

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุชุมชนมูลนิธิบุญญาราม วัดโสภณาราม อำเภอแฉิม จังหวัดเชียงใหม่” ผู้วิจัยอาศัยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอธิบายตามลำดับดังต่อไปนี้ คือ

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชน
2. แนวคิดวิทยุชุมชน (Community Radio)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
5. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Difference Theory)
6. ทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory)
7. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)
8. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratifications Theory)
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องการสื่อสารเพื่อชุมชน

McQuail¹ ได้ประมวลคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของการสื่อสารที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแนวใหม่ เช่น

1. มีลักษณะหลากหลาย (multiplicity)
2. มีลักษณะเป็นการสื่อสารขนาดเล็ก (smallness of scale)
3. สร้างและใช้อยู่ในท้องถิ่นเอง (locality)
4. ไม่มีลักษณะแข็งตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่เป็นสถาบัน (deinstitutionalization)
5. มีการแลกเปลี่ยนบทบาทระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร (interchange of sender-receiver roles)
6. เน้นการสื่อสารแนวนอนในทุกระดับของสังคม (horizontality of communication)

¹ Denis, McQuail, Mass Communication Theory (Beverly Hills: Sage Publications, 1983), pp. 149–155.

Somavia² ได้ประมวลคำนิยามใหม่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา" เอาไว้ดังนี้

1. การสื่อสารเป็นความต้องการอย่างหนึ่งของมนุษย์ (communication is human need) เป็นความต้องการที่จำเป็นอันจะขาดเสียมิได้ของบุคคลและสังคม และประชาชนจะต้องได้รับการตอบสนองความต้องการนี้ สิทธิที่จะได้รับและได้ส่งข่าวสารข้อมูล จึงเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานประการหนึ่งของมนุษย์ทุกคน

2. การสื่อสารเป็นสิทธิอย่างหนึ่งของชุมชน (communication is a delegated right) สังคม/ชุมชนแต่ละแห่งต้องมีสิทธิในการจัดการระบบและงานด้านการสื่อสารภายในชุมชนให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจและประวัติศาสตร์ของชุมชน และเนื่องจากชุมชนแต่ละแห่งต่างมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การจัดการสื่อสารในแต่ละแห่งจึงไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน แต่ทว่าไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารที่ถูกจัดการในรูปแบบใดก็ตาม จุดเน้นที่สำคัญที่สุดก็คือ การมีส่วนร่วม (participation) และโอกาสที่จะเข้าถึง (accessibility) การสื่อสารของชุมชน

3. การสื่อสารเป็นโฉมหน้าหนึ่งของกระบวนการศึกษา (communication is a face of education process) สื่อมวลชนจะเป็นสถาบันที่สำคัญที่ทำหน้าที่ทั้งให้การศึกษาและอบรมบ่มเพาะประชาชน ทั้งยังทำหน้าที่ตีความ โน้มน้าว ชี้แนะ และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งถือเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการศึกษา

4. งานการสื่อสารต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องสิทธิและหน้าที่ที่พึงปฏิบัติ (communication task involves rights and obligations) เนื่องจากสื่อมีสิทธิให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ทางสังคม แต่เนื่องจากการมีสิทธินั้นจะต้องควบคู่มากับหน้าที่ความรับผิดชอบอยู่เสมอ ดังนั้นการปฏิบัติงานของสื่อจึงต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตความรับผิดชอบด้านกฎหมายและกฎเกณฑ์ของสังคม

คุณลักษณะของการสื่อสารชุมชน (Community communication)

กาญจนา แก้วเทพ และคณะ³ ได้กล่าวถึงคุณลักษณะสำคัญ ๆ ของการสื่อสารชุมชนว่า มีดังนี้

² J. Somavia, The Democratization of Communication (London: Development Dialogue, 1981), pp. 147–154.

³ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้ (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543), น. 48–52.

1. เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (two-way communication) ที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถมีปฏิกริยาโต้ตอบ (interactivity) กันอยู่ตลอดเวลา ทั้งในลักษณะเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ ลักษณะการสื่อสารแบบสองทาง ทำให้สถานะของผู้ส่งสารและผู้รับไม่ตายตัว แต่จะมีการลัดเปลี่ยนกันอยู่ตลอดเวลา

2. ทิศทางการไหลของข่าวสาร (flow of information) ในขณะที่กระบวนการตัดสินใจ การสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบกระแสหลักนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารเป็นไปอย่างจำกัด คือ มีการไหลจากเบื้องบน (เจ้าหน้าที่รัฐ) ไปสู่เบื้องล่าง (ประชาชน) เท่านั้น แต่การสื่อสารชุมชนนั้น การหลั่งไหลของข่าวสารจะมีทิศทางที่หลากหลาย มาจากทุกทิศทาง ทั้งจากบนลงล่าง (top-down) แบบล่างสู่บน (bottom-up) และแนวนอน (horizontal) ดังนั้น ข่าวสารจึงอาจไหลจากนักวางแผนพัฒนาไปสู่ชาวบ้าน จากสื่อมวลชนไปสู่ผู้รับสารในชุมชน ในเวลาเดียวกัน ชาวบ้านอาจส่งข่าวสารขึ้นไปยังเจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือมีการแลกเปลี่ยนติดต่อข่าวสารระหว่างกลุ่มชาวบ้านด้วยกัน นอกจากนี้จะมีมิติเรื่องทิศทางเป็นเกณฑ์พิจารณาแล้ว ยังมีนักวิชาการบางท่าน เช่น Pavelka ใช้เกณฑ์เรื่องขอบเขตของชุมชนเป็นตัวแบ่งเป็น “ขอบเขตภายในชุมชน” และ “ขอบเขตภายนอกชุมชน” จากเกณฑ์นี้ ทำให้มองเห็นทิศทางการไหลของข่าวสารใน 3 ทิศทาง คือการไหลของข่าวสารจากสื่อภายนอกเข้ามาสู่ชุมชน การใช้สื่อเพื่อการส่งสารเรื่องราวของชุมชนออกไปยังบุคคลภายนอก และการใช้การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสื่อสารภายในชุมชนกันเอง เพื่อช่วยยกระดับความตระหนักเกี่ยวกับความต้องการและการแสดงออกซึ่งเป็นตัวของตัวเองของชุมชน

3. เป้าหมายของการสื่อสารชุมชน มีวิธีการและแง่มุมหลายแง่มุมที่จะกำหนดเป้าหมายของการสื่อสารเพื่อชุมชน ตัวอย่างเช่น

3.1 การกำหนดเป้าหมายโดยการใช้ระดับผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเกณฑ์การสื่อสารชุมชน จะมีเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ ดังนี้

3.1.1 ระดับชุมชนเป็นการสื่อสารที่มีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน

3.1.2 ระดับหน่วยงานนอกชุมชนเป็นการสื่อสารที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาและการสื่อสาร

3.1.3 ระดับสังคมส่วนรวม เป็นการสื่อสารที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมในระดับกว้าง

3.2 การกำหนดเป้าหมายโดยสอดคล้องกับทิศทางการไหลของข่าวสาร อาจกำหนดได้เป็น 3 เป้าหมายย่อย คือ

3.2.1 เพื่อทำการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลและโน้มน้าวชักจูงใจ อันมักได้แก่ ทิศทางการไหลของข่าวสารจากบนลงล่าง

3.2.2 เพื่อเป็นช่องทางแสดงออกซึ่งตัวตนของชุมชน อันอาจจะหมายรวมถึงตั้งแต่การแสดงออกซึ่งความต้องการของชุมชนไปจนกระทั่งถึงการแสดงออกซึ่งสิทธิ ศักดิ์ศรี ภูมิปัญญาของชุมชนด้วย

3.2.3 เพื่อพัฒนาความเป็นตัวเองของบุคคลในหน่วยงานที่เล็กลงมากกว่าชุมชน การสื่อสารชุมชนจะทำหน้าที่คล้าย ๆ เป็นเวทีแห่งการศึกษาเรียนรู้ที่ช่วยให้ศักยภาพของปัจเจกบุคคลได้พัฒนาสร้างสรรค์อย่างเต็มที่

4. เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นและดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน (need-oriented) ซึ่งสอดคล้องกับคุณลักษณะประการสำคัญของกระบวนการพัฒนาแนวใหม่แทนการพัฒนาที่แต่เดิมเคยตอบสนองความต้องการของรัฐเป็นหลัก

5. หน้าที่ของการสื่อสาร Windahl et al⁴ ระบุว่า หน้าที่ของการสื่อสารชุมชนหน้าจะประกอบด้วย

5.1 หน้าที่การแสดงออก (expressive function) คือทั้งบุคคลและกลุ่มสามารถแสดงความเป็นตัวของตัวเองออกมาเพื่อที่จะสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้

5.2 หน้าที่ทางสังคม (social function) คือการเข้ามามีส่วนร่วมในการสื่อสารเพื่อจะสร้างความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกัน

5.3 หน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร (information function) อันเป็นหน้าที่พื้นฐานของการสื่อสารโดยทั่วไป หากทว่าในการสื่อสารชุมชนนั้น ทิศทางการไหลของข่าวสารต้องเป็นไปอย่างรอบด้านดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น ผู้เข้าร่วมกระบวนการสื่อสารทุกคนจึงได้แลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ในเรื่องการสื่อสารและทักษะการถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชน

5.4 หน้าที่ในการควบคุมการปฏิบัติการ (control activation function) การสื่อสารจะเป็นช่องทางนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นของบุคคลและชุมชนได้ เนื่องจากการสื่อสารชุมชนมีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบสองทางที่มีขั้นตอนของปฏิกิริยาป้อนกลับ (feedback)

⁴ Sven Windahl et al, Using Communications Theory (London: Sage Publications, 1992), pp. 165–169.

