

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 วิทยูกระจายเสียงกับการสื่อสารมวลชน

วิทยูกระจายเสียงนับเป็นสื่อมวลชนที่สำคัญสื่อหนึ่งที่ยังคงครองใจประชาชนคนไทยในการรับฟังเพื่อประโยชน์ด้านต่างๆ ตามความต้องการของแต่ละคนในทางธรรมะ ด้านการสื่อสาร วิทยูกระจายเสียงถือเป็นสื่อสารมวลชนสื่อหนึ่ง ที่ต้องการจะทำการสื่อสารไปสู่กลุ่มผู้ฟังเพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน โดยความหมายทั่วไปแล้ว การสื่อสาร (Communication) หมายถึง กระบวนการที่ผู้ส่งสารส่งสารผ่านสื่อไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน และชแรมม¹ ได้สรุปวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารออกเป็น 4 ประการ ในที่นี้จะขอยกสื่อวิทยูกระจายเสียงเป็นตัวอย่างประกอบ

1. เพื่อแจ้งให้ทราบ (Inform) การสื่อสารมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะแจ้งข่าวสารจากผู้ส่งสารเพื่อให้ผู้รับสารได้ทราบ โดยผ่านสื่อต่างๆ จะเห็นได้ว่าสื่อวิทยูได้ทำหน้าที่นี้โดยการนำเสนอข่าวต่างๆ เพื่อให้ประชาชนได้รับทราบและรู้เท่าทันเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

2. เพื่อสอนหรือให้การศึกษา (Teach or Educate) นอกจากการแจ้งข่าวสารให้ประชาชนได้ทราบแล้ว วิทยูกระจายเสียงยังได้ทำหน้าที่ในการให้ความรู้อีกด้วยและความรู้ก็มีความหลากหลาย เช่น ในรายการวิทยูเพื่อการศึกษาของของสงฆ์ที่เน้นความรู้ที่เป็นทางการ หรือรายการวิทยูตามสถานีต่างๆ ที่มีการสอดแทรกความรู้ในบางช่วงของรายการ

3. เพื่อสร้างความพอใจหรือให้ความบันเทิง (Please or Entertain) จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนต่างๆ ได้ทำหน้าที่เพื่อบรรลุมุติประสงค์นี้กันอย่างถ้วนทั่ว เกือบทุกรายการทางสถานีวิทยูจะมีการมอบความบันเทิงให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้รับฟัง มากน้อยแตกต่างกันไป หรือแม้แต่มียุเพียงความบันเทิงอย่างเดียว

¹ Schramm, W., & [Roberts, D. F.](#) (Eds.), The process and effects of mass communication (Rev. ed. IX), Urbana, IL (University of Illinois Press 1991) , pp. 4-11.

4. เพื่อเสนอหรือชักจูงใจ (Propose or Persuade) เป็นอีกวัตถุประสงค์หนึ่งที่ผู้ที่มีส่วนได้เสียในสังคม รวมทั้งประชาชนมีการนำสื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อใช้ในการชักจูงใจในการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมต่างๆ และแม้แต่องค์กรธุรกิจเองก็ใช้เพื่อชักจูงใจให้ประชาชนหันมาใช้สินค้าของบริษัทของตน

จะเห็นได้ว่าการสื่อสารมีวัตถุประสงค์อยู่หลายประการ แต่โดยการเป็นสื่อสารมวลชนแล้วยังมีการพิจารณาถึงหน้าที่ที่สื่อมวลชนต้องรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย Harold Lasswell ได้มีการเสนอหน้าที่ของสื่อสารมวลชนเป็นท่านแรกและ Charles R. Wright ที่ได้รับการสรุปโดย Bryant, J และ Thompson, S ให้มีความชัดเจนขึ้น¹ โดยจำแนกหน้าที่ของสื่อสารมวลชนออกเป็น 4 ประการ คือ

1. สำรวจดูเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเพื่อเสนอข้อมูลที่มีคุณค่า (Surveillance)
2. ชี้แจงและอธิบายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารและเสนอทางออกหรือแนวทางที่จะเผชิญกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น (Correlation)
3. การสืบทอดคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม (Socialization)
4. ให้ความบันเทิง (Entertainment)

