

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการทางสถานีวิทยุสังฆทานธรรม FM.89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสนับสนุนและใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทสื่อวิทยุกระจายเสียง
2. แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร
5. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสาร
6. ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
7. หลักพุทธธรรมอันเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต
8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดเกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทสื่อวิทยุกระจายเสียง

อุบลศักดิ์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (2550, น. 387-396) ได้จำแนกประเภทของสื่อวิทยุ ออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. การจำแนกตามประเภทของการประกอบการ (License classification)

ซึ่งหลักเกณฑ์สำคัญอยู่ที่เรื่องเป้าหมายขององค์กร ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม และในเรื่องที่มาของรายได้ ซึ่งสถานีแต่ละประเภทได้วางแนวทางไว้แตกต่างกัน ตั้งแต่แรกเริ่มในการดำเนินการสถานี โดยสามารถแบ่งออกได้ 5 ประเภท คือ

- 1.1 วิทยุของรัฐ (State Radio) เป้าหมายคือการรักษาผลประโยชน์ของชาติ รวมทั้งความมั่นคงของรัฐและรัฐบาล ซึ่งมีรายได้มาจากงบประมาณของรัฐ
- 1.2 วิทยุใต้ดิน (Underground Radio) เป้าหมายเพื่อการต่อต้านรัฐบาล ต่อต้านวิทยุกระแสหลัก รายได้จึงมาจากกลุ่มต่อต้านรัฐหรือองค์กรสนับสนุนกลุ่มต่อต้าน

1.3 วิทยุชุมชน (Community Radio) เป้าหมายเพื่อรักษาผลประโยชน์ของชุมชน ไม่แสวงหากำไร รายได้จึงมาจากเงินบริจาคของสมาชิก เงินกองทุนของรัฐ เงินสนับสนุนจากองค์กรสาธารณะ กลุ่มองค์กรชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินการเอง ชุมชนมีส่วนร่วมสูง

1.4 วิทยุของสาธารณะหรือวิทยุบริการสาธารณะ (Public or Public service Radio) เป้าหมายเพื่อการรักษาผลประโยชน์สาธารณะขององค์กร หรือสถาบันการศึกษา มุ่งรักษาบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมของสังคม โดยไม่แสวงหากำไร รายได้จึงมาจากภาษีเครื่องรับงบประมาณรัฐหรือส่วนแบ่งรายได้ของวิทยุหรือโทรทัศน์เอกชน องค์กรของรัฐเป็นเจ้าของแต่ดำเนินการอย่างเป็นทางการเป็นอิสระจากการแทรกแซงหรือควบคุมของรัฐ ซึ่งในประเทศไทยไม่มี

1.5 วิทยุของเอกชนหรือวิทยุเชิงพาณิชย์ (Private or Commercial Radio) เป้าหมายเพื่อรักษาประโยชน์ของธุรกิจเอกชน มุ่งแสวงหากำไรจากการประกอบธุรกิจ รายได้จึงมาจากค่าโฆษณา การขายหรือให้เช่าเวลา รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่สืบเนื่องจากรายการ

## 2. การจำแนกตามวัตถุประสงค์ของสถานี (Objection classification)

มีการแบ่งตามแนวคิดในด้านการสื่อสารมวลชนตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร ดังนี้

2.1 สถานีข่าวสารและสาระ เพื่อมุ่งในด้านการให้ข่าวสาร (To Inform) ทำหน้าที่นำเสนอข่าวสาร การวิเคราะห์ วิจัยกรณีเหตุการณ์ประจำวันที่เกิดขึ้น ในรูปแบบรายการข่าว รายการวิเคราะห์ข่าว นิตยสารหรือสารคดีข่าว เพื่อตอบสนองสิทธิการรับรู้ข่าวสารของประชาชน

2.2 สถานีแนวการศึกษา เพื่อมุ่งในด้านการให้ความรู้และการศึกษา (To Educate) โดยอาจเป็นรายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ หรือการศึกษาต่อเนื่อง / การศึกษาตลอดชีวิต โดยนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งข่าวสารคดี บทเรียน สนทนา ดนตรี และละคร เป็นต้น

2.3 สถานีแนวบันเทิง เพื่อมุ่งในด้านการให้ความบันเทิง (To Entertain) ทำหน้าที่เสนอรายการบันเทิงและสาระบันเทิง เพื่อสร้างความเพลิดเพลิน ผ่อนคลาย และรังสรรค์ศิลปวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยนำเสนอในรูปแบบรายการละครวิทยุ ดนตรีและเพลง รายการสนทนา รายการสาระบันเทิง เช่น แข่งขันตอบปัญหา หรือปกิณกะบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

## 3. การจำแนกตามประเภทของเนื้อหาหลักของสถานี (Format classification)

จากการที่สื่อวิทยุมีพัฒนาการมากกว่า 70 ปี ในบริบทสังคมและวัฒนธรรมของการสื่อสารที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีเทคโนโลยีการสื่อสารประเภทใหม่ ๆ เกิดขึ้นมาเพิ่มเติมช่องทางการสื่อสารของมนุษย์มากขึ้น สถานีวิทยุในสมัยแรกเริ่มที่เรียกว่า สถานีทั่วไป (General หรือ

Full Service Station) ซึ่งนำเสนอรายการหลากหลาย และหลายรูปแบบคละเคล้ากัน เพื่อผู้ฟังกลุ่มใหญ่หรือมหาชนคนฟังทั่วไป ได้มีการปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมจากเดิม มาเป็นสถานีประเภทที่มุ่งเน้นเนื้อหาสาระและรูปแบบของรายการเพื่อกลุ่มผู้ฟังกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะหรือหลายกลุ่ม ที่เรียกว่าสถานีประเภท Format Station จุดเด่นของสถานีแนวนี้คือ การนำเสนอเนื้อหาแนวใดแนวหนึ่งเพียงแนวเดียวเป็นหลัก

จากการแบ่งประเภทสถานีแบบ Format Station มีการแบ่งออกเป็นสถานีประเภทใหญ่ ๆ 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1 สถานีเพลงและดนตรี (Music Radio) ซึ่งสามารถแบ่งตามแนวดนตรีต่าง ๆ ได้อีกเป็นจำนวนมาก เช่น ดนตรีร่วมสมัยสำหรับผู้ฟังผู้ใหญ่ (Adult Contemporary) ดนตรีร็อก (AOR หรือ Album-Oriented Rock) เป็นต้น

3.2 สถานีข่าวและสาระ (News & Talk Radio) จะประกอบไปด้วยสถานีทั่วไป (Full Service) สถานีข่าว (News) สถานีศาสนา (Religious) สถานีแนวสนทนาสาระ (Talk) สถานีบริการสาธารณะ (Public) สถานีกีฬา (Sport Radio) และสถานีชาติพันธุ์และภาษา (Ethnic Radio)

