

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจ ความต้องการของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ.เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์” ได้นำแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ดังนี้

1. ทฤษฎีการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร
 - แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
 - ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล
 - ทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม
 - แนวคิดเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน
 - แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน
3. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ส่งสาร
 - คุณสมบัติเกี่ยวกับผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง
 - ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

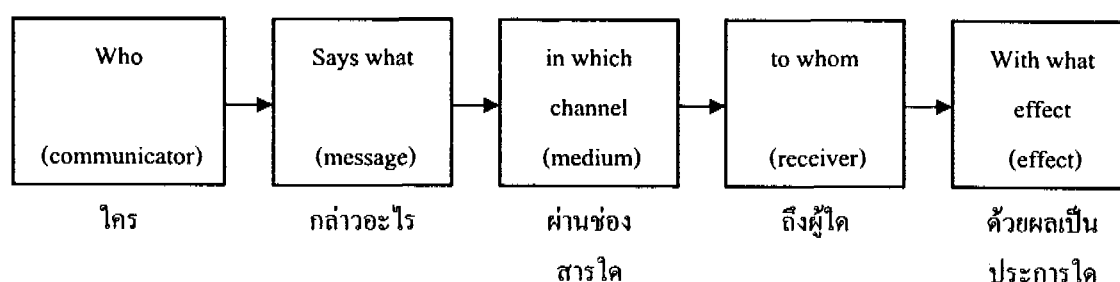
ทฤษฎีการสื่อสาร

กระบวนการในจัดรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงนั้น มีความสอดคล้องกับกระบวนการสื่อสารที่จะประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนเป็นอย่างน้อยได้แก่ ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีทางด้านการสื่อสารในหลาย ๆ ทฤษฎี แต่ในการศึกษาค้นครั้งนี้จะอธิบายกระบวนการในการจัดรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงด้วยแบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์

แบบจำลองการสื่อสารของลาสเวลล์ เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม (the behavioral school of thought) เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้และผลอันเกิดจากการกระทำการสื่อสาร ลาสเวลล์อธิบายกระบวนการสื่อสาร โดยตั้งเป็นคำถามเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสาร ผู้รับสารและผลของการสื่อสาร ดังนี้¹

แผนภาพที่ 2.1

แสดงองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร



ฮาร์โรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D. Lasswell) ได้กล่าวถึงกระบวนการสื่อสารว่ามีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ประการ ดังนี้²

- ใคร (who)
- กล่าวอะไร (says what)
- ผ่านช่องทางใด (in which channel)
- ถึงใคร (to whom)
- เกิดผลอะไร (with what effect)

¹ ลาสเวลล์ อ้างถึงใน ธนวดี บุญลือ, “ทฤษฎีและแบบจำลองพื้นฐานการสื่อสาร,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 493.

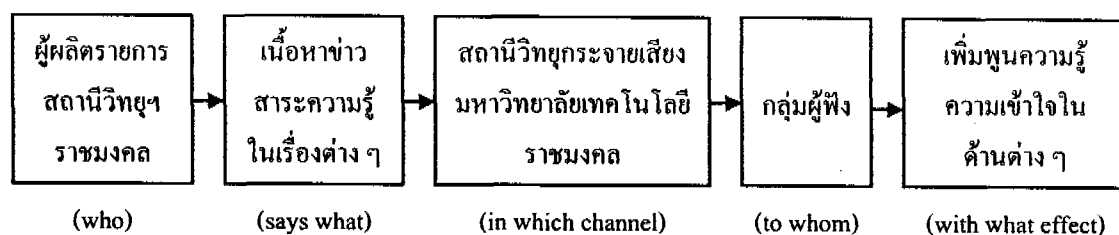
² Harold D. Lasswell, “The Structure and Function of Communication in Society,” The Communication of Ideas, Edited by Lyman Bryson (New York: Harper and Brothers, 1948), p. 37.

ลาสเวลล์³ เห็นว่า การศึกษากระบวนการสื่อสารโดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ (scientific study) มักจะเน้นที่การตอบคำถามดังกล่าวคำถามใดคำถามหนึ่ง เช่น ผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับตัวผู้ส่งสาร (communicator) ก็จะศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นแรงคลใจ และกำหนดพฤติกรรมในการสื่อสารของผู้ส่งสาร การศึกษาหรือการวิจัยในลักษณะนี้เรียกว่า การวิเคราะห์ผู้ส่งสาร ผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของสารก็มุ่งที่จะทำการวิเคราะห์สาร ผู้ที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับสื่อต่าง ๆ ก็ทำการวิเคราะห์สื่อ ผู้ที่มุ่งศึกษาเกี่ยวกับบุคคลที่รับสารจากสื่อก็จะทำการวิเคราะห์ผู้รับสาร และผู้ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสาร ก็จะทำการวิเคราะห์อิทธิพลของการสื่อสาร

เมื่อนำทฤษฎีการสื่อสารของลาสเวลล์มาใช้ในการพิจารณาประกอบกับการในการผลิตรายการออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ.เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์แล้ว จะมีลักษณะดังนี้

แผนภาพที่ 2.2

แสดงการนำทฤษฎีการสื่อสารของลาสเวลล์มาใช้
ในการพิจารณาประกอบการผลิตรายการ



จากทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เป็นกรอบในการศึกษาของการสื่อสารในส่วนที่เป็นผู้รับสาร เป็นการวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมการรับฟังรายการ ความพึงพอใจ และความต้องการรับฟังรายการวิทยุของผู้รับสาร หลังจากที่ได้รับฟังรายการต่าง ๆ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ.เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ไปแล้ว

³ ลาสเวลล์ อ้างถึงใน ธนวดี บุญลือ, “แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการสื่อสาร,” ใน การสื่อสาร, หน่วยที่ 3 (นนทบุรีย: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2532), น. 108.

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร

ในการสื่อสารที่มีประสิทธิผลนั้น ผู้รับสาร (Receiver) ถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ เนื่องจากความหมายของสารที่ผู้ส่งสารส่งไปนั้นมิได้อยู่ตัวสารเอง แต่อยู่ที่การเลือกรับสารและการตีความของผู้รับสารซึ่งมีความแตกต่างกันไปตาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้ ฯลฯ มีทฤษฎีที่กล่าวถึงความแตกต่างของบุคคลไว้ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระดุน เป็นความเชื่อว่า มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัยเดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกันเนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หนึ่งมีลักษณะนิสัย พฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรมแตกต่างคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย⁴

ปรมะ สตะเวทิน⁵ กล่าวว่า การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน และคนที่มีความแตกต่างทางประชากรต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่อายุน้อย คนที่มีอายุน้อยจะมีเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความระมัดระวังมาก และมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้ คนที่มีวัยแตกต่างกันมักจะมีความต้องการแตกต่างกันด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะ

⁴ ยูล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), น. 64-65.

⁵ ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2539), น. 105.

คิดถึงเรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการบ้านการเมือง ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกันคนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนัก ๆ เช่น ข่าวการอภิปรายปัญหาสังคม ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะมีลักษณะชอบความสวยงาม มีจิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนั้นงานวิจัยต่าง ๆ ยังชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนั้นผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่จะไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลและถือครอบครัวเป็นสังคมแรก ๆ ของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน การแนะนำให้ชาวนาที่ยากจนใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มีรายได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่ฐานะดีหรือรายได้สูงยังใช้สื่อมวลชนมากด้วย การใช้สื่อมวลชนของคนมีฐานะดีมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังข่าวการบ้านการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิดว่าการมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน

4. การศึกษา (Education) การศึกษา หรือความรู้เป็นลักษณะอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน ในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้สีกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และมักจะใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

จากแนวคิดดังกล่าวจะพบว่า ความแตกต่างของบุคคลในเรื่องลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์นับได้ว่าเป็นเหตุผลพื้นฐานที่สำคัญที่ทำให้บุคคลแต่ละบุคคลมีความพึงพอใจ ความต้องการ และพฤติกรรมในการรับข่าวสารที่แตกต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจ ความต้องการของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เฟ.เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ ตามกรอบแนวคิดที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ที่เชื่อว่าจะมีผลต่อพฤติกรรม ความพึงพอใจและความต้องการจากการรับฟัง ไว้ดังนี้ คือ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล

ในการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสารซึ่งมีความหลากหลาย ย่อมต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวได้อธิบายว่าผู้รับสารแต่ละคนที่มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะปัจจัยทางด้านจิตวิทยาและสังคมต่างจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตนาของผู้ส่งสาร

เดอ เฟลอร์⁶ (DeFleur) กล่าวว่าผู้รับสารแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทักษะคิด ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ จะทำให้มีความสนใจในการเปิดรับสารหรือตีความจากสารที่ได้รับจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน โดยได้วางหลักเกณฑ์พื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลไว้ดังนี้

⁶ Melvin L. DeFleur, Theories of Mass Communication, Second Edition (New York: David McKay Co., 1970), pp. 119-121.

- บุคคลมีความแตกต่างกันอย่างมากในด้านบุคลิกภาพ และสภาพทางจิตวิทยา
- ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้ บางส่วนมาจากลักษณะความแตกต่างทางชีวภาพหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่มาจากความแตกต่างที่เกิดจากการที่บุคคลมีการเรียนรู้จากสังคมแตกต่างกัน
- บุคคลที่มีความเป็นอยู่ต่างสภาพแวดล้อมหรือถูกเลี้ยงในสภาพที่แตกต่างกันจะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
- การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกัน ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อที่ร่วมกันเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วย ซึ่งผลจากความแตกต่างนี้ทำให้มีการกำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความแตกต่างทางด้านบุคลิกภาพและทางจิตใจ และการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมของผู้รับสาร จะส่งผลให้ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาถึงสาเหตุที่ส่งผลให้กลุ่มผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครมีพฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจ และความต้องการจากการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์แตกต่างกันไป

ทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม

ทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรกซ้อนเดียวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) แต่ เดอ เฟลอร์⁷ ได้กำหนดให้ปัจจัยทางสังคมเป็นตัวแปรแทรกซ้อนซึ่งแตกต่างไปจากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory) ที่กำหนดให้ลักษณะทางจิตวิทยาเป็นตัวแปรแทรก

เดอ เฟลอร์⁷ (DeFleur) ได้เสนอทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคม ซึ่งเป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวความคิดทางสังคมวิทยา ที่อธิบายว่าประชาชนที่มีคุณลักษณะทางสังคมคล้ายคลึงกัน เช่น การศึกษา รายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิฐานะ ฯลฯ จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่คล้ายคลึงกันด้วย เช่น การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบที่มีต่อสื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งมีสมมติฐานว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมในทางเดียวกัน

⁷ Ibid., pp. 122-124.

จากทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น นำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ในการพิจารณาว่าผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีกลุ่มทางสังคมที่แตกต่างกันและเหมือนกันนั้น จะส่งผลให้เกิดความพฤติกรรมการรับฟัง ความพึงพอใจและความต้องการจากการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกะเฮิร์ตซ์ แตกต่างกันหรือไม่ ดังนั้นจึงต้องมีการศึกษาถึงความต้องการรายการเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการผลิตรายการ เพื่อให้สนองตอบต่อความต้องการของผู้ฟังได้อย่างแท้จริง

นอกจากแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล และทฤษฎีการแบ่งกลุ่มทางสังคมต่างก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแล้ว เรื่องของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และการใช้สื่อเพื่อเป็นประโยชน์และความพึงพอใจก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะกำหนดว่าผู้รับสารจะรับสารนั้น ๆ หรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงกันบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปสู่ผู้รับสาร นั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (selective processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มีได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารได้ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ ความรู้สึนึกคิด ซึ่งกระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วย 3 ชั้น ดังนี้^๙

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดเพื่อสนับสนุนทัศนคติ ความคิดเดิมของตนเสมอ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งต่อความรู้สึกของตนเอง

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็ถือว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ไปตามเจตนาธรรมของผู้ส่งสารทั้งหมด แต่อยู่ที่ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตัวเอง ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

^๙ พิศะ จิรโสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น. 636-638.

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคติ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

โดย แม็คเล้าท์ (McLeod)⁹ กล่าวว่า ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่างคือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

แม็คเล้าท์ (McLeod) กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Medium)

ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ทางจิตวิทยาและมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการรับฟังรายการเพลงทางวิทยุ เป็นต้น

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำหลักการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เพล.เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ว่าจะมีระยะเวลาในการรับฟัง ความถี่ในการรับฟังในแต่ละสัปดาห์ ระยะเวลาในการฟังในแต่ละสัปดาห์ ช่วงเวลาในการรับฟัง สถานที่ในการรับฟัง ลักษณะการรับฟัง เหตุผลในการรับฟัง รับฟังรายการใด และชอบฟังรายการใดมากที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

แนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The uses and the gratifications approach) อยู่ในภายใต้กรอบทฤษฎีที่เน้นการสื่อสารมวลชนเรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional perspective) การวิเคราะห์ในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนนี้ตั้งอยู่บนความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมและปรากฏการณ์ในสังคมมนุษย์ต่างก็เกี่ยวข้องในเชิงหน้าที่ต่อกัน กล่าวคือ มีความเกี่ยวข้องกันอย่าง

⁹ Jack K. McLeod and Garret J. O'Keefe, "The Socialization Perspective and Communication Behavior," in Current Perspective in Mass Communication Research, Edited by Gerald Kline and Philip J. Tichenor (London: Sage Publication, 1972), p. 123.