จะเห็นได้ว่าหน้าที่ของสื่อสารมวลชนได้ผนวกความรับผิดชอบต่อสังคมให้เข้ากับวัตถุประสงค์ของการสื่อสาร นอกจากจะแจ้งข่าวสารให้ทราบแล้ว ยังจะต้องระแวดระวังส่งข่าวให้ประชาชนได้รับทราบเหตุการณ์นั้นอย่างทันทั่วถึง เพื่อให้สามารถพ้นจากภัยอันตรายต่างๆ ได้เป็นอย่างดี และเสนอให้ผู้รับสารได้รับทราบถึงความเปลี่ยนแปลงของสังคม ทำให้ทราบถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม สื่อมวลชนต้องชี้แจงและอธิบายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารและเสนอทางออกหรือแนวทางในการที่จะเผชิญกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอคุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมที่ได้มีการสะสมกันมาถ่ายทอดไปสู่ประชาชนรุ่นปัจจุบันได้เห็นถึงความสำคัญของสิ่งที่บรรพชนได้ริเริ่ม สรรค์สร้างและมีการดำเนินต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน และสุดท้ายสื่อสารมวลชนยังได้ทำหน้าที่ให้ความบันเทิงให้ผู้รับสารได้มีความเพลิดเพลินใจและสามารถที่จะผ่อนคลายจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดเวลา

อย่างไรก็ตามมีการถกเถียงตั้งแต่อดีตจนปัจจุบันที่ว่าสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่ทำหน้าที่เฉพาะเพียงการให้ความบันเทิง ซึ่งนอกจากจะไม่สร้างประโยชน์ผู้รับสารแล้วยังทำให้ลุ่มหลงกับ

¹ Bryant, J., & Thompson, S. *Fundamentals of Media Effects*, 1st ed. ,New York, (McGraw-Hill Higher Education(2002), pp. 9-16.

ความไม่มีสาระ ซึ่งความคิดนี้มีการโต้เถียงกันมาตั้งแต่ยุคเรืองปัญญา(Enlightenment ในช่วงคริสต์ศตวรรษ ที่ 18)

ความคิดความเชื่อที่ว่า การให้ความรู้ที่ไม่น่าพึงปรารถนาจะไม่ควรจะเสนอผ่านรูปแบบความบันเทิง เพราะจะทำให้คุณค่าของความรู้ที่น้อยลงไปซึ่งเป็นความเข้าใจที่ขัดแย้งกับความเป็นจริง กาญจนา แก้วเทพ¹ ได้อธิบายถึงความไม่ใส่ใจเชิงธรรมะที่มีต่อรายการบันเทิงในสื่อว่า ในช่วงยุคเรืองปัญญา มีความเชื่อว่า ธรรมชาติของมนุษย์ประกอบด้วยส่วนที่ใช้เหตุผลและส่วนที่ใช้อารมณ์ การจะสร้างสรรค์อารยธรรมจะต้องใช้ส่วนที่มีเหตุผลเหนืออารมณ์ แต่กิจกรรมที่ให้ความรื่นเริงบันเทิงนั้นเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับอารมณ์ทั้งสิ้น จึงทำให้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง ในสายตาของนัก Enlightenment จึงเป็นสิ่งที่ไม่น่าพึงปรารถนาไปด้วย

ในบริบทของสังคมไทย ความบันเทิงก็ถูกผูกติดอยู่กับโครงสร้างลำดับชั้นในสังคม ชนชั้นสูงเป็นผู้บริโภคความบันเทิง ในขณะที่ชนชั้นล่างเป็นผู้ให้ความบันเทิง ทำให้ความบันเทิงมีสถานะภาพที่ต่ำ และมีคุณค่าน้อย ไม่มีคุณค่าที่จะนำมาใช้ในทางอื่นที่เป็นประโยชน์ได้เลยแม้แต่น้อย

อย่างไรก็ตามในช่วงปี ค.ศ. 1969 สถานีโทรทัศน์ช่องหนึ่งในประเทศเปรูได้นำเสนอเรื่องราวของหญิงสาวคนหนึ่งที่กำลังจากคนยากจนมาเป็นคนที่ร่ำรวย โดยผ่านอุปสรรคนานัปการ ได้เลือกเรียนการศึกษาผู้ใหญ่ในวิชาตัดเย็บ ได้แต่งงานมีฐานะร่ำรวยในที่สุด ผลจากละครเรื่องดังกล่าวทำให้วัยรุ่นในเปรูเลียนแบบเส้นทางของหญิงสาวคนนี้โดยเข้าเรียนการศึกษาผู้ใหญ่จำนวนมาก ทั้งๆที่โครงการรณรงค์ให้เข้าเรียนการศึกษาผู้ใหญ่ประสบความสำเร็จโดยตลอด เหตุการณ์นี้ทำให้นักธรรมะด้านสื่อได้กลับมาพิจารณาที่มีต่อสื่อเพื่อความบันเทิงใหม่

