเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร ซึ่งข่าวสารประกอบไปด้วยเรื่องราวอันมีความหมายและแสดงออกต่าง ๆ โดยภาษาหรือสัญลักษณ์ใดๆ เพื่อให้เกิดการรับรู้ร่วมกันได้ สารเกิดจากความคิดต่าง ๆ ของผู้ส่งสารและมีความต้องการที่จะส่งหรือแสดงความคิดออกไปสู่ผู้รับสาร การส่งสารจึงเป็นการที่ผู้ส่งสารแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลาย ๆ อย่างเพื่อแทนความคิดต่าง ๆ ด้วยคำพูด การเขียน การวาดภาพ และการแสดงอาการใด ๆ ความสำคัญของสารคือการทำหน้าที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความหมายและมีปฏิกิริยาตอบสนองสารนั้น

1.3 ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง การที่จะส่งข่าวสาร โดยการให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือการได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น เป็นสื่อหรือตัวกลางที่นำพาข่าวสาร ไปยังผู้รับโดยทั่วไปสารที่ถ่ายทอดไปยังผู้รับ มีทั้งแบบที่อยู่ต่อหน้าและการสื่อสารไปยังกลุ่มคนที่อยู่ห่างไกลกัน หรือเป็นกลุ่มใหญ่ จึงมีความจำเป็นต้องมีการใช้สื่อที่จะนำพาข่าวสาร ไปยังผู้รับที่เหมาะสมต่อผู้รับ แต่โดยสำคัญแล้ว การแบ่งประเภทของช่องทางของสารหรือสื่อในกระบวนการสื่อสาร มีความสำคัญน้อยกว่าการพยายามเสนอให้ได้ทราบถึงยังผู้รับสารให้มีข้อมูลที่ได้รับครบถ้วนมากที่สุด เพราะการแบ่งสื่อไม่ขึ้นอยู่กับการใช้หลักเกณฑ์อะไร บางสื่อใช้เพียงอย่างเดียว บางครั้งอาจใช้หลายๆ สื่อก็ได้

1.4 ผู้รับ (Receiver) คือองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการสื่อสาร เพราะการสื่อสารใดๆ ก็ตาม อาจไม่ประสบความสำเร็จ หรืออาจจะสำเร็จไม่เต็ม ถ้าหากผู้รับสารไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนที่มีต่อการติดต่อสื่อสารนั้น บทบาทหน้าที่ของผู้รับสารในกระบวนการสื่อสารมีอยู่ 2 ประการ คือการรับรู้ความหมายตามเรื่องราวของผู้ส่งสารผ่านสื่ออย่างใดอย่างหนึ่งมาถึงตน และ

การแสดงปฏิบัติการตอบสนองต่อผู้ส่งสารหรือข่าวสารนั้น การแบ่งจำแนกประเภทของผู้รับสารก็เช่นกัน สามารถแบ่งได้หลายรูปแบบด้วยเช่นกัน เช่น การแบ่งตามลักษณะการสื่อสาร เช่น กลุ่มระหว่างผู้รับสารระหว่างบุคคล ผู้รับสารแบบการสื่อสารกลุ่ม หรือผู้รับสารที่เป็นระบบสื่อสารมวลชน เป็นต้น

## 2. ปัจจัยที่สำคัญต่อขีดความสามารถของผู้ส่งและรับ

จะทำการสื่อสารความหมายนั้น ได้ผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด ตามลักษณะของทฤษฎี SMCR นี้ ประกอบด้วย

2.1 ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) หมายถึง ทักษะซึ่งทั้งผู้ส่งและผู้รับควรมีความชำนาญในการส่งและการรับ เพื่อให้เกิดความเข้าใจกันได้อย่างถูกต้อง เช่น ผู้ส่งต้องมีความสามารถในการเข้ารหัสสาร มีการพูดโดยใช้ภาษาพูดที่ถูกต้อง ใช้คำพูดที่ชัดเจน ฟังง่าย มีการแสดงสีหน้าหรือท่าทางที่เข้ากับการพูด ท่วงทำนอง ลีลาในการพูดเป็นจังหวะน่าฟัง หรือการเขียนด้วยถ้อยคำสำนวนที่ถูกต้อง สละสลวย น่าอ่าน เหล่านี้ เป็นต้น ส่วนผู้รับต้องมีความสามารถในการถอดรหัสและมีทักษะที่ให้เหมือนกันกับผู้ส่ง โดยมีทักษะการฟังที่ดี ฟังภาษาที่ ผู้ส่งพูดมารู้เรื่อง หรือสามารถอ่านข้อความที่ส่งมานั้นได้

2.2 ทศนคติ (Attitudes) เป็นทัศนคติของผู้ส่งและผู้รับซึ่งมีผลต่อการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งและผู้รับ มีทัศนคติที่ดีต่อกันจะทำให้การสื่อสาร ได้ผลดี ทั้งนี้เพราะทัศนคดีย่อมเกี่ยวข้องไปถึงการยอมรับซึ่งกันและกันระหว่างผู้ส่งและผู้รับด้วย เช่น ถ้าผู้ส่งมีความนิยมชมชอบในตัวผู้พูด ก็มักจะมีความเห็นคล้อยตามไปได้ง่าย แต่ในทางตรงข้าม ถ้าผู้ฟังมีทัศนคติไม่ดีต่อผู้พูด ก็จะฟังแล้วไม่เห็นชอบด้วยและมีความเห็นขัดแย้งในสิ่งที่พูดมานั้น หรือถ้าทั้งสองฝ่ายมีทัศนคติ ไม่ดีต่อกัน ท่วงทำนองหรือน้ำเสียงในการพูดก็อาจจะห้วนห้าวไม่น่าฟัง แต่ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อกันแล้วมักจะพูดกันด้วยความไพเราะอ่อนหวานน่าฟัง เหล่านี้ เป็นต้น

2.3 ระดับความรู้ (Knowledge Levels) ถ้าผู้ส่งและผู้รับมีระดับความรู้เท่าเทียมกันก็จะทำให้การสื่อสารนั้นลุล่วงไปด้วยดี แต่ถ้าหากความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีระดับที่แตกต่างกันย่อมจะต้องมีการปรับปรุงความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่ง ความยากง่ายของภาษาและถ้อยคำสำนวนที่ใช้ เช่น ไม่ใช่คำศัพท์ทางวิชาการ ภาษาต่างประเทศ หรือถ้อยคำยาว ๆ สำนวนสลับซับซ้อน ทั้งนี้เพื่อให้สะดวกและง่ายต่อความเข้าใจ ตัวอย่างเช่น การที่หมอรักษาคนไข้แล้วพูดแต่คำศัพท์การแพทย์เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ย่อมทำให้คนไข้ไม่เข้าใจว่าตนเองเป็นโรคอะไรแน่ หรือพัฒนาการจากส่วนกลางออกไปพัฒนาหมู่บ้านต่าง ๆ ในชนบท เพื่อให้คำแนะนำทางด้านการเกษตรและเลี้ยงสัตว์แก่ชาวบ้าน ถ้าพูดแต่ศัพท์ทางวิชาการ โดยไม่อธิบายด้วยถ้อยคำภาษาง่าย ๆ หรือไม่ใช่ภาษาท้องถิ่น ก็จะไม่



ทำให้ชาวบ้านไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดได้ หรือในกรณีของการใช้ภาษามือของ ผู้พิการทางโสต ถ้าผู้รับไม่เคยได้เรียนภาษามือมาก่อนทำให้ไม่เข้าใจและไม่สามารถสื่อสารกัน ได้ เป็นต้น

2.4 ระบบสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Culture Systems) ระบบสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละชาติเป็นสิ่งที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมของประชาชนในประเทศนั้นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องไปถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยึดถือปฏิบัติ สังคม และวัฒนธรรมในแต่ละชาติย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น การให้ความเคารพต่อผู้อาวุโส หรือวัฒนธรรมการกินอยู่ ดังนั้นในการติดต่อสื่อสารของบุคคลต่างชาติต่างภาษา จะต้องมีการศึกษาถึงกฎข้อบังคับทางศาสนาของแต่ละศาสนาด้วย

### 3.2 การสื่อสารของ ฮาโรลด์ (Harold)

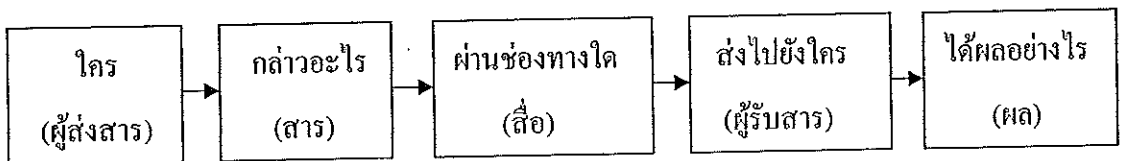
ฮาโรลด์ (Harold, 1948 : 62) เป็นนักรัฐศาสตร์ สนใจศึกษาการสื่อสารจากการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ได้ทำการวิจัยในเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. 2491 และได้คิดสูตรการสื่อสารที่ถึงพร้อมด้วยกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ คือ สูตรการสื่อสารของฮาโรลด์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย และเป็นที่ยอมรับใช้กันทั่วไปโดยสามารถนำมาเขียนเป็นรูปแบบจำลองและเปรียบเทียบกับองค์ประกอบของการสื่อสารในการที่จะจัดให้การเรียนการสอนเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพดีนั้น เราสามารถนำสูตรของฮาโรลด์ มาใช้ได้เช่นเดียวกับการสื่อสารธรรมดา คือ

1. ใคร (Who) เป็นผู้ส่งหรือทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าว ผู้อ่านข่าวเป็นผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังที่บ้าน ในสถานการณ์ในห้องเรียนธรรมดาที่เช่นเดียวกันย่อมเป็นการพูดระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน หรือการที่ผู้เรียนกลายเป็นผู้ส่ง โดยการตอบสนองกลับไปยังผู้สอน แต่ถ้าเป็นการสอนโดยใช้ภาพยนตร์หรือโทรทัศน์ ตัวผู้ส่งก็คือภาพยนตร์หรือโทรทัศน์นั้น
2. กล่าวอะไร ด้วยวัตถุประสงค์อะไร (Says What, With What Purpose) เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไร โดยจะเป็นข่าวสารธรรมดาเพื่อให้ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละวัน หรือเป็นการให้ความรู้โดยที่ผู้สอนจะต้องทราบว่าสอนเรื่องอะไร ทำไมจึงจะสอนเรื่องนั้น สอนเพื่อวัตถุประสงค์อะไร และคาดว่าจะได้รับการตอบสนองจากผู้เรียนอย่างไรบ้าง โดยใช้วิธีการและช่องทางใด (By What Means, in What Channel) ผู้ส่งทำการส่งข่าวสาร โดยการพูด การแสดงกิริยาท่าทาง ใช้ภาพ หรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟน หรือเครื่องเล่นวีซีดี เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารให้ผู้รับได้โดยสะดวก ถ้าเป็นในการเรียนการสอน ผู้สอนอาจจะสอน โดยการบรรยายหรือใช้สื่อการสอนต่างๆ เพื่อช่วย ในการส่งเนื้อหาบทเรียนไปให้ผู้เรียนรับและเข้าใจได้อย่างถูกต้อง ทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น

3. ผ่านช่องทาง (In Which Channel) เป็นการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสาร โดยดูถึงความสามารถหรือประสิทธิภาพของสื่อแต่ละชนิดประเภทว่า สื่อนั้นมีอิทธิพลอย่างไรต่อผู้รับสาร หรือดูความเหมาะสมของสื่อในการสื่อสารว่ามีการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างให้เหมาะสมหรือไม่ ซึ่งการศึกษาเรื่องนี้เรียกว่า การวิเคราะห์สื่อที่ใช้ (Media Analysis)

4. ส่งไปยังใคร ในสถานการณ์อะไร (To Whom, in What Situation) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับเป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร เช่น การอ่านข่าวเพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านทราบถึงเหตุการณ์ ประจำวัน หรือแสดงการทำกับข้าวให้กลุ่มแม่บ้านชม ผู้ส่งย่อมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใดบ้าง เพื่อสามารถเลือกสรรเนื้อหาและวิธีการส่งให้ให้เหมาะสมกับผู้รับ การเรียนการสอนก็เช่นเดียวกัน การสอน ผู้เรียนอายุ 8 ปีกับอายุ 5 ปีต้องมีวิธีการสอนและการใช้สื่อการสอนต่างกัน ผู้สอนต้องทราบถึงระดับสติปัญญาความสามารถและภูมิหลังของผู้เรียนแต่ละคนว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรบ้าง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของการเรียน เช่น มีสื่อการสอนอะไรที่จะนำมาใช้สอนได้บ้าง สภาพแวดล้อมห้องเรียนที่จะสอนเป็นอย่างไร

5. ได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต (With what Effect, Immediate and Long Term) การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปเลย ๆ หรือจดจำด้วย ซึ่งต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกัน และเช่นเดียวกันกับในการเรียนการสอนที่จะได้ผลนั้น ผู้สอนจะต้องตระหนักอยู่เสมอว่าเมื่อสอนแล้ว ผู้เรียนจะได้รับความรู้เกิดการเรียนรู้มากน้อยเท่าใดและสามารถจดจำความรู้ที่ได้รับนั้นได้นานเพียงใด โดยที่ผู้เรียนอาจได้รับความรู้เพียงบางส่วนหรือไม่เข้าใจเลยก็ได้ การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้นั้นอาจทำได้ยากเพราะบางครั้งผู้เรียนอาจจะไม่แสดงการตอบสนองออกมา และบางครั้งการตอบสนองนั้นก็อาจจะวัดผลไม่ได้เช่นกัน

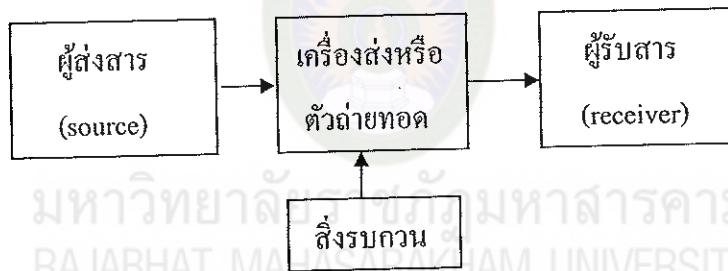


แผนภาพที่ 1 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Lasswell  
(Lasswell, : อ้างใน ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์, 2541)