เป็นระบบ ทั้งแบบลูกโซ่และแบบวงจร ดังนั้น พฤติกรรมของมนุษย์จึงอาจจะอธิบายได้ว่าเกิดขึ้นจากความต้องการ (needs) ซึ่งความต้องการของแต่ละคนจะมีที่มาจากต่าง ๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานทางด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ และประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคมของเขา¹⁰

ลักษณะเด่นของทฤษฎีนี้อยู่ที่การให้ความสนใจต่อผู้รับสาร (Media Users) มากกว่าตัวสาร (Media/Content) ซึ่งมองว่าผู้รับสาร (Audience) มีบทบาทอย่างกระตือรือร้นในฐานะผู้กระทำ (Action) ในการที่จะใช้ประโยชน์ จากเนื้อหาของสื่อมากกว่าที่จะเป็นผู้รับผลหรือเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive) จากสื่อเพียงอย่างเดียว เพราะฉะนั้น ความสัมพันธ์ตามแนวคิดนี้จึงไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่มีทิศทางจากเนื้อหาข่าวสาร (Message) ไปสู่ผล (Effect) แต่เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่ว่า ผู้รับสารนำสารไปใช้ประโยชน์ (Usage) และการใช้ประโยชน์นั้นเป็นตัวแปรแทรกในกระบวนการของผล ดังนั้น ในการศึกษาสื่อสารมวลชนตามแบบของทฤษฎีนี้มีข้อยอมรับก่อน ดังนี้คือ¹¹

1. มนุษย์จะเจาะจงแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal directed)
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Needs for orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีต้องการส่วนตัว

โดยแคทซ์ (Katz) และคณะ (1973)¹² ได้ทำการศึกษาผู้ใช้สื่อในประเทศอิสราเอล โดยได้สำรวจและสร้างเครื่องมือเพื่อใช้ในการวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร ผลจากการศึกษาได้นำมาจัดเป็นองค์ประกอบ 3 ประการ

¹⁰ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 84.

¹¹ เสรี วงษ์มณฑา, “จิตวิทยาในการสื่อสาร,” วารสารศาสตร์วัฒนธรรมศาสตร์, 9 (เมษายน – มิถุนายน 2523):6.

¹² E. Katz, and others, 1973, อ้างถึงใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 85-87.

ก. Mode เป็นลักษณะความต้องการ เช่น

- (1) ความต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
- (2) ความต้องการให้ลดลง
- (3) ความต้องการให้ได้มา

ข. Connection คือ จุดประสงค์การติดต่อของบุคคลกับสิ่งภายนอก คือ

- (1) การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
- (2) การติดต่อเพื่อความพอใจและประสบการณ์ทางอารมณ์
- (3) การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพ
- (4) การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

ค. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่

- (1) ตนเอง
- (2) ครอบครัว
- (3) เพื่อนฝูง
- (4) สังคม รัฐบาล
- (5) ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
- (6) โลก
- (7) สิ่งอื่น ๆ ภายนอกที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบข้างต้นทั้ง 3 นี้ แคทซ์ (Katz) และคณะ ได้สร้างข้อความแสดงความต้องการ (Needs) ของบุคคลขึ้นมาจำนวน 35 ข้อความ ซึ่งให้เห็นถึงความต้องการต่าง ๆ ของบุคคลที่ตอบสนองความพอใจ (Gratification) ได้ การสร้างข้อความแสดงความต้องการทำได้ดังนี้ คือ ก1 ข4 ค2 หมายถึง ความต้องการที่จะเพิ่มพูนการติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับครอบครัว หรือ กล่าวง่าย ๆ คือ ความต้องการที่จะใช้เวลาอยู่กับครอบครัวตนเอง ก2 ข4 ค1 คือความต้องการที่จะลดการติดต่อกับตนเอง นั่นคือ ความต้องการที่หนีพ้น (Escape) จากสถานะที่เป็นจริงในโลก ซึ่งสื่อที่ใช้เพื่อให้ความบันเทิงนี้สามารถที่จะตอบสนองความต้องการเช่นนี้ได้ นอกจากนี้ยังได้นำข้อความซึ่งความต้องการของบุคคลจำนวน 35 ข้อความ มาสร้างมาตรวัด (Rating Scale) ระดับการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual Need Salience) โดยใช้มาตรวัด 4 ระดับ ได้แก่ 1. สำคัญมาก 2. สำคัญพอใช้ 3. ไม่ค่อยสำคัญ 4. ไม่สำคัญเลย ทั้งนี้ให้ชาวอิสราเอลเป็นผู้ตอบแบบสอบถามโดยให้จัดลำดับความสำคัญของความต้องการที่แตกต่างนี้ ซึ่งแคทซ์ (Katz) และคณะ ค้นพบว่าความต้องการเกี่ยวกับตนเอง และความต้องการเกี่ยวกับบุคคลอื่นและสิ่งอื่น ๆ ถูกจัดความ

สำคัญต่างกัน โดยผู้ให้สัมพันธภาพต่างกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าองค์ประกอบตัวที่ 3 กลุ่มอ้างอิง (Referent) ซึ่งได้แก่ ตนเอง บุคคลและสิ่งอื่น ๆ ที่บุคคลเชื่อมโยงด้วยเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ชี้ให้เห็นถึงมิติของความต้องการที่ต่างกันอย่างชัดเจนระหว่างบุคคลต่างกลุ่มกัน

นอกจากนี้ แคทซ์ (Katz) และคณะได้วัดระดับความพอใจ (Gratification) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือ สร้างมาตรวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือ หนังสือพิมพ์ และภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสาร ตัวอย่างมาตรวัดความพึงพอใจ เช่น โทรทัศน์สามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปในโลกอย่างไร 1. ช่วยได้มาก 2. ช่วยได้พอสมควร 3. ไม่ค่อยได้ช่วยนัก 4. ไม่ได้ช่วยเลย และยังถามด้วยว่า ถ้าสื่อเหล่านี้ไม่ได้ให้ความพอใจตามที่ต้องการแล้วมีอะไรบ้างที่สนองความต้องการเหล่านี้ได้

โดย แคทซ์ (Katz) และคณะ¹³ ได้นำข้อความทั้งหมดนั้นมาแยกกลุ่มตามความต้องการลักษณะทาง Cognitive Need Affective Need Integrative Need และ Escape Need ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. Cognitive Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อรับรู้ข่าวสาร ความรู้ และความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์หรือสิ่งต่าง ๆ
2. Affective Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อความพึงพอใจ หรือได้รับประสบการณ์ทางอารมณ์ รวมทั้งในเรื่องความสวยงามหรือศิลปะต่าง ๆ
3. Integrative Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ
4. Escape Need คือ ความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชนเพื่อหลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

แคทซ์ และคณะ¹⁴ (E. Katz and others, 1974) ได้สร้างแบบจำลองในการศึกษาการใช้สื่อและการรับความพึงพอใจของผู้รับสารดังนี้

แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ

¹³ E. Katz, J. G. Blumer and Gurevitch, Utilization of Mass Communication by the Individual (Beverly Hill: CA Sage Publication, 1974), p. 211.

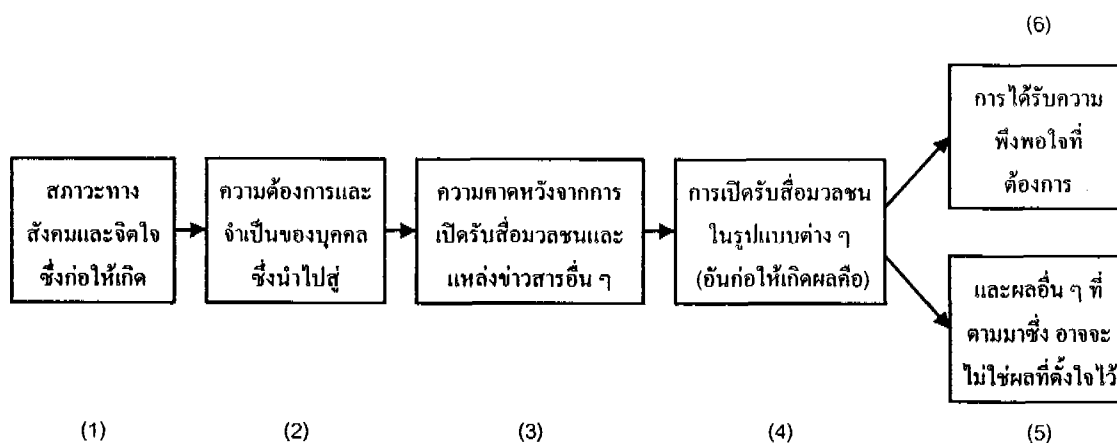
¹⁴ E. Katz and others, 1974, อ้างถึงใน พิระ จิร โสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2529), น. 634-635.

1. สภาพทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ
6. และผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ ที่กล่าวมาสามารถสร้างรูปแบบจำลองของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2.3

แสดงแบบจำลองแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน



คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจจะยกตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าว จากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการได้ คือเป็นคนรอบรู้และทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วัน ก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้และทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

ทฤษฎีหรือแบบจำลองนี้ได้อธิบายกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชนและการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจและความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน

จากแบบจำลองข้างต้น สามารถสรุปแนวคิดเกี่ยวกับสังคมที่มีบทบาทในการกำหนดความต้องการและความพึงพอใจของบุคคลไว้ว่า

1. บุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้บุคคลต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดต่าง ๆ โดยการใช้สื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคมเป็นตัวสร้างให้ปัจเจกบุคคลต้องตระหนักถึงปัญหา จึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการจากสถานการณ์ทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่าง ๆ ที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อให้สอดคล้องกับค่านิยมการเป็นสมาชิก และการเสริมสร้างความเชื่อของสังคม
5. สถานการณ์ทางสังคมจัดขอบเขตของความหวัง ความกลัวคลั่งกัน ดังนั้นการเปิดรับสื่อมวลชนจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมของกลุ่มในสังคม

โดยแนวความคิดนี้สามารถอธิบายได้ คือ สภาวะสังคมและจิตใจซึ่งก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นที่แตกต่างกันไป และเกิดความคาดหวังหรือการคาดคะเนความพอใจที่ได้จากสื่อแต่ละประเภทหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบและโอกาสที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้เกิดผลที่ตามมาคือการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้คาดหวังไว้

การศึกษาตามแนวคิดนี้มีได้พ่งถึงว่าสื่อมวลชนคือตัวการที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารโดยตรง แต่กลับมองว่ากลุ่มผู้รับสารต่างหากที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตน การศึกษาในลักษณะนี้จึงตรงกับวิธีการศึกษาในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มุ่งพิจารณาว่าสื่อมวลชนมีหน้าที่ต่าง ๆ กัน เพื่อสนองความต้องการของผู้รับสาร เช่น หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร หน้าที่ในการให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ หน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการติดต่อกับสังคม และหน้าที่ในการเสริมสร้างลักษณะส่วนบุคคลให้แก่ผู้รับสาร เป็นต้น

สำหรับความต้องการพื้นฐานของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of Needs)¹⁵ ได้แปลความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ออกเป็น 5 ประการคือ ความต้องการทางกายภาพ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรักและความเป็นพวกเดียวกัน ความต้องการรู้จักคุณค่าของตน และความต้องการรู้ศักยภาพที่แท้จริงของตนเอง

แมกซ์เวลล์ อี. แมคคอมบส์ และ ลี บี. เบคเกอร์¹⁶ (Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการ คือ

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ความต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสถานะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยหรือสนทนา (Discussion) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบ ๆ ตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

นอกจากนี้ เวนนอร์¹⁷ (Wenner) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร โดยสร้างออกเป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสารซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ช่วง

¹⁵ Abraham Maslow, อ้างถึงใน สมควร กวียะ, สื่อมวลชนคลีชีวิต (นนทบุรี: สำนักพิมพ์แก้วน้ำ, 2540), น. 102.

¹⁶ Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory (Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall, 1979), pp. 51-52.

¹⁷ Lawrence A. Wenner, "The Nature of News Gratification," in Current Perspectives in Media Gratification Research, Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner and Philip Palmgreen (Beverly Hills: Sage Publications, 1985), pp. 171-193.

1. Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมภายในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการใช้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. Social Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ เป็นต้น

3. Para-Social Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาสื่อ เช่น การยึดถือผู้อ่านที่เราชื่นชมเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม เป็นต้น

4. Para-Orientation Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น เป็นต้น

แมคเควล (McQuail)¹⁸ ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนกับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และโลก

1.2 เพื่อแสวงหาข้อแนะนำในทางปฏิบัติหรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ

1.3 เพื่อสนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และสนองต่อความสนใจทั่วไป

1.4 เพื่อเป็นการเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

1.5 เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 เพื่อหาแรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 เพื่อหาตัวอย่างทางพฤติกรรม

2.3 เพื่อแสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ ในสื่อมวลชน

2.4 เพื่อเข้าใจตนเอง

¹⁸ Denis McQuail, Mass Communication Theory: An Introduction (London: Sage Publications, 1987), p. 73.