นอกเหนือจากคุณลักษณะที่กล่าวมาแล้วนี้ Berrigan F. J.⁵ ได้เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการที่การสื่อสารชุมชนน่าจะมี คือ

6. สื่อของชุมชนเน้นการปรับปรุงสื่อให้เหมาะสมสำหรับประโยชน์การใช้งานของชุมชน ไม่ว่าชุมชนจะตั้งวัตถุประสงค์การใช้เอาไว้เช่นใดก็ตาม

7. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่คนในชุมชนสามารถเข้าถึง (access) ได้ตลอดเวลาเพื่อนำไปใช้ เพื่อหาข่าวสาร เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง

8. สื่อชุมชนเป็นสื่อที่ชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม (participates) ในหลาย ๆ บทบาท ไม่ว่าจะเป็นผู้วางแผนการใช้สื่อ ผู้ผลิต ผู้แสดง ฯลฯ

9. สื่อชุมชนต้องเป็นสื่อที่แสดงออกของชุมชน มิใช่เป็นสื่อเพื่อชุมชน ซึ่งหมายความว่าตัวตนของชุมชนที่จะแสดงออกไปนั้นต้องมาจากการกำหนดของชุมชนเอง มิใช่เป็นผู้อื่นมาทำให้ชุมชน

10. สื่อชุมชนจะปรับเปลี่ยนลักษณะของการเป็นเครื่องมือถ่ายทอดข่าวสาร จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง มาเป็นเวทีสำหรับแลกเปลี่ยนข่าวสารและทัศนะของทุกคน

นักวิชาการไทยได้รวบรวมคุณลักษณะสำคัญ ๆ ที่ครอบคลุมองค์ประกอบย่อยของการสื่อสารทั้ง 4 ลักษณะ คือ S-M-C-R ว่าควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

1. ระดับความยาก-ง่ายของสื่อ ต้องเหมาะสมกับระดับความสามารถในการรับสารของชาวบ้าน โดยเฉพาะในกรณีที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ต้องคำนึงถึงความสามารถในการอ่านของชาวบ้าน

2. ประเภทของเนื้อหาของสื่อ ต้องเป็นเรื่องที่เน้นหนักลงไปปัญหาเร่งด่วนหรือปัญหาในชีวิตประจำวันของคนในสังคมนั้น ๆ

3. กลุ่มเป้าหมาย สื่อแต่ละชนิดควรจัดทำขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ

4. วิธีการนำเสนอ สื่อควรนำเสนอสิ่งที่เป็นปัญหา หรือสภาพที่ก่อให้เกิดปัญหา แล้วเสนอแนะหรือกระตุ้นให้ผู้รับสารช่วยกันคิดแก้ไขปัญหาดังกล่าว

5. ความเกี่ยวข้องกับเนื้อหา เนื้อหาของสื่อควรเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ และชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน

6. บทบาทของสื่อ สื่อจะต้องมีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ และมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

⁵ F. J. Berrigan, Access and Participation (Paris: UNESCO, 1979), pp. 112-114.

7. ความน่าสนใจ สื่อต้องมีลักษณะง่าย ๆ แต่น่าสนใจ และดึงดูดความสนใจอาศัยภาพและเสียง เป็นตัวดึงดูดความน่าสนใจ

8. ความเกี่ยวข้องกับผู้รับ สื่อควรมีส่วนที่ช่วยให้ผู้รับสามารถประเมินตนเองได้ด้วย อย่างเช่น หลังจากที่น่าเสนอปัญหาและสาเหตุของปัญหาแล้ว อาจจะมีส่วนของเนื้อหาที่ตั้งคำถามว่า ผู้รับสารเป็นส่วนใดของสาเหตุของปัญหา เป็นต้น

แนวคิดวิทยุชุมชน (Community Radio)

วิทยุชุมชน หรือวิทยุท้องถิ่น⁶ ถือกำเนิดครั้งแรกในปี พ.ศ. 2491 (ค.ศ. 1948) ที่เมืองเบิร์กเลย์ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้ชื่อสถานีว่า KPFA ผู้ที่ดำเนินงานเป็นกลุ่มที่เรียกตนเองว่า ผู้แสวงหาสันติและรักอิสระ สถานีวิทยุชุมชนสามารถส่งกระจายเสียงด้วยกำลังต่ำ 1 กิโลวัตต์ ครอบคลุมพื้นที่ 6-10 กิโลเมตร ดำเนินงานโดยไม่แสวงหาผลกำไร (Non-commercial) เงินที่ใช้ดำเนินงานส่วนใหญ่ได้มาจากสมาชิกในชุมชน หรือมาจากการบริจาคของมูลนิธิ องค์กรการกุศลและการระดมทุนของกลุ่มผู้ดำเนินงาน นอกจากนี้ยังเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการและการดำเนินการ หรือเป็นอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนของชุมชนเป็นหลัก โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีเป็นผู้ช่วยเหลือด้านเทคนิค

แนวคิดและการดำเนินงานวิทยุชุมชนแพร่หลายไปยังทวีปยุโรป เช่น อังกฤษ เยอรมัน สวีเดน ทวีปลาตินอเมริกา แอฟริกา รวมทั้งทวีปเอเชีย กลุ่มผู้ชื่นชอบวิทยุชุมชนเกือบทุกแห่งทั่วโลกได้มารวมตัวกันที่เมืองมอนเทรอล ประเทศแคนาดา จัดตั้งเป็นองค์กรนานาชาติ ชื่อ AMARC ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่เกี่ยวข้องกับรัฐบาลใด จัดตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1988 มีสมาชิก 30,000 คน ใน 106 ประเทศทั่วโลก เพื่อให้เกิดการสนับสนุนและกระตุ้นการพัฒนาของชุมชนและวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชน หมายถึง สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ให้บริการเฉพาะเจาะจงในพื้นที่หรือเขตบริการ การส่งกระจายเสียงเป็นลักษณะแคบแคบ (Narrowcasting) ไม่ใช่แพร่กระจายไปสู่สาธารณชน (Broadcasting) โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะจัดระบบเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการที่แท้จริง หรือรสนิยมเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายในลักษณะชุมชน หรือกลุ่มที่มีรสนิยมเดียวกัน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ฟังหรือตัวแทนชุมชนมีส่วนร่วมในรายการของสถานี

⁶ กาญจนา แก้วเทพ, "คู่มือวิทยุชุมชน," <<http://www.thaibja.org/download/book01.zip>>, 27 มีนาคม 2546.

การส่งกระจายเสียงของวิทยุชุมชนเป็นการส่งกระจายเสียงของวิทยุท้องถิ่นที่มีกำลังต่ำประมาณ 10 วัตต์ 50 วัตต์ 100 วัตต์ 500 วัตต์ ส่วนใหญ่ไม่เกิน 1 กิโลวัตต์⁷

ส่วนประกาศในหลักการของสมาคมวิทยุชุมชนโลก (World Association of Community Broadcasters) ได้อธิบายคำว่าวิทยุชุมชนไว้ว่า วิทยุชุมชนขึ้นอยู่กับความต้องการของชุมชนที่วิทยุชุมชนนั้นบริการ สนับสนุนการพัฒนาความก้าวหน้าภายในมิติของชุมชนและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วิทยุชุมชนเป็นระบบการสื่อสารแบบประชาธิปไตย โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไปเฉพาะที่⁸

ในส่วนของโครงการวิทยุชุมชนขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยนั้น ได้มีการกำหนดหลักการและเหตุผลของวิทยุกระจายเสียงชุมชนไว้ ดังนี้

วิทยุชุมชน (Community Radio) เป็นการจัดการดำเนินการและส่งกระจายเสียงที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนนั้น ๆ เป็นสำคัญ โดยไม่ได้เน้นการแสวงหากำไร แต่มุ่งให้บริการด้านข่าวสารความรู้ควบคู่ความบันเทิงตามรสนิยมของแต่ละท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในลักษณะการสื่อสารสองทางหรือรายการที่ผู้ฟังสามารถมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยมีการใช้ภาษาถิ่นเป็นหลัก มีรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น ข่าวสารที่เกิดในชุมชน รายการความรู้ (การเกษตร การทำนา ทำสวน ทำไร่ การประมง การเลี้ยงสัตว์ ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย กฎหมายที่จำเป็นสำหรับชาวบ้าน ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาชีวิตประจำวัน การพัฒนาคุณภาพ ฯลฯ)⁹

⁷ รัฐนิติ รอดเจริญ, “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ จากการรับฟัง รายการวิทยุชุมชนตำบลเขาทองของผู้ฟังในเขตตำบลเขาทอง จังหวัดนครสวรรค์,” (รายงานโครงการ เฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. 18.

⁸ สุมณ โมรากุล, “การศึกษาแนวทางการปรับปรุงงานหอกระจายข่าวของชุมชน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. 13.

⁹ บำรุง สุขพรรณ และสากล ไพเราะ, ทิศทางวิทยุ-โทรทัศน์ กับรัฐธรรมนูญ 2540 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540), น.174.

เมื่อปี ค.ศ. 1977 ที่ประชุมใหญ่องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้มีการสรุปถึงการใช่วิทยุชุมชนไว้ว่า การใช้วิทยุเพื่อชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่อยู่ในกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ซึ่งการสื่อสารในแนวนี้นี้ได้เน้นหลักการที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้¹⁰

1. การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อย่อมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการหรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ ครอบคลุมเท่าที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่จะทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อรายการ หรือแสดงความต้องการเปลี่ยนแปลงรายการ รวมทั้งการเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้ แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการ หรือผู้ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็สามารถเปลี่ยนได้

2. การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกระดับในระบบการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดจนกระทั่งการผลิตการจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่าง ๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน

3. การจัดการด้วยตนเอง (Self-management) การมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญยิ่งกว่าสิ่งใดก็คือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเองตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตย และการตัดสินใจนั้นประชาชนในชุมชนมีอำนาจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งกำหนดนโยบายการบริหารและการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง โดยจะต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป

จุมพล รอดคำดี¹¹ ได้สรุปแนวคิดวิทยุชุมชนจากการศึกษากระบวนการสื่อสารการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชนโดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นความต้องการร่วมกัน

2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน

3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรมของคนในชุมชน

4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวของชุมชนเป็นหลักภายใต้แนวคิด ความเชื่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ในท้องถิ่น เป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ

¹⁰ จุมพล รอดคำดี, "วิทยุกระจายเสียงชุมชน (Community Radio) ของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน," วารสารนิเทศศาสตร์ 17 (เมษายน-มิถุนายน 2542):22-23.