#### 4. การจำแนกตามกลุ่มผู้ฟัง (Audience classification)

กลุ่มผู้ฟังทั่วไป มักมีความสนใจข้อมูลข่าวสารและศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างกันตามวัย เพศ หรือระดับการศึกษา และสถานภาพทางเศรษฐกิจ ดังนั้น วิทยุจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความต้องการด้านการสื่อสารของผู้ฟังเป็นหลักในการนำเสนอเนื้อหาสาระต่าง ๆ ไปยังผู้ฟัง การจำแนกประเภทของสถานีและประเภทของรายการตามกลุ่มผู้ฟัง มีดังนี้

- 4.1 รายการที่แบ่งตามอายุของผู้รับฟัง
- 4.2 รายการที่แบ่งตามเพศของผู้รับฟัง
- 4.3 รายการที่แบ่งตามลักษณะกลุ่มอาชีพ / สถานภาพทางเศรษฐกิจ
- 4.4 รายการที่แบ่งตามระดับการศึกษาของผู้รับฟัง
- 4.5 รายการที่แบ่งตามพื้นที่ภูมิประเทศ หรือท้องถิ่นของผู้ฟัง

#### 5. การจำแนกตามประเภทของเนื้อหารายการ (Content classification)

โดยจำแนกรายการตามที่มาของเนื้อหาสาระของรายการได้ดังนี้

5.1 รายการแนวข่าวและสารคดี หรือรายการจากข่าวและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (news and reality programme หรือ non-fiction) ได้แก่ รายการข่าวและวิเคราะห์ข่าว รายการสารคดี รายการการศึกษา รายการบรรยายนอกสถานที่ในการถ่ายทอดสดต่าง ๆ

5.2 รายการแนวจินตคติ (imaginative programme หรือ fiction) ได้แก่ รายการละครวิทยุ รายการตลก รายการบันเทิง สารบันเทิง รายการดนตรีและเพลง

5.3 รายการแนวการมีส่วนร่วมของผู้ฟังและวิทยากรรับเชิญ (audience oriented programme) ได้แก่ รายการเปิดสายจากผู้ฟัง รายการอภิปราย รายการเพื่อผู้บริโภค

5.4 รายการโฆษณา (commercial programme) ได้แก่ รายการโฆษณาสินค้า รายการประกาศบริการ รายการรณรงค์เพื่อสังคม

## 6. การจำแนกตามขนาดพื้นที่ครอบคลุมของสถานี (Geographical classification)

เป็นการจำแนกประเภทสถานีตามเขตภูมิศาสตร์และขนาดของพื้นที่ครอบคลุมสามารถจำแนกได้ดังนี้

6.1 สถานีวิทยุระดับชาติ (national radio)

6.2 สถานีวิทยุระดับภูมิภาค (regional radio)

6.3 สถานีวิทยุระดับท้องถิ่น (local radio)

6.4 สถานีวิทยุระดับชุมชน (community radio)

นอกจากนี้ ยังอาจแยกประเภทตามเทคโนโลยีในการออกอากาศได้เป็น การออกอากาศไปทางคลื่นภาคพื้นดิน (Terrestrial broadcasting) ออกอากาศทางสายเคเบิล (Cable radio) ออกอากาศทางดาวเทียม (Satellite radio) และออกอากาศทางอินเทอร์เน็ต (Web-casting)

ส่วนจุมพล รอดคำดี (2525, น. 22) ได้แบ่งประเภทรายการวิทยุให้ครอบคลุมลักษณะของรายการอยู่ 4 ลักษณะใหญ่ด้วยกัน คือ

1. แบ่งโดยเนื้อหาหรือรายการ (Content) เป็นหลัก
2. แบ่งโดยเอาลักษณะรูปแบบการเสนอรายการ (Program Format) เป็นหลัก
3. แบ่งโดยเอาผู้ฟัง (Target Audience) เป็นหลัก
4. แบ่งโดยเอาหน้าที่สื่อมวลชน (Function of Mass Media) เป็นหลัก

จากแนวคิดเกี่ยวกับการจัดแบ่งประเภทสื่อวิทยุกระจายเสียงนี้ จะนำไปใช้เพื่อเป็นกรอบในการจัดประเภทของสถานีวิทยุสังฆทานธรรม FM. 89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี

## แนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชน (Community Radio) เป็นรูปแบบการกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่น ที่มีกลุ่มเป้าหมายที่แคบและเฉพาะเจาะจง บริหารจัดการโดยกรรมการที่เป็นตัวแทนจากชุมชนเป้าหมาย ในลักษณะที่เป็นวิทยุของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน จึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชน รวมทั้งสะท้อนปัญหา ความรู้สึกนึกคิดอย่างเสรีของชุมชนเป้าหมาย

จุมพล รอดคำดี (เมษายน-มิถุนายน 2542, น. 23) ได้สรุปแนวคิดวิทยุชุมชน จากการศึกษากระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่า คนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นความต้องการร่วมกัน
  2. วิทยุชุมชน ต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน
  3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชน
  4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้นโยบาย ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น กฎบัญญัติท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ในท้องถิ่น เป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ
  5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหารจัดการหรือปฏิบัติในสถานีได้ องค์การยูเนสโกได้เน้นว่า “Participatory Radio means a radio station that self-managed by those participatory in it” นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสื่อวิทยุชุมชน ให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักการกระบวนการทางประชาธิปไตย
  6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น Narrowcasting ไม่ใช่ Broadcasting) กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์
  7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน
- นอกจากนี้ ยังได้แบ่งระดับของวิทยุชุมชนตามความเข้มข้นไว้ดังนี้
1. ระดับรายการ “เพื่อชุมชน” ที่มีผู้จัด / เจ้าของรายการ / เจ้าของสถานีเป็นผู้อื่น แต่จัดเป็นรายการเพื่อบริการชุมชน เช่น ประกาศแจ้งของหาย ประชาสัมพันธ์ของชุมชน โดย

ประชาชนหรือผู้ฟังโทรศัพท์หรืออาจจะส่งจดหมายเข้ามาในรายการ แต่ผู้จัดรายการเป็นผู้เลือกเนื้อหาและพูดด้วยตนเอง

2. ระดับประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ โดยทางสถานีจะเป็นผู้กำหนดกรอบให้ และให้ประชาชนเป็นผู้นำเสนอเนื้อหารายการ และพูดนำเสนอในรายการ แต่สถานี/ผู้จัดรายการยังควบคุมอยู่ เช่น รายการ จส.100 รายการร่วมด้วยช่วยกัน

3. ระดับรายการ “โดยชุมชน” ได้แก่ รูปแบบรายการที่เจ้าของสถานีแบ่งช่วงเวลารายการใดรายการหนึ่งให้ตัวแทนของประชาชนที่ได้รับเลือกขึ้นมาในรูปของคณะกรรมการวิทยุชุมชน มาจัดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอด้วยตนเอง โดยทางสถานีจะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ได้แก่ โครงการนำร่องวิทยุชุมชนของกรมประชาสัมพันธ์