3. ความต้องการการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- 3.1 เพื่อเข้าใจในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- 3.2 เพื่อแสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
- 3.3 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- 3.4 เพื่อใช้แทนเพื่อน
- 3.5 เพื่อช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- 3.6 เพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

- 4.1 เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
- 4.2 เพื่อผ่อนคลาย
- 4.3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ และได้รับความสนุกสนาน
- 4.4 เพื่อได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- 4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
- 4.6 เพื่อเป็นการกระตุ้นทางเพศ

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น จะนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาถึงเหตุผลในการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรและเหตุผลในการรับฟังแตกต่างกัน ซึ่งในความแตกต่างนี้ย่อมผลให้เกิดความพึงพอใจ และมีความต้องการจากการรับฟังประเภท รูปแบบ รวมไปถึงเนื้อหารายการที่แตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล ดังนั้นในการจัดรายการวิทยุ จึงต้องศึกษาถึงความต้องการของผู้ฟังในแต่ละกลุ่ม เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการผลิตรายการเพื่อที่จะให้ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ส่งสาร

องค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งในการจัดหรือผลิตรายการออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงนั้น ได้แก่ผู้ผลิตหรือผู้จัดรายการที่จะเป็นผู้ที่กำหนดเนื้อหา ประเภท รูปแบบ ลีลาในการนำเสนอเนื้อหารายการต่อกลุ่มผู้ฟังของตน ดังนั้นการทำความเข้าใจในศักยภาพของผู้ส่งสารจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะคุณสมบัติทางด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ไม่ว่าจะเป็นในด้านบุคลิกภาพ การศึกษา ประสบการณ์ รวมถึงทางด้านกฎหมาย เพื่อที่จะทำให้การผลิตรายการเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังมากที่สุด

คุณสมบัติเกี่ยวกับผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

ในการผลิตรายการวิทยุทุกรายการ ถือว่า ผู้ผลิตรายการ เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญอย่างมาก เพราะต้องทำหน้าที่เปรียบเสมือนพ่อครัวที่ต้องประกอบอาหารให้คนอื่นเขารับประทาน อาหารจะมีรสชาติดีหรือไม่ดี ถูกใจผู้ฟังหรือไม่ นั่น ถือได้ว่าเป็นงานที่พิถีพิถันฝีมือของผู้ผลิตรายการทั้งสิ้น¹⁹ โดย สมุล อยุธยา²⁰ ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้จัดรายการ หรือผู้ผลิตรายการที่ดีไว้ 3 ประการ ได้แก่ คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ คุณสมบัติด้านการศึกษาและประสบการณ์ และคุณสมบัติตามกฎหมาย ดังนี้

1. คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ

1.1 ต้องรู้งานของฝ่ายต่าง ๆ ในสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ตนสังกัดอยู่เป็นอย่างดี เพื่อให้เข้าใจการปฏิบัติงานของทุกฝ่าย ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการจัดรายการ

1.2 ต้องเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์และมีจินตนาการ เพราะงานจัดรายการเป็นงานศิลปะ คือ ศิลปะในการสร้างความชื่นชมให้แก่ผู้ฟัง ถ้าผู้จัดรายการไม่มีความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ก็ไม่สามารถแข่งขันกับสถานีวิทยุอื่น ๆ ได้

1.3 ต้องเรียนรู้ความต้องการและรสนิยมของผู้ฟังส่วนใหญ่ ผู้จัดรายการที่ดีจะต้องไม่ใช้ความชอบของตนเองเป็นเครื่องวัดว่าจะทำให้ผู้อื่นชอบตามไปด้วย ถึงแม้จะกล่าวว่าผู้จัดรายการควรมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ความคิดสร้างสรรค์นั้นต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ฟัง

1.4 ผู้จัดรายการต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์และยืนยันการตัดสินใจจากข้อมูลที่มีอยู่ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ได้แก่ การตลาด คู่แข่งขัน และผู้ฟัง ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ได้แก่ นโยบายของสถานี งบประมาณ บุคลากร และทรัพยากรในการผลิต

1.5 ผู้จัดรายการต้องสามารถคาดคะเนจำนวนผู้ฟัง และต้องรู้ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟัง เช่น อายุ เพศ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม และที่อยู่อาศัย ได้อย่างถูกต้อง โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจวิจัยที่ผู้อื่นทำไว้หรือจัดทำขึ้นเอง

1.6 ผู้ดำเนินรายการต้องมีความขยัน ตั้งใจที่จะเรียนรู้ มีความเชื่อมั่นในตนเอง กล้าตัดสินใจ และสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

¹⁹ จุมพล รอดคำดี, คู่มือการผลิตวิทยุกระจายเสียง (กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525), น. 31.

²⁰ สมุล อยุธยา, “คุณสมบัติของผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียง,” ใน การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง, หน่วยที่ 3 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530), น. 114-117.

1.7 ต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพราะในการจัดรายการวิทยุจะต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นเสมอและจะต้องทำงานร่วมกันเป็นคณะ จึงต้องสามารถทำตัวให้เข้าผู้อื่นได้ทั้งเพื่อนร่วมงาน และคนในชุมชนโดยรอบ ซึ่งในบางครั้งผู้ดำเนินรายการจำเป็นต้องติดต่อด้วย เพราะเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ

2. คุณสมบัติด้านการศึกษาและประสบการณ์

การศึกษาของผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงนับว่ามีความสำคัญมาก เพราะผู้จัดรายการวิทยุกระจายเสียงในฐานะที่เป็นสื่อสารมวลชน ต้องมีหน้าที่ในการให้ความรู้หรือให้การศึกษาแก่ผู้ฟังทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น จึงควรเป็นผู้ที่มีการศึกษาดี มีความรู้กว้างขวาง การศึกษาจะช่วยให้ผู้ดำเนินรายการเป็นผู้มีโลกทัศน์กว้าง สามารถมองปัญหาและวิเคราะห์เหตุการณ์ได้อย่างลึกซึ้ง รวมทั้งทำให้เป็นมิตรนิยมดีและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

3. คุณสมบัติตามกฎหมาย

เนื่องด้วยวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่มีความสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนเป็นจำนวนมาก และมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นของประชาชน ดังนั้นคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จึงได้ออกระเบียบว่าด้วย การดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้จัดรายการไว้ว่า ต้องมีสัญชาติไทย ได้รับใบประกาศนียบัตรหรือปริญญาบัตรหรือมีความชำนาญหรือมีประสบการณ์เพียงพอเกี่ยวกับการจัดรายการ ผ่านการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ว่าไม่เป็นบุคคลที่เป็นภัยต่อประเทศชาติ

นอกจากนั้น ในงานวิทยุกระจายเสียง “เสียง” ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้ เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์²¹ ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของเสียงที่เหมาะสมกับงานวิทยุกระจายเสียงไว้ดังนี้

1. น้ำเสียงชัดเจน เสียงที่เหมาะสมสำหรับงานวิทยุกระจายเสียง ต้องมีความชัดเจน สื่อความหมายตามบทตามข้อความ หรือตามรูปแบบรายการต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เมื่อผู้ฟังฟังแล้วสามารถแยกได้ว่าเป็นเสียงของเพศใด อายุเท่าไร กำลังถ่ายทอดข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึกอะไรให้ฟัง

2. อักขรวิธีถูกต้อง ภาษาทุกภาษาย่อมมีเอกลักษณ์และข้อกำหนดในการเขียน การอ่าน เมื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นเรื่องของเสียง ความสามารถในการอ่าน การพูดอย่างถูกต้องชัดเจนตามอักขรวิธี จึงเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นและสำคัญ โดยรวมถึงการที่รู้จักเว้นวรรค เว้นช่วง การให้น้ำหนักในคำ ในข้อความที่ถูกต้องตามไวยากรณ์และสื่อความหมายได้อย่างถูกต้องชัดเจนด้วย

²¹เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, “เทคนิคการใช้เสียงทางวิทยุกระจายเสียง,” ใน การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง, หน่วยที่ 2 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2531), น. 60-63.

3. ลีลาการนำเสนอที่น่าฟัง เป็นเรื่องสำคัญของการเสนอเสียงทางวิทยุกระจายเสียง เพราะแม้ว่าจะอ่านหรือพูดได้ถูกต้องตามอักขรวิธี แต่ลีลาการนำเสนอไม่ดีก็ทำให้ขาดความน่าฟังไปได้ ลีลาการนำเสนอที่น่าฟังคือ การพูดหรืออ่าน ต้องพูดคุยหรือเล่าอย่างมีจังหวะจะโคน การหยุด การต่อต้องตรงวรรคตามบท มีการทอดจังหวะ เน้นเสียงหรือลดเสียงเบาตามเนื้อความ

4. ให้อารมณ์ โดยธรรมชาติของมนุษย์ อารมณ์จะมีส่วนสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งกับเสียง ผู้เสนอเสียงทางวิทยุกระจายเสียงต้องระลึกอยู่เสมอว่า เมื่อปฏิบัติหน้าที่อยู่หน้าไมโครโฟนต้องมีอารมณ์แจ่มใส สุภาพ เตรียมพร้อมที่จะจัด ปรับอารมณ์ ความรู้สึกตามบทที่จะต้องเสนอ

5. เสียงสื่อความหมายได้ เสียงที่เสนอในงานวิทยุกระจายเสียงคือ เสียงเพื่อการสื่อสาร ความรู้ อารมณ์ จินตนาการ ในกรณีที่เป็นารพูดหรือการแสดงเสียงนั้นต้องแฝงไปด้วยความชัดเจน ทั้งในน้ำเสียงและความหมาย

นอกจากนี้ คุณสมบัติของผู้ส่งสารที่นักวิชาการหลายท่านต่างให้ความสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ “ความน่าเชื่อถือ” (credibility) ของผู้ส่งสาร ซึ่งจะมีผลทำให้การสื่อสารประสบความสำเร็จได้

ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร

ในกระบวนการสื่อสาร ผู้ส่งสารอาจจะประสบผลสำเร็จ หรืออาจประสบผลล้มเหลวในการสื่อสาร ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติของผู้ส่งสารที่สำคัญ ๆ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นใสของผู้ส่งสารหรือแหล่งสารในสายตาผู้รับสาร

แอปเปลบาม²² (Applbaum) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “แหล่งสาร” หมายถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่ทำการส่งข่าวสาร (Message) ไปยังบุคคลอื่นทั้งโดยความตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ

ผู้ส่งสาร²³ (Sender) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิด มีความต้องการ มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสาร อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด ความคิดเห็น ทักษะคติ ความเชื่อและอื่น ๆ ไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดผลอย่างหนึ่งอย่างใดต่อผู้รับสาร ดังนั้นผู้ส่งสารจึงเป็นองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์ต่อองค์ประกอบอื่น ๆ ทั้งในแง่ของการเป็นผู้เลือกข้อมูลข่าวสารที่จะส่งถ่ายทอดไป การเลือกวิธีการ และช่องทางที่จะทำให้สารไปถึงผู้รับสาร รวมทั้งการเลือกและพยายามกำหนดตัวผู้ที่จะเป็นรับข้อมูล

²² Applbaum, อ้างถึงใน อนุตรา พรทวี, “ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545), น. 26.

²³ กิติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541), น. 7-8.

ข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับใดระดับหนึ่ง หรือในด้านใดด้านหนึ่งกับบุคคลที่เป็นผู้รับสาร เช่น ความต้องการในการเปลี่ยนแปลงรับรู้หรือความรู้ การเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ทศนคติและพฤติกรรมของบุคคลของกลุ่มคนหรือของสังคม เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนั้น มาจากการค้นพบในการวิจัยเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสารในการสื่อสารเพื่อชักจูงใจ (Persuasive Communication) ซึ่งการวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือสูงจะมีความสามารถในการชักจูงใจมากกว่าผู้ที่มีความน่าเชื่อถือต่ำ²⁴

ฮอฟแลนด์, जानิส, และเคลลี²⁵ (Hovland, Janis, and Kelly) ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญของความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารว่าประกอบด้วยคุณสมบัติ 2 ประการคือ

1. ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้รับสารที่ประเมินเจตนาของผู้ส่งสารในการที่จะส่งข่าวสาร หรือทำการสื่อสารข้อความที่ถูกต้องตรงตามความเป็นจริงที่เห็นได้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เจตนาที่ผู้ส่งสารจะพูดความจริงอย่างจริงใจเพื่อประโยชน์ของผู้ฟังส่วนรวม มิได้เคลือบแฝงความเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน เช่น ปลอกลยไว้ใจได้ มีความจริงใจ ซื่อสัตย์ ยุติธรรม เป็นต้น

2. ความเชี่ยวชาญสามารถ (Expertness) หมายถึง การประเมินจากคุณสมบัติของแหล่งสาร หรือผู้ส่งสารในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เขาอ้างถึงหรือกำลังพูดอยู่ คุณสมบัติทางด้านนี้ได้แก่ การผ่านการศึกษาคืออบรม หรือมีประสบการณ์ในเรื่องนั้น ๆ เป็นผู้ที่มีความรู้ ความชำนาญ เป็นต้น

แมคโครสกี (McCroskey)²⁶ ได้กล่าวถึงปัจจัย 5 ประการที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ส่งสาร คือ

1. ความสามารถ (Competence) อันได้แก่ ความรู้ ความสามารถ ในข้อมูลข่าวสารหรือเรื่องที่จะส่งสาร และการส่งสารของผู้ส่งสาร รวมทั้งความสามารถในการจัดการควบคุมสถานการณ์ในการสื่อสาร เช่น การควบคุมอารมณ์ไม่ให้ตื่นเต้นในขณะพูดหรือในขณะที่ทำการสื่อสารได้ดี เป็นต้น

²⁴ พระ จิร โสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้ส่งสาร,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน้าที่ 11 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2529), น.629.

²⁵ Hovland, Janis, and Kelly, อ้างถึงใน อนุตรา พรทวี, “ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ,” น. 25.

²⁶ McCroskey, อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, ความรู้ทางการสื่อสาร, น. 10-11.