¹¹ เรื่องเดียวกัน, น. 23.

5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการและสามารถเข้าไปบริหารจัดการหรือปฏิบัติในสถานีได้ องค์ยูเนสโกได้เน้นว่า “Participatory radio means a radio station that self-managed by those participatory in it.”

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในสื่อวิทยุชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย

6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น Narrowcasting ไม่ใช่ Broadcasting) กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์

7. วิทยุชุมชนเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

หลักทั่วไปของวิทยุชุมชน

วิทยุชุมชน เป็นรูปแบบการบริหารจัดการวิทยุท้องถิ่นให้เป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารที่ตรงกับความต้องการของท้องถิ่นที่แท้จริง มีหลักการที่แตกต่างจากวิทยุกระจายเสียงทั่วไปอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ แทนที่จะต้องการวิทยุกำลังส่งสูงหรือผู้เป็นเครือข่ายเพื่อให้สามารถครอบคลุมพื้นที่รับฟังได้กว้างขวาง กลับต้องการวิทยุกำลังส่งต่ำเพื่อมุ่งกลุ่มเป้าหมายที่แคบและเฉพาะเจาะจง เพื่อให้สามารถจัดเนื้อหารายการให้สอดคล้องกับเป้าหมายและความต้องการที่แท้จริงของผู้ฟังในชุมชนเป้าหมาย

โดยสภาพแล้ววิทยุชุมชนยังคงมีสภาพเป็นสื่อสารมวลชนมิใช่สื่อสาธารณะ เพราะเน้นการส่งกระจายเสียงไปสู่ผู้ฟังในหมู่บ้าน ตำบล ในท้องถิ่นที่แม้จะมีสภาพเศรษฐกิจ สังคมและปัญหาที่ใกล้เคียงกัน แต่ยังมีหลากหลายของชุมชนแต่ละแห่ง การไหลเวียนของข่าวสารของวิทยุชุมชนจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติรวมถึงความร่วมมือต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง แต่ละชุมชนจะได้ข่าวสารซึ่งกันและกัน รวมทั้งข่าวสารที่ตนสนใจอย่างเพียงพอ ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างแท้จริง เพราะเป็นข่าวสารที่ใกล้ตัว

ลักษณะเด่นอีกประการหนึ่ง ก็คือ วิทยุชุมชนได้เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการจัดรายการมากที่สุด ถึงขั้นการบริหารรายการในรูปแบบคณะกรรมการ การสนับสนุนด้านการเงินหรือการมีส่วนร่วมในการส่งข้อมูลข่าวสารเผยแพร่จนสามารถกล่าวได้ว่า เป็นรายการวิทยุของประชาชน โดยประชาชน และเพื่อประชาชน

วิทยุชุมชนจึงเป็นวิทยุกระจายเสียงในอุดมคติและเป็นสื่อมวลชนของชุมชนอย่างแท้จริง สามารถเป็นปากเป็นเสียงและสะท้อนความรู้สึกนึกคิดของชุมชนอย่างสมบูรณ์ วิทยุชุมชนจึงน่าจะเป็นรูปแบบการบริหารจัดการวิทยุท้องถิ่นที่ผู้ฟังให้ความนิยมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังและท้องถิ่นเป็นอย่างยิ่ง

หลักการของวิทยุชุมชน กลุ่มสื่อสารชุมชน (Community Communication Group หรือ COMCOM) ของประเทศอังกฤษ ได้ยกร่างกฎของการกระจายเสียงชุมชนขึ้น เมื่อ พ.ศ. 2522 รวม 10 ข้อ ดังนี้¹²

1. สนองตอบชุมชนท้องถิ่น และ/หรือ ความสนใจของชุมชนเป็นหลัก
2. เป็นรูปแบบของการไม่แสวงหากำไร
3. มีการบริหารและนโยบายที่จัดทำขึ้นโดยคณะกรรมการบริหาร ซึ่งเป็นตัวแทนจากกลุ่มสนใจต่าง ๆ ในชุมชน ร่วมกับพนักงานการกระจายเสียง ซึ่งเป็นลูกจ้างหรืออาสาสมัคร
4. ให้บริการข่าวสาร การศึกษาและความบันเทิง รวมทั้งทำให้เกิดการสื่อสารสองทางสำหรับความคิดเห็นที่ขัดแย้ง
5. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งรวมทั้งเงินยืมจากท้องถิ่น จากสปอตโฆษณาที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนในช่วงเวลาที่จำกัดและเงินกองทุนจากทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น
6. ยอมรับให้พนักงานกระจายเสียงที่จ้างไว้ร่วมในสหภาพ มีความคล่องตัวในการทำงานและอนุญาตให้ใช้อาสาสมัครในที่ที่เหมาะสม
7. พยายามกระทำให้เกิดความเสมอภาคในโอกาสการจ้างงานสำหรับผู้หญิงและกลุ่มเชื้อชาติหรือชนกลุ่มน้อยในสังคม
8. ต้องเตรียมให้ประชาชนได้รู้ถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการฝึกอบรมในการผลิตและส่งเผยแพร่ข่าวสาร
9. เนื้อหารายการที่ส่งกระจายเสียงต้องเป็นเนื้อหาหลักจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น
10. มีนโยบายการจัดรายการที่กระตุ้นให้เกิดการพัฒนา การมีส่วนร่วมในระบอบประชาธิปไตย ต่อต้านปัญหาชาตินิยม เพศนิยม และทัศนคติที่แตกแยกอื่น ๆ

¹² สุรินทร์ แปลงประสพโชค, "การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนบทในเขตชานเมืองจันทบุรี," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 34.

ระดับของการเป็นวิทย์ชุมชน

จุมพล รอดคำดี¹³ ได้แบ่งระดับของวิทย์ชุมชนซึ่งแบ่งตามระดับความเข้มข้นดังนี้

1. ระดับรายการ “เพื่อชุมชน” ที่มีผู้จัด/เจ้าของรายการ/เจ้าของสถานีเป็นผู้อื่น แต่จัดเป็นรายการเพื่อบริการชุมชน เช่น ประกาศแจ้งของหาย ประชาสัมพันธ์ของชุมชน โดยประชาชน หรือผู้ฟังโทรศัพท์ หรืออาจจะส่งจดหมายเข้ามาในรายการ แต่ผู้จัดรายการเป็นผู้เลือกเนื้อหา และพูดด้วยตนเอง
2. ระดับประชาชนเข้ามาเป็นผู้ร่วมรายการ โดยทางสถานีจะเป็นผู้กำหนดกรอบให้ และให้ประชาชนเป็นผู้นำเสนอเนื้อหารายการ และพูดนำเสนอในรายการ แต่สถานี/ผู้จัดรายการยังควบคุมอยู่ เช่น รายการ จส.100 รายการร่วมด้วยช่วยกัน
3. ระดับรายการ “โดยชุมชน” ได้แก่ รูปแบบรายการที่เจ้าของสถานีแบ่งช่วงเวลา รายการใดรายการหนึ่งให้ตัวแทนของประชาชนที่ได้รับเลือกขึ้นมาในรูปของ คณะกรรมการวิทย์ชุมชนมาจัดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอด้วยตนเอง โดยทางสถานีจะทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ได้แก่ โครงการนำร่องวิทย์ชุมชน ของกรมประชาสัมพันธ์
4. ระดับสถานี อาศัยอาสาสมัครที่เป็นตัวแทนประชาชนเข้ามาปฏิบัติงานในหน้าที่ต่าง ๆ ในสถานี และบริหารรายการทั้งหมด แต่สถานียังเป็นของหน่วยงานของรัฐ
5. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี ในระดับนี้ประชาชนในชุมชนจะรวมตัวกันขึ้นขอคืนความถี่จากรัฐ และลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุเป็นของชุมชน แต่ชุมชนจะแต่งตั้งคณะกรรมการวิทย์ชุมชน ที่อาจจะจ้างพนักงาน ผู้จัดการมืออาชีพ อาสาสมัคร ให้เข้ามาดำเนินงานตามแผนนโยบายของคณะกรรมการ
6. ระดับชุมชนเป็นเจ้าของสถานี และมีใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่น ในระดับนี้คล้ายระดับที่ 5 เพียงแต่การดำเนินงานของสถานีในทุกระดับจะเป็นอาสาสมัครจากชุมชนที่ได้รับการฝึกอบรมด้านต่าง ๆ ซึ่งเท่ากับชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมมากกว่าเพียงแค่ระดับเป็นเจ้าของ (Ownership) หากแต่เป็นระดับปฏิบัติการด้วย (Operation)

¹³ จุมพล รอดคำดี, วารสารนิเทศศาสตร์, น. 23.