4. ระดับสถานี อาศัยอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนประชาชนเข้ามาปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ ในสถานี และบริหารรายการทั้งหมด แต่สถานียังเป็นของหน่วยงานของรัฐ

5. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี ในระดับนี้ ประชาชนในชุมชนจะรวมตัวกันขึ้นขอคลื่นความถี่จากรัฐ และลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุเป็นของชุมชน แต่ชุมชนจะแต่งตั้งคณะกรรมการวิทยุชุมชน ที่อาจจะจ้างพนักงาน ผู้จัดการมืออาชีพ อาสาสมัคร ให้เข้ามาดำเนินงานตามแผนนโยบายของคณะกรรมการ

6. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานีและมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่น ในระดับนี้คล้ายระดับที่ 5 เพียงแต่การดำเนินงานของสถานีวิทยุในทุกระดับ จะเป็นอาสาสมัครจากชุมชนที่ได้รับการฝึกอบรมด้านต่าง ๆ ซึ่งเท่ากับชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าเพียงแค่ระดับเป็นเจ้าของ (Ownership) หากแต่เป็นระดับปฏิบัติการด้วย (Operation)

ในส่วนของรูปแบบรายการวิทยุชุมชน ถือเป็นรูปแบบที่ไม่ตายตัว เพราะขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ฟังเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจผลิตรายการ ส่วนใหญ่เป็นรูปแบบรายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Program) เพราะเสนอข่าวสารท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมถึงเพลงและศิลปะพื้นเมือง ซึ่งรูปแบบรายการจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับคณะกรรมการจะเป็นผู้ตัดสินใจ

จากแนวคิดเกี่ยวกับวิทยุชุมชนนี้ จะนำไปใช้เพื่อประกอบการพิจารณาในการจัดประเภทของสถานีวิทยุสังฆทานธรรม FM. 89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี

### แนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง หมายถึง การวางแผนให้มีรายการวิทยุกระจายเสียง และการบรรจุรายการลงในผังรายการเพื่อออกอากาศ ส่วนการผลิตรายการหมายถึง

การทำให้แนวคิดกลายเป็นรายการวิทยุกระจายเสียง ส่วนประกอบของการจัดรายการวิทยุที่ดี ได้แก่ ผู้ดำเนินรายการ ภาษาพูด ลีลาการพูด เพลงและเสียงประกอบ การเปิด-ปิด และการเชื่อมต่อรายการ ความหลากหลาย ความเป็นเอกภาพ และอารมณ์ของรายการ โดยรูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น มีไว้เพื่อให้ผู้จัดเลือกใช้ให้เกิดความหลากหลายในวิทยุกระจายเสียง ในการผลิตรายการนั้นมีทั้งหมด 8 ขั้นตอน ได้แก่ การรวบรวมข้อมูล วางแผนผลิตรายการ เขียนบท เตรียมวัสดุรายการ ประสานงานการผลิต ชักซ้อม บันทึกเสียงหรือออกอากาศและตรวจสอบคุณภาพ การประเมินคุณภาพและประเมินผลรายการ (อุษณีย์ ศิริสุนทรไพบุลย์, 2552, น. 167)

นภาพกรณ์ อัจฉริยะกุล (2529, น. 432-433) กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการจัดทำรายการวิทยุให้ได้รายการที่ดีมีคุณภาพไว้ดังนี้

1. ต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการนำเสนอรายการ การจะทำรายการใด ๆ นั้น ก่อนอื่นต้องตั้งวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่า เรามีวัตถุประสงค์อะไรในการนำเสนอรายการ เราต้องการให้ผู้ฟังได้อะไรจากรายการที่ทางสถานีเสนอให้ฟังบ้าง เช่น ต้องการให้ได้รับข่าวสารหรือความรู้ หรือความบันเทิง หรือต้องการให้ได้รับอะไรหลาย ๆ อย่างผสมกันไป

2. ต้องคำนึงถึงกลุ่มผู้ฟัง ผู้ฟังโดยทั่วไปมี 2 ลักษณะ คือ ผู้ฟังทั่วไปกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายสำหรับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย สามารถจัดแบ่งได้หลายแบบตามลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

- แบ่งตามอาชีพ อาชีพของคนเรานั้นมีส่วนที่ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างบุคคลได้ทั้งในด้านความคิด ความสนใจ และพฤติกรรมที่แสดงออก เช่น เกษตรกร มักสนใจเรื่องเกี่ยวกับเกษตรกรรม ดินฟ้าอากาศ แม่บ้านสนใจเรื่องการทำอาหาร การบ้านการเรือน

- แบ่งตามเพศ เพศหญิงย่อมสนใจแตกต่างจากเพศชาย เพราะมีพื้นฐานประสบการณ์มาต่างกัน เช่น เพศชายสนใจเรื่องกีฬา ในขณะที่เพศหญิงสนใจเรื่องแฟชั่น

- แบ่งตามวัย วัยเด็กอาจสนใจนิทาน วัยรุ่นอาจสนใจฟังเพลงร็อกแรง วัยผู้ใหญ่อาจสนใจฟังเพลงรักหวาน ๆ หรือเพลงสากล ส่วนวัยชราอาจสนใจฟังธรรมะหรือรายการทางศาสนา

- แบ่งตามถิ่นที่อยู่อาศัย ที่อยู่อาศัยในที่นี้หมายถึง ภูมิภาคส่วนต่าง ๆ ของประเทศหรือท้องถิ่น ซึ่งมีวัฒนธรรมประเพณี ความเชื่อถือต่างกัน นิยมชมชอบในสิ่งต่าง ๆ ไม่เหมือนกัน เช่น ภาคใต้อาจสนใจข่าวสารความเคลื่อนไหวทางการค้าขายพาราควาคนภาคเหนือ เป็นต้น

3. ต้องคำนึงถึงเนื้อหาสาระ (Content) ประกอบไปด้วยประเด็นสำคัญ ๆ รวมทั้งรายละเอียดที่น่าสนใจที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังได้รับรู้ เข้าใจ เกิดความรู้หรือความบันเทิงใจ

อาจแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ เนื้อหาสาระสำหรับผู้ฟังทั่วไป และเนื้อหาสาระสำหรับผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม โดยเนื้อหาที่นำมาเสนอทางวิทยุกระจายเสียงนั้น มีส่วนประกอบที่สำคัญ ดังนี้

- ประเด็นของเนื้อหา บางรายการมีเฉพาะประเด็นหลัก บางรายการอาจมีประเด็นรองมาช่วยเสริมหรือขยายให้เกิดรสชาติ เพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

- ความยาก-ง่ายของเนื้อหา ซึ่งต้องสอดคล้องกับระดับของกลุ่มผู้ฟัง โดยปกติแล้วการเสนอเนื้อหาทางรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น จะยึดหลักการเสนอเนื้อหาที่ “ไม่ยาก” หรือถ้ายากก็ทำให้ “ง่าย” เสียก่อน เพื่อให้ผู้ฟังจะได้ฟังได้เข้าใจยิ่งขึ้น