2. คุณลักษณะหรือบุคลิกลักษณะ (Character or Appearance) ผู้ส่งสารจำเป็นจะต้องมีบุคลิกลักษณะที่ดีทั้งภายนอกและภายใน ผู้ส่งสารจะต้องแสดงถึงความเฉลียวฉลาด การเป็นผู้ที่มีไหวพริบดี สามารถตัดสินใจกระทำในสิ่งต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม แสดงออกต่อผู้รับสารทั้งลักษณะการให้ความอบอุ่น เป็นที่น่าไว้วางใจ ซึ่งจะทำให้ผู้รับสารมีความเชื่อมั่นในศรัทธาในตัวผู้ส่งสาร แต่ถ้าผู้ส่งสารมีบุคลิกลักษณะที่ไม่ดี ไม่น่าไว้วางใจ ผู้รับสารก็จะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะรับสารหรือสื่อสารได้

3. ความสุ่ม เยือกเย็น (Composure) และความแคล่วคล่องในการสื่อสารหมายถึง การไม่มีอาการที่แสดงความตื่นตระหนกกลัว หรือไม่แสดงถึงการไม่สามารถควบคุมอารมณ์ความรู้สึก ในขณะที่ทำการสื่อสารของผู้ส่งสาร การไม่คิดที่จะใช้คำใดคำหนึ่งอันแสดงอาการทางประสาท เช่น อ้อ อ้อ อ้อในเวลาพูด เหล่านี้จะทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกที่ดีต่อผู้ส่งสาร

4. การเป็นคนที่ยอมรับหรือเป็นรู้จักทางสังคม (Socialbility) การเป็นคนที่มีชื่อเสียงหรือเป็นที่ยอมรับของสังคมโดยทั่วไปนั้น จะทำให้ได้รับความรู้สึกที่ดีจากผู้รับสาร ผู้รับสารจะให้ความนิยม เชื่อถือ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นก่อนที่จะมีการสื่อสารเกิดขึ้น (Prior Attitude) เป็นความรู้สึกที่ผู้รับสนใจที่จะรับข่าวสารจากผู้ส่งสารที่เขาชื่นชอบอยู่ก่อนแล้ว อย่างไรก็ตาม ในครั้งต่อไปหากผู้ส่งที่ผู้รับชื่นชอบอยู่ก่อนทำการสื่อสารไม่ดีก็อาจทำให้เกิดผลในทางลบต่อความรู้สึกของผู้รับสารได้เช่นกัน

5. การเป็นคนเปิดเผย (Extroversion) การเป็นคนเปิดเผยเป็นสิ่งที่สร้างความไว้วางใจต่อตัวผู้ส่งสารให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร โดยการให้ข้อมูลที่เพียงพอและการไม่ปิดบังข้อมูลของผู้ส่งสาร ซึ่งจะช่วยให้ผู้รับสารเปิดความรู้สึกสนิทสนมเป็นกันเอง และรู้สึกไว้วางใจผู้ส่งสารรวมทั้งจะมีผลทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้และเข้าใจถึงวัตถุประสงค์หรือความต้องการของผู้ส่งสาร ทำให้การสื่อสารมีแนวโน้มประสบความสำเร็จได้ง่ายยิ่งขึ้นด้วย

จากแนวคิดคุณสมบัติของผู้จัดการที่ดีและแนวคิดความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร จะนำไปพิจารณาในส่วนของการสื่อสารของผู้รับสาร ที่มีต่อผู้ดำเนินรายการที่เป็นคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของรายการวิทยุกระจายเสียงที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง ไม่ว่าจะเป็น น้ำเสียง ลีลา ภาษาพูด ความรู้ ความสามารถ มีการเตรียมตัว มีความคล่องแคล่ว กระฉับกระเฉงในการทำงาน ไม่แสวงหาความรู้ต่าง ๆ เพื่อนำมาเสนอต่อผู้ฟัง ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยเพิ่มเติมความน่าเชื่อถือบางประการที่ยังขาดหายไปให้แก่ผู้ดำเนินรายการ ซึ่งถ้าผู้ดำเนินรายการได้มีการพัฒนา ปรับปรุงคุณสมบัติต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้รับสารให้ครบถ้วนแล้ว ย่อมส่งผลให้ตัวผู้ดำเนินรายการเองประสบความสำเร็จในการจัดรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความนิยมในการรับฟังรายการจากผู้ฟังรายการเป็นอย่างดี

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

ในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงแต่ละครั้งนั้น ควรจะทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญที่จะนำมาเป็นแนวทางให้ผู้จัดสามารถจัดรายการได้ถูกใจผู้ฟัง และมีประโยชน์ต่อผู้ฟังมากที่สุด องค์ประกอบที่สำคัญที่กล่าวถึงนี้คือ ผู้ฟัง เนื้อหา วิธีเสนอ เวลาออกอากาศ และการประเมินผล²⁷

1. ผู้ฟัง (Audience)

คำว่า “ผู้ฟัง” ในที่นี้หมายถึง กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของการจัดรายการ (Target Audience) ซึ่งจะทำการตัดสินใจว่า รายการที่จัดอยู่นี้ประสบความสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการจะต้องค้นหา (Audience Survey) ว่ากลุ่มผู้ฟังเหล่านี้เป็นใคร คือควรจะต้องทราบถึงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ วิถีทางในการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาที่ใช้อยู่ในกลุ่ม ตลอดจนการรู้จักว่าเวลาของการดำเนินชีวิตประจำวันเวลาใดเป็นเวลาที่เหมาะที่จะฟังรายการวิทยุ จนกระทั่งทราบถึงความสนใจของคนกลุ่มนี้สนใจในเรื่องอะไรมากที่สุด เพื่อช่วยให้สามารถจัดรายการให้สอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจและช่วงเวลาที่ยากฟัง

2. เนื้อหา (Content)

เนื้อหาในที่นี้หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังเป้าหมายรับฟัง การบรรจุเนื้อหาในรายการควรจะต้องสอดคล้องกันเป็นอย่างดีกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ดังนั้นการที่ผู้จัดรายการรู้จักกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ฯลฯ ได้อย่างละเอียดรอบคอบเพียงใด ย่อมจะช่วยให้สามารถรู้แนวของการจัดได้ว่า เนื้อหาอย่างไรถึงจะเหมาะกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการ

3. วิธีเสนอ (Technique of Programme Presentation)

วิธีการเสนอรายการ ก็คือ กระบวนการที่จะนำเนื้อหาหรือเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟังอย่างมีประสิทธิภาพ (Artful) การที่ต้องใช้คำว่า “ศิลปะ” ทั้งนี้ก็เพราะว่าการเสนอรายการโดยนำเรื่องราวมาพูดอย่างตรงไปตรงมาเหมือนการบรรยายในห้องเรียนนั้น เป็นสิ่งที่น่าเบื่อ เพราะสภาพของการรับฟังของผู้ฟังไม่เหมือนกัน ผู้ฟังที่ฟังวิทยุส่วนใหญ่จะไม่ได้ตั้งใจฟังโดยตรงเหมือนฟังบรรยายในห้องเรียน แต่เขาจะทำอย่างอื่นไปด้วย ซึ่งวิธีการนำเสนอรายการนั้นประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ คือ

²⁷ จุมพล รอดคำดี, คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง, น. 1-23.

3.1 ภาษาพูด (Language) ภาษาที่ใช้พูด ควรจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ประโยคสั้น ๆ กระชับ เหมาะกับสภาพของการฟังวิทยุของผู้ฟังโดยทั่วไป

3.2 ลีลาการพูด (Style) การพูดทางวิทยุไม่ควรพูดเหมือนอ่านหนังสือ แต่ควรพูดเหมือนการพูดคุยกับเพื่อนสักคนหนึ่ง และอย่าคิดว่าเรากำลังกล่าวคำปราศรัยกับคนฟังเป็นจำนวนล้าน เพราะจะทำให้ขาดความเป็นกันเอง อีกทั้งน้ำเสียงต้องแสดงความจริงใจ ไม่แสดงการดูถูกผู้ฟัง หรือถือว่าผู้ฟังรู้ไม่เท่าตัวเอง

3.3 เพลงประกอบ (Programme Music) ส่วนสำคัญอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้รายการน่าฟัง และผ่อนคลายความตึงเครียดของผู้ฟัง ก็คือ เพลงประกอบ การฟังเสียงพูดของผู้จัดรายการนานเกินไป จะทำให้รู้สึกน่าเบื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้จัดรายการที่ไม่มีความชำนาญในการพูดอย่างเพียงพอ วิธีการแก้ปัญหา คือ การใช้เพลงเพื่อช่วยให้ผู้ฟังได้พักหูเสียบ้าง และช่วยเปลี่ยนบรรยากาศให้ดีขึ้น การใช้เพลงประกอบในรายการทั่ว ๆ ไปมีเป้าหมาย 4 ประการ คือ เพื่อนำรายการ คั่นรายการ สร้างบรรยากาศ และเพื่อเปลี่ยนฉากหรือเปลี่ยนเรื่องราวที่จะพูด

3.4 เสียงประกอบ (Sound Effect) หมายถึง เสียงที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติ หรือเสียงที่เกิดขึ้นจากเหตุการณ์จริง เช่น เสียงนกร้องในป่า น้ำไหล ฝนตก เสียงคนพูดจ้อแจในตลาด เป็นต้น ซึ่งผู้จัดรายการบันทึกเสียงเหล่านี้เอาไว้ เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการ เพื่อสร้างบรรยากาศของรายการให้สมจริงและช่วยให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการตามได้รวดเร็วขึ้น ซึ่งเสียงที่นำมาใช้ประกอบมาจาก 3 แหล่งด้วยกัน คือ จากเหตุการณ์จริง จากแผ่นเสียงที่มีผู้บันทึกไว้เรียบร้อยแล้ว และเสียงที่สร้างขึ้นเองในห้องส่ง

3.5 ความหลากหลาย (Variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) ความหลากหลาย คือ การนำเสนอเนื้อหาและวิธีการเสนอรายการที่ต้องอาศัยส่วนสำคัญ 4 ประการ คือ ภาษาพูด ลีลาการพูด เพลงประกอบ และเสียงประกอบ เพื่อให้ผู้ฟังไม่ต้องทนฟังเสียงผู้จัดรายการแต่เพียงอย่างเดียว

ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หมายถึง เนื้อหาของรายการเป็นเรื่องราวอันเดียวกัน เป็นหัวข้อเดียวกัน และวิธีเสนอที่ยึดเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นหลัก

4. เวลาออกอากาศ (Air Time) หมายถึง เวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะรับฟังรายการต่าง ๆ จากผู้จัด ซึ่งอาจจะเป็นเวลาที่ผู้ฟังต้องการพักผ่อนอยู่ที่บ้าน หรืออยู่ในรถยนต์ที่ต้องติดอยู่กับการจราจรที่แออัด นอกจากนั้นเวลาออกอากาศยังมีส่วนสำคัญต่อการวางแผนการจัดรายการว่าจะเป็นไปในรูปแบบใดด้วย

5. การประเมินผล หมายถึง การสำรวจความต้องการของผู้ฟังเป้าหมายและวางแผนการจัดรายการให้สอดคล้องกับความต้องการนั้น โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้²⁸

5.1 ผลของการประเมินกลุ่มคนฟังเพื่อที่หน่วยงานหรือบุคคลสามารถจะนำผลการประเมินมาใช้แก้ปัญหาได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

5.2 เพื่อที่จะทำให้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนและกำหนดการดำเนินงานและนโยบายในการจัดรายการของการบริหารงานสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับต่าง ๆ ได้

5.3 เพื่อที่จะเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่วิทยาการใหม่ ๆ ทั้งในทางด้านทฤษฎีและการปฏิบัติงาน ด้านการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงได้

5.4 เพื่อที่จะช่วยให้ผู้จัดรายการ ผู้บริหารสถานีวิทยุ หรือองค์การสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ได้เข้าใจปรากฏการณ์ และพฤติกรรมตลอดจนเจตคติ (Attitude) ของกลุ่มประชาชนคนฟังว่ามีความเคลื่อนไหว หรือมีความต้องการอย่างไร

5.5 การประเมินผลเพื่อจะได้ช่วยทำนายปรากฏการณ์และพฤติกรรมต่าง ๆ ได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นกว่าการที่เราจะคาดคะเนหรือใช้สามัญสำนึกหรือการเดาสุ่ม

5.6 ผลการประเมินเพื่อที่จะตอบคำถามถึงแนวความคิด ความนิยมหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ฟัง (Audience) ได้กระจ่างชัดขึ้น

5.7 เพื่อที่จะทำให้ภาพพจน์ (Image) ของสถานีหรือผู้จัดรายการในความคิดของกลุ่มคนฟังเป็นไปในทางบวกที่มีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจ มีความนิยม เป็นต้น

5.8 เพื่อช่วยให้ผู้จัดรายการวิทยุหรือผู้บริหารสามารถติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงานด้านการจัดรายการวิทยุได้ดียิ่งขึ้น

โดยในปัจจุบันมีวิธีการประเมินผลอยู่ด้วยกัน 3 รูปแบบด้วยกัน คือ

1. การประเมินผลแบบสามัญสำนึก รูปแบบนี้นับว่าเป็นการใช้สามัญสำนึก (Common sense) โดยไม่ต้องมีการใช้วิธีการวัดที่เป็นระบบหรือระเบียบที่รัดกุม หรือที่จะทำการควบคุม หรือวิเคราะห์ออกมาเป็นระบบที่ลึกซึ้งอะไรนัก เช่น เราจัดรายการออกไปก็คิดเอาเองโดยใช้สามัญสำนึกว่ารายการเพลงก็พยายามเลือกเพลงให้คนฟังถูกใจ หรือจัดรายการข่าวก็นำข่าวที่ทันสมัยมาอ่านให้คนฟัง โดยคิดเอาเองว่าประชาชนกลุ่มเป้าหมายคงจะสนใจ วิธีการประเมินแบบนี้ นับว่าเป็นการสื่อสารทางเดียว (one sided message) คือผู้จัดรายการคิดเอาเองเท่านั้น

²⁸ สากล ไพเราะ, การประเมินผลกลุ่มผู้ฟังวิทยุกระจายเสียง (กรุงเทพมหานคร: โรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์, 2521), น. 9-10.