รูปแบบรายการวิทยุชุมชน

รูปแบบรายการวิทยุชุมชน เป็นรูปแบบที่ไม่ตายตัวเพราะขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ฟัง เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจผลิตรายการ ไม่มีรูปแบบที่เป็นสากลชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามจะมีลักษณะเป็นรายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine program) เพราะเสนอข่าวสารท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมถึงเพลงและศิลปะพื้นเมือง ซึ่งสอดคล้องกับที่ผู้ฟังเป้าหมายจะสนใจฟัง รูปแบบของรายการจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับคณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนที่จะตัดสินใจ แม้กระทั่งการที่จะเสนอรายการหรืออาสาสมัครเข้าร่วมดำเนินรายการหรือมีส่วนร่วมในการผลิตข้อมูลต่าง ๆ ใด ๆ หนึ่งอย่างไรก็ดีรูปแบบของรายการอาจประกอบด้วย

1. ข่าว ควรจะเสนอข่าวที่สำคัญที่สุดในวันนั้นด้วย แต่จะให้ความสำคัญที่ข่าวท้องถิ่นในจังหวัดและชุมชนหมู่บ้านเป้าหมาย รวมถึงข่าวบริการชาวบ้าน
 2. ความรู้ด้านเกษตร สุขภาพอนามัย ภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ความรู้ในท้องถิ่นจริง ๆ ไม่ใช่เรื่องทั่ว ๆ ไป
 3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาท้องถิ่นและข้อเสนอในการแก้ไข ซึ่งอาจจะสะท้อนปัญหาจากชาวบ้านสู่ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และใช้รายการเป็นศูนย์กลางในการแก้ไขปัญหาให้ชาวบ้านยอมรับทั้งชี้แจงทำความเข้าใจด้วย
 4. เพลง อาจเป็นเพลงพื้นเมือง เพลงลูกทุ่งเก่า ๆ หรือเพลงดังในอดีต หากมีการบอกที่มาที่ไปของเพลงด้วยก็จะดี เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเน้นที่กลุ่มผู้ใหญ่เป็นหลัก
 5. สปอตและการเชื่อมโยงรายการ อาจใช้ภาษาถิ่นเพื่อความใกล้ชิดกับผู้ฟังและอาจจะช่วยจัดทำสปอตบริการชาวบ้านในงานบุญที่สำคัญ ๆ หรือร่วมรณรงค์ร่วมกัน เพลงนำรายการ อาจใช้เพลงพื้นเมืองที่คณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนร่วมกับทางสถานีช่วยกันผลิต
- สัดส่วนของรายการต่าง ๆ เหล่านี้จะไม่คงที่ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความสนใจของผู้ฟังเป็นหลัก แต่เนื้อหาดังกล่าวนี้อาจจะใช้เป็นกรอบเพื่อพิจารณาในการจัดรายการวิทยุชุมชน

หลักการของการบริหารจัดการงบประมาณของวิทยุชุมชน

1. ต้องไม่ใช้การแสวงหากำไรที่เป็นตัวเงิน การบริหารจัดการเรื่องงบประมาณทำเพื่อให้เลี้ยงตัวได้ มิใช่เป็นการหวังผลกำไร
2. ต้องกระจายแหล่งรายได้ให้มาจากหลากหลายแห่ง เพื่อป้องกันการพึ่งพารายได้และรักษาความเป็นอิสระของวิทยุชุมชนทางเศรษฐกิจ ตัวอย่างเช่น สถานีวิทยุชุมชน KANU

ในรัฐโคโลราโด สหรัฐอเมริกา มีการกระจายแหล่งรายได้จากหลายแหล่ง คือ จากเงินอุดหนุนของรัฐ 17% จากค่าธรรมเนียมสมาชิกรายปี 65% จากโฆษณา 10% ที่เหลือเป็นรายได้จากการระดมทุน

3. ในการรับเงินสนับสนุนจากแหล่งใด จะต้องเป็นการรับอย่างไม่มีเงื่อนไขแลกเปลี่ยน แต่สามารถทำให้มีสลิปอดสั้น ๆ เพียงกล่าวขอบคุณและระบุรายชื่อสินค้าหนึ่งประโยค

4. ต้องมีการบริหารจัดการงบประมาณที่มีระบบระเบียบชัดเจน โดยจัดทำระบบบัญชีรับจ่าย มีระเบียบการเบิกจ่าย รวมทั้งเพื่อให้ผู้บริจาคเกิดความไว้วางใจ ควรมีระบบการรายงานผลย้อนกลับไปสู่ผู้บริจาคว่าได้ใช้ไปสำหรับกิจกรรมใดบ้าง

5. แหล่งเงินทุนควรมาจากหน่วยงานรัฐส่วนกลาง หน่วยงานท้องถิ่น จากการโฆษณาจากแหล่งเงินทุนขององค์กรช่วยเหลือที่ไม่แสวงผลกำไร เช่น SIF หรือวางแผนเขียนโครงการขอทุนจากรัฐบาลญี่ปุ่น และสหประชาชาติ หาวิธีการหารายได้ด้วยตนเอง เช่น จัดทำเสื้อกลุ่มและจัดขาย ทำของที่ระลึกออกจำหน่าย ขายสินค้าในงานเทศกาล หรือใช้รูปแบบทางประเพณี เช่นการจัดงานทอดกฐิน ผ้าป่าเพื่อก่อตั้งกองทุนวิทยุชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรและการเปิดรับข่าวสาร

การเลือกสรรในการรับสาร

กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ทั้งนี้เพราะผู้รับสารแต่ละคนจะมีกระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ และความรู้สึกนึกคิด เป็นต้น กระบวนการเลือกสรรจึงเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยกลั่นกรอง 3 ขั้น ดังนี้¹⁴

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยที่การเลือกสนใจหรือเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่

¹⁴ Joseph Klapper, อ้างถึงใน พีระ จิรโสภณ, "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2529), น. 636-639.

เกี่ยวข้องกับหลายประการ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ ความเชื่อ ทศนคติ อุดมการณ์ ศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม ประสบการณ์ส่วนบุคคล ตลอดจนสภาพทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารแต่ละคน อาจจะตีความหมายข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามความเชื่อ ทศนคติ ประสบการณ์ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกายหรือสภาวะทางอารมณ์ในขณะนั้น เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลมีแนวโน้มในการเลือกจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่าย

การเปิดรับข่าวสาร

John C. Merill and Ralph L. Lowenstien¹⁵ ได้สรุปถึงปัจจัยพื้นฐานที่เป็นแรงผลักดันให้บุคคลเลือกเปิดรับสื่อไว้ดังนี้

1. ความเหงา เมื่อบุคคลต้องอยู่ตามลำพังไม่สามารถติดต่อสงสรรค์กับบุคคลอื่น ๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี และบางครั้งบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคล เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์ทุกคนมีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่าง ๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างจากตัวมากที่สุดเป็นลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะตอบสนองในสิ่งเหล่านั้นได้ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการนำเสนอข่าวสาร โดยเริ่มเสนอจากสิ่งที่ใกล้ตัวก่อน ไปจนถึงสิ่งที่ห่างตัวออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนสะดวกสบาย ให้คำแนะนำใน

¹⁵ John C. Merill and Ralph L. Lowenstien, Media Messages and Men: New Perspectives in Communication (New York: David McKay Company Inc., 1971), pp. 134-135.

การปฏิบัติตัวให้ถูกต้อง หรือให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และให้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์แตกต่างกัน ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

พรทิพย์ วรภิจโนคาทร¹⁶ ได้กล่าวถึงความต้องการข่าวสารของผู้รับสารว่า โดยปกติจะมีอยู่ 4 อย่าง ดังนี้

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเอง (Utilization) ผู้รับสารจะเปิดรับข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองเป็นสำคัญ เช่น อ่านข่าวที่เป็นประโยชน์ในการประกอบอาชีพ

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

3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา (Availability) ผู้รับสารนั้นจะมีข้อจำกัดในการเปิดรับข่าวสาร ถึงแม้ข่าวสารจะเป็นข่าวสารที่ให้ประโยชน์และสอดคล้องกับตนเอง แต่ถ้าข่าวสารดังกล่าวได้มาด้วยความยากลำบากหรือไม่สะดวก ผู้รับสารก็ไม่อาจเปิดรับข่าวสารนั้นได้ ดังนั้นพฤติกรรมหนึ่งของผู้รับสารคือ ความสะดวกในการได้รับข่าวสาร

4. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์อย่างหนึ่ง และยิ่งอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมีประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้มนุษย์เปิดรับข่าวสาร

โดยที่ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อตามลักษณะดังนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหามาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายาก ๆ มักจะไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อ ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหามาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น

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

¹⁶ พรทิพย์ วรภิจโนคาทร, "ผู้รับสาร," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 6 (นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2540), น. 290-292.

มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ในปัจจุบันผู้รับสารสามารถรับสื่อได้ทั้งสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล แต่ละคนก็จะมีพฤติกรรมการรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่น บางคนมักนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น

4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับ ซึ่งมักจะพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์หรือสื่ออื่น เป็นต้น

5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาแล้วทั้ง 4 ข้อ เป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้เน้นกลับเป็นลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้รายละเอียดของข่าวสารได้ดีกว่า ราคากถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนทุกแห่ง หรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ ไร้ใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่วิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนอิริยาบถได้สบาย เป็นต้น

Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker¹⁷ ได้ศึกษาเกี่ยวกับการอ่านหนังสือพิมพ์ ,การฟังรายการวิทยุกระจายเสียง, และการชมรายการวิทยุโทรทัศน์ของมนุษย์ ได้ผลสรุปว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการในการอ่าน ฟัง และชมด้วยเหตุผลดังนี้

1. เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว เพื่อที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มานั้นเป็นเครื่องช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน
3. เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ใช้เป็นประโยชน์ในการแก้ปัญหาประจำวันกับบุคคลอื่น
4. เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้จากสื่อมวลชนช่วยเสริมความคิดเห็นที่มีอยู่เดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือเพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว
6. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อความบันเทิง

¹⁷ Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1979), pp. 51-52.