- ความยาว-สั้นของรายการ เนื้อหารายการต้องสอดคล้องกับความยาว-สั้น ของรายการ ถ้ามีเวลาในการนำเสนอาน เนื้อหาที่อาจนำมาขยายได้ มีประเด็นเพิ่มมากขึ้น

4. ต้องคำนึงถึงวิธีการนำเสนอรายการ องค์ประกอบของวิธีการนำเสนอรายการมีดังนี้

- เสนอรูปแบบของรายการให้สอดคล้องกับเนื้อหา และต้องสอดคล้องเหมาะกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

- เวลาในการนำเสนอรายการ อย่างรวบรัดจนขาดความสำคัญหรือรายละเอียด หรืออย่ายืดเยื้อจนหมดรสชาติ

- มีความหลากหลายและเอกภาพในรายการ มีความหลากหลายคือการหาวิธีการที่มีความหลากหลาย ๆ กันมาไว้ในรายการเดียว เพื่อเปลี่ยนอารมณ์ผู้ฟัง หรือเร้าและกระตุ้นความสนใจไม่ให้น่าเบื่อ ส่วนเอกภาพคือ การนำเสนอรายการโดยยึดเอาสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นหลัก หรือเป็นแกนของรายการ

นอกจากองค์ประกอบการจัดรายการดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังต้องมีหลักในการจัดรายการในช่วงเวลาต่าง ๆ ดังนี้

#### 1. การจัดรายการประจำภาคเช้า

ช่วงเวลา 06.00-09.00 น. เป็นช่วงเวลาที่ผู้ฟังมีกิจกรรมอย่างอื่นทำกันมาก จึงเป็นเวลาที่เหมาะฟังวิทยุอย่างเต็มที่หรือตั้งใจมานั่งฟังแทบไม่ได้เลย ดังนั้น การนำเสนอรายการในช่วงนี้ จึงควรเป็นรายการที่สนุกสนานรื่นเริง เพื่อเป็นการเริ่มวันใหม่อย่างมีชีวิตชีวา ไม่ต้องใช้สมาธิในการฟังมากนัก พูดสั้น ๆ กระชับ แม้แต่การเลือกเพลง ก็ควรใช้เพลงที่นิยมในขณะนั้น สำหรับผู้ฟังที่เป็นเกษตรกร มักสนใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน และที่ขาดไม่ได้คือการพยากรณ์อากาศ และการบอกเวลาเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ผู้ฟังจะได้รู้เวลาจะได้ทำอะไรได้ตามเวลา จะได้ไม่ไปทำงานสายหรือไม่ไปโรงเรียนช้า

ช่วงเวลา 09.00-12.00 น. กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายส่วนใหญ่คือแม่บ้าน ทำงานบ้าน และฟังรายการวิทยุ ซึ่งมักสนใจเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับผู้หญิง การประกอบอาหาร สุขภาพอนามัย ละครวิทยุหรือเพลงเบา ๆ ดังนั้น รายการต่าง ๆ ที่นำเสนอในช่วงเวลานี้จะทำการรายการที่มีการพูดคุยเป็นระยะเวลาสั้นกว่าปกติก็ย่อมได้

## 2. การจัดรายการประจำภาคบ่าย

ช่วงเวลา 12.00-15.00 น. เป็นเวลาที่ผู้ฟังส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่างมากขึ้นกว่าช่วงก่อนเที่ยง ฉะนั้นการนำเสนอรายการความรู้ที่หนักหน่วงในช่วงนี้ก็อาจทำได้ เช่น รายการสารคดี สันทนาการ อภิปราย ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องกฎหมาย การเมือง การศาสนา รายการที่มุ่งให้ความรู้ อย่างไรก็ตามรายการที่ให้ความบันเทิงประเภทละครวิทยุก็ยังเป็นที่นิยมฟังกันอย่างมากในช่วงเวลานี้เช่นกัน

ในช่วงเวลาบ่ายแก่ ๆ ก่อนเย็น ช่วงนี้มีกลุ่มแม่บ้านที่กลุ่มเด็กเนื่องจากเป็นเวลาที่เด็กกลับจากโรงเรียนถึงบ้าน รายการช่วงนี้จึงมักเป็นรายการเพื่อเด็ก

## 3. การจัดรายการประจำภาคค่ำ

ในช่วงเวลานี้ ส่วนใหญ่มักเสนอรายการข่าว รายการกีฬา และเพลงยามเย็น กลุ่มผู้ฟังจะขยายกว้างขึ้น ทั้งกลุ่มผู้ฟังในเมืองและกลุ่มผู้ฟังในชนบท การจัดรายการจึงมุ่งที่กลุ่มผู้ฟังทั่วไป มากกว่ากลุ่มผู้ฟังเฉพาะในช่วงบ่าย

ในเรื่องผู้ฟังรายการวิทยุ อุบลรัตน์ สิริยุวศักดิ์ (2550, น. 7-396) ได้นำเสนอไว้ว่า ในการสำรวจความนิยมของคนฟังรายการวิทยุ พบว่า รายการเพลงไทยสากลเป็นรูปแบบรายการที่ผู้ฟังทางวิทยุนิยมมากที่สุด สำหรับรายการข่าวประเภทต่าง ๆ กลุ่มผู้ฟังที่เป็นชายจะให้ความสนใจมากกว่า ส่วนกลุ่มผู้ฟังที่เป็นหญิงจะสนใจละครวิทยุ และรายการธรรมะ โดยเฉพาะผู้หญิงวัยสูงอายุ นอกจากนี้กลุ่มผู้สูงอายุ (อายุ 50 ปีขึ้นไป) ทั้งหญิงและชาย เป็นกลุ่มบุคคลที่ฟังวิทยุมากกว่าวัยอื่น ๆ ยกเว้นในรายการเพลงและข่าวกีฬาที่วัยรุ่นและวัยทำงานจะเป็นวัยที่สนใจมากกว่า

นอกจากปัจจัยด้านเพศและอายุแล้ว ปัจจัยด้านรายได้หรือฐานะทางเศรษฐกิจของผู้ฟังก็มีส่วนในการกำหนดลักษณะการฟังวิทยุและประเภทของรายการที่รับฟัง เช่น ผู้ฟังวิทยุในระบบเอเอ็ม ส่วนใหญ่เป็นวัยสูงอายุและเป็นกลุ่มผู้ฟังที่มีรายได้ต่ำ ส่วนผู้ฟังรายการวิทยุในระบบเอฟเอ็มส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำเช่นกัน ยกเว้นผู้ฟังที่สนใจรายการข่าว

จากการสำรวจพฤติกรรมของคนฟังวิทยุพบว่า ช่วงเวลาการฟังวิทยุที่มีผู้ฟังมากที่สุด ตั้งแต่ช่วงสาย (09.00 น.) เรื่อยไปจนถึงช่วงบ่าย (15.00 น.) สำหรับกลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยทำงาน

ขณะที่กลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยสูงอายุจะเริ่มฟังวิทยุตั้งแต่ช่วงเริ่มเปิดสถานี (ประมาณ 05.00 น.) แต่ถ้าเป็นกลุ่มวัยรุ่น ช่วงเวลาที่นิยมฟังมากที่สุดคือช่วงค่ำ (20.00-24.00 น.)