2. การประเมินผลแบบไม่เป็นระบบ (Unsystematic Evaluation) วิธีนี้ก็เป็นการประเมินโดยเอาข้อมูล (data) หรือข่าวสารต่าง ๆ มาประกอบการจัดรายการบ้าง เช่น ผู้จัดรายการก็อาจจะประกาศให้คนฟังเขียนจดหมายติชมรายการได้ หรือโทรศัพท์เข้ามาขอฟังเพลงหรือติชม วิธีการเช่นนี้ดีกว่าการใช้สามัญสำนึกเพราะยังได้นำเอาข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับตัวผู้ฟังเป้าหมาย (Target Audience) มาใช้ประกอบการตัดสินใจหรือวางแผนหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ถึงแม้บางทีอาจจะทำให้เกิดความผิดพลาดได้ง่ายหรือแก้ปัญหาไม่ได้ ทั้งนี้เพราะสภาพของข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับมาจากคนฟังอาจจะมั่วหรือผิดพลาดมาก

3. การประเมินผลคนฟังแบบที่เป็นระบบ (Systematic Evaluation) เป็นการประเมินที่นำเอาระเบียบวิธีวิจัยเข้ามาประยุกต์ใช้เพื่อที่จะทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องตรงความจริงและวัตถุประสงค์ของแต่ละหน่วยงานเพื่อนำเอาผลการประเมินคนฟังมาใช้ในการปฏิบัติงาน การแก้ไขข้อบกพร่องนำมาใช้ในการตัดสินใจวางแผนการปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การประเมินผลทั้ง 3 แบบนี้ ผู้จัดรายการจะต้องเลือกเอาอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อที่จะตัดสินใจในการจัดรายการของตนเองได้อย่างแน่นอนขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม การประเมินผลแต่ละรูปแบบต่างก็มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกัน การประเมินผลอย่างไม่มีระบบ อาจจะมีข้อดีในด้านเวลาสามารถทำได้ทุกเมื่อ แต่ข้อเสียอาจจะไม่เป็นความเห็นที่เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มผู้ฟังที่เราต้องการอย่างแท้จริง ส่วนการประเมินผลอย่างมีระบบนั้นมีข้อเสียในเรื่องเวลา เพราะต้องใช้เวลาในการทำตามวิธีการประเมินเป็นขั้น ๆ ไป ซึ่งกว่าจะรู้ผลอาจจะใช้เวลาถึง 6 เดือนหรือ 1 ปี สำหรับข้อดีนั้นผลที่ได้จากการประเมินผลอย่างมีระบบ มีความแน่นอนและใกล้เคียงกับความจริงมากกว่า

สรุปแล้วการประเมินผลจะช่วยให้ผู้จัดรายการได้ตัดสินใจทำการรายการได้ใกล้เคียงกับความต้องการของผู้ฟังเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งหมายถึงการจัดรายการได้รับผลสำเร็จเป็นอย่างดี แต่สิ่งสำคัญที่สุดที่ผู้จัดรายการควรจะระลึกอยู่เสมอว่า ความสำเร็จในการจัดรายการนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การประเมินผลเพียงครั้งหนึ่งสองครั้งเท่านั้น แต่จำเป็นต้องมีการประเมินผลเป็นประจำ โดยการทำเป็นระยะ ๆ ไป ซึ่งอาจจะกระทำสลับกันในระหว่างวิธีการประเมินอย่างมีระบบและไม่มีระบบก็ได้²⁹

²⁹ จุมพล รอดคำดี, คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง, น. 23.

ประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียง

การแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงให้ครอบคลุมลักษณะของรายการนั้นสามารถแบ่งได้ 4 ลักษณะใหญ่ด้วยกันคือ³⁰

1. แบ่งโดยเนื้อหารายการ (Content) เป็นหลัก เช่น รายการเกษตร รายการกีฬา รายการธรรมะ เป็นต้น
2. แบ่งโดยเอกลักษณ์รูปแบบของรายการ (Program Format) เป็นหลัก เช่น รายการนิเทศทางอากาศ รายการสารคดี รายการอภิปราย รายการสัมภาษณ์ เป็นต้น
3. แบ่งโดยเอาผู้ฟัง (Target Audience) เป็นหลัก รายการในลักษณะนี้ไม่ได้ระบุถึงวิธีการเสนอรายการอย่างชัดเจน ขึ้นอยู่กับตัวผู้จัดรายการเองที่จะเลือกวิธีเสนอรายการตามความเหมาะสมกับเรื่องราว และกลุ่มผู้ฟัง
4. แบ่งโดยเอาหน้าที่สื่อมวลชน (Function of Mass Media) เป็นหลัก เช่น รายการบันเทิง รายการสาระความรู้ รายการข่าว รายการบริการประชาชน เป็นต้น

แต่อย่างไรก็ตาม การแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียงไม่ได้มีกฎเกณฑ์ตายตัวว่า จะต้องแบ่งเป็นที่ประเภท แต่ความสำคัญของการจัดแบ่งประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียงนั้น ก็เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของบทบาทหน้าที่ของการสื่อสารเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้เองเมื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร ดังนั้นวิทยุกระจายเสียงจึงต้องมีบทบาทหน้าที่ในการให้ข่าวสาร ความรู้ ความคิดเห็นและความบันเทิงให้สอดคล้องกันด้วย การจัดแบ่งประเภทรายการวิทยุกระจายเสียง จึงนิยมจัดแบ่งประเภทตามบทบาทหน้าที่ของการสื่อสาร ดังนี้

1. รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวสาร³¹

รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวสาร หมายถึง รายการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ (informations) อย่างกว้างขวาง และข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ดังกล่าวนี้นักทำกันในรูปแบบของรายการข่าว นั่นคือการเสนอเรื่องราวสาระเนื้อหาที่เกี่ยวกับตัวบุคคลเกี่ยวเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้รู้กันทั่วไปว่า ใคร ทำอะไร ที่ไหน เมื่อใด และอย่างไร แต่เนื่องจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในวัน

³⁰ บุญเกื้อ ควรรหาเวช, การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงวิทยุศึกษาและวิทยุโทรทัศน์, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอสอาร์ พรินติ้ง, 2542), น. 117.

³¹ นภาพรณ์ อัจฉริยะกุล, “ประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียง,” ใน การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง, หน่วยที่ 4 (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530), น. 164 -165.

หนึ่ง ๆ มีมากมาย วิทยุกระจายเสียงมีเวลาจำกัด การที่จะบันทึกเหตุการณ์ทุกอย่างที่เกิดขึ้นไว้ในแต่ละวันจึงไม่สามารถทำได้ทั้งหมด ดังนั้นจึงต้องมีเกณฑ์ในการพิจารณานำเหตุการณ์ที่คิดว่าเหมาะสมกับการจัดทำเป็นรายการประเภทข่าวสาร ซึ่งควรมีลักษณะดังนี้ คือ

- เป็นเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่นาน และมีผลกระทบต่อคนจำนวนมาก เช่น น้ำท่วมฉับพลันผู้คนได้รับความเสียหาย
- เป็นเหตุการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนหรือไม่ค่อยเกิดขึ้นบ่อยนัก เช่น ยานชาเลนเจอร์ระเบิดกลางอากาศ
- การค้นพบสิ่งแปลกใหม่ สิ่งที่แสดงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในสาขาวิชาต่าง ๆ ที่มีผลเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของมนุษย์ในสังคม
- ความคิดเห็นซึ่งขัดแย้งหรือแตกต่างกันภายในสังคม ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำให้เกิดทั้งประโยชน์และโทษต่อส่วนรวม ได้แก่ ความคิดเห็นทางการเมือง
- เป็นเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความเศร้าใจ ไม่ว่าจะเป็นการเศร้าใจให้เกิดความสงสารเห็นใจ สลดใจ หรือสุขใจก็ตาม
- เป็นเรื่องราวของบุคคลสำคัญที่เป็นรู้จักกันดีทั่วไป

การจัดรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อข่าวสารสามารถจัดได้หลายรูปแบบทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของรายการว่าจะมุ่งเสนอข่าวในระดับใด ดังนี้คือ³²

1.1 รูปแบบการอ่านข่าว (News Reading) รายการรูปแบบนี้นิยมจัดกันทั่วไป โดยมีผู้อ่านอ่าน (news reader) นั่งอ่านข่าวภายในห้องส่ง รูปแบบรายการเช่นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการแจ้งให้ผู้ฟังทราบว่า ใคร ทำอะไร หรือมีเหตุการณ์อะไร เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อใด และอย่างไร รายการข่าวรูปแบบนี้มักจะเสนอข่าวติดต่อกันหลาย ๆ ข่าว มีความยาวประมาณ 15 – 30 นาที นอกจากนั้นอาจเสนอในรูปแบบของข่าวสั้นเฉพาะช่วงเวลา เช่น ข่าวเฉพาะเรื่อง ซึ่งมีความยาวประมาณ 1 – 5 นาที รูปแบบรายการข่าวด้วยวิธีการอ่านข่าวข้างต้นนั้น นิยมใช้ผู้อ่านข่าวเพียง 1 หรือ 2 คน ไม่มีเสียงเพลงหรือเสียงประกอบอื่น (Sound effect)

1.2 รูปแบบการรายงานข่าว (News Reporting) มักทำกันในเวลาที่มีเหตุการณ์สำคัญ ๆ และน่าสนใจจริง ๆ เป็นเรื่องที่ประชาชนควรจะต้องรับรู้ในเหตุการณ์นั้น ๆ และมักไม่ได้จัดไว้ล่วงหน้าในตารางรายการออกอากาศ เพราะเมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น ผู้อำนวยการสถานีอาจจะสั่งให้ทำการรายงานข่าวทันที ได้แก่ เหตุการณ์ปฏิกัติ การรายงานการแข่งขันกีฬานักสำคัญ

³² เรื่องเดียวกัน, น. 178-181.

1.3 รูปแบบรายการวิเคราะห์ข่าว (News Analysis) เป็นรูปแบบรายการข่าวที่มุ่งเสนอเรื่องราวที่ลึกซึ้ง ไม่เพียงแต่แจ้งหรือรายงานว่ามีอะไรเกิดขึ้น ที่ไหน อย่างไร เท่านั้น แต่เมื่อเหตุการณ์เหล่านั้นเกิดขึ้นแล้วยังนำเหตุการณ์นั้น ๆ มาวิเคราะห์ คาดการณ์ ทำนาย ต้องการให้เกิดความกระจ่างชัดในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพิ่มขึ้น วิเคราะห์เบื้องหน้าเบื้องหลังของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เผยเงื่อนไขที่สลับซับซ้อนให้ผู้ฟังทราบรายละเอียดมากขึ้น รวมทั้งชี้ให้เห็นแนวโน้ม หรือข้อดีข้อเสียที่อาจจะเกิดขึ้น

1.4 รูปแบบรายการข่าวประกอบเสียง เป็นลักษณะการรายงานข่าวโดยใช้เสียงจริงของต้นตอแหล่งข่าวมาประกอบรายการ เช่น ข่าวประกอบเสียงจากที่เกิดเหตุจริง และการสัมภาษณ์ของบุคคลสำคัญที่เป็นข่าว ทำให้ผู้ฟังเกิดความรู้สึกต่อข่าวนั้น เกิดภาพพจน์ตามข่าว และที่สำคัญคือผู้ฟังเกิดความเชื่อมั่นศรัทธาในข่าวเพราะได้ฟังเสียงจากแหล่งข่าวจริง ๆ

2. รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทความรู้³³

รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทความรู้ หมายถึง รายการที่มีส่วนในการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟังอันมีผลให้เกิดการสร้างสรรค์ต่อบุคคลและสังคม ทำให้ผู้ฟังเกิดการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น เสริมสร้างประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ตามความสนใจ แต่อย่างไรก็ตามการให้ความรู้ทางวิทยุกระจายเสียงอาจจะมีข้อจำกัดในด้านขอบเขตเนื้อหาอยู่บ้าง เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ผู้รับรับสารได้โดยอาศัยโสตสัมผัสเท่านั้น การรับรู้สิ่งใดด้วยโสตประสาทนั้น ย่อมทำความเข้าใจได้ยาก จำเป็นต้องมีหลักการในการเสนอเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น น่าสนใจ และเกิดความประทับใจจึงจะจดจำได้ง่ายและลืมได้ยาก การพิจารณาจัดทำรายการความรู้ทางวิทยุกระจายเสียงจึงต้องตั้งวัตถุประสงค์และเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดจึงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

ลักษณะของรายการประเภทความรู้ รายการที่จัดได้ว่าเป็นรายการเพื่อความรู้นั้นมีลักษณะเพิ่มพูนความรู้ในระดับต่าง ๆ จาก “ไม่รู้” เป็น “รู้มากขึ้น” ซึ่งการเสนอรายการประเภทความรู้ อาจเสนอได้ตามลักษณะต่าง ๆ ดังนี้ คือ

- เป็นรายการที่มีเนื้อหาสาระที่สามารถชี้ประเด็นสำคัญของรายการได้ โดยทั่วไปรายการประเภทความรู้ควรมีประเด็นหลัก 1 ประเด็น และอาจมีประเด็นรองได้อีกตามลักษณะความสำคัญของรายการ โดยประเด็นนั้นต้องมุ่งเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ฟังอย่างชัดเจน และเหมาะสมกับตามลักษณะของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย เมื่อผู้ฟังได้ฟังแล้วจะสรุปได้ว่าเกิดความรู้ในเรื่องใดเพิ่มขึ้น

³³ เรื่องเดียวกัน, น. 167-168.