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell นี้เน้นการอธิบายกระบวนการสื่อสารแบบง่ายๆ เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (Face to Face) ผู้สื่อสารปรากฏตัวขณะทำการสื่อสารและเชื่อว่าเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไปยังจุดหมายปลายทางจะต้องมีจุดมุ่งหมาย เพราะการสื่อสารใน แต่ละครั้งจะต้องเกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง

### 3.2 การสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ แชนนอนและวีเวอร์

คล็อด อี แชนนอน (Claude E. Shannon, 1950) และวอร์เรนวีเวอร์ (Warren Weaver) ได้คิดทฤษฎีการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรง การสื่อสารเริ่มด้วยผู้ส่งซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลทำหน้าที่ ส่งเนื้อหาข่าวสารเพื่อส่งไปยังผู้รับ โดยผ่านทางเครื่องส่งหรือตัวถ่ายทอดในลักษณะของสัญญาณที่ถูกส่งไปในช่องทางต่าง ๆ กัน แล้วแต่ลักษณะของการส่งสัญญาณแต่ละประเภท เมื่อทางฝ่ายผู้ได้รับสัญญาณแล้ว สัญญาณที่ได้รับจะถูกปรับให้เหมาะสมกับเครื่องรับหรือการรับเพื่อทำการแปลสัญญาณให้เป็นเนื้อหาข่าวสารนั้นอีกครั้งหนึ่งให้ตรงกับที่ผู้ส่งส่งมาก ในขั้นนี้เนื้อหาที่รับจะไปถึงจุดหมายปลายทางคือผู้รับตามที่ต้องการ แต่ในบางครั้งสัญญาณที่ส่งไปอาจถูกรบกวนหรืออาจมี บางสิ่งบางอย่างมาขัดขวางสัญญาณนั้น ทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีความแตกต่างกันเป็นเหตุให้เนื้อหาข่าวสารที่ส่งจากแหล่งข้อมูลไปยังจุดหมายปลายทางอาจผิดเพี้ยน ไปนับเป็นความล้มเหลวของการสื่อสารเนื่องจากที่ส่ง ไปกับข้อมูลที่ได้รับ ไม่ตรงกัน อันจะทำให้เกิดการแปลความหมายผิดหรือความเข้าใจผิดในการสื่อสารกันได้ (Shannon, and Weaver, 1949 : 53)



แผนภาพที่ 2 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ แชนนอนและวีเวอร์ (1949 : 53)

โดยผู้วิจัยจัดทำขึ้นตามการศึกษาข้อมูล

โดยสรุป ทฤษฎีการสื่อสารของแชนนอนและวีเวอร์ เน้นการอธิบายว่า เมื่อมีการสื่อสารกันจะมีอะไรเกิดขึ้นกับข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปนั้น ในขณะที่ส่งสัญญาณไปหากมี “สิ่งรบกวน” ภายหลังที่ถูกส่งจากผู้ส่งและก่อนที่จะถึงผู้รับ ทำให้สัญญาณที่ส่งไปกับสัญญาณที่ได้รับมีลักษณะแตกต่างกันจะทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลเต็มที่หรือถูกต้องตามที่ควรจะเป็น

### 3.3 การสื่อสารเชิงวงกลมของ ออสกูด และ ชแรมม์

ชาร์ลส์ และ วิลเบอร์ (Charles and Wibur, 1974) ตามปกติแล้วในการสื่อสารระหว่างบุคคลและแบบกลุ่มบุคคลนั้น ผู้ส่งและผู้รับจะมีการเปลี่ยนแปลงบทบาทกัน ไปมาในลักษณะการสื่อสารสองทาง โดยเมื่อผู้ส่งได้ส่งข้อมูลข่าวสารไปแล้ว ทางฝ่ายผู้รับทำการแปลความหมายข้อมูล

ที่รับมาและจะเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับกลับเป็นผู้ส่งเดิมเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่รับมา ในขณะที่เดียวกันผู้ส่งเดิมจะเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้รับเพื่อรับข้อมูลที่ส่งกลับมาและทำการแปลความหมายสิ่งนั้น ถ้ามีข้อมูลที่จะต้องส่งตอบกลับ ไปก็จะเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้ส่งอีกครั้งหนึ่งเพื่อส่งข้อมูลกลับไปยังผู้รับเดิม การสื่อสารในลักษณะที่ทั้งผู้ส่งและผู้รับจะวนเวียนเปลี่ยนบทบาทกันไปมาในลักษณะเชิงวงกลมด้วยลักษณะดังกล่าวทำให้ ออสกูต (Charles, 1974 : 62) และ ชแรมม์ (Wibur, 1974 : 56)

ได้สร้างแบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมขึ้น โดยเน้นถึงไม่เพียงแต่องค์ประกอบของการสื่อสารเท่านั้น แต่รวมถึงพฤติกรรมของทั้งผู้ส่งและผู้รับด้วย โดยที่แบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมนี้จะมีลักษณะของการสื่อสารสองทางซึ่งตรงกันข้ามอย่างเห็นได้ชัดกับการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของ แชนนันและวีเวอร์ ข้อแตกต่างอีกประการคือ ในขณะที่ความสนใจของ แชนนันและวีเวอร์ อยู่ที่ช่องทางการติดต่อระหว่างผู้ส่งและผู้รับ แต่ ออสกูตและ ชแรมม์ ได้มุ่งพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมของผู้ส่งและผู้รับซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในกระบวนการสื่อสาร

ข้อบ่งชี้ประสพการณ์ในทฤษฎีการสื่อสารของ ชแรมม์ ได้นำทฤษฎีการสื่อสารทางเดียวเชิงเส้นตรงของแชนนันและวีเวอร์มาใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายการสื่อสารที่เกิดขึ้นในการเรียนการสอน โดยเน้นถึงวัตถุประสงค์ของการสอน การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้อย่างดีมีประสิทธิภาพเฉพาะในส่วนที่ผู้ส่งและผู้รับทั้งสองฝ่ายต่างมีวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ความรู้ ฯลฯ ที่สอดคล้องกันและมีประสพการณ์ร่วมกัน จึงจะทำให้สามารถเข้าใจความหมายที่สื่อกันนั้นได้ ทั้งนี้เพราะผู้ส่งสามารถเข้ารหัสและผู้รับสามารถถอดรหัสเนื้อหาข่าวสารในข้อบ่งชี้ประสพการณ์ที่แต่ละคนมีอยู่ เช่น ถ้าไม่เคยเรียนภาษารัสเซีย เราคงไม่สามารถพูดหรือแปลความหมายของภาษารัสเซียได้ ดังนี้ เป็นต้น ถ้าส่วนของประสพการณ์ของทั้งผู้ส่งและผู้รับซ้อนกันเป็นวงกว้างมากเท่าใด จะทำให้การสื่อสารนั้นเป็นไปได้โดยสะดวกและง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะต่างฝ่ายจะเข้าใจสิ่งที่กล่าวถึงนั้น ได้เป็นอย่างดี แต่เมื่อใดที่วงของข้อบ่งชี้ประสพการณ์ซ้อนกันน้อยมากหรือไม่ซ้อนกันเลย แสดงว่าทั้งผู้ส่งและผู้รับแทบจะไม่มีประสพการณ์ร่วมกันเลย การสื่อสารนั้นจะทำได้ยากลำบากหรือแทบจะสื่อสารกันไม่ได้อย่างสิ้นเชิง ซึ่งสามารถทราบได้จากผลป้อนกลับที่ผู้ส่งกลับไปยังผู้ส่งนั่นเอง (Schramm and Wilber, 1954 : 68)

โดยสรุป การสื่อสารเชิงวงกลมของ ออสกูต และ ชแรมม์ การสื่อสารระหว่างบุคคลและแบบกลุ่มบุคคล ผู้ส่งและผู้รับจะมีการเปลี่ยนบทบาทกันไปมาในลักษณะการสื่อสารสองทางมุ่งพิจารณาเฉพาะพฤติกรรมของผู้ส่งและผู้รับซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนสำคัญในกระบวนการสื่อสาร

การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้อย่างดีมีประสิทธิภาพเฉพาะในส่วนที่ผู้ส่งและผู้รับทั้งสองฝ่ายต่างมีวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ความรู้ ฯลฯ ที่สอดคล้องคล้ายคลึงกันและมีประสบการณ์ร่วมกัน จึงจะทำให้สามารถเข้าใจความหมายที่สื่อกันนั้นได้

โดยสรุปแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารได้ว่า เป็นหลักวิธีการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ส่งไปยังผู้รับ เป็นกลไกทางสังคมที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตมนุษย์มาตั้งแต่ครั้งอดีตจนถึงปัจจุบัน ที่ทำให้มนุษย์เข้าใจกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ในการส่งสารรับสารติดต่อกัน ไม่ว่าจะเป็นทางวาจาหรือการกระทำ การแสดงออกหรือการแฝงความรู้ที่อยู่ข้างใน หรือการใช้ท่าทางภาษาคำพูดต่าง ๆ ใช้เป็นเครื่องมือเชื่อมต่อในการพัฒนาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม มนุษย์มีความต้องการพัฒนาในด้านการสื่อสารเพื่อให้เกิดความสะดวกในคุณประโยชน์ การเอื้ออำนวยในด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้อย่างรวดเร็วขึ้น และสัมพันธ์กับความต้องการที่สอดคล้องกันในการพัฒนาการของระบบทางสังคม

การสื่อสาร (Communication) คือ กระบวนการของการถ่ายทอดสาร (Message) จากบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่า ผู้ส่งสาร (Source) ไปยังบุคคลอีกฝ่ายหนึ่งเรียกว่า ผู้รับสาร (Receiver) โดยผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งตามหลักทฤษฎีในข้างต้นที่มีความเกี่ยวข้องในด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ สามารถสรุปได้โดยย่อ ๆ ได้ว่า เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลต่อ บุคคลหรือบุคคลต่อ กลุ่มบุคคล โดยใช้สัญลักษณ์ สัญญาณ หรือพฤติกรรมที่เข้าใจกัน มีการไหลของสารสองแบบ คือ การไหลทางเดียว (One Way Communication) และการไหลสองทาง (Two Ways Communication) ใช้หลัก  $S =$  ผู้ส่งสาร  $M =$  ตัวข้อมูลข่าวสาร  $C =$  ช่องทางการใช้สื่อสาร และ  $R =$  ผู้รับหรือแปลข้อมูลข่าวสารที่ส่งมา การวัดผลของการถ่ายทอดความรู้เห็นว่าได้ผลอย่างไรในปัจจุบันและอนาคต การรับส่งสารที่ถูกรบกวนมีสิ่งรบกวนเป็นอุปสรรคของการสื่อสารทำให้การสื่อสารไม่ได้ผลเต็มที่ และ ความสำคัญของการสื่อความหมาย การรับรู้ และการแปลความหมายของสัญลักษณ์ เป็นการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการเรียนการสอนที่สอดคล้องคล้ายคลึงและมีประสบการณ์ร่วมกัน เป็นต้น

การสื่อสารได้ให้ประโยชน์หลายประการ ทั้งต่อองค์กรและหน่วยงาน เป็นส่วนที่ช่วยส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการดำเนินกิจการองค์กรหรือสถาบันด้วย เป็นการช่วยสร้างและทำความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างองค์กรและกลุ่มเป้าหมาย ให้แต่ละฝ่ายได้มีโอกาสสร้างความคิดเห็น ความต้องการ ความสนใจ และทัศนคติต่อเรื่องราวต่างๆ ที่ตนเกี่ยวข้อง โดยการใช้สื่อและเครื่องมือ ตลอดจนหลักวิธีการดำเนินการ ขั้นตอนการสื่อสารที่ถูกต้อง



## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง

### 1. ความหมายของวิทยุกระจายเสียง

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้ให้คำนิยามไว้ว่า วิทยุ หมายถึง กระแสคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าชนิดที่เคลื่อนที่ไปตามอากาศโดยไม่ต้องใช้สาย และอาจเปลี่ยนเป็นเสียงหรือรูปได้ เรียกเครื่องที่มีหน้าที่เปลี่ยนคลื่นเสียงให้เป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าออกสู่อากาศว่า เครื่องส่ง และเรียกเครื่องที่มีหน้าที่เปลี่ยนคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าที่รับได้จากเครื่องส่งวิทยุให้กลับเป็นคลื่นเสียงตามเดิมว่า เครื่องรับวิทยุ ส่วนวิทยุกระจายเสียง (Radio Broadcasting) คือ การแพร่สัญญาณเสียงออกอากาศโดยใช้คลื่นวิทยุ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 : 1076)

กล่าวโดยสรุป วิทยุกระจายเสียง คือ การแพร่สัญญาณเสียงออกอากาศโดยใช้คลื่นวิทยุเคลื่อนที่ไปตามอากาศ มีเครื่องที่ทำหน้าที่เปลี่ยนคลื่นเสียงให้เป็นคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าออกสู่อากาศ เรียกว่า เครื่องส่ง และมีเครื่องที่ทำหน้าที่เปลี่ยนคลื่นแม่เหล็กไฟฟ้าให้กลับเป็นคลื่นเสียง เรียกว่า เครื่องรับวิทยุ

### 2. ความสำคัญของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง (สมาคมผู้บริโภครีโกลีสื่อสีขาว, 2550 : 21)

ในปัจจุบัน สื่อวิทยุกระจายเสียงนับว่ามีความจำเป็นและมีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่มีความแพร่หลายกว้างขวางอย่างรวดเร็ว นับเป็นสื่อหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสื่อสารไปยังประชาชน เนื่องจากเข้าถึงประชาชนได้เป็นอย่างดี ประชาชนทุกฐานะสามารถที่จะซื้อหาเป็นเจ้าของได้ อีกทั้งวิทยุยังให้ทั้งความรู้ ข่าวสารและความบันเทิง โดยที่ประชาชนมีโอกาสที่จะได้รับข่าวสารหรือสิ่งอื่นใดที่จะนำมาให้รู้ด้วยความรวดเร็ว เพื่อให้เกิดประโยชน์ส่วนรวมกับประชาชนและประเทศชาติ (สิทธิพร ศิริอสังการ, 2550 : 1)