จากแนวคิดเกี่ยวกับการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงนี้ ผู้วิจัยได้นำไปใช้เพื่อช่วยในการกำหนดตัวแปรในเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ และความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุ สังฆทานธรรมด้านต่าง ๆ รวมทั้งเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังรายการทางสถานีวิทยุสังฆทานธรรม FM. 89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี

### แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

แนวคิดนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ลักษณะการแบ่งกลุ่มผู้รับสาร ความแตกต่างของผู้รับสาร การเลือกสรรและการเปิดรับความรู้ของผู้รับสาร เนื่องมาจากกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้นมื่อองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ทำให้เกิดการสื่อสารขึ้นมา ซึ่งการสื่อสารจะบรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิผลเพียงใดนั้น ผู้ส่งสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้าม หากผู้รับสารไม่เข้าใจสารของผู้ส่งสาร การสื่อสารก็ล้มเหลว การวิเคราะห์ผู้รับสารจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสาร เมื่อผู้ส่งสารทราบว่าใครเป็นผู้รับสารเป้าหมาย มีลักษณะอย่างไร ก็จะได้วางแผนปรับการสื่อสารของตนให้เข้ากับลักษณะของผู้รับสาร โดยการปรับตัวเอง ปรับสาร ปรับวิธีการจัดสาร ตลอดจนเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารเป้าหมาย เพื่อให้การสื่อสารนั้นประสบความสำเร็จ (ปรมะ สตะเวทิน, 2546, น. 111-112)

ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะเฉพาะของตน เช่น อายุ เพศ บุคลิกภาพ สติปัญญา ทักษะและประสบการณ์ เป็นต้น คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร ซึ่งการสื่อสารในแต่ละสถานการณ์ ก็จะมีจำนวนผู้รับสารแตกต่างกันไปด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้น มักไม่ค่อยมีปัญหา เพราะสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารเป็นรายคนได้ แต่การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมากมักมีปัญหา เพราะผู้รับสารประกอบไปด้วยคนจำนวนมากเกินไป อีกทั้งผู้ส่งสารยังไม่รู้จักกับผู้รับสารแต่ละคนอีกด้วย ดังนั้นวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากคือ การจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristic) เช่น อายุ เพศ การศึกษา สถานทางสังคมและ

เศรษฐกิจ ว่าผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประเภทเดียวกัน จะมีพฤติกรรมการสื่อสารเช่นเดียวกันหรือไม่ มีการเปิดรับสื่อเหมือนหรือแตกต่างกัน ผลกระทบของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์เหมือนกัน จะเป็นเช่นเดียวกันหรือไม่ โดยสามารถวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, น. 49)

1. อายุ อายุของผู้รับสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญค่อนข้างมาก เพราะอายุทำให้คนมีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่อายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน และมองโลกแง่ดี และพร้อมเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ได้ง่ายกว่าคนที่มีความอายุมาก ซึ่งมักมีแนวคิดอนุรักษนิยม มองโลกแง่ร้ายกว่าคนที่มีความอายุน้อย เนื่องจากเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ชีวิต เคยผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ทางสังคมมากกว่า นอกจากความแตกต่างในเรื่องความคิดแล้วยังพบว่า ในแง่ของการชักจูงใจ เมื่อมีอายุมากขึ้น โอกาสที่จะถูกเปลี่ยนใจหรือโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจก็จะน้อยลง

2. เพศ จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม ทศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหวและถูกชักจูงได้มากกว่าผู้ชาย ซึ่งผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง ส่วนในด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ผู้หญิงจะใช้เวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่าผู้ชาย เนื่องจากมีเวลาอยู่กับบ้านมากกว่าผู้ชายที่มักใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการทำงาน ทำให้ผู้หญิงสามารถรับฟังรายการวิทยุได้มากกว่า แต่มักใช้เพื่อการผ่อนคลายหรือเพื่อสละความรู้ต่าง ๆ ที่สอดแทรกในรายการ แต่เนื่องจากผู้ชายมีเวลาในการรับฟังน้อยกว่าก็มักเลือกรับฟังรายการที่มีเนื้อหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น ข่าวสารด้านการเมือง เศรษฐกิจ หรือด้านกีฬา เป็นต้น นอกจากนี้ความแตกต่างด้านเพศ ยังทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในการสื่อสารแตกต่างกันไปด้วย ผู้หญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่า ในขณะที่ผู้ชายต้องการที่จะส่งและรับข่าวสาร พร้อมทั้งสร้างสัมพันธอันดีให้เกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กับการส่งและรับข่าวสารนั้นด้วย

3. การศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้น คนที่ได้รับการศึกษาในระดับยุคสมัย ระบบการศึกษา และสาขาที่แตกต่างกัน ย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการแตกต่างกันไป นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล คนที่มีการศึกษาสูง มีความรู้ดี จะเป็นคนที่มีความรอบรู้ในหลาย ๆ เรื่อง และมักจะใช้สื่อในการเพิ่มพูนความรู้ให้แก่ตนเอง ไม่ว่าจะรับข่าวสาร

ความรู้เกี่ยวกับสถานการณ์บ้านเมือง การประกอบอาชีพ หรือการนำเอาความรู้ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จากการศึกษาวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังของครอบครัว มีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อปฏิกริยาของผู้รับสารและสารที่ได้รับ เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน ย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน คนที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมองโลกต่างกัน มีอุดมการณ์ แนวคิด ค่านิยม ความต้องการในข่าวสารความรู้ที่แตกต่างกันไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพของแต่ละบุคคล ก็ยังสามารถเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะทางจิตวิทยา ของผู้ประกอบอาชีพนั้น ๆ ได้ ส่วนเรื่องรายได้ นั้น พบว่าเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ความคิด ทำให้คนมีวิถีชีวิตหรือแนวทางการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันด้วย

จากแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารนี้ ผู้วิจัยจะนำไปใช้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุส่งมทานธรรม FM. 89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี

## แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสาร

### การเลือกสรรในการรับสาร

กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ทั้งนี้เพราะผู้รับสารแต่ละคนจะมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ และความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น กระบวนการเลือกสรรจึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2544, น. 636-639)

#### 1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยที่การเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหลายประการ ได้แก่ วัย ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความเชื่อ ทศนคติ อุดมการณ์ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ส่วนบุคคล สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นต้น

## 2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Select Interpretation)

เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเอง หรือตามความเชื่อ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น

## 3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention)

บุคคลมีแนวโน้มในการเลือกจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตน และเลือกจำเนื้อหาสาระของข่าวสารที่ได้รับด้วย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสารที่ได้รับจึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทักษะคติหรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารมีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยาก

## การเปิดรับข่าวสาร

ผู้รับสารแต่ละคนต่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันไป จอห์น เมอริล และ ราฟท์ โลเวนสไตน์ (John C. Merrill & Ralph L. Lowenstien, 1971, pp. 134-135) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อ จากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และบางครั้งบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์ทุกคนมีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างจากตัวเองออกไปตามลำดับ ดังนั้น สื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งที่ใกล้ตัวก่อน ไปจนถึงสิ่งที่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์จะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี ช่วยให้ตนเองสะดวกสบาย หรือให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ต่างกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร (2540, น. 290-292) ได้กล่าวถึงความต้องการข่าวสารของผู้รับสารว่า โดยปกติจะมีอยู่ 4 อย่าง คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตนเอง (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น อ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ

2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง (Consistency) กับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร ผู้รับสารมักจะเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับค่านิยม ความเชื่อ หรือทัศนคติของตน ข่าวสารใดที่ไม่สอดคล้องก็จะไม่ได้รับความสนใจ หรือได้รับการปฏิเสธจากผู้รับสาร

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ว่าข่าวสารนั้นจะให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตัวเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวจะได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการอยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลง มีประสบการณ์ใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

โดยผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักก็มักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบท ประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น

2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน ตัวอย่างเช่น นิสิตนักศึกษาและนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐมากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเองเคยรับอยู่ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำ ก็มักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ข้อนั้น เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดี ราคาถูก และนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เจาะใจ มีความรู้สึกเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ เป็นต้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสารนี้ จะถูกนำไปใช้เพื่อเป็นกรอบในการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการทางสถานีวิทยุสังฆทานธรรม FM. 89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี

### ทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อสื่อ ได้รับการพัฒนาขึ้นเป็นอีกแนวทางหนึ่งของการวิจัยสื่อสารมวลชน ซึ่งแต่เดิมงานวิจัยสื่อสารมวลชนนิยมศึกษาเกี่ยวกับผล (Effect) ของสื่อที่มีต่อบุคคล การศึกษาในแนวนี้เป็นแนวตรงกันข้ามกับแนวคิดเดิม กล่าวคือไม่ได้ศึกษา

ผู้รับสารในแง่ของผู้ถูกกระทำ (Passive person) ที่ต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือทัศนคติไปตามผลที่ได้รับจากสื่อ แต่หากพิจารณาผู้รับสารในทางตรงกันข้ามว่าบุคคลเป็นผู้กระทำ (active person) ที่มีความปรารถนาจะเลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองของความพอใจส่วนตัว (พัชณี เษยจรรยาเมตตา กฤตวิทย์ และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2534, น. 132)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533, น. 113-115) กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารเป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสาร (Media consumer) เป็นจุดเริ่มต้น โดยศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดสื่อหนึ่ง ๆ กระบวนการดังกล่าวหมายถึงพฤติกรรมสื่อสาร (communication behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่า การใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน คือ

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (goal directed)
2. การใช้หรือการเปิดรับสื่อหนึ่ง ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้ว ก็เพื่อสนองต่อความต้องการตามข้อ 1 ไม่ใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอย หรือเป็นผลชักจูงจากผู้ส่งสารแต่อย่างเดียว
3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้น เป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ในทางกลับกัน ผู้ส่งสารต่างหากจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อการบริการให้ประชาชนผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านั้น

ขั้นตอนทั้งสามมีความสัมพันธ์เชิงกระบวนการ ความต้องการหรือความจำเป็นพื้นฐานของมนุษย์นั้น เกิดขึ้นเนื่องจากบุคคลมีอันตรกิริยาระหว่างกัน ภายใต้โครงสร้างสังคมกับการสื่อสาร รวมทั้งภูมิหลังของปัจเจกชนผู้รับสาร กล่าวคือ สิ่งแวดล้อมภายนอกของบุคคล ไม่ว่าจะเป็นระบบการเมือง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และการสื่อสาร กับภูมิหลังของปัจเจกชน ซึ่งหมายถึงทั้งความคิดและการกระทำอันเนื่องมาจากตัวแปรทางประชากรศาสตร์ จิตวิทยา และประสบการณ์ส่วนบุคคล หล่อหลอมให้มนุษย์มีความต้องการพื้นฐาน รวมทั้งมีอิทธิพลต่อกระบวนการเลือกใช้และความพึงพอใจในสื่อด้วย

เคทซ์และคณะ (Katz E. & Others, 1974, p. 22) ได้แบ่งกลุ่มความต้องการของผู้รับสารในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อตามลักษณะต่าง ๆ ไว้ดังนี้

1. ความต้องการทางด้านความรู้และความเข้าใจ (Cognitive Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อ เพื่อจะได้รับข่าวสารความรู้ และความเข้าใจในบุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ
2. ความต้องการทางด้านอารมณ์ (Affective Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องของความสุขงามหรือศิลปะต่าง ๆ

3. ความต้องการด้านความเชื่อและความมั่นคง (Integrative Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ

4. ความต้องการทางด้านการหลีกหนี (Escape Need) คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่อหลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

เคทซ์และคณะ ยังได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการสื่อสารของผู้รับสารว่า แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาเกี่ยวกับ

1. สภาวะของสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการของบุคคล และเกิด
3. ความคาดหวังจากสื่อ นำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผล คือ
5. การได้รับประโยชน์และความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่น ๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้ก็ได้

ดังนั้น สภาวะจิตใจและสังคมที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล ก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนมีความคาดหวังว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจและนำไปใช้ประโยชน์ได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปตามความคาดหวังที่ต่างกันไป รวมถึงประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้จากสื่อก็จะต่างกันไปด้วย

ลอเรนซ์ เวินเนอร์ (Lawrence A. Wenner) ได้รวบรวมผลงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่มีผู้ศึกษาไว้มากมาย โดยเวินเนอร์ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ เป็นต้น

2. Social Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสาร เข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำเสนอไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. Para-Orientation Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

4. Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือผู้ที่เราชื่นชมเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม (สิริอร แก้วลาย, 2550, น. 21)

ส่วนแม็กซ์เวล แม็กคอมและลี เบคเกอร์ (Maxwell E. McCombs & Lee B. Becker, 1979, p. 51) ให้ความเห็นไว้ว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการของตน 6 ประการ ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหว และสังเกตการณ์รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันเหตุการณ์ และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้

2. เพื่อช่วยการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความคิดเห็นของตนเองต่อเหตุการณ์รอบ ๆ ตัวได้

3. เพื่อต้องการข้อมูลในการพูดคุยสนทนา (Discussion) การเปิดรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นได้

4. เพื่อการมีส่วนร่วม (Participation) การมีส่วนร่วมในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. เพื่อช่วยเสริมสร้างความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมสร้างความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว

6. เพื่อความบันเทิง (Relaxation and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลิน และการผ่อนคลาย

จากทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ จะนำไปใช้เป็นกรอบในการศึกษาถึงเหตุผลในการรับฟังรายการทางสถานีวิทยุสังฆทานธรรม FM 89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี ของผู้ฟังในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ซึ่งในความแตกต่างกันนี้ ย่อมก่อให้เกิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

## หลักพุทธธรรมอันเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต

พระพุทธศาสนาเป็นศาสนาประจำชาติไทย ชาวไทยส่วนใหญ่จึงเป็นพุทธศาสนิกชน หลักธรรมในพระพุทธศาสนาจึงมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ความประพฤติ และการดำรงชีวิตของคนไทยส่วนใหญ่ หลักพุทธธรรมสำคัญที่ได้ช่วยส่งเสริมให้ฆราวาสมีหลักในการดำเนินชีวิต (พิฑูร มลิวัดย์, 2527, น. 105-137) ได้แก่ สังคหัตถ์ 4 สัมปยุตธรรม 7 พรหมวิหาร 4

สังคหัตถ์ 4 แปลว่า ธรรมเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวใจบุคคลให้มีสัมมาคัมภีร์ต่อกัน มีไม่ตรีจิต มีความรักความปรารถนาดีต่อกัน มี 4 อย่างคือ

1. ทาน ให้ปันสิ่งของของตนเองแก่ผู้อื่นที่ควรให้ปัน อันได้แก่การเสียสละ การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การช่วยเหลือกันด้วยสิ่งของ ตลอดจนจนถึงการให้วิชาความรู้และแนะนำสั่งสอนสิ่งที่เป็นประโยชน์และเป็นธรรม

2. ปิยวาจา เจรจาถ้อยคำอ่อนหวาน อันได้แก่การพูดถ้อยคำน่ารัก กล่าวคำสุภาพไพเราะ ตลอดจนถึงถ้อยคำที่มีประโยชน์และเป็นธรรมอื่นๆ

3. อัถตจริยา ประพฤติสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น เช่นการช่วยเหลือบำเพ็ญกิจการสาธารณประโยชน์ สนับสนุนส่งเสริมในทางศีลธรรม จริยธรรม

4. สมานัตตตา ความเป็นผู้เสมอต้นเสมอปลาย ดีต่อผู้อื่นเสมอต้นเสมอปลาย ใจร่วมทุกข์ร่วมสุขกับผู้อื่นทุกเวลาทุกกรณี

สัมปยุตธรรม 7 แปลว่า ธรรมของสัตว์บุรุษ ธรรมที่ทำให้เป็นคนดีมี 7 อย่างคือ

1. ธัมมัญญตา ความรู้จักธรรมหรือรู้จักเหตุ คือรู้หลักความจริง เช่นรู้ว่า ความสุขเกิดมาจากเหตุนี้ ความเสื่อมเกิดมาจากเหตุนี้ เป็นต้น

2. อัถตัญญตา ความรู้จักอรรถ หรือรู้จักผลที่เกิดขึ้นสืบมาจากเหตุ เช่นรู้ว่าสิ่งที่ตนทำอยู่นั้นจะเกิดผลเป็นอย่างไร

3. อัถตัญญตา ความรู้จักตน คือรู้จักตนนั้นว่าโดยฐานะ ภาวะ เพศ วัย กำลัง ความรู้ ความสามารถและคุณธรรม เป็นต้น มีอยู่อย่างไร เป็นอย่างไร แล้วประพฤติตนให้เหมาะสม ข้อใดควรส่งเสริมหรือปรับปรุงแก้ไข ก็ดำเนินการตามความเหมาะสม

4. มัตตัญญตา ความรู้จักประมาณ คือรู้จักความพอดี เช่น รู้จักประมาณในการรับในการหา ในการบริโภค ในการใช้จ่ายทรัพย์ เป็นต้น

5. กาลัญญตา ความรู้จักกาล รู้จักเวลา รู้กาลเวลาอันเหมาะสมในการประกอบกิจการทำหน้าที่การงาน

6. ปริสัจญญตา ความรู้จักบริษัท คือรู้จักชุมชน รู้จักสังคม และรู้จักกิจการที่พึงประพฤติต่อชุมชน ต่อสังคมนั้น ๆ

7. ปุคัลลัญญตา ความรู้จักเลือกบุคคล รู้จักอ่านบุคคล คือรู้ความแตกต่างแห่งบุคคล ว่าผู้นี้มีธรรมาศัยเป็นแบบนี้ มีความรู้ความสามารถอย่างนี้ มีคุณธรรมอย่างนี้ เป็นคนดีอย่างนี้ เป็นต้น แล้วรู้จักเลือกคบแต่คนดี ไม่คบคนชั่ว

พรหมวิหาร 4 แปลว่า ธรรมเป็นเครื่องอยู่ของท่านผู้ใหญ่ ธรรมประจำใจอันประเสริฐ มี 4 อย่างคือ

1. เมตตา ความรักใคร่ปรารถนาจะให้เป็นผู้สุข
2. กรุณา ความสงสาร คิดจะช่วยให้พ้นทุกข์
3. มุทิตา ความพลอยยินดี เมื่อผู้อื่นได้ดี
4. อุเบกขา ความวางเฉย ใจดีใจไม่เสียใจเมื่อผู้อื่นถึงความวิบัติ

ท่านพุทธทาสภิกขุ (2536, น. 224) ได้ให้หลักแห่งความรอดพื้นฐานของฆราวาส ซึ่งได้แก่ วัฒนธรรมที่เนื่องมาจากศาสนาโดยตรง หรือเรียกสั้น ๆ ว่า วัฒนธรรมของชาวพุทธ เป็นความเจริญที่ถูกต้องทั้งทางรูปธรรมและนามธรรมตามแบบของชาวพุทธ โดยมีรากจากพระพุทธรศาสนา 10 ข้อ ได้แก่

1. มีความขยันขันแข็ง กู้หาญ ยอมตายด้วยพระธรรม
2. สุภาพอ่อนโยน ขยายความไปถึงเชื่อฟังคนเฒ่าคนแก่
3. กตัญญู
4. มีศีลมีสัตย์
5. ประหยัด สิ้นโดษ
6. มีเมตตา กรุณา ใจกว้าง ใจบุญ
7. อุดกั้น อดทน มีความแจ่มใสประกอบอยู่ด้วย
8. ยอมได้ ให้อภัยได้ เป็นฝ่ายยอมเพื่อให้เรื่องต่างๆ ระวังไป
9. ไม่ตามใจกิเลส แต่ตามใจพระธรรมหรือพระเจ้า
10. มีแบบฉบับเฉพาะของชาวพุทธเองในทุก ๆ กรณี ในการกินอยู่หลับนอน เกิด แก่ เจ็บ ตาย

เจ็บ ตาย

จากหลักพุทธธรรมอันเกี่ยวข้องกับกาณ์ดำเนินชีวิตนี้ จะนำไปใช้เพื่อช่วยในการกำหนดตัวแปรในเรื่องการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการทางสถานีวิทยุสงฆทานธรรม FM 89.25 MHz. (White Wave) จังหวัดนนทบุรี ซึ่งได้แก่ ประโยชน์ในการนำความรู้ไปใช้แก้ไขปัญหาค