- เป็นรายการที่ฟังแล้วเกิดแนวความคิดใหม่ เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และอาจนำไปปฏิบัติตามได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคมโดยรวม เช่น รายการให้ความรู้แก่มารดาในการเลี้ยงดูลูกให้ถูกวิธี ซึ่งอาจเสนอเป็นนันทสนะจากแพทย์บ้าง จากมารดาผู้ประสบความสำเร็จในการเลี้ยงดูบุตรจนเติบโตใหญ่ มีความสามารถและมีชื่อเสียงในสังคมเป็นที่ยอมรับบ้าง หรือจากนักจิตวิทยา สำหรับเด็กที่ให้ความรู้เกี่ยวกับอารมณ์และความต้องการของเด็กในวัยต่าง ๆ เพื่อให้มารดาเกิดความเข้าใจในตัวลูก จะได้เลี้ยงลูกได้ถูกวิธี เป็นต้น

- เป็นรายการที่ฟังแล้วสามารถนำความรู้ความเข้าใจที่ได้ฟังนั้นไปวิเคราะห์หรือให้เหตุผลอธิบายสิ่งต่าง ๆ ที่พบเห็นรอบด้านได้ และสามารถถ่ายทอดเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่ได้ฟังแล้วให้ผู้อื่นเกิดความรู้ความเข้าใจต่อไปได้

- เป็นรายการที่แฝงแนวคิดเป็นคติสอนใจ ให้เกิดความตระหนักและนำไปปฏิบัติตามได้ เป็นการสร้างค่านิยม และรู้จักประเมินคุณค่าสิ่งต่าง ๆ ได้ ซึ่งลักษณะรายการเช่นนี้ค่อนข้างจะยากที่จะจัดทำให้ประสบความสำเร็จได้ เพราะเรื่องของคติสอนใจก็ดี เรื่องของค่านิยม หรือการประเมินคุณค่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเป็นเรื่องของนามธรรม ที่ผู้ฟังต้องมีประสบการณ์ขึ้นมาถึงระดับที่จะรับรู้และเข้าใจได้ดี จึงจะเกิดประโยชน์ ทั้งนี้เพราะวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ให้ได้แต่เสียง ไม่มีภาพปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม จึงต้องอาศัยเทคนิคการผลิตรายการที่สูง จึงจะช่วยให้รายการมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามหากมีการซ้ำซ้ำในเนื้อหาและแนวคิดเพื่อเกิดเป็นคติสอนใจ เกิดตระหนักให้ค่านิยมอยู่อย่างสม่ำเสมอ รายการลักษณะนี้ก็จะให้ความรู้และมีคุณค่าแก่ผู้ฟังอย่างมาก เช่น รายการสำหรับเด็ก บางครั้งผู้จัดต้องการให้ความรู้แก่เด็ก แต่ไม่สามารถส่งสอนได้โดยตรง จำเป็นต้องหาวิธีอื่นหรือเทคนิคในการเสนอรายการ โดยสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นคติสอนใจให้เด็กเกิดความจำ และความเข้าใจว่าสิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี

การจัดรายการประเภทความรู้นี้ถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเท่ากับเป็นการเปิดโอกาสแก่ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาความรู้ได้โดยไม่มีขอบเขตจำกัด ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อบุคคลและสังคมโดยรวม ซึ่งอาจจัดทำและนำเสนอได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น³⁴

2.1 รายการบทความ (Straight Piece) เป็นรายการที่นำเนื้อหาซึ่งเขียนเป็น “บทความ” มาอ่านทางวิทยุกระจายเสียง ให้ผู้ฟังฟังรายการบทความมีลักษณะเป็นความเรียงประเภทหนึ่งที่ผู้เขียนตั้งใจเสนอสาระและความคิดเห็นอย่างมีเหตุผล และเสนอแนวทางแก้ไขและข้อคิดอย่างมีหลักการที่ดี ซึ่งจะต้องคำนึงถึงเวลาในการเสนอให้มาก เพราะการเสนอรายการบทความ หมายถึงใช้เสียงผู้อ่านอ่านคนเดียว ไม่มีเสียงเพลงหรือเสียงอื่นประกอบ ดังนั้นการให้ผู้ฟังฟังเสียงคนอ่าน

³⁴ เรื่องเดียวกัน, น. 184-191.

เรื่องราวอะไรให้ฟังอยู่เพียงเสียงเดียวนาน ๆ จะทำให้เกิดความเบื่อหน่าย รำคาญและเลิกฟังไปในที่สุด

2.2 รายการพูดคุยกับผู้ฟัง (Talk หรือ Straight Talk) เป็นรายการที่มีผู้พูดคนเดียว พูดคุยกับผู้ฟังทางบ้าน ลักษณะการพูดนั้นจะเป็นการพูดโดยไม่ได้อ่านบท (Ad-Lib) คือเป็นการพูดคุยในลักษณะที่เป็นธรรมชาติเหมือนกำลังนั่งคุยกันอยู่ และผู้ที่กำลังคุยด้วยคือผู้ฟังทางบ้าน ประเด็นที่พูดอาจมีประเด็นเดียวหรือมากกว่าหนึ่งประเด็น อาจเป็นการพูดเชิงเล่า เชิงอธิบาย เชิงเสนอความเห็น หรือเชิงวิจารณ์ก็ได้ รูปแบบการพูดคุยกับผู้ฟังนี้ต่างจากรายการบรรยาย และรายการบทความคือรายการพูดคุยส่วนใหญ่เป็นการพูดโดยไม่ได้อ่านตามบท พูดเป็นธรรมชาติเหมือนลักษณะการคุยกับผู้ฟัง ประเด็นของเรื่องไม่เป็นเรื่องวิชาการมากนัก ไม่เหมือนการบรรยายซึ่งมุ่งวิชาการโดยตรง การพูดคุยกับผู้ฟังจะได้รับความนิยมหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้พูด

2.3 รายการสนทนา (Conversational Programme) เป็นรายการสนทนาพูดคุย แต่มีผู้พูดคนเดียวหรือพูดกับผู้ฟัง แต่เป็นการพูดคุยกันระหว่างคน 2 คนขึ้นไป ปกติจะไม่เกิน 4 คน รายการสนทนาโดยทั่วไปจะมีผู้ดำเนินการสนทนา คนหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้คอยควบคุมให้การสนทนาเป็นไปตามแนวทางหรืออยู่ในขอบเขตของเรื่องที่กำหนดไว้ และคอยนำการสนทนาจากเรื่องหนึ่งไปอีกรเรื่องหนึ่ง จากหัวข้อหนึ่งไปอีกหัวข้อหนึ่งอย่างมีระเบียบขั้นตอนไม่ให้สับสนวุ่น ผู้ดำเนินการสนทนาอาจร่วมสนทนาออกความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลด้วยได้ นอกจากนั้นยังทำหน้าที่เชื่อมโยงการสนทนาและอธิบายเพิ่มเติมให้ผู้ฟังเข้าใจดีขึ้น ตลอดจนสรุปเนื้อหาสำคัญที่ได้สนทนากันแต่ละเรื่องด้วย

2.4 รายการสัมภาษณ์ (Interviewing Programme) จุดประสงค์ของรูปแบบการสัมภาษณ์เพื่อให้ผู้ฟังได้รับคำพูด ข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากตัวผู้ที่ให้สัมภาษณ์ (Interviewee) เอง เพื่อให้ผู้ฟังจะได้สรุปหรือตีความจากคำพูดซึ่งถือเป็นแหล่งต้นตอของเนื้อหาสาระ (Source) โดยไม่มีการถ่ายทอดความหมายต่อ ซึ่งอาจผิดเพี้ยนไปจากความหมายเดิมได้ ตามปกติรูปแบบการสัมภาษณ์นั้นจะมีผู้สัมภาษณ์ (Interviewer) เป็นผู้ดำเนินรายการซักถามข้อข้องใจต่าง ๆ ซึ่งเสมือนหนึ่งว่าทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ฟังในการซักถาม ผู้สัมภาษณ์นี้จะต่างกับผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินการสนทนา กล่าวคือ ผู้ดำเนินการสนทนา นอกจากจะควบคุมให้การสนทนาเป็นไปตามขอบเขตที่วางไว้แล้ว ยังสามารถร่วมสนทนา เพิ่มเติมหรือสรุปความคิดเห็นในการสนทนาได้ เพราะผู้ดำเนินรายการสนทนาจะรู้เรื่องที่สนทนานั้นด้วย แต่ผู้สัมภาษณ์นั้นไม่จำเป็นต้องรู้ในเรื่องที่สัมภาษณ์ จึงได้ทำหน้าที่ซักถามเพื่อให้เกิดความรอบรู้ขึ้น หน้าที่ของผู้สัมภาษณ์จึงมักเป็นผู้ตั้งคำถามให้ดีที่สุด แล้วคอยฟังคำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อจะได้คิดหาคำถามต่อไปให้สอดคล้องกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 ลักษณะ คือ

1) การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ (Formal Interview) เป็นการเชิญบุคคลที่มีความรอบรู้ในเรื่องที่ต้องการซักถามมาคุยกันในห้องส่งหรือสถานที่ที่เหมาะสม โดยมีการนัดแนะวันเวลาสถานที่และเสนอหัวข้อที่สัมภาษณ์ให้ทราบล่วงหน้าอย่างเป็นทางการ มีการตั้งวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่าจะต้องการสัมภาษณ์เรื่องอะไร การสัมภาษณ์นี้ทั้งผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์มีโอกาสเตรียมตัวมาแล้วเป็นอย่างดี

2) การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เป็นการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งไม่ได้มีการเตรียมมาก่อน เมื่อถูกถามก็จะตอบมาจากความคิดเห็น หรือจากความรู้สึกในขณะนั้น ปัญหาที่ถามจึงมักไม่ใช่เรื่องทางวิชาการ แต่มักเป็นการถามความคิดเห็น ความรู้สึก ปัญหาเฉพาะหน้า

2.5 รายการอภิปราย (Discussion Programme) เป็นรายการที่มีลักษณะการพูดคุยกับแบบหนึ่ง โดยมีผู้ร่วมอภิปรายมาออกความคิดเห็นในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง ซึ่งผู้ร่วมอภิปรายต่างความคิดความเห็นต่างทัศนะกัน หรือมีประสบการณ์มาคนและแนวกันจึงมาร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตามทัศนะของตน บางครั้งความคิดเห็นอาจจะเป็นแนวเห็นคล้อยตามกัน ต่างก็ให้ความเห็นเพิ่มเติมเพื่อสนับสนุนทัศนะของตน ผู้ดำเนินรายการอภิปรายจะทำหน้าที่เพียงนำการอภิปรายและกล่าวเน้นจุดสำคัญหรือสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายในโอกาสอันสมควรเท่านั้น แต่จะไม่ร่วมอภิปรายด้วยเหมือนรายการสนทนา ส่วนใหญ่แล้ววัตถุประสงค์ของรายการอภิปรายคือต้องการจะฟังความคิดเห็นจากบุคคลต่าง ๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งบุคคลเหล่านั้นอาจมีความคิดเห็นไม่ตรงกัน หรืออาจเห็นพ้องต้องกัน แต่ต่างคนต่างแสดงเหตุผลสนับสนุนความคิดเห็นของตน

2.6 รายการสารคดี (Documentary หรือ Feature Programme) หมายถึง รายการที่ให้สาระเนื้อหาในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง แต่มีรายละเอียดหลายแง่หลายมุม มีวิธีการนำเสนอได้หลายลักษณะ โดยมุ่งที่จะเสนอประเด็นสาระเนื้อหาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเพียงเรื่องเดียว ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1) รายการสารคดีประเภท Documentary หมายถึง รายการสารคดีที่เป็นจริงทั้งหมดมีหลักฐานที่เป็นเอกสารสนับสนุน คั่นคว้าและอ้างอิงได้ วัตถุประสงค์ของสารคดีประเภทนี้ก็เพื่อบอกกล่าว เพื่อเสนอเรื่องราวหรือสถานการณ์อย่างตรงไปตรงมา เป็นกลางโดยเสนอข้อมูลของทั้งสองฝ่าย (balance reporting) ไม่เอนเอียงเข้าข้างหนึ่งข้างใดหรือไม่เลือกข้อมูลเฉพาะส่วนที่จะทำให้เกิดความเข้าใจว่าเข้าข้างใดข้างหนึ่ง

2) รายการสารคดีทั่วไป (Feature) หมายถึง รายการที่มุ่งเสนอเนื้อหาบนพื้นฐานของความเป็นจริงแต่ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องจริงทั้งหมด ไม่จำเป็นต้องมีเอกสารเป็นหลักฐานมาสนับสนุนหรือยืนยัน แต่จะมุ่งสร้างภาพหรือกระตุ้นอารมณ์ของผู้ฟังให้เกิดความรู้สึกต่อเรื่องใด

เรื่องหนึ่งด้วยรูปแบบการเสนอต่าง ๆ กัน เช่น อาจมีเพลงพื้นบ้านประกอบ มีบทกลอนหรือละคร เพื่อช่วยให้ฟังแล้วได้ภาพพจน์และความรู้สึก ส่วนใหญ่เป็นการเน้นการแสดงคุณลักษณะที่เป็นนามธรรมของมนุษย์ เน้นบรรยากาศหรืออารมณ์โดยไม่สนใจความจริงมากนัก

3. รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทเพื่อความบันเทิง³⁵

รายการที่ออกอากาศผ่านทางวิทยุกระจายเสียง ส่วนมากจะมีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ฟังผ่อนคลายอารมณ์ก่อให้เกิดความสบายใจเป็นการพัฒนาจิตใจได้เป็นอย่างดี มิได้มุ่งเน้นในด้านเนื้อหาสาระมากนัก แต่จะเน้นในการสร้างอารมณ์มากกว่า ลักษณะการให้ความบันเทิงทางรายการวิทยุสามารถนำเสนอได้ในหลายลักษณะ คือ

3.1 รายการที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรง รายการบันเทิงลักษณะนี้มีได้มีจุดประสงค์ให้ใช้ความคิดหรือการจดจำมากนัก บางครั้งจึงนิยมชักจูงใจและอารมณ์ของผู้ฟังให้หลุดลอยไปจากโลกของความเป็นจริงชั่วขณะ เช่น เพื่อหนีให้พ้นจากความเจ็บป่วยไปสู่โลกใหม่แห่งความสุข ความหวัง และการเปลี่ยนจากบรรยากาศเดิมเพื่อทำให้ลืมความเจ็บป่วย ลืมความทุกข์เก่า ๆ เสีย อันเป็นการให้อาหารทางอารมณ์และทางใจก่อให้เกิดความสบายใจ ไม่มีความกังวลใจและเกิดความสุขได้ไม่มากนักน้อย รายการที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรงนี้สามารถอธิบายลักษณะได้ดังนี้ คือ

- 1) เป็นรายการที่ไม่มุ่งเนื้อหาสาระทางวิชาการ ไม่มุ่งให้ผู้ฟังต้องใช้สมองจดจำเนื้อหา
- 2) ไม่มุ่งให้ผู้ฟังเก็บไปขบคิดแก้ปัญหาหรือนำไปคิดวิเคราะห์หรือโต้แย้งกัน หากจะมีการวิเคราะห์หรือโต้แย้งก็จะเป็นเรื่องราวที่เป็นความสนุก
- 3) เป็นเรื่องเบา ๆ ที่มุ่งเสนอสิ่งละอันพันละน้อย ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอน แต่มุ่งให้ความสนุกสนานผ่อนคลายอารมณ์มากกว่า
- 4) เป็นรายการที่สามารถสร้างอารมณ์ใหม่ให้เกิดขึ้น โดยลบอารมณ์เดิมที่มีอยู่ เช่น สร้างอารมณ์สุขลบอารมณ์เศร้าที่มีอยู่ หรือในทำนองเดียวกันคือลบอารมณ์ปกติที่มีอยู่แล้ว แล้วสร้างอารมณ์เศร้าขึ้นมาแทนที่ก็ได้ เช่น ก่อนฟังรายการละครวิทยุก็มีอารมณ์เป็นปกติดี เมื่อฟังรายการจบแล้วกลับเกิดอารมณ์คล้อยตาม เกิดความสงสารเห็นใจตัวละครแล้วเกิดอารมณ์เศร้าใจขึ้นมาแทน รายการลักษณะเช่นนี้ก็จัดว่าเป็นรายการบันเทิงด้วย
- 5) เป็นรายการที่ชักจูงอารมณ์และความรู้สึกให้อยากจะติดตามสิ่งที่ได้ฟังแล้วนั้นต่อไปอีก ด้วยเหตุนี้รายการละครหรือรายการบันเทิงที่ดี จึงมักจะลงท้ายด้วยความสุดยอด (Climax) เพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์อยากรู้ อยากเห็น อยากติดตามต่อไป

³⁵ เรื่องเดียวกัน, น. 170-172.