และก็เป็นที่น่าสนใจว่า ปัจจุบันวงการนักธรรมะด้านสื่อ ได้ให้ความสำคัญของคำว่า ศึกษาบันเทิง(Edutainment) ที่ได้นำเอาความรู้และความบันเทิงมาประสมประสานกันเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

ศึกษาบันเทิง(Edutainment) เป็นรูปแบบหนึ่งของความบันเทิงที่ถูกออกแบบในการให้ความรู้พร้อมกับความสนุกสนาน ศึกษาบันเทิง(Edutainment) มีความต้องการที่จะสอน

¹ กาญจนา แก้วเทพ, **สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**, กรุงเทพฯ: (โรงพิมพ์ศาลาแดง, 2545), หน้า 3-11

² จาก http://en.wikipedia.org/wiki/Edutainment#_note-0, (27 สค. 2550)

หรือขัดเกลาด้านสังคมให้กับผู้รับสารโดยรวมบทเรียนผ่านความบันเทิง ในรายการโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกมส์ ภาพยนตร์ เพลง เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์ด้านมัลติมีเดีย¹

2.1.2 ศึกษาบันเทิง(Edutainment)

ศึกษาบันเทิง(Edutainment)² หมายถึงกระบวนการดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสาน ข้อมูลข่าวสาร และสาระความรู้ ในด้านต่างๆ เข้ากับความบันเทิง โดยมีเป้าหมายให้บุคคลได้คิด คำนึง รับรู้ และมีการประพฤติปฏิบัติตนในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม

ศึกษาบันเทิง(Edutainment) มีจุดเด่นหลายประการ

ด้านกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ ผู้กำหนดนโยบาย สามารถใช้ศึกษาบันเทิง (Edutainment) ในการชี้นำสังคมไปในทิศทางที่ต้องการได้ ผู้ผลิต ได้รับชื่อเสียงและผลงานจากการใช้ศึกษาบันเทิง(Edutainment) ในการช่วยเหลือสังคม ผู้สนับสนุนหรือสปอนเซอร์สามารถที่จะใช้ศึกษาบันเทิง(Edutainment) ในการตอกย้ำภาพลักษณ์ของสินค้า และผู้รับสาร ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนานและความรู้จากรายการที่ใช้ศึกษาบันเทิง(Edutainment)

ด้านเนื้อหา การใช้ศึกษาบันเทิง(Edutainment) ทำให้เนื้อหา มีความสนุกสนาน เข้าใจง่าย และน่าสนใจ

ด้านวิธีการนำเสนอ ศึกษาบันเทิง(Edutainment) จะนำเสนอความรู้ ให้สอดคล้องกับรสนิยมและเลือกใช้ช่องทางที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

แต่อย่างไรก็ตาม การใช้ศึกษาบันเทิง(Edutainment) ต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง เพื่อที่จะได้ผลผลิตที่ดี และต้องมีการจัดการแบบมืออาชีพและสามารถตอบสนองกลุ่มเป้าหมายนั้นทำได้ไม่ง่าย เหล่านี้จึงเป็นข้อจำกัดของหลายๆ หน่วยงานไม่สามารถที่จะนำศึกษาบันเทิง (Edutainment) มาใช้ได้อย่างเต็มที่

อาจจะเป็นคำกล่าวที่ไม่เกินเลยไปว่า ความสนุกสนานสามารถที่จะไปควบคู่กับความบันเทิงได้อย่างเป็นเนื้อเดียวกัน หากคนหัวคิดเก่า (แม้จะมีอายุไม่มากก็ตาม) เปิดใจให้กว้างพอที่จะยอมรับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และความคิดนี้ได้พิสูจน์มาแล้วว่าได้ผลจริงเมื่อร่วม 40 ปีมาแล้ว ก็น่าจะนำมาพิจารณาปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้เป็นอย่างดี

² Singhal, A. & Wilbur Schramm, Portrait of a development communication pioneer communicator, (Journal of the Indian Institute of Mass Communication, 22(1-4) 1989), pp. 18-22.