กล่าวโดยสรุป สื่อวิทยุกระจายเสียงมีความสำคัญในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน เป็นสื่อที่มีความแพร่หลายกว้างขวางอย่างรวดเร็ว เข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศ ทุกวัย ทุกฐานะ และในทุกพื้นที่

### 3. ระบบการส่งวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงในปัจจุบันมีทั้งแบบอนาล็อกและดิจิตอล โดยแบ่งระบบการส่งกระจายเสียงออกเป็น 2 ระบบ ดังนี้

1. ระบบ เอ.เอ็ม. (AM) หมายถึง ระบบการผสมคลื่นที่เมื่อผสมกันแล้วทำให้ความสูงของคลื่นวิทยุเปลี่ยนแปลงไปตามคลื่นเสียง จึงเรียกว่าการผสมทางความสูงของคลื่น (Amplitude Modulation) หรือ AM วิทยุ AM ให้คุณภาพของเสียงไม่ดีนัก เพราะเกิดการรบกวนได้ง่าย เช่นถูกรบกวนจากสถานีข้างเคียง เครื่องใช้ไฟฟ้า และที่สำคัญคือการรบกวนจากธรรมชาติ ได้แก่ เวลาฝนตก ฟ้าแลบ ฟ้าผ่า สภาพอากาศแปรปรวนมากๆ จะทำให้เสียงขาดหายเป็นช่วงๆ

2. ระบบ เอฟ.เอ็ม. (FM) เป็นการผสมคลื่นทางความถี่ (Frequency Modulation) คือคลื่นวิทยุที่ผสมกับคลื่นเสียงแล้ว จะมีความถี่ไม่สม่ำเสมอ เปลี่ยนแปลงไปตามคลื่นเสียง แต่ความสูงของคลื่นยังคงเดิม วิทยุ FM ส่งกระจายเสียงด้วยความถี่ 88 - 108 MHz ให้คุณภาพเสียงดีเยี่ยม ไม่เกิดสัญญาณรบกวนจากสภาพอากาศแปรปรวน แต่ส่งได้ในระยะประมาณไม่เกินประมาณ 150 กิโลเมตร ปัจจุบันนิยมส่งในแบบสเตอริโอ ที่เรียกว่า ระบบ FM Stereo MultiPlex ซึ่งเครื่องรับวิทยุสามารถแยกสัญญาณออกเป็น 2 ช่อง คือ สัญญาณสำหรับลำโพงด้านซ้าย (L) และสัญญาณสำหรับลำโพงด้านขวา (R)

### 4. หน้าที่ของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงมีหน้าที่หลักโดยสรุป 4 ประการ คือ (วิชา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2529 :

207)

- 4.1 ให้ความรู้ (To Educate)
- 4.2 ให้ความเพลิดเพลิน (To Entertain)
- 4.3 ให้ข่าวสาร (To Inform)
- 4.4 ส่งเสริมความเข้าใจอันดี (Good Understanding)

### 5. กลวิธีการจัดรายการวิทยุเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่ความรู้

Jamison and Mc Anany (1978 : 59) ได้กล่าวถึง กลวิธีการจัดรายการวิทยุเพื่องานส่งเสริมเผยแพร่ความรู้ พอสรุปได้ดังนี้

5.1 การใช้วิทยุกระจายเสียงแบบเปิด (Open Broadcasting) เป็นวิธีการจัดรายการที่จัดขึ้น  
 ทั่วๆ ไป ในการให้ข่าวสารความรู้และความบันเทิงแก่ผู้ฟัง โดยไม่มีการจัดกลุ่มผู้ฟังหรือ ใช้สื่ออื่น ๆ  
 มาสนับสนุนการฟังรายการ

5.2 การใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อการรณรงค์ (Radio Campaigns) เป็นการเน้นเป้าหมาย  
 ในการรณรงค์เป็นหลักใหญ่ โดยมีวิทยุกระจายเสียงเป็นเครื่องมือในการสร้างความร่วมมือ  
 กัน หรือมุ่งไปกับการจัดกลุ่ม เพื่อดำเนินกิจกรรมในขณะที่มีการจัดรายการ และมีกิจกรรมต่อเนื่องกัน  
 ไป โดยอาศัยสื่ออื่น ๆ ประกอบด้วย

5.3 การใช้วิทยุกระจายเสียงแบบกลุ่มผู้ฟังประจำ (Regular Listening Groups) เป็น  
 วิธีการที่ประกอบด้วย การส่งข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงตามตารางที่กำหนดไว้คงที่ และการจัดทำ  
 กลุ่มเพื่อฟังรายการที่ออกอากาศ โดยที่ภายในกลุ่มที่รับฟังอาจมีการอภิปรายหรือแลกเปลี่ยน  
 ประสบการณ์กัน เช่น วิทยุกระจายเสียงแบบกลุ่มอภิปราย (Radio Farm Forums)

## 6. รูปแบบของรายการวิทยุ

รูปแบบของรายการวิทยุ สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภท คือ (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์,  
 2529 : 208-214)

6.1 รายการสนทนา (The Talk Programme) รายการประเภทนี้เป็นแบบแรกสุด  
 ที่ใช้ในการกระจายเสียง เป็นรูปแบบที่ง่ายที่สุด และยังเป็นรูปแบบที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด การสร้าง  
 บรรยากาศคุยกันฉันท์มิตร (Friendly Chat) ในเนื้อหาเรื่องใดเป็นสิ่งที่สำคัญ รายการประเภทนี้คือ  
 บทความภาษาพูดที่เหมือนกับบทความทั่วไป ซึ่งต้องมี คำนำ เนื้อเรื่อง การจบที่กระชับ ถ้อยคำที่ใช้  
 ต้องมีชีวิตชีวา จับใจผู้ฟัง อธิบายให้เข้าใจได้ง่าย พัฒนาข้อโต้แย้งหรือแนวคิดให้เด่นชัด จากนั้นสรุปสิ่ง  
 ที่พูดไป ผู้จัดรายการประเภทนี้บางคนกำหนด โครงสร้างการพูดเป็น 4 ลำดับคือ

6.1.1 เริ่มต้นจะพูดเรื่องนั้น (Begin to say it)

6.1.2 พูดเรื่องนั้น (Say it)

6.1.3 พูดเรื่องนั้นอีกครั้ง (Say it again)

6.1.4 พูดสิ่งที่ได้พูดไปแล้ว (Say what you have said)

การเขียนบทรายการสนทนาทางวิทยุ ควรมีชีวิตชีวา มีสีสัน ตรงประเด็น ไม่ควรคล  
 อบคลุมหลายจุด บทความที่มีการเตรียมอย่างดีคือ บทความที่ให้ผู้พูดมีเวลาพอที่จะอธิบายจุดต่าง ๆ ได้

อย่างชัดเจน และมีการกล่าวซ้ำ ทบทวนจุดเหล่านั้น หลีกเลียงคำหรือถ้อยคำที่เข้าใจยาก ภาษาดังประเทศ หรือถ้อยคำที่ถูกผู้ฟัง

6.2. รายการสัมภาษณ์ (The Interview) ความจริงแล้วรายการสัมภาษณ์เป็นรายการสนทนาประเภทหนึ่ง รายการสัมภาษณ์ทางวิทยุมีหลายชนิด แต่แบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

6.2.1 Personality Interview เป็นการสัมภาษณ์เพื่อนำเอาบุคลิกดีเด่นของผู้ให้สัมภาษณ์มาตีแผ่ให้ผู้ฟังทราบ และเป็นการบอกเรื่องราวเกี่ยวกับความคิด หรือชีวิตของบุคคลนั้น

6.2.2 Informationality Interview เป็นการสัมภาษณ์เพื่อแสวงหาความรู้ความจริง เช่น ความจริงเกี่ยวกับข่าวที่เกี่ยวข้อง พัวพันกับบุคคลนั้น หรือเกี่ยวกับงานที่เขาทำ หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องบางอย่างของผู้ให้สัมภาษณ์

การสัมภาษณ์อาจนำไปใช้ประกอบรายการข่าว รายการนิตยสารทางอากาศ หรือรายการสารคดีก็ได้ การเตรียมการสัมภาษณ์เริ่มจากการค้นคว้าหาความรู้เกี่ยวกับเรื่องและบุคคลที่จะสัมภาษณ์ เพื่อที่จะสามารถตั้งคำถามได้เป็นอย่างดี การจบการสัมภาษณ์ควรจบด้วยข้อคิดที่มีเหตุผล หรือด้วยความคิดประกอบอารมณ์ขันซึ่งประทับใจของผู้ฟังให้คิดต่อไป

6.3 รายการอภิปราย (The Discussion) เป็นการสร้างเวทีของการแลกเปลี่ยนความคิด โดยความคิดนั้นอาจมีความสำคัญต่อผู้ฟัง ในฐานะบุคคล ในฐานะสมาชิกของชุมชน และในฐานะประชาชนคนหนึ่ง หรือความคิดนั้นอาจเป็นเพียงสาระบันเทิงแก่ผู้ฟังก็ได้ แต่ไม่ว่าจะเป็นการเสนอความคิดแบบใด จุดประสงค์ของรายการอภิปรายก็เพื่อทำให้คนมีการคิด การอภิปรายอาจประกอบด้วย ประธาน 1 คน และผู้ร่วมอภิปรายอีก 3-4 คน สิ่งจำเป็นของการอภิปรายคือ ความขัดแย้ง (conflict) ผู้ร่วมอภิปรายต้องมีความคิดเห็นแตกต่างกัน รายการอภิปรายที่ทุกคนเห็นพ้องกันหมดเป็นรายการที่จืดชืด น่าเบื่อ ใ้ได้ง่าย

6.4 รายการข่าว (The News Programme) รายการประเภทนี้คือการรายงานความจริงที่เกิดขึ้น ข่าวมี 2 ประเภทคือ Hard News และ Soft News ข่าวประเภทแรกเป็นเหตุการณ์ที่สำคัญที่เกิดขึ้น เช่น การแถลงการณ์สำคัญของรัฐบาล เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับประชาชนส่งผลกับประชาชน เป็นต้น ส่วนข่าวประเภทที่สองเป็นข่าวที่มีลักษณะข่าวสารความรู้ ไม่มีความสำคัญเร่งด่วนเท่าประเภทแรก ข่าวที่ใช้ในรายการนิตยสารทางอากาศหรือรายการสนทนาบางอย่างจัดได้ว่าเป็น Soft News

6.5 รายการสารคดีและนิตยสารทางอากาศ (Documentary and Magazine Programme) รายการสารคดีเป็นการใช้เสียงเล่าเรื่องราว โดยใช้เสียงคน เสียงกิจกรรมต่าง ๆ เสียงเพลง

และเสียงประกอบอื่น ๆ สิ่งที่สำคัญของสารคดีคือ ผู้บรรยาย เสียงของผู้ประกาศมีความสำคัญมาก การบรรยายสารคดีไม่ใช่การอ่านข่าวหรืออ่านประกาศ แต่เป็นการเล่าเรื่อง (Story-Telling) ผู้ผลิตรายการสารคดีต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์มากพอสมควร และควรมีความรู้ทางด้านหนังสือพิมพ์ (Journalism) เพื่อรู้จักรวบรวม ประเมินข้อเท็จจริง และสามารถเขียนข้อเท็จจริงออกมาในแนวของละคร เพื่อให้เรื่องตื่นเต้น ชวนสงสัย ติดตาม หากขาดความสามารถนี้แล้ว ยากที่จะทำรายการสารคดีได้สำเร็จ นอกจากนี้ผู้ทำรายการสารคดียังจำเป็นต้องมีความสามารถในการวิจัย ค้นคว้าหาความรู้ มีความชำนาญต่อการใช้วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ ในงานวิทยุ ชำนาญในการตัดต่อเทป และมีความสามารถในการเขียน

รายการนิตยสารทางอากาศก็มีความคล้ายๆ กับรายการสารคดี แตกต่างกันตรงที่วัตถุประสงค์ในการจัดรายการ วัตถุประสงค์ของรายการสารคดีนั้น เพื่อให้การศึกษา (To Educate) โดยการกระตุ้น จูงใจ ส่วนวัตถุประสงค์ของรายการนิตยสารทางอากาศนั้น เพื่อให้ข่าวสาร (To Inform) รายการนิตยสารทางอากาศจะมีความยาวแตกต่างกันไป ปกติจะยาวประมาณ 15-30 นาที ประกอบด้วยการสนทนาสั้น ๆ การสัมภาษณ์ การรายงานในท้องถิ่น การวิจารณ์ เพลง และบางครั้งก็อาจมีบทกวี เรื่องสั้นประกอบด้วย โดยแต่ละส่วนประกอบจะยาวประมาณ 2-3 นาที การวางโครงเรื่องว่าเรื่องใดจะนำเสนออย่างไร เสนออะไรก่อน หลัง เป็นสิ่งที่จะต้องใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบ ข้อเสนอแนะโดยทั่วไป ควรเปิดรายการด้วยเรื่องสั้น ๆ ที่มีความสำคัญ เป็นที่สนใจของผู้ฟัง เพื่อจับผู้ฟังให้ติด เรื่องหนัก ๆ ควรเก็บไว้เสนอในช่วงหลัง เมื่อรายการดำเนิน ไป 2 ใน 3 ของเวลาทั้งหมดแล้ว ส่วนเรื่องเบา ๆ ชวนหัวนั้น มักนำเสนอตอนท้ายของรายการ

รายการที่ยาว ๆ ปกติจะใช้การเปิดเพลงสั้น ซึ่งทำหน้าที่เสมือนตัวเชื่อมระหว่างเรื่องแต่ละเรื่อง แต่ก็ไม่ควรใช้เพลงเป็นตัวเชื่อมไปตลอด การพูดที่เป็นธรรมชาติและนำเสนอใจก็เป็นตัวเชื่อมที่ดี การพูดเพื่อเชื่อมระหว่างเรื่องนี้เรียกว่า Transitions หากมีการพูดเชื่อมที่ดีแล้วเกือบจะไม่ต้องใช้เสียงเพลงเป็นตัวเชื่อมเลย การเชื่อมเรื่องที่ดีจะทำให้รายการมีชีวิตชีวา น่าสนใจติดตามฟัง