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้นั้นมีลักษณะนิสัย พฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย¹⁸

ปรมะ สตะเวทิน¹⁹ อธิบายถึงสมมติฐานของผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรศาสตร์เดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน ซึ่งตรงกับที่ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร²⁰ อธิบายไว้เช่นกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้นได้แก่

1. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยมักจะเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้คนที่มีวัยแตกต่างกันจะมีความต้องการแตกต่างกันด้วย เช่น วัยกลางคนและวัยสูงอายุมักคำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในขณะที่วัยรุ่นหนุ่มสาวอาจจะสนใจเรื่องการศึกษาความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม ลักษณะการใช้สื่อก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกัน คนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการ

¹⁸ ยบุล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 64-65.

¹⁹ ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2539), น. 105.

²⁰ พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, หลักทฤษฎีการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 312-315.

หนัก ๆ มากกว่าฟังรายการบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าว การบ้านการเมือง หรือบทบรรณาธิการมากกว่าอ่านเรื่องตลกหรือข่าวกีฬา ในขณะที่คนที่อายุน้อยกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นกันคนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการที่หนัก ๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหาสังคม ดนตรีคลาสสิก รายการศาสนาและไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ ผู้หญิงกับผู้ชายมาความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของเพศทั้งสองไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักมีลักษณะชอบความสวยงาม มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนั้นงานวิจัยทางนิเทศศาสตร์ยังชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังถึงจิตใจคนได้ดีกว่าผู้ชาย การวิจัยอันหนึ่งพบว่าผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้แม่นยำน้อยกว่าผู้หญิง ความแตกต่างอีกอันหนึ่งระหว่างผู้ชายและผู้หญิงคือ ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

3. การศึกษา หรือความรู้เป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน จึงย่อมมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจศัพท์มาก และมีความเข้าใจสารได้ดีกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และเนื้อหาส่วนใหญ่มักจะเป็นข่าวสารบ้านเมืองมากกว่าบันเทิง

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิลำเนาของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างก็ย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาทั้งหลายได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคลกันโดยทั่วไปและถือครอบครัวเป็นสังคมแรก ๆ ของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงเรื่องยศฐาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อและ

จับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนเองต้องการเพื่อรักษาสถานภาพของตนในสังคม นอกจากนี้รายได้ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนกำหนดแนวคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนหันมาใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มีรายได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้าหรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่มีฐานะดีหรือรายได้สูงมักจะทำให้สื่อมวลชนมากด้วย และการใช้สื่อมวลชนก็มักจะใช้แสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนัก ๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหนังสือหรือฟังเรื่องราวการเมืองปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละชาติที่คอยกำกับค่านิยมทัศนคติความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิดว่าการมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะช่วยกันทำมาหากิน หรือมีความคิดว่าลูกชายดีกว่าลูกสาว เป็นต้น

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล

(Individual Differences Theory)

เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรก (intervening variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร ซึ่ง DeFleur²¹ ได้เป็นผู้เสนอทฤษฎีนี้ขึ้นมา โดยเขาได้เน้นให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสารและเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้นทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสาร

สำหรับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) เป็นทฤษฎีที่มองว่าผู้รับสารจากสื่อมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันไม่มีความสอดคล้องกัน

DeFleur ได้วางหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลไว้ดังนี้

- บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพ และสภาพทางจิตวิทยา
- ความแตกต่างดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน

²¹ Melvin L. DeFleur, Theories of Mass Communication. (New York: David McKay Co., 1966), pp. 211-213.

- บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกัน จะได้รับการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน
- การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และบุคลิกภาพแตกต่างกันดังกล่าว

สภาพเงื่อนไข (Condition) ที่แต่ละคนได้รับจากสังคมและสภาพแวดล้อม จึงเป็นตัวกำหนดบุคลิกภาพ พฤติกรรมการแสดงออกและการตอบโต้ของบุคคลแต่ละคนที่เติบโตและถูกหล่อหลอมมาจากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน รวมทั้งเป็นตัวกำหนดการรับรู้ข่าวสารสื่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการเลือกจดจำข่าวสารจากสื่อมวลชนด้วย

ทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory)

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรกซ้อนเดียวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) แต่ DeFleur ได้กำหนดให้ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรแทรกซ้อน ซึ่งแตกต่างไปจากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ที่กำหนดให้ลักษณะทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรแทรกซ้อน

ทฤษฎีนี้อธิบายว่าบุคคลที่มีคุณลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน เช่น การศึกษา รายได้ อาชีพ อายุ ภูมิภาค ฯลฯ จะมีพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกันด้วย เช่น การเปิดรับสื่อ ความพอใจสื่อ และถึงแม้ว่าในสังคมสมัยใหม่ ผู้รับสารมีคุณลักษณะหลากหลายแตกต่างกันไปมากมาย แต่ทฤษฎีนี้เชื่อว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน จะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและอุปนิสัยการใช้สื่อร่วมกัน ด้วยเหตุนี้ ลักษณะกลุ่มทางสังคมจะมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อกระบวนการสื่อสารของบุคคล²²

นอกจากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลและทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม ต่างก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแล้ว เรื่องของความคาดหวังจากสื่อ และการใช้สื่อเพื่อเป็นประโยชน์และความพึงพอใจก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะกำหนดว่าผู้รับสารจะรับสารนั้น ๆ หรือไม่

²² Ibid., p. 59.

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่อธิบายพฤติกรรมของผู้รับสาร พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) และแนวทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจด้วย โดยเน้นในเรื่องการใช้สื่อว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมายตามหลักการที่ Alfred Schutz²³ นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนที่มนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี้คือสิ่งที่ตนต้องการทำ

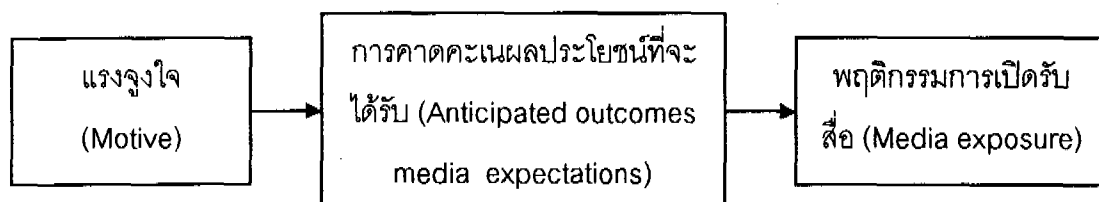
แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ สามารถที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้ และยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนคนอื่น ๆ
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา
3. สิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นนั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต

จากพื้นฐานแนวคิดของทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ ทฤษฎีความคาดหวังจึงถูกนำมาใช้เพื่อศึกษาผู้รับสารและพฤติกรรมการสื่อสาร ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ ได้ดังนี้

²³ Alfred Schutz, 1972, p. 159. อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 92.

แผนภาพที่ 2.1
แบบจำลองทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ



McQuail and Gurevitch²⁴ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระ ซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (immediate benefits) หรือผลประโยชน์ที่จะตามมาในอนาคต (delayed benefits) ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

Katz²⁵ กล่าวไว้ว่าในมุมมองของทฤษฎีการใช้สื่อ และความพึงพอใจ สมาชิกผู้รับสารเป็นผู้กระทำมากกว่าเป็นฝ่ายถูกกระทำ ผู้รับสารมีเป้าหมายที่จะใช้ความพยายามที่จะสนองความพึงพอใจของตน โดยการสร้างความคาดหวัง (Expectancy Theory) ต่อสื่อ และเนื้อหาสื่อเพื่อจะสนองความพึงพอใจ และผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำเพื่อจะบรรลุความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากต่องานวิจัยการใช้สื่อ และความพึงพอใจนี้ก็คือการขาดความต่อเนื่องทางทฤษฎี (Theoretical Coherence) ดังนั้น การใช้สื่อและความพึงพอใจจึงถูกมองว่าเป็นแนวทาง (Approach) มากกว่าที่จะเป็นทฤษฎี²⁶

²⁴ เรื่องเดียวกัน, น. 93.

²⁵ Katz, quoted in John J. Galloway and Louise F. Meek, "Audiences Uses Gratifications: An Expectancy Model," Communication Research 8 (February 1981): 435-449.

²⁶ Philip, Palmgreen and J.D., Rayburn, "Gratification Sought and Media Exposure An Expectancy Value Model," Communication Research 9 (April 1982): 561-580.

ทฤษฎีความคาดหวัง และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

การแยกความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับออกมานั้น เป็นที่ยอมรับโดยนักทฤษฎีหลายท่านว่าเป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจร่วมกับทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคมซึ่งก็คือทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy-Value Theory)

แผนภาพที่ 2.2

แบบจำลองความคาดหวังและความพึงพอใจที่ได้รับ²⁷



จากแบบจำลอง ความพึงพอใจถูกแสวงหา จากนั้นนำไปสู่การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ผลก็คือความพึงพอใจที่ได้รับ หรือผลอื่น ๆ ที่ตามมา ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่า ผลอื่น ๆ (Discrepancy in Gratifications Obtained) นั้น อาจจะเป็นผลต่อการเปิดรับสื่อในเวลาต่อมาก็ได้ แต่งานวิจัยชิ้นนี้จะไม่มุ่งเน้นศึกษาผลอื่น ๆ ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะความพึงพอใจที่ได้รับ การตอบสนอง (ในที่นี้ หมายถึง การใช้ประโยชน์จากการฟังรายการ) อันเกิดจากความคาดหวังล่วงหน้าก่อนที่จะมีการเปิดรับสื่อนั้น²⁸

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีทฤษฎีความคาดหวังโดยนักทฤษฎีหลายท่าน ซึ่งในแต่ละท่านจะให้ความสนใจแตกต่างกันในบางส่วนก็ตาม แต่นักทฤษฎีทุกท่านมีมุมมองที่เหมือนกันว่า พฤติกรรม หรือพฤติกรรมโดยเจตนาหรือทัศนคติ เกิดจาก (1) ความคาดหวัง (หรือความเชื่อ) กล่าวคือ ความน่าจะเป็นที่สิ่ง ๆ หนึ่งมีคุณสมบัติเฉพาะ หรือความน่าจะเป็นที่พฤติกรรมหนึ่งจะมีเหตุการณ์เฉพาะต่อมาและ (2) การประเมิน หมายถึง ระดับของความชอบในทางบวกหรือลบ ต่อคุณสมบัตินั้น ๆ หรือผลลัพธ์ของพฤติกรรม²⁹

²⁷ John J. Galloway and Louise F. Meek, op. cit., footnote 25, pp. 435–449.