2.1.3 ประเภทของสถานีวิทย์

อย่างไรก็ตามในทางธรรมะมีการจำแนกประเภทของสถานีวิทย์กระจายเสียงหลายประเภท อาทิ

1. ตามประเภทของประกอบการ¹ มีดังต่อไปนี้
 - วิทย์ของรัฐ เพื่อรักษาผลประโยชน์และความมั่นคงของรัฐ
 - วิทย์ที่ดิน เพื่อต่อต้านรัฐหรือวิทย์กระแสหลัก และใช้พื้นที่แสดงความคิดเห็นของกลุ่มที่จัดตั้ง
 - วิทย์ของสงฆ์หรือชุมชน เพื่อรักษาผลประโยชน์ของชุมชน
 - วิทย์บริการสาธารณะ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของสาธารณะ ขององค์กรหรือสถาบันการศึกษา และรักษาบรรทัดฐานทางสังคม
 - วิทย์เชิงพาณิชย์ เพื่อแสวงหากำไรและรักษาประโยชน์ของธุรกิจ
2. ตามวัตถุประสงค์ของสถานีวิทย์
 - สถานีวิทย์ข่าวสารสาระ ที่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร
 - สถานีวิทย์การศึกษา มุ่งเน้นด้านการให้ความรู้และการศึกษา
 - สถานีวิทย์บันเทิง มุ่งเน้นด้านความบันเทิง
3. ตามเนื้อหาหลักของสถานีวิทย์
 - สถานีวิทย์เพลงและดนตรี
 - สถานีวิทย์ข่าวและสาระ
4. ตามกลุ่มผู้ฟัง
 - ตามอายุ
 - ตามเพศ
 - ตามกลุ่มอาชีพหรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ
 - ตามระดับการศึกษา
 - ตามพื้นที่ภูมิประเทศ

¹ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม , (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550), หน้า 355-359

5. ตามเนื้อหาของรายการ

- รายการแนวข่าวและสารคดี ที่เน้นข่าวสารความรู้ สารคดี การศึกษา และการถ่ายทอดการบรรยายนอกสถานที่
- รายการแนวจินตคดี เช่น ละครวิทยุ รายการตลก บันเทิง สาระบันเทิง ปกิณกะบันเทิง
- รายการแนวการมีส่วนร่วมของผู้ฟังและวิทยากรรับเชิญ
- รายการโฆษณา การโฆษณาสินค้า การรณรงค์เพื่อสังคม การประกาศบริการ

6. ตามพื้นที่ครอบคลุมของสถานี

- ระดับชาติ
- ระดับภูมิภาค
- ระดับท้องถิ่น
- ระดับชุมชน

ดังนั้นสถานีวิทยุวิทยาลัยสงฆ์แต่ละสถานีก็จะมี ความแตกต่างกันไปตามประเภทของสถานีก็จะทำให้ลักษณะเนื้อหา วิธิดำเนินการก็แตกต่างกันออกไปด้วย

เมื่อนำประเภทของสถานีวิทยุกระจายเสียงข้างต้นมาพิจารณากับภารกิจของสถานีวิทยุพระพุทธศาสนาวิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช จะพบว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงของสงฆ์นับเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงที่เป็นวิทยุเพื่อการบริการประชาชน โดยที่มีวัตถุประสงค์สำคัญที่จะให้ข่าวสารความรู้แก่กลุ่มผู้ฟังโดยครอบคลุม โดยรอบอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลกและอำเภอใกล้เคียงรวมถึงบางส่วนของจังหวัดสุโขทัย

แต่อย่างไรก็ตามสื่อวิทยุกระจายเสียงมีข้อเด่นและข้อจำกัดคือ ในขณะที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารจำนวนมาก ในเวลาเดียวกัน แต่ไม่รู้จักรับสารเป็นการส่วนตัว ลักษณะของเนื้อหาสารก็มีความหลากหลาย แต่ก็สามารถเสนอข่าวสารได้รวดเร็ว แต่ส่วนใหญ่ไม่ยั่งยืนยากต่อการนำสารเพื่อกลับมาใช้อีก และการสะท้อนกลับจากผู้รับสารมีน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนผู้ฟังซึ่งมีจำนวนมากที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านการศึกษา อายุ เพศ ความคิด ความเชื่อ หรือแม้แต่อาชีพ ทำให้ผู้ดำเนินงานหรือผู้ผลิตรายการไม่สามารถรู้ถึงความต้องการของผู้ฟังได้อย่างแท้จริง สถานีวิทยุของสงฆ์ก็ประสบกับข้อจำกัดของสื่อวิทยุกระจายเสียงเช่นกัน

การรู้จักถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก็คือผู้ฟังนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อที่ทางผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงจะต้องรู้เพื่อที่สามารถที่จะปรับภาพหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้