6.6 รายการสาระบันเทิง (Information/Entertainment) รายการสาระบันเทิงเป็นรูปแบบหนึ่งที่น่าจะจัดรายการนิยมใช้ โดยการนำเสนอความบันเทิงตามที่คุณฟัง (บุคคลเป้าหมาย) ต้องการเพื่อสร้างบรรยากาศของสิ่งแวดล้อม ให้ผู้ฟังพร้อมที่จะรับฟังเกร็ดความรู้ซึ่งผู้จัดรายการ จะสอดแทรกควบคู่ไป ประเภทของความบันเทิงนั้นขึ้นอยู่กับความสนใจของบุคคลเป้าหมาย ซึ่งอาจเป็นเพลง ละครดนตรี เรื่องขำขันก็ได้ การสอดแทรกความรู้ อาจทำได้ 2 แบบคือ แทรกอยู่ในเนื้อเพลง บทละครเรื่องขำขัน หรือแยกข่าวสารออกต่างหาก เช่น การพูดข่าวสาร ความรู้ คั่นระหว่างการเปิดเพลง การผสมผสานรูปแบบรายการ นักจัดรายการควรใช้ความคิดสร้างสรรค์ผสมผสานรูปแบบรายการ ให้มีชีวิตชีวา



น่าสนใจ ติดตามรับฟัง จุดมุ่งหมายของผู้จัดรายการก็เพื่อหารูปแบบที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการสื่อข่าวสารที่ต้องการไปยังบุคคลเป้าหมาย ตัวอย่างการผสมผสานรูปแบบรายการวิทยุทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ เช่น รายการข่าว-การสัมภาษณ์ รายการบันเทิง-ข่าว-สัมภาษณ์ รายการบันเทิง-สัมภาษณ์ รายการนิตยสารทางอากาศการสัมภาษณ์ เป็นต้น

### แนวคิดแหล่งข่าวสารในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม

Rogers (1983 : 55) เสนอแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนวัตกรรม (Innovation-Decision Process) ว่าประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ

1. **ขั้นความรู้ (Knowledge)** เป็นขั้นตอนที่บุคคลจะรับทราบเกี่ยวกับนวัตกรรม และมีความเข้าใจบางอย่างเกี่ยวกับหน้าที่ การทำงานของนวัตกรรม
2. **ขั้นจูงใจ (Persuasion)** บุคคลจะมีการสร้างทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อนวัตกรรม ภายหลังจากขั้นความรู้แล้ว
3. **ขั้นตัดสินใจ (Decision)** บุคคลจะเข้าไปเกี่ยวข้องในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจที่จะยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม
4. **ขั้นใช้นวัตกรรม (Implementation)** บุคคลใช้นวัตกรรมหรือปฏิบัติตามข้อเสนอแนะการใช้นวัตกรรม เป็นขั้นตอนของการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และในขั้นตอนนี้อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุง หรือคิดค้นนวัตกรรมชิ้นใหม่ (Re-Invention) ก็ได้ ภายหลังจากที่ได้ใช้นวัตกรรมไปแล้ว
5. **ขั้นยืนยัน (Confirmation)** บุคคลจะแสวงหาแรงเสริม เช่น ข่าวสาร ผลประโยชน์ หลักฐานยืนยัน คำลึงใจ ผลตอบแทน เป็นต้น เพื่อดำรงการใช้นวัตกรรมต่อไป โดยที่อาจเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจ หากพบข้อมูลขัดแย้งเกี่ยวกับนวัตกรรมก็ได้

Lionberger and Gwin (1982 : 114) รวบรวมชนิดของข่าวสารและแหล่งข้อมูลที่สำคัญในขั้นตอนกระบวนการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ชนิดของข่าวสารและแหล่งข้อมูลที่สำคัญในขั้นตอนกระบวนการยอมรับนวัตกรรม  
ของ Lionberger and Gwin (1982 : 115)

ขั้นตอน	หน้าที่ปฏิบัติ	ชนิดของข่าวสารที่ต้องการ	แหล่งข่าวที่สำคัญ
ต้นตัวรับรู้	ให้ข่าวสาร	ประกาศ (Notification) เกี่ยวกับการมีเทคโนโลยี วิทยาการใหม่ๆ	สื่อมวลชน เพื่อนบ้าน อปม. อสม.
สนใจ	จงใจ	ลักษณะการทำงานให้ก่อผล (Operational) ใช้ได้ต้องมีประโยชน์ต่อผู้ใช้อย่างไร	สื่อมวลชน เพื่อนบ้าน อปม. อสม.
ประเมินผล	ช่วยการตัดสินใจ	ข่าวสารช่วยในการวินิจฉัย (Judgmental) ผลทางเศรษฐกิจ สังคม	บุคคลที่วางใจ สังเกตจากการทดลอง ในท้องถิ่น
ทดลอง	ให้เกิดการใช้ นวัตกรรม	ผลการทดลองในท้องถิ่น และที่อื่นๆ	เพื่อนบ้านที่มี ประสบการณ์ เจ้าหน้าที่ เอกสาร
ยอมรับ	สร้างความมั่นใจ	ผลลัพธ์ต่าง ๆ (Results) จากประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น	ประสบการณ์ของ ตนเองและการสังเกต

จะเห็นได้ว่า สื่อมวลชนนั้นเป็นแหล่งข่าวสาร (Source) ที่สำคัญในขั้นตอน ต้นตัวรับรู้ และสนใจ ซึ่งมีหน้าที่ในการให้ข่าวสารและจงใจ การใช้สื่อมวลชน เช่น วิทยุกระจายเสียงในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนใน 2 ขั้นตอนนี้ จะช่วยให้ประหยัดทรัพยากรได้อย่างดี

การศึกษาในประเทศนี้เนื้อหาข่าวสารที่เผยแพร่ทางสื่อวิทยุกระจายเสียงนับเป็นเรื่องสำคัญ เพราะผู้จัดรายการวิทยุนั้นเปรียบเสมือน Gatekeeper ทำหน้าที่เลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่สู่ผู้ฟัง ทั้งเป็นผู้สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง โดยที่สามารถให้เนื้อหา ข่าวสาร ความรู้ จำนวนมาก หลากหลายแก่ประชาชน ให้ประชาชนมองโลกได้กว้างขวางยิ่งขึ้น หรือสามารถเน้นหรือกำหนดความสนใจของประชาชนให้อยู่กับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Agenda-setting) ก็ได้ อย่างไรก็ตามมิใช่เพียงผู้ส่งสาร (Source) หรือผู้จัดรายการวิทยุที่ดำรงฐานะเป็น Gatekeeper ในการส่งสารทางสื่อมวลชน ประชาชนหรือผู้รับสาร (Receiver) ก็ดำรงฐานะนี้ด้วย กล่าวคือหากประเทศนี้เนื้อหา ข่าวสารที่เป็นที่น่าสนใจ

ชอบ หรือมีโอกาสดังกล่าวเปิดประตูลับข่าวสารนั้นๆ โดยมีประเด็นทางด้านจิตวิทยาและสังคมที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

### 1. การเลือกรับรู้ (Selective Perception)

อาจแยกเป็นพฤติกรรมได้ 3 แบบ คือ (พีระ จิตร โสภณ, 2534 : 437-439)

1.1 การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) คือ บุคคลมีแนวโน้มที่จะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง หลีกเลี่ยงการสื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตนเอง

1.2 การเลือกรับรู้ (Selective Perception) คือ แนวโน้มของคนที่จะเปิดรับและตีความเพื่อให้การสื่อสารนั้นเป็นไปตามความคิดเห็นและความพอใจของตนเอง โดยการบิดเบือนสารให้มีทิศทางไปในทางเป็นที่พึงพอใจของตนเอง ดังนั้นผู้ฟังหลายคนอาจได้ยินสารอย่างเดียวกันแตกต่างกันออกไป

1.3 การเลือกจดจำ (Selective Retention) การเลือกรับรู้มีความเกี่ยวข้องกับการเลือกจดจำอย่างเห็นได้ชัดเจน ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นแก่คนที่สนใจและพร้อมที่จะเข้าใจ ขณะเดียวกันก็พร้อมที่จะลืมสาร เมื่อไม่สนใจที่จะรับรู้และไม่พร้อมที่จะเข้าใจ

### 2. ความสนใจ (Attention)

ความสนใจเป็นขั้นตอนแรกของผู้รับสาร ขอมรับสารจากผู้ส่งสาร ความสนใจเป็นกระบวนการทางจิตที่ซับซ้อนมาก อาจถือได้ว่าเป็นกระบวนการปรับตัวของประสาทของผู้รับสาร โดยทั่วไปบุคคลมักให้ความสนใจหรือถูกกระตุ้นให้สนใจด้วยสิ่งต่อไปนี้

- 2.1 สารของตัวกระตุ้น หมายถึง เรื่องและเหตุการณ์ที่น่าสนใจ เช่น เรื่องใกล้ตัว ส่วนตัว ทันสมัย น่าสงสัย หลากหลาย แปลกใหม่ มีอารมณ์ขัน หรือภาษาที่ใช้มีพลัง มีชีวิตชีวา เร้าอารมณ์
- 2.2 วิธีการเสนอสารของตัวกระตุ้น เช่น การเน้น การซ้ำ เป็นต้น
- 2.3 ลักษณะของตัวกระตุ้น เช่น ขนาด สี เสียง ความเคลื่อนไหว เป็นต้น

### 3. การรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การสื่อสาร ทักษะคิด และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสาร การจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับ ตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง เนื่องจากคนเราไม่

สามารถรับรู้เรื่องราวทุกอย่างได้ทั้งหมด แต่เลือกรับรู้เพียงบางอย่างเท่านั้น บุคคลมีความสนใจและรับรู้เรื่องต่างๆ ต่างกันไปแต่ละคน อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า การรับรู้ของบุคคลเป็นผลมาจากสภาพร่างกาย หรือความสามารถทางกายภาพของบุคคล การเรียนรู้ทางสังคมและวัฒนธรรม และลักษณะทางจิตวิทยาของบุคคล นอกจากนี้ยังมีปัญหาการรับรู้แบบอื่นๆ ซึ่งทำให้การสื่อสารไม่มีประสิทธิภาพ เช่น การรับรู้แบบมีอคติ การรับรู้แบบเหมารวม การรับรู้แบบสุดขั้ว (สุชา จันทร์เอม, 2533 : 119-121)

## แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

### 1. ความหมายของการผลิตรายการวิทยุ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 (2542 : 727) ได้ให้ความหมายของการผลิตไว้ว่า การผลิต หมายถึง ทำให้เกิดขึ้นตามที่ต้องการด้วยอาศัยแรงงานหรือเครื่องจักร เป็นต้น

ทิวาพร แสนเมืองจีน (2543 : 4) ได้ให้ความหมายของการผลิตรายการวิทยุไว้ว่า การผลิตรายการวิทยุ คือ การทำให้เรื่องราว หรือเนื้อหาถ่ายทอดเป็นเสียง โดยเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบของเสียงอย่างเหมาะสมกับเนื้อหา รูปแบบ และความยาวรายการ

กล่าวโดยสรุป การผลิตรายการวิทยุ หมายถึง การทำให้เรื่องราว ข่าวสาร เนื้อหาต่าง ๆ ถ่ายทอดออกมาเป็นเสียง โดยมีผู้ทำหน้าที่ผลิตรายการตามรูปแบบของรายการ มีการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบของเสียงอย่างเหมาะสมกับเนื้อหา รูปแบบ และความยาวของรายการ

### 2. ความสำคัญของการผลิตรายการวิทยุ

สกุลศรี ศรีสารคาม (2556 : 2) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการผลิตรายการวิทยุไว้ว่า คุณค่าของวิทยุกระจายเสียงอยู่ที่การเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกระดับ ไม่ว่าจะเพศใด วัยใด อาชีพใด หรือภูมิถิ่นใด สามารถรับฟังวิทยุได้ แม้แต่คนพิการทางสายตาหรือผู้ที่ไม่รู้หนังสือ ก็ยังมีโอกาสได้เปิดโลกทัศน์ ได้รับความบันเทิง และข่าวสารความรู้ ดังนั้น วิทยุกระจายเสียงจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคน การผลิตรายการวิทยุที่มีเนื้อหา สาระ ความรู้ที่ดีเหมาะสมกับเพศ วัย การศึกษา อาชีพ หรือภูมิถิ่นใด ก็จะส่งผลให้ผู้ฟังรายการได้รับประโยชน์มากขึ้นด้วย

### 3. องค์ประกอบการผลิตรายการวิทยุ

บุญเกื้อ ควรหาเวช (2533 : 22-23) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง มีดังนี้

1. ผู้ฟัง (Audience) หมายถึง กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (Target Audience) จะเป็นผู้ตัดสินว่ารายการที่จัดประสบความสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการจะต้องรู้ว่ากลุ่มผู้ฟังรายการเป็นใคร ควรรู้ให้ซึ่งไปถึงประวัติ พฤติกรรม และทัศนคติของคนในกลุ่มนั้นด้วย

2. เนื้อหา (Content) หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังได้ฟัง การบรรจุเนื้อหาควรจะต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

3. วิธีนำเสนอ (Technique of Program Presentation) เป็นกระบวนการที่จะนำเสนอ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ

3.1 ภาษาพูด (Language) ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย กะทัดรัด เหมาะสมกับสภาพการฟังวิทยุของผู้ฟังโดยทั่วไป

3.2 สีสากการพูด (Style) ควรพูดเหมือนกับเพื่อน

3.3 เพลงประกอบ (Program Music) ใช้ในการแนะนำรายการ คั่นรายการ สร้างบรรยากาศเปลี่ยนฉาก หรือเรื่องราวที่จะพูด

3.4 เสียงประกอบ (Sound Effect) เป็นเสียงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อนำมาสอดแทรกในรายการ