รายการประเภทที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรง อาจจัดรายการได้ดังนี้ คือ

- 1) รายการละคร ได้แก่ ละครสั้น ละครเรื่องราวหลายตอนจบ ละครประกอบเพลง ละครร้อง ลีเก เป็นต้น
- 2) รายการเพลง ได้แก่ รายการเพลงสากล เพลงไทยสากล เพลงยอดนิยม เพลงตามคำขอ เพลงนานาชาติ เพลงพื้นบ้าน เป็นต้น
- 3) รายการปิกนิกะ ได้แก่ รายการตลก ลำตัด จำอวด การถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬา เป็นต้น

3.2 รายการที่มุ่งให้ความบันเทิงเชิงสาระ รายการบันเทิงในลักษณะนี้ มุ่งที่จะให้ทั้งความบันเทิงและสอดแทรกเนื้อหาสาระลงไปด้วย เพื่อให้เกิดความรู้ทางอ้อม เพื่อให้เป็นคติสอนใจ เพื่อชี้แนะและเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินไปพร้อม ๆ กันด้วย เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักชอบฟังสิ่งที่ให้ความบันเทิง เรื่องเบา ๆ ง่าย ๆ มากกว่าสิ่งที่ เป็นสาระทางวิชาการ แต่ความจำเป็นของสื่อมวลชนที่จะต้องไม่ทอดทิ้งผู้รับสารบางกลุ่มที่ยังด้อยโอกาสในการรับการศึกษาและความรู้ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียง อีกประการหนึ่งที่จะต้องให้ความรู้ ให้ทัศนคติ ค่านิยมที่ดี คดีเตือนใจ หรือการชี้แนะบางประการ เพื่อมิให้คนด้อยโอกาสทางการศึกษานั้นหมดโอกาสเสียทีเดียว ลักษณะการเสนอรายการบันเทิงแบบนี้มักนิยมใช้ความบันเทิงเป็นสิ่งที่ชักจูงใจแล้วตามด้วยเนื้อหาสาระ หรือนำเนื้อหาสาระผสมสอดแทรกในความบันเทิงนั้นเพื่อให้จดจำได้ง่าย เกิดความประทับใจและก่อให้เกิดทั้งประโยชน์และความเพลิดเพลินพร้อมกันไป

โดยรูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อความบันเทิงที่นิยมทำกันมีดังนี้คือ³⁶

รายการเพลง (Music Programme) เป็นรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรง เพลงที่จัดมีหลายประเภท เช่น เพลงที่คนทั่วไปนิยมฟัง เรียกว่า “ป๊อปปูลาร์ มิวสิค” (popular music) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “ป๊อป มิวสิค” (pop-music) เพลงที่มีท่วงทำนองเบา ๆ ฟังสบาย ๆ ไม่มีจังหวะเร้าร้อน กระแทกกระทั้นเรียกว่า “ไลต์ มิวสิค” (light music) เพลงแจ๊ส เพลงคลาสสิก เพลงพื้นบ้าน เพลงคันทรี่ มิวสิค เพลงไทยเดิม เพลงไทยสากล และเพลงลูกทุ่ง

รายการละคร (Drama) รายการละครวิทยุ นั้นโดยทั่วไปจะมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงเป็นสำคัญ แต่บางครั้งอาจสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นความรู้ไว้ด้วย ละครเป็นการแสดงบทบาทที่สมมติขึ้น โดยใช้ศิลปะหลายอย่างผสมกัน เช่น ศิลปะการใช้เสียง ศิลปะการใช้ภาษา ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจและเกิดอารมณ์ ความรู้สึกคล้อยตามเรื่องราว

³⁶ เรื่องเดียวกัน, น. 194-198.

รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Programme) เป็นรายการที่มีหลากหลายเรื่อง แต่ละเรื่องมีรูปแบบแตกต่างกัน รายการนิตยสารจึงมีความหลากหลายอยู่ที่เรื่องและรูปแบบ ส่วนเอกภพนั้นอยู่ที่การเชื่อมโยงเรื่องต่าง ๆ ให้สอดคล้องกลมกลืนกันทั้ง ๆ ที่เป็นเรื่องคนละเรื่องกัน โดยใช้คำพูดเชื่อมโยง หรือบางครั้งจะใช้เพลงเชื่อมโยงตามความเหมาะสมก็ได้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทั้งความรู้ความบันเทิง แต่จะเน้นหนักทางความบันเทิงมากกว่า แม้จะเป็นเรื่องความรู้ แต่ก็เป็นการให้ความรู้ด้วยการให้เกิดความบันเทิง และมักจะไม่เป็นเรื่องความรู้ลึกในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

รายการปิกนิก (Variety Programme) เป็นรายการที่ประสมรายการหลายรูปแบบ รวมอยู่ในรายการเดียวกันคล้ายรายการนิตยสาร แต่ส่วนใหญ่รายการปิกนิกจะไม่คำนึงถึงการเชื่อมโยง (link) ต่อเนื่องรายการ จึงมีแต่ความหลากหลายมากกว่าเอกภาพ แต่ละส่วนรูปแบบรายการปิกนิกเน้นที่ความบันเทิงจึงมักมีแต่ “สัพเพเหระ” หรือสิ่งละอันพันละน้อย ไม่นั่นที่เนื้อหา แต่จะคำนึงถึงความสนุกสนาน เรื่องเบา ๆ เพื่อผ่อนคลายความเครียดของผู้ฟังมากกว่า

4. รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อบริการสาธารณะ³⁷

รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อบริการสาธารณะนั้น หมายถึงรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ โดยถือเป็นหน้าที่ที่วิทยุกระจายเสียงจำเป็นต้องจัดขึ้นเพื่อเป็นบริการแก่ประชาชนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นรายการที่เป็นบริการสาธารณะจะไม่มีโฆษณาสินค้าใด ๆ โดยสาระของรายการจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังโดยตรง ซึ่งลักษณะการให้บริการสาธารณะทางรายการวิทยุกระจายเสียงอาจจะเสนอได้หลายลักษณะ คือ

- เพื่อประกาศแจ้งความเรื่องที่มีความสำคัญต่อความเป็นของประชาชนโดยส่วนรวม (Public Service Announcement หรือที่เรียกว่า PSA) เป็นการประกาศแจ้งข้อความที่สำคัญหรือเรื่องด่วนเพื่อแจ้งให้ประชาชนได้รู้ว่า ขณะนี้มีอะไรเกิดขึ้นหรือประชาชนจะต้องทำอะไรบ้าง เช่น การประกาศเรื่องการเกณฑ์ทหาร ประกาศรับสมัครงาน ประกาศการปิดถนน ซ่อมแซม ประกาศดับไฟฟ้าชั่วคราว ประกาศข่าวไฟไหม้ เป็นต้น

- เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน ในประเทศที่มีการปกครองในระบอบสังคมประชาธิปไตยนั้น ถือว่าประชาชนทุกคนควรมีสติพิสัยสมอบคในการรับรู้เรื่องราวข่าวสารและความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนเพราะประชาชนทุกคนไม่มีโอกาสได้รับความรู้และการศึกษาทัดเทียมกันในสถาบันการศึกษา ดังนั้น วิทยุกระจายเสียงจึงมีหน้าที่จัดรายการเพื่อเป็นการให้ความรู้แก่ประชาชน เพื่อเป็นการบริการสาธารณะ เพื่อสนองสิทธิที่ประชาชนพึงได้รับรู้

³⁷ เรื่องเดียวกัน, น. 173-174.

- เพื่อมุ่งสร้างให้สังคมอยู่ในความสงบเรียบร้อย การบริการสาธารณะในลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ชักชวนใจประชาชนโดยมุ่งเน้นที่จะส่งเสริมสวัสดิการต่าง ๆ เช่น การชักชวนให้รักษาความสะอาดของโครงการตาวิเศษ การรณรงค์ให้ข้ามถนนในทางข้ามของคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ เป็นต้น

การจัดรายการเพื่อบริการสาธารณะนั้น สามารถจัดทำและนำเสนอได้ในหลายรูปแบบได้แก่³⁸

4.1 รูปแบบการประกาศแจ้งข้อความหรือข่าวสาร เป็นรูปแบบรายการที่มีผู้ประกาศอ่านข้อความหรือข่าวสารเรื่องที่เป็นบริการซึ่งประชาชนจำเป็นต้องรับรู้ทั่วกัน เป็นการประกาศเพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อแจ้งให้ปฏิบัติ หรือหากไม่ปฏิบัติอาจจะได้รับโทษตามกฎหมาย อาจเป็นการประกาศเรื่องฉุกเฉินหรือเตือนภัย ๆ ด้วย เช่น การประกาศแจ้งข่าวไฟไหม้ ประกาศเรื่องโจรผู้ร้าย หรือการเสนอ “ปฏิทินประจำวัน” ว่าวันนี้มีใครทำอะไร ที่ไหน หรือเป็นการประกาศให้บริการด้านการศึกษา สาธารณสุข เป็นต้น

4.2 รูปแบบสปอต หมายถึง การให้ข้อมูลสั้น ๆ กระตุ้นเร้าความสนใจชักจูงโน้มน้าวให้เกิดความรู้สึกอยากรู้ อยากเห็น หรือเป็นการประกาศเตือนให้แง่คิด มีคนตรี หรือเสียงประกอบเพื่อสร้างอารมณ์ให้สมจริงสมจังและเรียกความสนใจมากยิ่งขึ้นก็ได้ ตามปกติรูปแบบ สปอตจะใช้เวลาสั้น ๆ ประมาณ 30 – 60 วินาที

จากทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ที่กล่าวมา ผู้วิจัยจะนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อที่จะศึกษาวิเคราะห์ผู้รับสารคือกลุ่มผู้ฟังสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิรตซ์ ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม ความพึงพอใจและความต้องการรับฟังรายการที่ผลิตโดยคณาจารย์และเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแตกต่างกัน หรือไม่

³⁸ เรื่องเดียวกัน, น. 200-201.

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อนุตรา พรวิจิ³⁹ ได้ศึกษาเรื่อง “ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหารายการเกี่ยวกับธุรกิจค้าขายและบริการ ส่วนประเภทเนื้อหารายการส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาประเภทข่าวและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นและไม่ต้องการให้มีโฆษณาในวิทยุชุมชน ด้านรูปแบบรายการนั้น ส่วนใหญ่ต้องการให้รายการวิทยุชุมชนมีรูปแบบนิตยสารทางอากาศ มีความยาว 1 ชั่วโมง ออกอากาศในช่วงค่ำ 18.00 น. เป็นต้นไป ของทุกวัน ในส่วนของผู้ดำเนินรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน เป็นเพศชาย 1 คน และเพศหญิง 1 คน

ส่วนความต้องการคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการผู้ดำเนินรายการที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีกับคนในชุมชนตลอดจนเพื่อนร่วมงาน และควรเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ อีกทั้งควรมีน้ำเสียงเป็นกันเองกับคนฟัง ไม่ว่าจะเป็นการอ่าน เล่าเรื่อง หรือพูดคุย เพื่อให้สิ่งที่สื่อออกไปสื่อความหมายได้และน่าสนใจ

สำหรับการหาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์กับความต้องการรายการวิทยุชุมชน พบว่า อายุและอาชีพ มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหา รายการ รูปแบบรายการ และเวลาในการออกอากาศ การศึกษา มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหา รายการ และเวลาในการออกอากาศ เพศ มีความสัมพันธ์กับความต้องการความถี่ในการออกอากาศรายการ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความต้องการรูปแบบรายการและเวลาในการออกอากาศรายการ นอกจากนี้ พบว่า เพศ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความต้องการคุณสมบัติด้านบุคลิกภาพของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน

วไลพร สวัสดิมงคล⁴⁰ ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง ความต้องการ รูปแบบ และเนื้อหารายการเสียงตามสายในโรงพยาบาลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” พบว่า ผู้ป่วยส่วนใหญ่ต้องการรายการเสียงตามสายในโรงพยาบาล โดยต้องการให้จัดรายการเพื่อความบันเทิง ซึ่งจะนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในระดับ

³⁹ อนุตรา พรวิจิ, “ความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังในเขตปริมณฑลของ กรุงเทพฯ,” น. บทคัดย่อ.