ลักษณะของผู้ฟัง ¹ (AUDIENCE) มีดังต่อไปนี้

A nalysis ใครคือกลุ่มผู้ฟัง มีจำนวนเท่าใด

U nderstanding หัวข้อที่จะนำเสนอผู้ฟังมีฐานความรู้แค่ไหน

D emographics ผู้ฟังมีอายุเท่าไร เพศใด จบการศึกษาใด

I nterest ทำไมผู้ฟังจึงเปิดรับฟัง ใครให้เปิดฟัง

E nvironment แล้วสถานีวิทยุจะอยู่จุดใด จะมีผู้ฟังสนใจหรือไม่

N eeds ความต้องการของผู้ฟังคืออะไร แล้วเราต้องการสื่อสารอะไรไปให้ผู้ฟัง

C ustomized และอะไรคือสิ่งที่สถานีต้องการจะสื่อสารสู่ผู้ฟัง

E xpectations แล้วผู้ฟังคาดหวังที่จะเรียนรู้หรือได้ฟังจากสถานีของเรา

สถานีวิทยุกระจายเสียงจึงจำเป็นต้องมีการศึกษากลุ่มผู้ฟังเพื่อที่จะได้ดำเนินการให้สอดคล้องกับภารกิจของแต่ละประเภทของสถานีและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายได้สมเจตนารมณ์ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งนั้น

2.1.4 ทฤษฎีพฤติกรรมการเข้ารหัสและถอดรหัส

ทฤษฎีพฤติกรรมการเข้ารหัสและถอดรหัส² มีความเชื่อว่า สิ่งสำคัญในการสื่อสาร คือ กระบวนการสร้างรหัสและถอดรหัสของผู้สื่อสารทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร กิจกรรมที่สำคัญของการสื่อสารได้แก่การแปลเนื้อหาข่าวสารให้เป็นรหัสสัญญาณ (Encoding) การแปลรหัสสัญญาณกลับเป็นเนื้อหา(Decoding) และการแปลความหมายของข่าวสาร (Interpreting)สรุปสาระสำคัญของทฤษฎี ดังนี้ คือ

¹ Guantlett David, Creative Explorations: New approaches to identities and audience, London: (2007), pp. 21-22.

² Mitchell, Don. Chapter 24: Stuart Hall. In: Key Thinkers on Space and Place, Gill Valentine (2004), pp. 160-162.

- การสื่อสาร เป็นปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ที่เกิดขึ้นจากความต้องการตรวจสอบและควบคุมสิ่งแวดล้อม
- กระบวนการสื่อสาร ต้องมีการเข้ารหัส ถอดรหัสและแปลความหมายอยู่ตลอดเวลา
- การรับรู้ ความรู้สึก ความสนใจ และการจำแนกประเภทข่าวสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบเชิงสรีระ เช่น ระบบกล้ามเนื้อ เกี่ยวกับการฟัง การเขียนรวมถึงกระบวนการทางอารมณ์
- เน้นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร
- ระบบสมอง การคิด เป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ตัดสินใจว่าสิ่งใดที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับตนเองเป็นตัวกระตุ้นให้สนใจที่จะรับสาร

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รจนา ไชยนิรันดร์กุล¹ ศึกษาการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์ ผลการศึกษาพบว่า เวลาในการเปิดรับวิทยุกระจายเสียงของนิสิตกลุ่มตัวอย่าง ในแต่ละวันประมาณ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งเวลาที่ใช้เปิดรับเฉพาะเนื้อหาข่าวสารประมาณวันละครึ่งชั่วโมง สำหรับช่วงเวลาที่สะดวกในการเปิดรับฟังนั้นคือ ช่วงเวลาการถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในช่วงเช้าและช่วงค่ำ โดยระบุว่า เปิดรับฟังเฉพาะช่วงการรายงานหัวข้อข่าวสำคัญ นอกจากนี้กลุ่มนิสิตยังนิยมเปิดรับฟังข่าวจากสถานีประเภทรูปแบบข่าวและเพลง ความชื่นชอบที่มีต่อเนื้อหาข่าวสารและการมองเห็นประโยชน์ของการเปิดรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการนั้นจะมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะ ด้านเพศ สาขาวิชา และบุคลิกภาพ ส่วนลักษณะความสนใจและความชื่นชอบที่นิสิตมีต่อเนื้อหาข่าวสารประเภทต่างๆ นั้น เกิดจากความคาดหวังเพื่อนำไปใช้ในการตอบสนองความต้องการที่สำคัญ 3 ประการคือ

1. สอนตอบความต้องการด้านการตระหนักรู้ (Cognitive needs) เพื่อให้ทันโลกทันเหตุการณ์

¹ รจนา ไชยนิรันดร์กุล, การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อสนองตอบความต้องการข่าวสารของนิสิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า บทคัดย่อ.