ชีวิตประจำวัน สร้างกำลังใจในการดำรงชีวิต ช่วยในการนั่งสมาธิ ทำให้จิตใจสงบ การได้สวดมนต์ ช่วยให้เกิดความเพลิดเพลิน ช่วยให้ผ่อนคลายความเครียด ช่วยทำให้มีจิตใจเมตตา เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รู้จักการทำดี พูดดีต่อผู้อื่น ทำให้รู้จักพอเพียง ทำให้รู้จักค่าของเงิน ใช้เงินอย่าง คู้มค่า ทำให้รู้จักเก็บออม การแนะนำให้ตามอ่านหนังสือธรรมะต่อ นำความรู้ที่ได้ไปสอนลูกหลาน นำข้อมูลไปใช้ในการพูดคุยสนทนากับผู้อื่น และการได้ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของทางวัดสังฆทาน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัฐยา เรืองเริงกุลฤทธิ (2546, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟัง รายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา” ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับฟังรายการน้อยกว่า 3 วัน / สัปดาห์ และติดตามรับ ฟังรายการมาไม่ถึง 1 ปี ทั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช เนื่องจากหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อรายการวิทยุชุมชนของคน โคราชในระดับดี โดยเห็นด้วยกับข้อความที่ว่าเนื้อหารายการเป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด

ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของ คนโคราชพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้ใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคน โคราช คิดเป็นร้อยละ 84.50 โดยกลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการในการประกอบ อาชีพทางการเกษตรมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุ ชุมชนของคนโคราชมาก โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการใน ประเด็นที่ทำให้รอบรู้ขึ้นในเหตุการณ์ทั่วไปและความเคลื่อนไหวของชุมชนมากที่สุด ซึ่งจากการ ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการและความพึงพอใจจาก การรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชแตกต่างกัน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช แตกต่างกัน โดยจะสังเกตเห็นว่า เพศไม่มีผลต่อพฤติกรรมการรับฟังรายการ ความคิดเห็นต่อ รายการ และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการ ในขณะที่รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรม การรับฟังรายการ และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช

สุกัญญา อัมพันธ์ (2546, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการข่าวสารความรู้ทางหอกระจายข่าว ใน

เขตตำบลหนองตาด จังหวัดบุรีรัมย์” จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับในบางประเด็น คือ อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะในการรับฟัง ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับลักษณะในการรับฟัง และระยะเวลาในการรับฟัง นอกจากนี้ อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับฟัง ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟัง อีกทั้งการเปิดรับฟังรายการด้านความถี่ในการรับฟัง ลักษณะในการรับฟัง และวิธีในการรับฟัง ต่างมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์จากการรับฟัง

กลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการข่าวสารความรู้ประจำทุกวัน ใช้เวลาในการรับฟังรายการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ฟังรายการร่วมกับผู้อื่นในหมู่บ้าน (เพื่อนบ้าน) และฟังรายการพร้อมกับทำงานไปด้วย ช่วงเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุดคือช่วงเช้าก่อนไปทำงาน ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ในการเสริมความรู้ให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงความพึงพอใจและใช้ประโยชน์ในการสนทนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่นมากที่สุด

บุญเชิด เขี่ยมบุญ (2545, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ และความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อรายการปาฐกถาธรรมวันอาทิตย์ ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ศึกษากรณี: ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี” พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน มีผู้รับฟังรายการปาฐกถาธรรมหรือรายการที่เกี่ยวกับธรรมะทางสถานีต่าง ๆ 216 คน และจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 216 คนนี้ มีจำนวน 118 คนที่เปิดรับฟังรายการปาฐกถาธรรมวันอาทิตย์ ที่ออกอากาศในช่วงเวลา 08.00-08.30 น. ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จบระดับชั้นประถมศึกษาเป็นส่วนใหญ่ มีรายได้ไม่เกิน 5,000 บาท/เดือน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเปิดรับฟังรายการปาฐกถาธรรมวันอาทิตย์เป็นประจำทุกครั้ง และแต่ละครั้งใช้เวลาเปิดรับฟังประมาณ 25-30 นาที โดยส่วนใหญ่ได้ฟังมานานมากกว่า 5 ปีขึ้นไป และหลังจากที่รับฟังรายการปาฐกถาธรรมวันอาทิตย์ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยแล้ว ส่วนใหญ่จะมีความรู้สึกชอบเป็นส่วนใหญ่

บัวผืน ไททรัพย์ (2550, น. บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี)” พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) เป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน กลุ่มตัวอย่างหลักเป็นเกษตรกร อายุระหว่าง 36-45 ปี มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา รายได้เฉลี่ย 5,000-15,000 บาทต่อเดือน และไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) เป็นเพียงผู้รับฟังรายการเท่านั้น

ด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังที่บ้าน โดยฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น มีความถี่ในการรับฟัง 3-4 วันต่อสัปดาห์ เฉลี่ยวันละ 1-2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่เปิดรับฟังมากที่สุดคือ 15.00-17.00 น. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักสถานีฯ จากการเปิดรับฟังเอง และติดตามรับฟังมาประมาณ 2 ปี ในด้านการใช้ประโยชน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการสุขภาพเพื่อประชาชน (อสม.) ในระดับมาก โดยมีการใช้ประโยชน์เพื่อความบันเทิงและผลิตเพลินในระดับมากเช่นกัน สำหรับความพึงพอใจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการสุขภาพเพื่อประชาชน (อสม.) มากที่สุดเช่นกัน โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อประเภทรายการ เนื้อหารายการ การดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการ วันเวลาและความยาวของรายการอยู่ในระดับมาก ยกเว้นความพึงพอใจในการมีส่วนร่วม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการมีส่วนร่วมในฐานะเป็นผู้รับฟังอย่างเดียวในระดับมาก ส่วนการโทรศัพท์ขอฟังเพลงอยู่ในระดับปานกลาง และการมีส่วนร่วมในฐานะอื่น ๆ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยทั้งสิ้น

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และความเกี่ยวข้องกับชมรมฯ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) นอกจากนี้ยังพบว่า อาชีพ รายได้ และความเกี่ยวข้องกับชมรมฯ ของผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) แตกต่างกัน ด้านพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟัง พบว่า พฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟังรายการของกลุ่มผู้ฟังที่แตกต่างกัน มีการใช้ประโยชน์จากรายการของสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) ไม่แตกต่างกัน และพบว่า พฤติกรรมของกลุ่มผู้ฟังที่มีเวลาในการรับฟังรายการต่อวัน และระยะเวลาในการติดตามรับฟังรายการทางสถานีฯ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการของสถานีวิทยุชุมชนชมรมเครดิตยูเนียนภาคใต้ (เครือข่ายจังหวัดสุราษฎร์ธานี) แตกต่างกัน