²⁸ Ibid., pp. 435–449.

²⁹ Philip, Palmgreen and J.D., Rayburn, op. cit., footnote 26, pp. 561–580.

โดยสรุปก็คือ การที่บุคคลจะพึงพอใจต่อสิ่งใด ๆ ก็ตาม บุคคลนั้นจะต้องมีแรงจูงใจ หรือมีความคาดหวังต่อสิ่งนั้นก่อน นั้นย่อมหมายถึง ผู้รับสารมีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจต่อผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะนำไปสู่การบริโภคสื่อ และการได้รับความพึงพอใจตามมา ซึ่งมีลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ

เมื่อนำมาประยุกต์กับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะมุ่งศึกษาถึงความคาดหวังของผู้ฟังที่มีต่อการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชน ในแง่ของการที่ผู้ฟังแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อหรือความคาดหวังต่อสื่อ (Gratification Sought) อย่างไร และความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองตามความคาดหวัง (Gratification Obtained) จากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) คือ มีการใช้ประโยชน์จากการฟังรายการวิทยุชุมชนอย่างไร

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Use and Gratifications Theory)

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นทฤษฎีที่แสดงให้เห็นว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสาร ถ้าผู้รับสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ข่าวสารนั้นก็ไม่มีผลอะไรกับผู้รับสาร ข่าวสารนั้นจะมีอิทธิพลหรือมีผลก็ต่อเมื่อผู้รับสารเปิดรับหรือใช้ข่าวสารนั้น เพื่อสนองความพึงพอใจของตน เช่น เพื่อเป็นคนทันสมัย เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง โดยผู้รับสารมิใช่ถูกป้อนข่าวสารหรือเฉื่อยชาคอยแต่รับสาร (passive audience) เท่านั้น แต่เป็นผู้มีความกระตือรือร้น (active audience) มีบทบาทในการแสวงหา หลีกเลี่ยงหรือทำการเลือกสรรที่จะเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ตามความพึงพอใจของตนเอง³⁰ และทฤษฎีนี้ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานความเชื่อที่ว่าบุคคลจะเลือกใช้สื่อแตกต่างกันเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน การเลือกใช้สื่อหรือช่องทางการสื่อสารใด เป็นพฤติกรรมที่ถูกจงใจให้เชื่อว่า สื่อานั้นจะทำหน้าที่ได้ตามที่ผู้ใช้สื่อแต่ละคนต้องการ งานวิจัยหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงให้ความสนใจต่อแรงจูงใจของผู้รับสารในการใช้สื่อ หรือการเลือกเนื้อหาสื่อ นอกจากนั้น ยูล เบ็ญจรงค์กิจ³¹ ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรม的开รับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา

³⁰ พิศ จิรโสภณ, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน, น. 437.

³¹ ยูล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 34.

แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการทุก ๆ ด้านของมนุษย์ แต่ก็ น่าจะมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการบางอย่าง พฤติกรรมการรับสารของมนุษย์จึงเป็นสิ่งที่เกิด จากปฏิกิริยาได้ตอบสนองความต้องการของมนุษย์เองที่จะรักษารูปแบบพฤติกรรมที่เหมาะสมหรือ เมื่อปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและความเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาให้ระบบของ ตนเองอยู่ได้อย่างปกติ

Karl Erik Rosengren³² ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของคำว่าประโยชน์ (กับ ความพึงพอใจ) gratifications (ไว้ว่า ทั้งสองคำมีความสัมพันธ์กันอยู่ในแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถ นำไปสู่ความพึงพอใจได้ และความพึงพอใจอาจได้รับจากประโยชน์ก็เป็นได้ ดังนั้น นักวิจัยอาจ เลือกศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่งโดยมีเป้าหมายถึงทั้งสองตัวก็ได้

Lawrence A. Wenner³³ ได้รวบรวมผลงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และ ความพึงพอใจที่มีผู้ศึกษาไว้มากมาย แล้วสร้างออกมาเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการ บริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map) โดย Wenner ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบ ของความต้องการที่แสดงออกมาได้แก่ การติดตามข่าวสาร การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการ ตัดสินใจ เป็นต้น

³² Karl Erik Rosengren, "Uses and Gratifications : A Paradigm Outline," in The Uses of Mass Communication : Current Perspectives on Gratifications Research, p.105. Edited by Jay G. Blumler and Katz E. (Beverly Hills: Sage Publications, Inc., 1974), อ้างถึงใน สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง, "การศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อสถานีวิทยุจุฬา," (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. 35.

³³ Lawrence A. Wenner, "The Nature of News Gratifications," in Media Gratifications Research : Current Perspectives, p.103. Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen (Beverly Hills, Calif: Sage Publications, Inc., 1985), pp. 171-193.

2. Social Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคมซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. Para-Orientalional Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์ หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน หรือเพื่อหลีกหนีจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

4. Para-Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือผู้ที่เราชื่นชมเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

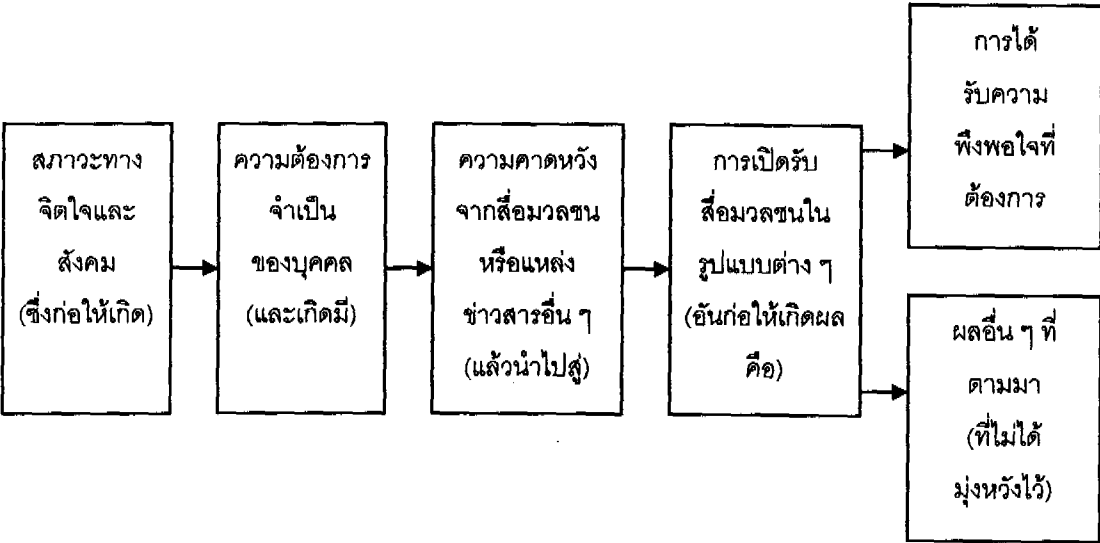
Katz E. and Others³⁴ ได้ให้คำอธิบายแบบแผนในเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารไว้ว่า แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวความคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลองได้ดังนี้

³⁴ E.Katz and Others, The uses of Mass Communications Current Perspectives on Gratifications Research (Beverly Hills: Sage Publications, 1974), pp. 270-273.

แผนภาพที่ 2.3
แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ



คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจจะยกตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ คือเป็นคนรอบรู้และทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วัน ก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้และทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

การศึกษาตามแนวคิดนี้มีได้ฟังเสียงว่าสื่อมวลชนคือตัวการที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารโดยตรง แต่กลับมองว่ากลุ่มผู้รับสารต่างหากที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตน การศึกษาในลักษณะนี้จึงตรงกับวิธีการศึกษาในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มุ่งพิจารณาว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่ต่าง ๆ กัน เพื่อสนองความต้องการของผู้รับสาร เช่น หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร หน้าที่ในการให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ หน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการติดต่อกับสังคม และ หน้าที่ในการเสริมสร้างลักษณะส่วนบุคคลให้แก่ผู้รับสาร เป็นต้น

ในงานวิจัยเกี่ยวกับผู้ฟังที่ฟังรายการ “วิทยุชุมชน” นี้ การใช้ประโยชน์จากการฟังรายการ ถือเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีความสำคัญ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาถึงตัวแปรการใช้ประโยชน์จากการฟังรายการหรือกล่าวได้ว่า ผู้ฟังสามารถนำข่าวสารที่ได้รับจากรายการไปใช้ประโยชน์ ขณะเดียวกันก็เกิดความพึงพอใจจากสื่อ (ตัวรายการ) ตามมาด้วย

อาจสรุปได้ว่า “ความพึงพอใจจากสื่อ” คนทั่วไปมักจะนึกถึง “ความพึงพอใจที่เราได้รับจากการเปิดรับสื่อ” แต่ที่จริงแล้ว ความพึงพอใจจากสื่อสามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็นด้วยกัน³⁵ ได้แก่

1. ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ของความเชื่อหรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้คนเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาประเภทต่าง ๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อนี้ อีกอย่างหนึ่งว่า ความพึงพอใจที่บุคคลคาดหวังจะได้รับจากสื่อ หรือ Perceived Gratification Obtained

2. ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งจะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อเดิม

ในงานวิจัยครั้งนี้ เมื่อกล่าวถึงความพึงพอใจจากสื่อ ผู้วิจัยหมายถึง ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ หรือความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ เนื่องจากความหมายในประเด็นนี้ เน้นถึงการเป็นผู้กระทำของผู้รับสาร (Active Audience) ซึ่งแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ตามแรงจูงใจของตน และแนวความคิดของนักจิตวิทยาหลายท่านเชื่อว่า ความสุขของมนุษย์เกิดจาก

³⁵ หรรษา วงศ์ธรรมกุล, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อเทคโนโลยีสารสนเทศระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. 25.