3.5 ความหลากหลาย (Variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) การเสนอรายการที่มีความหลากหลาย จะช่วยให้รายการไม่น่าเบื่อ ซึ่งจะต้องอาศัยสีสากการพูด เพลงประกอบหรือเสียงประกอบ

4. เวลาออกอากาศ (Air Time) เป็นตัวกำหนดให้ผลิตรายการในรูปแบบใดได้บ้าง เพราะเวลาออกอากาศหมายถึงเวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะฟังรายการต่างๆ จากผู้จัดรายการ

5. การประเมินผล (Evaluation) ความสำเร็จของการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ฟังอย่างเดียวกัน ดังนั้น จึงต้องมีการประเมินผลเป็นประจำหรือเป็นระยะๆ ไป

เป้าหมายของสถานีวิทยุกระจายเสียงในการจัดรายการทั่วไป มุ่งสนองความต้องการของผู้ฟัง ซึ่งความต้องการของผู้ฟัง จำแนกได้เป็น 2 ลักษณะคือ ความต้องการภายในอันเป็นความต้องการทางอารมณ์หรือจิตใจลักษณะใดลักษณะหนึ่ง และความต้องการภายนอกอันเป็นความต้องการทาง



สังคมและการยอมรับนับถือจากหมู่คนอีกลักษณะหนึ่ง ความต้องการภายนอกได้แก่ ความต้องการความเร็วในข่าวสารบ้านเมือง เหตุการณ์ต่าง ๆ สนใจวิทยาการเพื่อประเทืองปัญญา และประยุกต์ใช้ในวิชาชีพ เมื่อเข้าสู่สมาคมพบกับหมู่คนสามารถสนทนาเรื่องราวต่าง ๆ ได้ถูกต้อง มีทัศนคติที่กว้างขวางที่เป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั่วไป ส่วนความต้องการภายในซึ่งเป็นความต้องการทางอารมณ์หรือจิตใจ เป็นความต้องการภายในของแต่ละบุคคล รายการกลุ่มที่สนองความต้องการภายในของคนที่ส่วนใหญ่ได้แก่ รายการบันเทิง เพลง ดนตรี ละคร และการแสดงตลก เป็นต้น

วิจิตร ภักดีรัตน์ (2530 : 54) ได้กล่าวว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่เหมาะสมในการให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟัง ดังจะเห็นได้ว่านับตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงกันมา รายการหลักที่มีทุกวันคือ ข่าวและดนตรี ถือว่าเป็นรายการพื้นฐานที่ผู้ฟังยอมรับและพอใจ และถือได้ว่าสนองความต้องการของประชาชนได้แล้ว ทั้งความต้องการภายนอกและความต้องการภายใน

สุภาพร โพธิ์แก้ว (2542 : 64-65) ได้กล่าวถึงขั้นตอนการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงว่า การผลิตรายการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายหลังการกำหนดแนวทางในการผลิตรายการ คือหลังจากที่ผู้ผลิตรายการได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวกับกลุ่มผู้รับสาร เป้าหมาย รูปแบบ และประเภทของรายการที่ควรจะมีผลิต ประเด็น และขอบเขตเนื้อหา เวลาในการนำเสนอรายการและเวลาออกอากาศ รวมทั้งงบประมาณในการผลิตรายการ นับเป็นขั้นตอนแรกของการผลิตรายการ ถึงแม้ว่าการผลิตรายการแต่ละประเภทนั้นอาจจะมีขั้นตอนที่แตกต่างกันไปบ้าง แต่โดยทั่วไปก็จะประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังผลิต

1. ขั้นตอนเตรียมการก่อนผลิต เป็นขั้นเตรียมความพร้อมก่อนการบันทึกเสียง ประกอบด้วย ขั้นตอนย่อยๆ คือ

1.1 ศึกษาแนวทางการผลิตรายการ คือการทำความเข้าใจในข้อมูลพื้นฐานทุก ๆ ด้าน ที่กำหนดในแนวทางการผลิตรายการ เช่น กลุ่มผู้รับสาร เป้าหมาย รูปแบบ และประเภทของรายการ และประเด็นเนื้อหา เป็นต้น

1.2 วางแผนผลิตรายการ เป็นขั้นตอนที่ผู้ผลิตรายการตัดสินใจ โดยใช้ข้อมูลที่มีอยู่ว่าจะดำเนินการผลิตรายการอย่างไร จึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ของรายการ จะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ซึ่งได้แก่ บุคคล วัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และเวลา ให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างไร

1.3 เขียนบท เป็นขั้นตอนที่ผู้ผลิตรายการมอบหมายให้ผู้เขียนบทนำความคิดและประเด็นเนื้อหาอย่างกว้าง ๆ ไปสร้างจินตนาการ และเรียบเรียงออกมาเป็นคำพูด

1.4 เตรียมวัสดุรายการและประสานงาน จากการศึกษาบทวิทยุหรือ โครงสร้างของบทย่างคร่าวๆ จะทำให้ผู้ผลิตรายการสามารถจัดเตรียมวัสดุรายการที่เหมาะสมสำหรับใช้งานในการผลิตรายการนั้น เช่น อาจต้องเตรียมอุปกรณ์สำหรับการออกบันทึกรายการ นอกสถานที่ เป็นต้น รวมทั้งประสานงานผู้ร่วมงานฝ่ายต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในบท เช่น ผู้ดำเนินรายการ ช่างเทคนิค และวิทยากรผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษ การประสานงานถือเป็นหัวใจที่จะทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามแผนผลิตรายการที่วางไว้

1.5 ชักซ้อม การผลิตรายการวิทยุที่ดีนั้นต้องมีการชักซ้อมก่อนการบันทึกรายการ โดยเฉพาะกรณีที่เป็นรายการออกอากาศสด ซึ่งหากผิดพลาดจะไม่มีการบันทึกใหม่ได้ การชักซ้อมอาจมีหลายขั้นตอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของรายการ

2. ขั้นตอนผลิต การผลิตรายการในขั้นนี้มี 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ ผลิตในลักษณะรายการสด กล่าวคือ ขั้นตอนการผลิตรายการกับขั้นตอนการออกอากาศรายการเป็นขั้นตอนเดียวกัน เช่น รายงานข่าวประจำวัน เป็นต้น ส่วนอีกลักษณะหนึ่งคือ เป็นรายการบันทึกเทปเพื่อนำไปออกอากาศต่อไป

3. ขั้นหลังผลิต คือ การประเมินผลในการจัดรายการ เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงการจัดรายการในครั้งต่อไป

กล่าวโดยสรุป การผลิตรายการวิทยุ หมายถึง การทำให้เรื่องราว ข่าวสาร เนื้อหาต่างๆ ถ่ายทอดออกมาเป็นเสียง โดยมีผู้ทำหน้าที่ผลิตรายการตามรูปแบบของรายการ มีการเลือกใช้อองค์ประกอบของเสียงอย่างเหมาะสมกับเนื้อ รูปแบบ และความยาวของรายการ องค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ประกอบด้วย ผู้ฟัง ผู้ฟัง (Audience) เนื้อหา (Content) วิธีการเสนอ (Technique of Program Presentation) เวลาออกอากาศ (Air Time) การประเมินผล (Evaluation) การผลิตรายการประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอนคือ ขั้นเตรียมการก่อนการผลิต ขั้นการผลิต และขั้นหลังผลิต หากการผลิตรายการวิทยุที่มีเนื้อหา สาระ ความรู้ที่ดีมีประโยชน์ เหมาะสมกับเพศ วัย การศึกษา อาชีพ หรือภูมิฐานะ ก็จะส่งผลให้ผู้ฟังรายการได้รับประโยชน์มากขึ้นด้วย

#### 4. คุณสมบัติของผู้จัดรายการ

ในกระบวนการสื่อสารผู้จัดรายการถือเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการชี้แนะว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่ง ๆ นั้นจะเป็นไปในรูปแบบใด และมีผลอย่างไร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้จัดรายการคือ ผู้กระตุ้น (Stimulus) ที่จะทำให้เกิดการตอบสนอง

(Response) จากผู้ฟัง อย่างไรก็ตามการจะทำให้ผู้ดำเนินรายการเป็นบุคคลที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้นั้น ผู้จัดการรายการต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสม ได้แก่ คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ ด้านความรู้ และประสบการณ์ และคุณสมบัติด้านเสียง เป็นต้น โดย สุมล อยู่สิน (2535 : 46-47) ได้พูดถึงคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพของผู้จัดการรายการว่าควรมีคุณสมบัติ ดังนี้

1. ต้องรู้งานฝ่ายต่างๆ ในสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงที่ตนสังกัดอยู่เป็นอย่างดี เพื่อให้เข้าใจการปฏิบัติงานของทุกฝ่าย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการจัดการรายการ

2. ต้องเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และมีจินตนาการ เพราะงานด้านจัดการรายการเป็นงานศิลปะ คือ ศิลปะในการสร้างความชื่นชมให้แก่ผู้ฟัง ถ้าผู้จัดการรายการไม่มีความคิดสร้างสรรค์ สิ่งใหม่ๆ ก็ไม่สามารถแข่งขันกับสถานีวิทยุอื่น ๆ ได้

3. ต้องเรียนรู้ความต้องการและรสนิยมของผู้ฟังส่วนใหญ่ ผู้ดำเนินรายการที่ดีต้องไม่ใช้ความชอบของตนเป็นเครื่องวัดว่าจะทำให้ผู้อื่นชอบตามไปด้วย ถึงแม้จะกล่าวว่าผู้ดำเนินรายการควรมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ความคิดสร้างสรรค์นั้นต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ฟัง

4. ผู้ดำเนินรายการต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ และยืนยันการตัดสินใจจากข้อมูลที่มีอยู่ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ได้แก่ การตลาด คู่แข่งขัน และผู้ฟัง ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของสถานี งบประมาณ บุคลากร และทรัพยากรในการผลิต

5. ผู้ดำเนินรายการต้องสามารถคาดคะเนจำนวนผู้ฟัง และต้องรู้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟัง เช่น อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม และที่อยู่อาศัย ได้อย่างถูกต้อง โดยอาศัยข้อมูลการจากสำรวจวิจัยที่ผู้อื่นทำไว้ หรือจัดทำขึ้นเอง

6. ผู้ดำเนินรายการต้องมีความขยัน ตั้งใจที่จะเรียนรู้ มีความเชื่อมั่นในตนเองกล้าตัดสินใจ และสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

7. ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพราะในการจัดการรายการวิทยุจะต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นเสมอ และจะต้องทำร่วมกับเป็นคณะ จึงต้องสามารถทำตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ทั้งเพื่อร่วมงาน และคนในชุมชนโดยรอบ ซึ่งในบางครั้งผู้ดำเนินรายการจำเป็นต้องติดต่อด้วย เพราะเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ

นอกจากนี้ สุมล อยู่สิน ยังได้กล่าวถึงคุณสมบัติการศึกษา และประสบการณ์ของผู้จัดการรายการวิทยุกระจายเสียงในฐานะสื่อมวลชนว่ามีความสำคัญมาก เพราะสื่อมวลชนมีหน้าที่ให้ความรู้ หรือให้การศึกษแก่ผู้ฟังทั้งตรงและทางอ้อม ดังนั้น ผู้จัดการรายการจึงควรเป็นผู้มีการศึกษาคือ มีความรู้กว้างขวาง เนื่องจากการศึกษาจะทำให้ผู้ดำเนินรายการมีโลกทัศน์กว้าง สามารถมองปัญหาและวิเคราะห์ได้อย่างลึกซึ้ง รวมทั้งทำให้เป็นผู้มีรสนิยมดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (2531 : 39) ในงานวิทยุกระจายเสียง “เสียง” ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้ ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของเสียงที่เหมาะสมกับงานวิทยุกระจายเสียงไว้ดังนี้

1. น้ำเสียงชัดเจน เสียงที่เหมาะสมกับงานวิทยุ นั้น ต้องมีความชัดเจน สื่อความหมายตามบทตามข้อความ หรือตามรูปแบบรายการต่างๆ ได้เป็นอย่างดี เมื่อผู้ฟังแล้วสามารถแยกได้ว่าเป็นเสียงของเพศใด อายุเท่าไร กำลังถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด อารมณ์ และความรู้สึกอะไรให้ฟัง

2. อักษรวิธีถูกต้อง ภาษาทุกภาษา ย่อมมีเอกลักษณ์และข้อกำหนดในการเขียน การอ่าน เมื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นเรื่องของเสียง ความสามารถในการอ่าน การพูดอย่างถูกต้องชัดเจนตามอักษรวิธี จึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นและสำคัญ โดยรวมถึงการรู้จักเว้นวรรค เว้นช่วงการให้น่าหนักในคำ ในข้อความที่ถูกต้องชัดเจนด้วย

3. สีสานการนำเสนอ น่าฟัง เป็นเรื่องสำคัญของการเสนอเสียงทางวิทยุกระจายเสียง เพราะแม้จะอ่าน หรือพูดได้ถูกต้องตามอักษรวิธี แต่สีสันการนำเสนอไม่ดีก็ทำให้ขาดความน่าฟังไปได้ สีสานการนำเสนอที่น่าฟังคือ การพูดหรืออ่าน ต้องเป็นการพูดคุยหรือการเล่า อย่างมีจังหวะจะโคน การหยุด การต่อต้องตรงตามวรรคตอน ตามบท มีการทอดจังหวะ เน้นเสียงหรือลดเสียงเบาตามเนื้อความ

4. ให้อารมณ์ โดยธรรมชาติของมนุษย์อารมณ์จะมีส่วนสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับเสียง ผู้เสนอเสียงทางวิทยุกระจายเสียงต้องระลึกรู้เสมอว่า เมื่อปฏิบัติหน้าที่อยู่หน้าไมโครโฟนต้องมีอารมณ์แจ่มใส สุขภาพ เตรียมพร้อมที่จะจัด ปรับอารมณ์ ความรู้สึกตามบทที่จะต้องเสนอ

5. เสียงสื่อความหมายได้ เสียงที่เสนอในรายการวิทยุกระจายเสียงคือ เสียงเพื่อสื่อข่าวสาร ความรู้ อารมณ์ จินตนาการ ในกรณีที่เป็นการพูดหรือการแสดงเสียงนั้นต้องแฝงไปด้วยความชัดเจน ทั้งในน้ำเสียงและความหมาย