⁴⁰ วไลพร สวัสดิมงคล, “การศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง ความต้องการ รูปแบบ และเนื้อหารายการเสียงตามสายในโรงพยาบาลของผู้ป่วยในโรงพยาบาล สังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539), น. บทคัดย่อ.

ปานกลาง โดยผู้ป่วยหญิง ผู้ป่วยที่แต่งงานแล้ว และผู้ป่วยที่เป็นหม้ายมีการรับฟังรายการมากกว่าเพศชายและผู้ป่วยที่เป็นโสด ผู้ป่วยที่มีอายุ การศึกษา รายได้และอาชีพแตกต่างกันจะมีการรับฟังไม่แตกต่างกัน นอกจากนั้นผู้ป่วยที่มีรายได้เดือนละสูงกว่า 4,000 บาท ใช้เวลาในการรับฟังมากกว่าผู้ป่วยกลุ่มรายได้อื่น ๆ ผู้ป่วยที่มีเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพการสมรส และอาชีพแตกต่างกัน จะใช้เวลาในการรับฟังไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ป่วยที่มีเพศ การศึกษา สถานภาพการสมรส และอาชีพแตกต่างกัน มีความต้องการรายการ ไม่แตกต่างกัน

พรนภา แก้วลาย⁴¹ ได้ศึกษาเรื่อง “ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมง ของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องรถแท็กซี่ ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องรถแท็กซี่ ช่วงเวลา 06.00 น. โดยสถานที่รับฟังคือที่บ้าน สนใจข่าวการเมืองมากที่สุด การรับฟังเป็นแบบบังเอิญหมุนแล้วเจอ สำหรับเรื่องความต้องการข่าวสารและความคาดหวังความพึงพอใจในการรับฟังมีสูงถึงร้อยละ 99.4 โดยมีการคาดหวังเพื่อการติดตามข่าวมากที่สุด

การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ เป็นคุณลักษณะของประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องรถแท็กซี่ กล่าวคือ เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังมากกว่าเพศหญิง ส่วนในเรื่องการคาดหวังความพึงพอใจนั้น ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศและการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคาดหวังความพึงพอใจเพื่อสนับสนุนความคิดหรือเสริมย้ำความเชื่อ ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจเพื่อสนทนากับผู้อื่น สำหรับความต้องการด้านข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังนั้น มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องรถแท็กซี่

ในด้านข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ด้านผู้ประกาศข่าว ควรระมัดระวังในเรื่องการอ่านและการออกเสียง ด้านเนื้อหา ควรจะมีการเจาะลึกรายละเอียดมากขึ้น เพิ่มความหลากหลายในการเสนอในแต่ละช่วง ส่วนรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะในส่วนของการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการตั้งคำถาม ประเด็นการนำเสนอ และคุณภาพเสียงเมื่อบันทึกแล้วนำไปออกอากาศ

⁴¹ พรนภา แก้วลาย, “ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมง ของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครื่องรถแท็กซี่ ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. บทคัดย่อ.

สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง⁴² ได้ศึกษาเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬาฯ” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเปิดรับฟังสถานีวิทยุจุฬาฯ เลย ส่วนผู้ที่รับฟังจะฟังน้อยมาก โดยเปิดรับฟังน้อยกว่า 1 ครั้งต่อสัปดาห์ ซึ่งมีระยะในการเปิดฟังเป็นเวลานานโดยเฉลี่ยประมาณ 2 ชั่วโมง โดยส่วนใหญ่เปิดรับฟังในช่วงก่อนเข้านอน (20.00 – 24.00 น.) โดยมีความพึงพอใจส่วนใหญ่คือได้รับความรู้รอบตัวกว้างขวางขึ้นกว่าเดิม และช่วยให้รู้สึกสนุกสนานเพลิดเพลิน และส่วนใหญ่มีความคาดหวังในการเปิดรับฟังในเรื่องความต้องการความรู้รอบตัวให้กว้างขวางขึ้น เรื่องความสนุกสนาน และการสร้างความรู้สึที่ดี ตามลำดับ สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความคาดหวังมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจในการรับฟังสถานีวิทยุจุฬาฯ

ศลิธนา ภู่อี่ยม⁴³ ได้ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการมาเป็นเวลา 1 – 2 ปี โดยเปิดรับฟังทุกวัน วันละ 3 – 4 ชั่วโมง เปิดรับฟังที่บ้าน โดยไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น ส่วนใหญ่ฟังรายการคนเดียว และรู้จักรายการจากการเปิดรับฟังเอง สำหรับการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับ โดยอายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังเป็นความถี่ในแต่ละสัปดาห์และระยะเวลาในแต่ละวัน ส่วนเพศเป็นตัวแปรเดียวที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับทั้งระยะเวลา ความถี่ในแต่ละสัปดาห์ ระยะเวลาในแต่ละวัน นอกจากนั้นเพศ และอายุ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหารายการ 104.5 Fat Radio ส่วนระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อเนื้อหา รายการ 104. Fat Radio ของกลุ่มผู้ฟัง

⁴² สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง, “การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬาฯ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2539), น. 83-84.

⁴³ ศลิธนา ภู่อี่ยม, “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการ 104.5 Fat Radio,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

อรุณี แดงพันธ์⁴⁴ ได้ทำการศึกษา “การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครื่องข่าย 2 (เอ. เอ็ม. 19 กิโลเฮิร์ตซ์)” พบว่า พฤติกรรมในการเปิดรับฟังรายการ โดยทั่วไปนั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการทุกวัน วันละ 1 – 2 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุด คือ เวลา 20.30 – 23.00 น. ทั้งในวันจันทร์ – ศุกร์ และวันเสาร์ – อาทิตย์ ส่วนใหญ่รับฟังรายการคนเดียว ในขณะที่อยู่บ้าน โดยฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น และมีเหตุผลในการเลือกรับฟังคือ เปิดรับฟังเอง

ในด้านความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อรายการ นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการประเภทต่าง ๆ ในระดับปานกลาง ยกเว้นรายการธรรมะรายการเดียวที่มีความพึงพอใจในระดับมาก รายการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ได้แก่ รายการธรรมะ รายการความรู้และรายการเพลง สำหรับรายการที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยกว่ารายการอื่น ๆ คือ รายการถ่ายทอดเสียง

การทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อรายการแตกต่างกัน

ปฐยา เรืองเรืองกุลฤทธิ⁴⁵ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับฟังรายการน้อยกว่า 3 วันต่อสัปดาห์ และติดตามรับฟังรายการมาไม่ถึง 1 ปี โดยรู้จักรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชจากหมอนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ ในส่วนของข้อเสนอแนะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบรายการประกอบอาชีพด้านการเกษตรและการทำมาหากิน และต้องการให้ปรับปรุงรายการให้ด้านเนื้อหารายการมากที่สุด โดยต้องการปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ในด้านเนื้อหารายการต้องการให้เพิ่มเนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชาวบ้าน ในด้านผู้ดำเนินรายการต้องการให้พูดน้อยลง

การทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการและความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราชแตกต่างกัน

⁴⁴ อรุณี แดงพันธ์, “การสำรวจความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจากรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เครื่องข่าย 2 (เอ. เอ็ม. 19 กิโลเฮิร์ตซ์),” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

⁴⁵ ปฐยา เรืองเรืองกุลฤทธิ, “พฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

สุกัญญา อัมพันแสง⁴⁶ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการข่าวสารความรู้ ทางหอกระจายข่าว ในเขตตำบลหนองตาด จังหวัดบุรีรัมย์” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับฟังรายการข่าวสารความรู้เป็นประจำทุกวัน ใช้เวลาในการรับฟังรายการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ฟังรายการร่วมกับผู้อื่นในหมู่บ้าน (เพื่อนบ้าน) และฟังรายการพร้อมกับทำงานไปด้วย ช่วงเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุดคือช่วงเช้าก่อนไปทำงาน สำหรับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรายการ ได้แก่ เพิ่มเนื้อหาให้มีความหลากหลาย มีผู้ดำเนินรายการทั้งชายและหญิง ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย พูดยาให้หนักแน่น ควรปรับเวลาออกอากาศเป็น 06.00 – 07.30 น.

การทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับลักษณะการรับฟัง ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับลักษณะการรับฟัง ระยะเวลาในการรับฟัง อาชีพมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการรับฟัง

มารตี ถิรชนกุล⁴⁷ ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความต้องการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ รายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับผู้สูงอายุ” พบว่า ผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ แต่ผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับฟังรายการวิทยุไม่ต่างจากห้างร้าน / บริษัท ในขณะที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้มากมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการวิทยุมากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อย

เพศของผู้สูงอายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการรายการวิทยุ และเพศที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความพึงพอใจหรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับฟังจากรายการวิทยุแตกต่างกัน

อายุของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับความต้องการรายการวิทยุกระจายเสียง แต่มีความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับฟังจากรายการวิทยุไม่แตกต่างกัน

ระดับการศึกษาของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับความต้องการรายการวิทยุในด้านความยาวของเวลาในการดำเนินรายการแต่ละครั้ง ความถี่ในการออกอากาศในแต่ละสัปดาห์และในด้านเพศของผู้ดำเนินรายการการศึกษา แต่ผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับฟังไม่แตกต่างกัน

⁴⁶ สุกัญญา อัมพันแสง, “การเปิดรับ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการข่าวสารความรู้ทางหอกระจายข่าว ในเขตตำบลหนองตาด จังหวัดบุรีรัมย์,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), น. บทคัดย่อ.

⁴⁷ มารตี ถิรชนกุล, “ความต้องการ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจ รายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับผู้สูงอายุ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2548), น. บทคัดย่อ.

อาชีพของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์กับความต้องการรายการวิทยุในด้านการมีส่วนร่วมในรายการ เพศและวัยของผู้ดำเนินรายการ และอาชีพของผู้สูงอายุมีความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับฟังจากรายการวิทยุต่างกัน โดยผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ แต่ผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจไม่แตกต่างจากผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพห้างร้าน / บริษัท

รายได้มีความสัมพันธ์กับความต้องการรายการวิทยุในด้านความยาวในการดำเนินรายการแต่ละครั้ง ความถี่ในการออกอากาศในหนึ่งสัปดาห์ และวัยของผู้ดำเนินรายการ และรายได้ที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการวิทยุต่างกัน โดยที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้มากมีความพึงพอใจมากกว่าผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อย

เหตุผลที่ใช้ในการตั้งสมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจ และความต้องการของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่แตกต่างกัน จะมีความพึงพอใจจากการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการรับฟังรายการที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เอฟ. เอ็ม. 89.5 เมกกะเฮิร์ตซ์

ซึ่งมีที่มาโดยอาศัยกรอบแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

เหตุผลที่กำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 1 - 2

ในการวิจัยทางด้านสื่อสารมวลชน การวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ เป็นวิธีการหนึ่งที่ได้รับการนิยมนับเป็นอย่างมาก โดยบุบล เบ็ญจรงค์กิจ⁴⁸ กล่าวว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์จะเชื่อว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

⁴⁸ บุบล เบ็ญจรงค์กิจ, การวิเคราะห์ผู้รับสาร, น. 65.

ด้วย ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ เมื่อบุคคลมีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมทั่ว ๆ ไปที่แตกต่างกัน ประกอบกับที่ ปรมะ สตะเวทิน⁴⁹ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาแตกต่างกัน ซึ่ง เดอ เฟลอร์ (DeFleur)⁵⁰ ได้กล่าวไว้ว่าผู้รับสารแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา ความเชื่อ ค่านิยม กลุ่ม ทางสังคม จะส่งผลให้เกิดผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะการเปิดรับข่าวสารจะสื่อมวลชนแตกต่างกันไปด้วย จึงสรุปว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์และคุณลักษณะทางสังคมที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกันด้วย ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ตามที่ผู้รับสารต้องการ ความชอบ ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อต่าง ๆ รวมไปถึงผลของการสื่อสารดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานทางการวิจัยว่า กลุ่มผู้ฟังที่มีลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการรับฟัง และความพึงพอใจจากการรับฟังแตกต่างกันหรือไม่

เหตุผลที่กำหนดเป็นสมมติฐานการวิจัยที่ 3

ปรมะ สตะเวทิน⁵¹ กล่าวว่าผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา จะมีสาเหตุในการเลือกเปิดสื่อตามความต้องการที่แตกต่างกันไป เช่น ผู้รับสารที่มีรายได้มาก ๆ มักจะมีการเลือกใช้สื่อมวลชนที่มากเพื่อรักษาสถานภาพของตนเองในสังคม หรืออาจจะกล่าวได้ว่า พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการอันเกิดจากพื้นฐานทางด้านจิตใจของบุคคลนั้น ๆ สอดคล้องกับ แคทซ์ และคณะ⁵² (E. Katz and others, 1974) ในแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนที่มีความเชื่อว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นจากความต้องการ (needs) ซึ่งความต้องการของมนุษย์แต่ละคนจะมีที่มาแตกต่างกัน โดยการเลือกบริโภคสื่อมวลชนขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเองแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟัง จะมีความสัมพันธ์กับความต้องการรับฟังรายการหรือไม่ เพื่อนำไปสู่การตอบสนองในการจัดรายการให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังมากที่สุด

⁴⁹ ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี, น. 105.

⁵⁰ Melvin L. DeFleur, op. cit., footnote 6, pp. 119-121.

⁵¹ ปรมะ สตะเวทิน, การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี, น. 105.

⁵² E. Katz and others, 1974, อ้างถึงใน พีระ จิร โสภณ, “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน,” ใน หลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 11 (นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2529), น. 634-635.