การได้รับการตอบสนองของความต้องการที่มีอยู่และความต้องการที่มีอยู่นี้จะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม

ฉะนั้น ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ได้เปลี่ยนความสนใจจากความตั้งใจของผู้สร้างข้อความหรือผู้ส่งสาร มาเป็นความตั้งใจของผู้ใช้สื่อหรือผู้รับสาร กล่าวได้ว่า มนุษย์เราสนใจและแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ จากสื่อมวลชน ไม่ใช่มองว่ามนุษย์ถูกยึดเยียดข้อความให้หลงเชื่ออย่างที่เคยคิดตามแบบทฤษฎีเก่า ดังนั้น การศึกษาสื่อสารมวลชนตามแบบของทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจึงมีข้อสรุปที่ยอมรับกัน ดังนี้³⁶

1. มนุษย์สนใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยึดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่จะอาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

เมื่อนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อมาประยุกต์ใช้กับงานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาถึงความคาดหวังของผู้ฟังรายการจากสื่อ (วิทยุชุมชน) และเนื้อหาสื่อ ในการนำเสนอข่าวสาร ความรู้ที่ได้รับจากรายการไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ในแง่ของการที่ผู้ฟังแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่งในการศึกษครั้งนี้ จะแบ่งความคาดหวังจากรายการ และการใช้ประโยชน์จากการฟังรายการ เพื่อนำไปสู่ความพึงพอใจที่ได้รับการตอบสนองจากความคาดหวังนั้น ออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่

1. ด้านข้อมูลข่าวสาร การเรียนรู้ และความรู้
 - 1.1 การได้รับความรู้ ข่าวสารที่ทันเหตุการณ์ รวดเร็ว ทันสมัย เป็นที่นิยมในปัจจุบัน
 - 1.2 การได้รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ในชุมชนทั้งอดีต ปัจจุบัน อนาคต เพื่อปรับใช้ในชีวิตประจำวัน
2. ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม หรือการใช้ประโยชน์ทางสังคม
 - 2.1 การได้รับการตอบสนองด้านความอยากรู้ อยากเห็น ความสนใจของตน

³⁶ เสรี วงษ์มณฑา, "จิตวิทยาในการสื่อสาร," วารสารธรรมศาสตร์ 9 (เมษายน-มิถุนายน 2523): 5-7.

- 2.2 การได้นำเรื่องราวไปเป็นหัวข้อ หรือเป็นเรื่องราวสนทนากับผู้อื่นในสังคม
- 2.3 การที่รายการเป็นเพื่อน หรือช่วยลดความโดดเดี่ยว หรือช่วยคลายเหงาได้
3. ด้านการเสริมสร้างความเชื่อ หรือช่วยการตัดสินใจ
 - 3.1 การได้รับข้อมูลมาเป็นแรงเสริมสร้างความเชื่อและความคิดเห็นในการตัดสินใจ
 - 3.2 การได้รับค่านิยมที่ดีและแบบอย่างทางพฤติกรรมที่พึงปฏิบัติของคนในสังคม
4. ด้านความหลากหลาย
 - 4.1 การได้รับรู้เรื่องราวของชุมชน แบบเข้าใจง่าย สบาย ๆ ผ่อนคลายและไม่เครียด
 - 4.2 การฟังรายการเพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์

จากทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวมา แนวคิดด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และทฤษฎีกลุ่มสังคม ได้กล่าวถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้ผู้ฟังมีพฤติกรรมการเปิดรับสารเหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งมีปัจจัยทั้งในส่วนของบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจหรืออื่น ๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอกได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในขณะที่ทฤษฎีความคาดหวัง และทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการศึกษาถึงผู้รับสาร จะกำหนดความต้องการที่จะได้รับจากสื่อมวลชน ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ โดยจะศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการวิทยุชุมชนวิทยุชุมชนมูลนิธิบุญญาภรณ์ วัดโสภณาราม อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ ความคาดหวังของผู้ฟัง รวมถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุชุมชน ของกลุ่มผู้ฟังที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน เพื่อจะได้ทราบว่าผู้ฟังมีพฤติกรรมในการรับฟังอย่างไร และเลือกรับสารอย่างไร ตลอดจนศึกษาถึงความต้องการและความมุ่งหวังว่าจะได้รับสารอะไรจากการฟังวิทยุชุมชน เพื่อให้สามารถจัดทำรายการได้ตรงตามความต้องการของผู้ฟัง และก่อประโยชน์สูงสุดในการสื่อสาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกิดขึ้นในช่วงแรก ด้านการจัดรายการวิทยุเพื่อชุมชน เป็นของ สุรินทร์ แปลงประสพโชค³⁷ เรื่อง “การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชานเมืองจันทบุรี” จากการทดลอง การสังเกตและการทดสอบกลุ่มตัวอย่าง พบว่าทั้งก่อนและหลังการ

³⁷ สุรินทร์ แปลงประสพโชค, “การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชานเมืองจันทบุรี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. บทคัดย่อ.

ทดลอง คณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้นสามารถปฏิบัติหน้าที่บริหารวิทยุกระจายเสียงชุมชนและเป็นสื่อกลางสะท้อนปัญหาและความต้องการของชุมชนให้กับรายการได้เป็นอย่างดี หลังการทดลอง ผู้ฟังนิยมฟังรายการจากสถานีทดลองมากขึ้นและเมื่อเปรียบเทียบกับรายการเดิม ผู้ฟังจะนิยมและพึงพอใจรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนมากกว่ารายการเดิม โดยความนิยมจะมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความพึงพอใจจะแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นอกจากนี้วิทยุกระจายเสียงชุมชนที่จัดขึ้นยังสามารถใช้เป็นรูปแบบของรายการจัดสื่อเพื่อการพัฒนาได้

อุษา จันทระประภาศ³⁸ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน และ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟัง พบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมกาเปิดรับฟังรายการค่อนข้างบ่อย สาเหตุที่ฟังก็เพราะ รูปแบบของรายการมีความน่าสนใจ และผู้ฟังให้ความสนใจฟังเนื้อหารายการเกี่ยวกับการเกษตรมากที่สุด ในส่วนของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ พบว่าผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก เฉพาะเรื่องที่เป็นเนื้อหาสาระของรายการ เรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้

1. หลักการที่เป็นรายการของประชาชน บริหารรายการโดยตัวแทนของประชาชน
2. ความรู้
3. ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการทำงานอาชีพ และการดำเนินชีวิตประจำวัน
4. รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน
5. วิธีการแก้ปัญหาต่าง ๆ
6. ข่าวสาร
7. ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้อื่น

³⁸ อุษา จันทระประภาศ, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชน ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดจันทบุรี,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535), น. บทคัดย่อ.

พิชญา รัตนพล³⁹ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวัง ผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการสื่อสาร ระดับความน่าเชื่อถือของสถานีวิทยุชุมชน (City Radio) ความถี่เอฟ.เอ็ม. 97.5 MHz และความถี่เอ.เอ็ม. 873 KHz ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการสื่อสาร ความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังผลประโยชน์จากทางสถานีวิทยุชุมชนกับพฤติกรรมการสื่อสาร และความสัมพันธ์ระหว่างความน่าเชื่อถือของสถานีวิทยุชุมชนกับพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกวิทยุชุมชน (สมาชิกร่วมด้วยช่วยกัน) การศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความคาดหวังผลประโยชน์ต่อสถานีวิทยุชุมชนอยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.05) โดยเมื่อแยกประเภทพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความคาดหวังต่อตนเองค่อนข้างสูงจากสถานีวิทยุชุมชนในความคาดหวังว่า ข่าวสารจากรายการของสถานีวิทยุชุมชนจะมีประโยชน์และเสริมสร้างความรู้มากที่สุด รองลงมาคือ รายการของสถานีวิทยุชุมชนสามารถช่วยเหลือเมื่อประสบปัญหาหรืออุบัติเหตุและคาดหวังว่ารายการของทางสถานีจะช่วยเหลือเมื่อประสบปัญหาในการติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานราชการ เมื่อทำสิ่งของสูญหายและเมื่อประสบอุบัติเหตุภายในที่พักอาศัย

ส่วนความคาดหวังผลประโยชน์ต่อสังคม กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อสังคมในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านความคาดหวังต่อบทบาทของสถานีวิทยุชุมชนในการกระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกในการให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันของประชาชน รองลงมาคือความคาดหวังต่อบทบาทของสถานีวิทยุชุมชนในฐานะเป็นสื่อกลางระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบทันทีที่มีการร้องเรียน ซึ่งจะสามารถแก้ปัญหาสังคมได้ ตลอดจนความคาดหวังถึงข่าวสารจากสถานีวิทยุชุมชนในด้านการเป็นแนวทางการป้องกันการเกิดปัญหาต่าง ๆ ข้าง

วรกิจ นริญวณิชศิริ⁴⁰ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวและสาระความรู้ คู่กันที่ซานเรื่อน” พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วน

³⁹ พิชญา รัตนพล, “พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน: ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540), น. บทคัดย่อ.