สุปรีดี สุวรรณบุรณ์ (2554 : 3) เนื่องจากผู้ส่งสารมีความสำคัญในกระบวนการสื่อสาร จำเป็นต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีความแจ่มชัดที่จะให้ผู้อื่นรับรู้จุดประสงค์ของตนในการส่งสาร แสดงความคิดเห็น หรือวิจารณ์ ฯลฯ

2. เป็นผู้ที่มีความรู้ ความเข้าใจในเนื้อหาของสารที่ต้องการจะสื่อออกไปเป็นอย่างดี

3. เป็นผู้ที่มีบุคลิกลักษณะที่ดี มีความน่าเชื่อถือ แคล่วคล่องเปิดเผยจริงใจ และมีความรับผิดชอบในฐานะเป็นผู้ส่งสาร

4. เป็นผู้ที่สามารถเข้าใจความพร้อมและความสามารถในการรับสารของผู้รับสาร

5. เป็นผู้รู้จักเลือกใช้กลวิธีที่เหมาะสมในการส่งสารหรือนำเสนอสาร กล่าวโดยสรุป ผู้ส่งสารในสื่อวิทยุกระจายเสียงเรียกว่าผู้จัดรายการหรือผู้ดำเนินรายการ หรือที่ผู้ฟังรายการวิทยุใช้ภาษาพูดทั่วไปเรียกว่า ดีเจ นั้น มีบทบาทเป็นผู้กระตุ้น (Stimulus) ที่จะทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) จากผู้ฟังในรูปแบบต่างๆ จำเป็นต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสมในหลายด้าน ได้แก่ คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ คุณสมบัติด้านความรู้และประสบการณ์ และคุณสมบัติด้านเสียง ควรเป็นผู้มีการศึกษาดี มีความรู้กว้างขวาง และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสาร

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)

#### 1.1 ความหมายของพฤติกรรม

ประสาธ อิศรปริดา (2522 : 13) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการ การกระทำ หรือกิจกรรมทุกชนิดของมนุษย์หรือสัตว์ ซึ่งกิจกรรมหรือการกระทำนั้นอาจเป็นการกระทำที่เฉพาะเจาะจงหรือไม่ก็ได้ หรืออาจเป็นกิจกรรมที่แสดงออกให้เห็น (Overt Behavior) หรือเป็นอากัปกริยาภายในซึ่งผู้อื่นไม่สามารถสังเกตเห็น หรือสังเกตเห็นได้ยาก (Invert Behavior) เช่น ความรู้สึก การจำ การคิด ฯลฯ

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526 : 15) กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่มนุษย์กระทำ ไม่ว่าสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ได้ เช่น การทำงานของหัวใจ การทำงานของกล้ามเนื้อ การเดิน การพูด การคิด ความรู้สึก ความชอบ ความสนใจ เป็นต้น

นักจิตวิทยาเชื่อว่า พฤติกรรมเป็นผลที่เกิดจากการกระทำปฏิกิริยาของมนุษย์หรืออินทรีย์ (Organism) กับสิ่งแวดล้อม (Environment) ซึ่งเขียนเป็นสูตรดังนี้

$$B = F(O,E)$$

โดยที่

B = พฤติกรรม

F = ผลที่เกิดจากการมีปฏิกิริยาระหว่างองค์ประกอบ

O = อินทรีย์ (Organism)

E = สิ่งแวดล้อม (Environment)



พฤติกรรมของอินทรีย์ที่ได้จากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมนั้น จะมีผลออกมาทั้งที่สังเกตได้ด้วยบุคคลอื่นและที่สังเกตไม่ได้ แต่สามารถจะวินิจฉัยได้ว่ามีหรือไม่มีโดยใช้วิธีการหรือเครื่องมือด้านจิตวิทยา

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรม หมายถึง กิริยาอาการ การกระทำ หรือกิจกรรมทุกชนิด ทุกประเภทของมนุษย์หรือสัตว์ที่กระทำ ซึ่งกิจกรรมหรือการกระทำนั้นอาจเป็นการกระทำ ที่เฉพาะเจาะจงหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าจะสิ่งนั้นจะสังเกตได้หรือไม่ก็ได้

### 1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรม (Behavior Factor)

ประภาพีญ สุวรรณ (2526 : 15-27) กล่าวว่า องค์ประกอบของพฤติกรรมมี 3 ด้าน คือ

1. พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญา (Cognitive Domain) พฤติกรรมด้านนี้เกี่ยวข้องกับ การรู้ การจำ ข้อเท็จจริงต่าง ๆ รวมทั้งการพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญา การใช้ วิจารณ์ญาณเพื่อประกอบการตัดสินใจ พฤติกรรมด้านพุทธิปัญญานี้ ประกอบด้วย ความสามารถ ระดับต่าง ๆ ซึ่งเริ่มต้นจากการรู้ในระดับง่าย ๆ และเพิ่มการใช้ความคิดและพัฒนาสติปัญญามากขึ้น เรื่อย ๆ

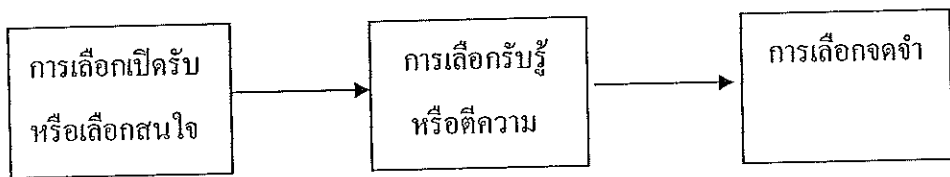
2. พฤติกรรมด้านทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ (Affective Domain) พฤติกรรมด้านนี้หมายถึงความถึงความสนใจ ท่าที ความชอบ ไม่ชอบ การให้คุณค่า การรับ การเปลี่ยน หรือการปรับปรุงค่านิยมที่ยึดถืออยู่ พฤติกรรมด้านนี้ยากต่อการอธิบายเพราะเกิดในใจของบุคคล ซึ่ง ต้องใช้เครื่องมือพิเศษในการวัดพฤติกรรมเหล่านี้ เพราะความรู้สึกภายในของผู้นั้นยากต่อการ ที่จะวัด จากพฤติกรรมที่แสดงออกมาภายนอก

3. พฤติกรรมด้านการปฏิบัติ (Psychomotor Domain) พฤติกรรมนี้เป็นการใช้ ความสามารถที่แสดงออกทางร่างกาย ซึ่งรวมทั้งการปฏิบัติ หรือพฤติกรรมที่ล่าช้า คือบุคคลไม่ได้ ปฏิบัติทันที แต่คาดคะเนว่าอาจปฏิบัติในโอกาสต่อไป

กล่าวโดยสรุป องค์ประกอบของพฤติกรรมมี 3 ด้าน คือ พฤติกรรมด้านพุทธิ ปัญญา เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การจำ การพัฒนาความสามารถและทักษะทางสติปัญญา พฤติกรรมด้าน ทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึก ความชอบ และพฤติกรรมด้านการปฏิบัติ การแสดงออกทางร่างกาย

## 2. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสาร

ผู้รับสาร เป็นผู้เลือกสรรและแสวงหาข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน กระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2535 : 72-73)



แผนภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนการรับข่าวสารของมนุษย์ (พีระ จิระโสภณ, 2535)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยทั่วไปผู้รับสารมักเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติความสนใจและสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตน

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมาย ตามความเข้าใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจของตนเอง และตามสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสาร ไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

McQuail ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน กับการใช้สื่อมวลชน โดยผู้รับสารดังนี้ (McQuail 1975 อ้างใน ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์, 2541 : 35)

### 1. ความต้องการสารสนเทศ ประกอบด้วย

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และ โลก

1.2 เพื่อแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ  
สนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจทั่ว ๆ ไป

1.3 เพื่อเป็นการเรียนรู้ เป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

1.4 เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล ประกอบด้วย

2.1 เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2.2 เพื่อหาแรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.3 เพื่อหาแบบอย่างทางพฤติกรรม แสดงออกพร้อมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ

(ในสื่อมวลชน)

2.4 เพื่อเข้าใจตนเอง

3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ประกอบด้วย

3.1 เพื่อเข้าใจในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิด  
ความรู้สึกรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ

3.2 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.3 เพื่อเป็นเพื่อน

3.4 เพื่อช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม

3.5 เพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง ประกอบด้วย

4.1 เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ

4.2 เพื่อผ่อนคลาย

4.3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรีย์

4.4 เพื่อใช้เวลาให้หมดไป

4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการเปิดรับสาร มี 3 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับหรือเลือก  
สนใจ การเลือกรับรู้หรือตีความ และการเลือกจดจำ โดยความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน  
ประกอบด้วย ความต้องการสารสนเทศ ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ ความต้องการรวมตัวและ  
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และความต้องการความบันเทิง

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics)

ยุบล เบนญรงกิจ (2543 : 32) กล่าวว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคม ได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคม ได้วางแบบอย่างไรไว้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้นๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัย พฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างจากคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือแนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ไปด้วย

ปรมะ สตะเวทิน (2539 : 89-90) ได้อธิบายถึงสมมติฐานของผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรศาสตร์เดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน ซึ่งตรงกับที่ พรทิพย์ วรกิจ โภคาทร (2529 : 112-113) อธิบายไว้เช่นกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ได้แก่

1. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้คนที่มีวัยแตกต่างกันจะมีความต้องการแตกต่างกันด้วย เช่น วัยกลางคนและวัยสูงอายุมักคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่วัยหนุ่มสาวอาจจะสนใจเรื่องการศึกษา ความยุติธรรม และความเสมอภาคในสังคม ลักษณะการใช้สื่อก็ต่างกัน ในการฟังวิทยุคนที่มีความสูงอายุมักจะฟังรายการหนักๆ มากกว่าฟังรายการบันเทิง คนที่มีความสูงอายุมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการเมือง หรือบทบรรณาธิการมากกว่าอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีความสูงอายุมักฟังรายการที่หนักๆ เช่น ข่าว การอภิปราย ปัญหาสังคม ดนตรีคลาสสิก รายการศาสนา และไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของเพศทั้งสองไว้ต่างกัน ผู้หญิงจะมีลักษณะชอบความสวยงาม มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนั้นงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ยังชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าว ได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่หยิ่งจิตใจคนได้ดีกว่าผู้ชาย ความ

แตกต่างอีกอย่างหนึ่งระหว่างผู้ชายและผู้หญิงคือ ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่นๆ แต่ไม่โทษตนเอง

3. การศึกษาหรือความรู้ เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกรู้จักคิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดีกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และเนื้อหาส่วนใหญ่มักจะเป็นข่าวสารบ้านเมืองมากกว่าบันเทิง

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลาย ได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลกันโดยทั่วไป และถือครอบครัวเป็นสังคมแรกของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกมีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้ และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อและจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนเองต้องการ เพื่อรักษาสถานภาพของตนในสังคม นอกจากนี้รายได้ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดแนวคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนหันมาใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มียาได้มากมาย ซื้อเครื่องซักผ้าหรือรถยนต์ คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่มีความรู้ดีหรือรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้แสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนัก ๆ

กล่าวโดยสรุป ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ เชื้อชาติ ศาสนา ที่แตกต่างกันจะมีความคิด มีพฤติกรรมหรือความต้องการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน



#### 4. ทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้อธิบายว่า บุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน เช่น การศึกษา รายได้ อาชีพ อายุ ภูมิภาค ฯลฯ จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกันด้วย เช่น การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อ ทฤษฎีนี้เชื่อว่าจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในระหว่างบุคคลที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน และมีอุปนิสัยในการใช้สื่อร่วมกัน ด้วยเหตุนี้ลักษณะของกลุ่มทางสังคมจะมีอิทธิพล อย่างยิ่งต่อ กระบวนการสื่อสาร (พัชรี เขจรธยา และคณะ, 2534 : 125-134)

#### 5. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)

เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variable) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่ง ดี เฟอว์ (De Fleur, 1966 ; อ้างในคนูชา สลิวงค์, 2549 : 28) ได้เป็นผู้เสนอทฤษฎีนี้ขึ้นมา โดยได้เน้นให้เห็นว่าข่าวมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางวิทยาและสังคม ที่อิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสาร

สำหรับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory)

เป็นทฤษฎีที่มองว่าผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันไม่สอดคล้องกัน

ดี เฟอว์ (DeFleur, 1978 ; อ้างอิงในสุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง, 2539 : 31) ได้วางหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลไว้ ดังนี้ บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิก และสภาพทางจิตวิทยา ความแตกต่างดังกล่าวนี้เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน บุคคลที่อยู่สภาพแวดล้อมต่างกัน จะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกัน ดังกล่าว สภาพเงื่อนไข (Condition) ที่แต่ละคนได้รับจากสังคมและสภาพแวดล้อม จึงเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพพฤติกรรมการแสดงออกและการตอบโต้ของบุคคลแต่ละคนที่เติบโตถูกกล่อมเกลามาจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่าง รวมทั้งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ข่าวสาร สื่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการเลือกจดจำข่าวสารจากสื่อมวลชนด้วย