⁴⁰ วรกิจ นริญวณิชศิริ, “การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวและสาระความรู้ คู่กันที่ซานเรื่อน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536), น. บทคัดย่อ.

ใหญ่จะฟังรายการในลักษณะฟังบ้างไม่ฟังบ้าง และหลังจากการรับฟังแล้วไม่เคยนำข่าวสารที่ได้ไปพูดคุยกับผู้อื่น แต่จะนำข่าวสารไปใช้ในชีวิตประจำวัน และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในแง่เดียวในทางบวกต่อรายการ แต่ไม่สามารถระบุได้ว่าได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการหรือไม่ และพบว่า อายุมีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับฟังรายการ กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุมากจะเปิดรับฟังรายการมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย นอกจากนี้พบว่าประโยชน์และความพึงพอใจที่แสวงหาและได้รับจากรายการมีผลต่อการเปิดรับฟังรายการ กล่าวคือ ผู้ที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจมากจะมีการเปิดรับฟังมาก และยังพบว่าอายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อทัศนคติและการเปิดรับฟังรายการ

วิทยานิพนธ์ ของ สีขเรศ ศิริกานต์⁴¹ เรื่อง รูปแบบสถานีวิทยุกระจายเสียงภาคประชาชนที่พึงประสงค์สำหรับประเทศไทย ภายหลังการปฏิรูประบบวิทยุกระจายเสียง ตามเจตนารมณ์มาตรา 40 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540 พบว่า แนวคิดหลักในการดำเนินการสถานีวิทยุชุมชนภาคประชาชน คือ สถานที่ส่งเสริมสิทธิทางด้านการสื่อสาร (Communication Right) และการรับรู้ข่าวสารของสาธารณะ สนับสนุนการเข้าถึงสื่อและการมีส่วนร่วมของประชาชน (Access and Participation) ประชาชนสามารถเป็นเจ้าของและควบคุมบริหารจัดการเองได้ (Self Management) ทำหน้าที่บูรณาการส่วนต่าง ๆ ของสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ดำเนินการโดยไม่มุ่งหวังผลกำไร หรือตกอยู่ภายใต้อิทธิพลทางธุรกิจและการเมือง ในฐานะองค์กรสื่อวิทยุนี้เองต้องพัฒนาให้เกิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม โดยการเปิดเวทีอภิปรายและแสดงออกเพื่อตอบสนองความต้องการทางสังคมและวัฒนธรรม ดำเนินการเพื่อบริการสาธารณะ ให้บริการทางด้านข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ช่วยเสนอทางออกในการแก้ไขปัญหาในชีวิตของประชาชนได้ เป็นเวทีที่มีความคิดหลากหลายได้รับการแลกเปลี่ยน และทัศนะเหล่านี้ได้รับความเคารพ เป็นสื่อที่พยายามผลักดันกระบวนการประชาสังคม (Civic Society) สร้างมติมหาชน (Public Opinion) คัดค้านหรือเรียกร้องต่อประเด็นปัญหาต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ด้วยเหตุผล ขยายแนวคิดประชาธิปไตยและดำเนินการเพื่อการปกป้องสาธารณะประโยชน์ เป็นสื่อวิทยุที่สามารถสะท้อนความต้องการของประชาชนส่วนรวมตลอดจนมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ส่งเสริมสำนึกร่วมกันของประชาชนเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต ส่งเสริมการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม

⁴¹ สีขเรศ ศิริกานต์, “รูปแบบสถานีวิทยุกระจายเสียงภาคประชาชนที่พึงประสงค์สำหรับประเทศไทย ภายหลังการปฏิรูประบบวิทยุกระจายเสียง ตามเจตนารมณ์มาตรา 40 รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), น. บทคัดย่อ.

และเสริมสร้างความเข้มแข็งและพลังประชาชน (Empowerment) ดำเนินกิจการตามครรลองประชาธิปไตย ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน (Democratic Participation)

อนุตรา พรทวี⁴² ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการรายการวิทยุชุมชนในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความต้องการเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ เวลาในการออกอากาศ ความถี่และความยาวของรายการ รวมทั้งคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ อันประกอบด้วยจังหวัดปทุมธานี นครปฐม สมุทรปราการ สมุทรสาคร และนนทบุรี พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหารายการเกี่ยวกับธุรกิจค้าขายและงานบริการ โดยสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาที่มาจากท้องถิ่น ส่วนประเภทของเนื้อหารายการส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาประเภทข่าวและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และไม่ต้องการให้มีโฆษณาในรายการวิทยุชุมชน ด้านรูปแบบรายการนั้นส่วนใหญ่ต้องการให้รายการวิทยุชุมชนมีรูปแบบนิตยสารทางอากาศ มีความยาว 1 ชั่วโมง โดยให้ออกอากาศในช่วงค่ำ (18.00 น. เป็นต้นไป) ของทุกวันในส่วนของผู้ดำเนินรายการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน เป็นเพศชาย 1 คน และเพศหญิง 1 คน

ส่วนความต้องการคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการผู้ดำเนินรายการที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีกับคนในชุมชนตลอดจนเพื่อนร่วมงาน และควรเป็นผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ อีกทั้งควรมีน้ำเสียงเป็นกันเองกับผู้ฟัง ไม่ว่าจะเป็นการอ่าน เล่าเรื่องหรือพูดคุย เพื่อให้สิ่งที่สื่อออกไปสื่อความหมายได้และน่าสนใจ

ด้านความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการรายการวิทยุชุมชน พบว่า

- อายุ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหารายการ รูปแบบรายการ และเวลาในการออกอากาศรายการวิทยุชุมชน
- การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความต้องการด้านเนื้อหารายการและเวลาในการออกอากาศ
- เพศ มีความสัมพันธ์กับความต้องการความถี่ในการออกอากาศรายการวิทยุชุมชน

⁴² อนุตรา พรทวี, “ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. บทคัดย่อ.

- รายได้ มีความสัมพันธ์กับความต้องการรูปแบบรายการและเวลาในการออกอากาศรายการวิทยุชุมชน

ส่วนความสัมพันธ์ของตัวแปรระหว่างลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน พบว่า เพศ และการศึกษา มีความต้องการคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน

โครงการวิจัยของ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ และคณะ⁴³ เรื่อง แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชน เพื่อสนองตอบความต้องการของชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า วิทยุชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์เป็นวิทยุชุมชนระดับรายการ และดำเนินการในลักษณะสื่อเพื่อสาธารณะ ที่เริ่มต้นจากนโยบายรัฐ และดำเนินงานภายใต้หน่วยงานรัฐ คือ กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งกำหนดกรอบการดำเนินงานส่วนหนึ่งไว้ให้สถานีวิทยุฯ แห่งประเทศไทย (ในสังกัด) โดยสถานีวิทยุฯ แห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์เป็นหนึ่งใน 19 สถานีนำร่อง ออกอากาศรายการในช่วงเวลาสถานี ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541

เนื่องจากจำนวนรายการที่แตกต่างกัน กล่าวคือ วิทยุชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์มีจำนวนรายการ 10 รายการ วิทยุชุมชนจังหวัดนครราชสีมา 2 รายการ จึงทำให้ชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่รู้จักวิทยุชุมชน และได้ประโยชน์มาก โดยเฉพาะด้านการเกษตร อีกทั้งยังพอใจในการนำเสนอเนื้อหาของรายการมากที่สุด ความต้องการด้านรูปแบบรายการส่วนใหญ่ต้องการรูปแบบที่หลากหลายและเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในรายการได้ สำหรับความต้องการ กลุ่มตัวอย่างต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับเกษตรมากที่สุด ในส่วนของชุมชนจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ไม่รู้จักวิทยุชุมชน สำหรับกลุ่มที่รู้จัก และฟังวิทยุชุมชนส่วนใหญ่เห็นว่าวิทยุชุมชนให้ประโยชน์พอสมควร โดยเนื้อหาที่นำไปใช้ประโยชน์ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ ส่วนใหญ่พึงพอใจมากในเนื้อหาและต้องการให้มีรูปแบบรายการที่มีความเป็นกันเองมากที่สุด และต้องการให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวท้องถิ่นมากที่สุด แต่ทั้ง 2 จังหวัด มีความคาดหวังในระดับมากที่วิทยุชุมชนจะเป็นสื่อที่ช่วยเหลือพวกเขาได้เวลามีปัญหา สำหรับความคาดหวังในระดับน้อยเป็นความคาดหวังที่มีต่อการเข้าไปมีส่วนร่วมในวิทยุชุมชนในระดับต่าง ๆ รวมทั้งความคาดหวังที่จะเข้าเป็นเจ้าของคลื่นความถี่วิทยุหรือจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงของชุมชน

⁴³ วีรพงษ์ พลนิกรกิจ และคณะ, "แนวทางการพัฒนาวิทยุชุมชนเพื่อสนองตอบความต้องการของชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดบุรีรัมย์," (รายงานวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2545), (อัดสำเนา)

ปฐยา เรื่องเริงกุลฤทธิ⁴⁴ ได้ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างรู้จักรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชเนื่องจากหมุนคลิ่นมาเจอโดยบังเอิญ และกลุ่มตัวอย่างเคยโทรเข้าไปร่วมแสดงความคิดเห็นในรายการ ร้อยละ 17.75 กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นต่อรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชอยู่ในระดับดี โดยเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า เนื้อหารายการเป็นประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากเนื้อหารายการ การประกอบอาชีพทางการเกษตร การทำมาหากินมากที่สุด และพึงพอใจจากการรับฟังรายการในประเด็นที่ทำให้รอบรู้ขึ้นในเหตุการณ์ทั่วไปและความเคลื่อนไหวของชุมชนมากที่สุด

⁴⁴ ปฐยา เรื่องเริงกุลฤทธิ, “พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.