## 6. ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (User & Gratification Theory)

พีระ จิระ โสภณ (2531 : 112-113) กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎี ที่แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลเสมอไป แท้จริงแล้วผู้รับสารเป็นผู้ กำหนดอิทธิพลของข่าวสาร ถ้าผู้รับสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็ไม่มีผลอะไรกับผู้รับสาร ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลหรือมีผลก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับหรือใช้ ข่าวสารนั้น เพื่อสนองความพึงพอใจของตน เช่น เพื่อเป็นคนทันสมัย เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง โดยผู้รับสารมิใช่ถูกป้อนข่าวสารหรือเฉื่อยชาคอยแต่รับสาร (Passive audience) เท่านั้น แต่เป็นผู้มีความกระตือรือร้น (Active audience) มีบทบาทในการแสวงหา หลีกเลียง หรือทำการเลือกสรรที่จะ เปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ตามความพึงพอใจของตนเอง และทฤษฎีนี้ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่า บุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน การเลือกใช้สื่อหรือ ช่องทางการสื่อสารใด เป็นพฤติกรรมที่ถูกใจ ให้เชื่อว่า สื่อนั้นจะทำหน้าที่ได้ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคน ต้องการ งานวิจัยหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงให้ความสนใจต่อแรงจูงใจของผู้รับสารในการใช้สื่อ หรือกา เลือกเนื้อหาสื่อ นอกจากนั้น ยูบล เบญจรงค์กิจ (2534) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน ของบุคคลเกิดขึ้น เพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้นๆ และ ประสบการณ์ที่บุคคลนั้น ได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่ จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุก ๆ ด้านของมนุษย์แต่ก็น่าจะมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการ บางอย่าง พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่เกิดจากปฏิกิริยาโต้ตอบความต้องการของมนุษย์ที่ จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสม หรือเมื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลง ของสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาให้ระบบของตนเองอยู่ได้อย่างปกติ

การ์ล Karl, 1974 อ้างอิงในสุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง, 2539 : 35) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของคำว่าประโยชน์ (User) กับความพึงพอใจ (gratifications) ไว้ว่า ทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้ และความพึงพอใจ อาจได้รับจากประโยชน์ก็เป็นได้ ดังนั้น นักวิจัยอาจเลือกศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่ง โดยมีเป้าหมายทั้งสองตัวก็ได้

ลอเรนซ์ (Lawrence, 1985 อ้างในคนุชา สลึงค์, 2549 : 34) ได้รวบรวมผลงานวิจัย เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ศึกษาไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่ แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) โดย Lawrence ได้แบ่ง ความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. **Orientational Gratifications** หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคมรูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ เป็นต้น

2. **Social Gratifications** หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารกับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการจูงใจ เป็นต้น

3. **Para - Orientation Gratifications** หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อจากสิ่งไม่พึงพอใจอย่างอื่น

4. **Para - Social Gratifications** หมายถึง การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร เพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือผู้ที่เราชื่นชมเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

การ์ล Karl Erick Rosengren and Other (1974 อ้างอิงในสุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง, 2539 : 37) ได้ให้คำอธิบายแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารไว้ว่า แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์ และการได้รับความพึงพอใจ คือการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวอื่น ๆ ไปสู่การรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กันอันก่อให้เกิดผลคือการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่นๆ ที่ตามมา ซึ่งจะไม่ใช่ผลตามที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

## 7. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

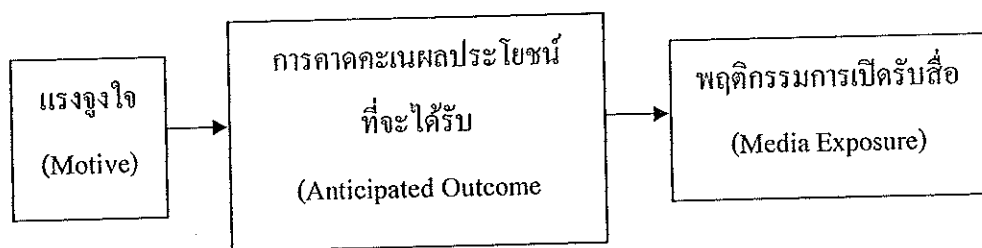
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของผู้รับสาร พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) และแนวคิดทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจด้วย โดยเน้นในเรื่องการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายตามหลักการที่ Alfred Schutz นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดที่วาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี่คือสิ่งที่ตนต้องกระทำ แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ มีพื้นฐานหลักอยู่ 2 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ สามารถที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้ และยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนคนอื่น ๆ

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดตามมาบ้างในอนาคต จากพื้นฐานแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ ทฤษฎีความคาดหวังจึงถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้

แม็ค และเกอร์วิช (McQuail and Gurevitch, 1978 ; อ้างในคณูชา สลิวงค์, 2549 : 42) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระซึ่งผู้รับสารแสวงหา เพื่อจะให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (Immediate Benefits) หรือผลประโยชน์ที่จะตามมาในอนาคต (Delayed Benefits) ซึ่งล้วนแล้วแต่ เป็นประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

การ์ท (Katz, 1978 ; อ้างในคณูชา สลิวงค์, 2549 : 54) กล่าวว่าไว้ว่า ในมุมมองของทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ สมาชิกผู้รับสารเป็นผู้กระทำมากกว่าเป็นฝ่ายถูกกระทำ ผู้รับสารมีเป้าหมาย ที่จะใช้ความพยายามที่จะสนองความพึงพอใจของตน โดยการสร้างความคาดหวัง (Expectancy Theory) ต่อสื่อ และเนื้อหาสื่อเพื่อจะสนองความพึงพอใจ และผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำเพื่อจะบรรลุลความพึงพอใจ อย่างไรก็ตามสิ่งที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากต่องานวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจนี้ก็คือ การขาดความต่อเนื่องทางทฤษฎี (Theoretical Coherence) ดังนั้น การใช้สื่อและความพึงพอใจจึงถูกมองว่าเป็นแนวทาง (Approach) มากกว่าที่จะเป็นทฤษฎี



แผนภาพที่ 4 แบบจำลองทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ ของ Katz

จากแบบจำลองความพึงพอใจถูกแสวงหา จากนั้นนำไปสู่การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ผลก็คือความพึงพอใจที่ได้รับ หรือผลอื่นๆ ที่ตามมา ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า ผลอื่น ๆ (Discrepancy in Gratifications Obtained) นั้น อาจจะเป็นผลต่อการเปิดรับสื่อ ในเวลาต่อมาก็ได้

โดยสรุป การที่บุคคลจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดๆ ก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงกระตุ้น แรงจูงใจ หรือมีความคาดหวังต่อสิ่งนั้นก่อน หมายถึงว่าผู้รับสารจะต้องมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนจะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และการได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

### บริบทของอำเภอเมืองบึงกาฬ

อำเภอเมืองบึงกาฬ เป็นที่ตั้งของศูนย์กลางการบริหารราชการของจังหวัดบึงกาฬ เป็นอำเภอที่มีเขตพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขง และอีกฝั่งตรงข้ามแม่น้ำโขงจะเป็นประเทศเพื่อนบ้าน (สปป.ลาว) ในอดีตอำเภอเมืองบึงกาฬ มีชื่อเดิมว่า ชัยบุรี (เมืองไชยบุรี) ขึ้นกับจังหวัดนครพนม จนกระทั่งปี พ.ศ. 2460 ได้ถูกโอนย้ายให้ขึ้นต่อจังหวัดหนองคาย และถูกเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น บึงกาฬ ในปี พ.ศ. 2482

ต่อมา ในปี พ.ศ. 2537 ได้มีการร้องขอให้จัดตั้งเป็นจังหวัดบึงกาฬ ตามข้อเสนอของ นายสุเมธ พรหมพันธ์ ชาว สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคเสรีธรรม จังหวัดหนองคาย โดยแยกพื้นที่อำเภอ บึงกาฬ อำเภอปากคาด อำเภอโซ่พิสัย อำเภอพรเจริญ อำเภอเซกา อำเภอบึงโขงหลง อำเภอ ศรีวิไล และ อำเภอบุ่งคล้า ออกจากจังหวัดหนองคาย แต่กระทรวงมหาดไทย ยังไม่มีแผนที่จะยกฐานะอำเภอบึงกาฬ ขึ้นเป็นจังหวัด เพราะการจัดตั้งจังหวัดใหม่เป็นการเพิ่มภาระด้านงบประมาณ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มกำลังคนภาครัฐซึ่งขัดมติคณะรัฐมนตรี

จนกระทั่ง เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2553 ในการประชุมสภาผู้แทนราษฎร นายเทวฤทธิ์ นิกเรตส ศ.ส.สัดส่วน พรรคกิจสังคม ได้ตั้งกระทู้ถามสดต่อนายกรัฐมนตรี เรื่องการจัดตั้งจังหวัด บึงกาฬ และทางกระทรวงมหาดไทยเห็นด้วย กำลังอยู่ในกระบวนการนำเสนอต่อที่ประชุม ครม. เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบ ก่อนส่งเรื่องเข้ามาสู่สภาผู้แทนราษฎร เพื่อเสนอเป็นกฎหมาย พ.ร.บ. จัดตั้งจังหวัดบึงกาฬ และในวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2553 คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบการจัดตั้งจังหวัดบึงกาฬ

เมื่อมีการจัดตั้งจังหวัดบึงกาฬขึ้นตามพระราชบัญญัติตั้งจังหวัดบึงกาฬ พ.ศ. 2554 อำเภอ บึงกาฬจึงได้เปลี่ยนชื่อเป็น "อำเภอเมืองบึงกาฬ" ตามความในมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติดังกล่าว อันมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2554 เป็นต้นไป



อำเภอเมืองบึงกาฬมีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ประกอบด้วย ทิศเหนือ ติดต่อกับแขวงบอลิคำไซ (สปป.ลาว) ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอนุ่งคล้า ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเซกา อำเภอศรีวิไล อำเภอพรเจริญ และอำเภอโซ่พิสัย ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอปากคาด

อำเภอเมืองบึงกาฬแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 12 ตำบล 131 หมู่บ้าน มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวน 13 แห่ง แยกเป็น เทศบาล 7 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 6 แห่ง

อำเภอเมืองบึงกาฬ มีประชากรทั้งสิ้น 78,035 คน แบ่งเป็น ชาย 39,544 คน หญิง 38,491 คน

อำเภอเมืองบึงกาฬ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ ได้แก่ วัดโพธาราม หลวงพ่อพระใหญ่ และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ แก่งอาฮง (สะดือแม่น้ำโขง) พื้นที่ชุ่มน้ำโลกหนองกุดทิง หาดทรายบึงกาฬ (ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ, 2013 : 1-3)

## บริบทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ

### 1. ประวัติความเป็นมา

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จ.บึงกาฬ ระบบ เอฟ.เอ็ม. จัดตั้งขึ้นด้วยเงินงบประมาณพัฒนาจังหวัดปี 2537 ตามข้อเสนอของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร จังหวัดหนองคาย (นายสุเมธ พรหมพันธ์ และ นายพินิจ จารุสมบัติ) เป็นเงินจำนวน 10 ล้านบาท เงินรายได้ของกรมประชาสัมพันธ์ สมทบเป็นเงินจำนวน 3,087,658 บาทรวมเป็นเงิน 13,087,658 บาท

### 2. สถานที่ตั้ง

สภาตำบลวิศิษฐ์ โดยมีนายวัธนเจริญ โชติเจริญไพศาล เป็นประธาน อนุมัติให้ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น ใช้ที่ดินสาธารณะประโยชน์ริมทางหลวงแผ่นดิน สายบึงกาฬ-หนองคาย หมู่บ้านแสนเจริญ หมู่ที่ 10 ตำบลวิศิษฐ์ อำเภอบึงกาฬ จังหวัดหนองคาย เนื้อที่จำนวน 20 ไร่ เป็นที่ตั้งสถานีวิทยุ และได้เริ่มดำเนินการออกอากาศเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2538 มีอาคารสำนักงานจำนวน 1 หลัง บ้านพัก จำนวน 9 หลัง บุคลากร จำนวนทั้งสิ้น 10 คน

### 3. วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์

3.1 วิสัยทัศน์ องค์การระดับจังหวัดที่เป็นเลิศด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารมวลชน

#### 3.2 พันธกิจ ประกอบด้วย

3.2.1 ประชาสัมพันธ์นโยบายและการดำเนินงานของรัฐบาลสู่กลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ และสะท้อนปัญหาของประชาชนสู่รัฐบาล

3.2.2 สนับสนุนทางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชนในพื้นที่

#### 3.3 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

3.3.1 พัฒนาการให้บริการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร นโยบายและการดำเนินงานของรัฐ

3.3.2 เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติที่ดี ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศไทย

3.3.3 พัฒนาประสิทธิภาพและเพิ่มช่องทางการให้บริการของหน่วยงานให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

3.3.4 ประชาสัมพันธ์สนับสนุนการแก้ไขภาวะวิกฤติ

3.3.5 สนับสนุนทางวิชาการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน แก่หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และสื่อมวลชนในพื้นที่ ให้สามารถดำเนินงานได้

3.3.6 เสริมสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรและประเทศชาติ

#### 3.4 ด้านเทคนิค

ภารกิจการส่งกระจายเสียง เครื่องส่งส่งกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟ.เอ็ม. ความถี่ 104.25 MHz กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ และระบบ เอ.เอ็ม 927 KHz กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์ สามารถส่งกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่จังหวัดบึงกาฬทั้งหมด ประกอบไปด้วย 8 อำเภอ ดังนี้ อำเภอเมืองบึงกาฬ อำเภอสรีวิไล อำเภอพรเจริญ อำเภอบึงโขงหลง อำเภอเซกา อำเภอปากคาด อำเภอโซ่พิสัย อำเภอนุ่งคล้า และจังหวัดหนองคายส่งกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่อำเภอรันทนวาปี อำเภอเฝ้าไร่ และจังหวัดอุดรส่งกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดสกลนครส่งกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่อำเภอบ้านม่วง อำเภอดำรงดำ จังหวัดนครพนม ส่งกระจายเสียงได้ครอบคลุมพื้นที่อำเภอบ้านแพง

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้างานวิจัยต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่ามีเอกสาร รายงานวิจัย รวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจ ดังนี้

ปัฐยา เรื่อง เรืองฤๅกุลฤทธิ (2546) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ ความคิดเห็นที่มีต่อรายการ รวมทั้งการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนคนโคราช ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเกษตรกร เพศชาย อายุระหว่าง 31 - 40 ปี รับฟังรายการมากที่สุด และพบว่ากลุ่มผู้ฟังส่วนใหญ่รู้จักคลื่นเนื่องจากการหมุนจอคลื่น โดยบังเอิญ กลุ่มผู้ฟังเห็นด้วยกับเนื้อความที่ว่า เนื้อหารายการเป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในรูปแบบของรายการในระดับมาก

ณัฐ บริสุทธนารักษ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคตินักศึกษา ต่อการรับฟังรายการ “เรดิโออินเทรน” สถานีวิทยุ กองทัพอากาศที่ 3 คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 101.5 เมกะเฮิรตซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการรับฟังรายการ “เรดิโออินเทรน” อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 75 นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักรายการ โดยหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ ทักษะคติที่มีต่อรายการ ด้านองค์ประกอบของรายการ อยู่ในระดับมากทุกหัวข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 ลำดับแรกคือ ด้านการเปิดเพลง มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ ด้านผู้ดำเนินรายการ (ดี.เจ) มีค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านรูปแบบของรายการมีค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านเพลงประจำรายการ(จึงเกิด) มีค่าเฉลี่ย 3.90 และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 3.83 และหากพิจารณาในหัวข้อย่อย ผลการศึกษาพบว่า ด้านรูปแบบของรายการ เห็นว่าเป็นรายการที่ให้ทั้งสาระความรู้ และความบันเทิง ลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านการเปิดเพลง เห็นว่าเป็นรายการที่เปิดเพลงมากกว่าเปิดโฆษณาหรือพุดคุย ลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ด้านการตอบปัญหา เห็นว่า มีการตอบปัญหาตรง

ปัญหาในด้านการรับฟังรายการ “เรดิโอ อินเทรน” นั้นอยู่ในระดับน้อย โดยสามารถแบ่งได้เป็น ด้านองค์ประกอบของรายการ เห็นว่าไม่ชอบรูปแบบรายการและไม่ชอบการตอบปัญหา มีค่าเฉลี่ย 2.28 ด้านรูปแบบของรายการ เห็นว่าเป็นรายการที่ไม่มีสาระความรู้และความบันเทิงเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.35 ด้านการเปิดเพลง เห็นว่าเป็นรายการที่เปิดโฆษณามาก พุดคุยมากกว่าการเปิดเพลงทั้งๆที่เป็นรายการเพลง มีค่าเฉลี่ย 2.41 ด้านการตอบปัญหาในรายการเป็นปัญหาด้านการตอบไม่ตรงประเด็นเป็นปัญหาลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.33 ด้านการเล่นเกมส์ เห็นว่าการเล่นเกมส์ในรายการน่าเบื่อ ไม่สนุกสนาน ใช้เวลานาน ยึดเยื้อ เป็นปัญหาลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.10 ด้านผู้ดำเนินรายการ เห็นว่า

ผู้ดำเนินรายการขาดความรู้ เป็นปัญหาลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.40 ด้านเพลงประจำรายการ (จึงเกิด) เห็นว่า เพลงประจำรายการล้ำสมัย ไม่นำเสนอภาพลักษณ์ของรายการ ไม่โดดเด่นเป็นปัญหาลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย 2.15 และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ เห็นว่า การจัดคอนเสิร์ตเป็นกิจกรรมที่น่าเบื่อ ไม่สนุก ทำให้ผู้ฟังไม่ยอมมีส่วนร่วม และการจัดกิจกรรมซ้ำซากไม่ยอมให้มีกิจกรรมพิเศษบ่อยเกินไป เป็นปัญหาลำดับแรกเท่าๆ กัน มีค่าเฉลี่ย 2.25

ภูมิพัฒน์ ไพโรจน์ (2548) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ จากการรับฟังรายการทางวิทยุชุมชนในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษา หรือ ปวช. มีรายได้ 5,000-10,000 บาท ส่วนใหญ่ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ในส่วนของการรับฟังรายการพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเพลง เวลาในการรับฟังส่วนใหญ่ 2 ชั่วโมง คือ ในช่วงเวลา 18.01-22.00 น. และฟังอยู่ในบ้าน โดยฟังพร้อมทำงานไปด้วย ความพึงพอใจและประโยชน์จากการรับฟังเพื่อผ่อนคลายความเครียดและได้รับความบันเทิงมากที่สุด และเป็นข้อมูลเพื่อพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่น พร้อมทั้งได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินจากการรับฟังวิทยุอีกด้วย

การศึกษาของ ภูมิพัฒน์ ไพโรจน์ ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการทางวิทยุชุมชนในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีความสอดคล้องกับตัวแปรของผู้วิจัยในเรื่องประชากรแตกต่างกันมีการรับฟังรายการที่แตกต่างกัน และลักษณะการรับฟังจะแตกต่างกันไป

ขนิษฐา เต่าอูม และทิวาสันต์ พลเยี่ยม (2548) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง พฤติกรรมการรับฟังวิทยุกระจายเสียงชุมชน พบว่า ระยะเวลาในการเปิดรับข่าวสารในแต่ละวันอยู่ระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่รับฟังรายการทางวิทยุมากที่สุดอยู่ในช่วงเวลา 08.00 - 11.00 น. เวลา 17.00 - 20.00 น. และเวลา 20.00 - 23.00 น.

สำหรับสถานที่ในการรับฟังวิทยุ ได้แก่ ที่บ้าน หอพัก ที่ทำงาน ร้านอาหาร ในรถยนต์ และที่อื่น ๆ ที่สามารถรับฟังได้ โดยมีเหตุผลในการรับฟังคือ เพื่อความบันเทิง เป็นการใช้เวลาว่าง เปิดเป็นเพื่อนเมื่อทำกิจกรรม ให้ข่าวสารในชุมชน เนื้อหารายการน่าสนใจ และชอบนักจัดรายการ สำหรับความคิดเห็นของผู้ฟังต่อวิทยุกระจายเสียงชุมชนนั้น พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่เห็นว่าวิทยุกระจายเสียงชุมชนมีเนื้อหาที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน คิดเป็นร้อยละ 55.3 ช่วยเพิ่มพูนความรู้เรื่องขนบธรรมเนียมประเพณี คิดเป็นร้อยละ 50.7 ช่วยเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ คิดเป็นร้อยละ 49.3 และ

วิทยุกระจายเสียงชุมชนได้เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม คิดเป็นร้อยละ 46.3 ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระเบียบในการจัดตั้งสถานี ผู้ฟังเห็นด้วยกับการจำกัดการส่งกระจายเสียงไม่เกิน 15 กิโลเมตร คิดเป็นร้อยละ 64.8 และเห็นด้วยกับการให้วิทยุกระจายเสียงชุมชนมีโฆษณา 6 นาที/ชั่วโมง โดยปัญหาของวิทยุกระจายเสียงชุมชนตามความคิดเห็นของผู้ฟังคือ ก่อให้เกิดปัญหาคลื่นรบกวนวิทยุการบิน การโฆษณามากเกินไป ไม่มีการบริหารจัดการที่ดี นักจัดรายการไม่ได้ผ่านการอบรม และวิทยุกระจายเสียงชุมชนเป็นที่แสวงหากำไรของนายทุน

จักรพงษ์ ชันธุระ และไพบุลย์ สุขนาแสง (2548) ศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง พฤติกรรมการรับฟังวิทยุกระจายเสียงชุมชน พบว่า ช่วงเวลาที่มีผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนมากที่สุดในช่วงเวลา 05.00 - 08.00 น. สำหรับสถานที่ในการรับฟังวิทยุ ได้แก่ ที่บ้าน หอพัก ที่ทำงาน ร้านอาหาร ในรถยนต์ และที่อื่น ๆ ที่สามารถรับฟังได้ ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ได้แก่ ประเภทเพลงที่เปิดในรายการ ตัวผู้ดำเนินรายการ เนื้อหารายการที่มีความรู้ สาระ สารคดีสอดแทรกอย่างทันสมัย วิธีการนำเสนอรายการแนวบันเทิง เกมส์ และแจกรางวัล รวมถึงความคมชัดและคุณภาพเสียงในการรับฟัง

คณูชา สลิ่งศ์ (2549) ศึกษาเรื่อง การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุชุมชนมูลนิธิบุญญากรณ์ (F.M. 90.75 MHz) วัดโสภณาราม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาถึงพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ ความคาดหวังในการรับฟังรายการ ความพึงพอใจ และความสัมพันธ์ทางด้านประชากรศาสตร์กับความคาดหวังและความพึงพอใจ พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 20 - 29 ปี และรับฟังรายการวิทยุจากการเปิดเจอโดยบังเอิญ ซึ่งจะรับฟังในช่วงบ่ายมากที่สุด ส่วนของการคาดหวังนั้นอยากให้มีในส่วนของความหลากหลายของรายการทั้งบันเทิงและสาระ ซึ่งกลุ่มผู้ฟังที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันก็จะมีความต้องการรูปแบบรายการและรับฟังในช่วงเวลาที่ต่างกันด้วย

ฉัตรเฉลิม หัตถกรรม (2555) ศึกษาเรื่อง สสำรวจความคิดเห็นในการรับฟังรายการวิทยุสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา ปี 2555 พบว่า เพศหญิง รับฟังรายการวิทยุมากกว่าเพศชาย รับฟังรายการเป็นบางวันไม่แน่นอน ลักษณะในการรับฟังวิทยุคือ หมุนเปลี่ยนไปมาสลับกับคลื่นอื่น ระยะเวลาในการเปิดรับฟังวิทยุในแต่ละวันอยู่ระหว่าง 1 - 2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่รับฟังรายการทางวิทยุมากที่สุดในช่วงเวลา 08.00 - 12.00 น. ช่วงอายุที่รับฟังวิทยุมาก



ที่สุดคือ อายุ 46-55 ปี ระดับการศึกษาที่เปิดรับฟังรายการวิทยุมากที่สุดคือ ประถมศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการรับฟังรายการวิทยุ ได้แก่ ประเภทเพลงที่เปิดในรายการ ตัวผู้จัดรายการหรือผู้ดำเนินรายการ เนื้อหารายการที่มีความรู้ ข่าวสาร สลับกับการเปิดเพลงที่ถูกต้อง

ปาร์มกรี และเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn, 1979 : 54) ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ โดยศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจในการรับชมรายการ โทรทัศน์ด้านการศึกษาในรัฐเคนตักกีของสหรัฐอเมริกา เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จากกลุ่มตัวอย่าง 526 คน วัดความคาดหวังจากการชมรายการ โทรทัศน์ว่า รายการโทรทัศน์จะให้การผ่อนคลายความเครียด การเรียนรู้สิ่งต่างๆ การใช้ประโยชน์ในการสื่อสารสัมพันธ์ การช่วยให้ลืมปัญหาต่างๆ เพื่อฆ่าเวลา เป็นเพื่อนแก้เหงา และเพื่อความบันเทิง พบว่า ความคาดหวังและความ พึงพอใจของผู้ชมมีความแตกต่างกันสูง และมีความสัมพันธ์ในเชิงลบ คือ ความคาดหวังสูง-ความ พึงพอใจต่ำ หรือความคาดหวังต่ำ-ความพึงพอใจสูง

การศึกษาของ Palmgreen และ Rayburn (1979 : 54) ชี้ให้เห็นว่า จะเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยได้ศึกษาว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของประชาชนแต่ละคนจะมีความต้องการเปิดรับฟังรายการวิทยุเพื่อตอบสนองความต้องการของตนแตกต่างกันหรือไม่ รวมถึงความพึงพอใจของผู้รับฟังรายการวิทยุต่อเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ ผู้จัดรายการ การนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟังในที่สุด กล่าวโดยสรุปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายท่าน พบว่า

1. พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ พบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร มีระดับการศึกษาส่วนมากคือประถมศึกษา รองลงมาคือมัธยมศึกษา สถานที่รับฟังมากที่สุดคือที่บ้าน รองลงมาคือ ที่ทำงาน หอพัก ช่วงเวลาที่รับฟังมากที่สุดคือ 08.00 - 12.00 น. ระยะเวลาการรับฟัง 1 - 2 ชั่วโมง เหตุผลการรับฟังส่วนใหญ่คือ เพื่อความบันเทิง คลายความเครียด รองลงมาคือ ติดตามข่าวสาร เหตุการณ์ และช่วยเพิ่มพูนความรู้ การรู้จักคลื่นเป็นการหมุนคลื่นมาเจอ โดยบังเอิญและเปิดสลับกับคลื่นอื่น นอกจากนั้นอายุก็เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการรับฟังรายการ คือ วัยรุ่นชอบฟังรายการเพลงเพื่อความบันเทิงเป็นลำดับแรก ส่วนวัยทำงานและผู้สูงอายุ ชอบฟังรายการสาระความรู้สลับกับเพลง

2. ปัญหาหรือเงื่อนไขหรือปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ประเภทของรายการ รูปแบบรายการ ผู้ดำเนินรายการ เนื้อหารายการ การเปิดเพลง ช่วงเวลาการรับฟัง สถานที่การรับฟัง การมีส่วนร่วมในรายการ และประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรับฟังรายการวิทยุ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ ของผู้ฟังในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียง แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรับสื่อ และประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดของสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (2556: 35-37) ในโครงการศึกษาวิจัยความพึงพอใจในการรับฟังและการพัฒนารายการวิทยุรัฐสภาของเรา ประจำปี 2556 และงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมกรับฟังรายการวิทยุ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการ ดังนี้

### ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)

ปัจจัยด้านคุณลักษณะของประชากรผู้รับฟังรายการวิทยุ
1. เพศ
2. อายุ
3. การศึกษา
4. อาชีพ
5. รายได้
ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการ
4. ช่องทางการรับสื่อ
5. กิจกรรมที่ผู้ฟังมีส่วนร่วม
6. ความต้องการรับฟังรายการ
7. ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟัง
8. ความพึงพอใจด้านรูปแบบของรายการ
9. ความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ
10 ความพึงพอใจด้านผู้จัดรายการ
11. ความพึงพอใจด้านช่วงเวลาออกอากาศ
12. ความพึงพอใจด้านสัญญาณเสียง

### ตัวแปรตาม

(Dependent Variables)

พฤติกรรมกรับฟังรายการวิทยุทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดบึงกาฬ ของผู้ฟังในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดบึงกาฬ
1. ความถี่ในการรับฟัง
2. ช่วงระยะเวลาในการรับฟัง
3. ลักษณะการรับฟัง

แผนภาพที่ 5 กรอบแนวคิดในการวิจัย