2. สนองความต้องการด้านการสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง (Personal identity) เพื่อพัฒนาตนเองให้เหมาะสมกับสถานภาพและบทบาททางสังคม
3. สนองตอบความต้องการด้านความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ

ธรรมรัฐ ศิริเจริญ ¹ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียง องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการอีซี เอฟเอ็ม 105.5 พบว่ากลุ่มผู้ฟังเป็นพนักงานในบริษัทเอกชนและเป็นแฟนรายการที่ติดตามฟังเป็นประจำและฟังอย่างต่อเนื่องโดยเน้นฟังบทเพลงเพื่อความบันเทิงและสาระที่เป็นประโยชน์ต่อตัวเอง และมีข้อเสนอแนะดังนี้ ไม่ควรเน้นโฆษณาสินค้ามากเกินไป ไม่ควรตอบรับหรือสื่อสารกับกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดโดยเฉพาะ เป็นกันเองกับผู้ฟัง ควรพูดเมื่อเพลงจบแล้ว และควรจะมีการอธิบายความหมายของเพลงเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในเพลงมากขึ้น ไม่ควรนำเสนอสาระที่ยาวเกินไป ควรเป็นเนื้อหาที่ทันสมัย เช่น ข่าวประจำวัน เหตุการณ์น่าสนใจและเนื้อหาการดูแลสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยว ธรรมะและข้อคิดต่างๆ ควรผลิตข่าวต้นชั่วโมงเอง แกะไขสัญญาณให้มีความชัดเจนอย่างสม่ำเสมอ ควรเสนอเพลงในวันสุดสัปดาห์ให้ต่างจากวันทำงานและให้มีการสัมภาษณ์ศิลปินนักร้องและผู้ทรงคุณวุฒิด้านดนตรีเพิ่มขึ้น

ชนิษฐา จิตแสง ²ได้ศึกษาบทบาทของรายการเรดิโอโนฟร็อบเบิ้ลต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนฟร็อบเบิ้ล กับระดับความรู้ ทักษะติดต่อภาษาอังกฤษ และการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง ผลการวิจัยพบว่ารายการเรดิโอโนฟร็อบเบิ้ลมีบทบาทต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษของผู้ฟังในระดับปานกลาง และปัจจัยจูงใจสูงสุดที่ทำให้ผู้ฟังเลือกฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบิ้ล คือรายการมีการแนะนำเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา ทำให้ผู้ฟังได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษสนุกมากขึ้นและไม่รู้สึกเบื่อหน่าย ซึ่งมีผลต่อ

¹ ธรรมรัฐ ศิริเจริญ ,ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อสถานีวิทยุกระจายเสียง องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย รายการอีซี เอฟเอ็ม 105.5 , (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2544), หน้า บทคัดย่อ.

² ชนิษฐา จิตแสง, บทบาทของรายการเรดิโอโนฟร็อบเบิ้ลต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง, (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546), หน้า บทคัดย่อ.

การมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ เพราะรายการมีการนำเสนอทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป ในด้านการนำไปใช้ประโยชน์จากผลการศึกษาค้นคว้า ผู้ฟังส่วนใหญ่ นำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง และผู้ฟังส่วนใหญ่เลือกที่จะเป็นผู้ฟังเพียงอย่างเดียว เพราะโอกาสในการสื่อสารสองทางกับทางรายการมีจำกัด ดังนั้นรายการควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่สามารถตอบโต้ได้ทันทีและเพิ่มโอกาสให้ผู้ฟังได้เข้ามามีส่วนร่วมกับทางรายการได้มากขึ้น นอกเหนือจากการใช้โทรศัพท์ และควรปรับปรุงเนื้อหาที่น่าสนใจให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของผู้ฟังได้มากขึ้น

Shah, Anup¹ ได้ให้ ทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการเข้ารหัส และถอดรหัสเพื่อศึกษาปัจจัยในการเลือกรับฟังไว้ดังต่อไปนี้

ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า สิ่งสำคัญในการสื่อสาร คือ กระบวนการสร้างรหัสและถอดรหัสของผู้สื่อสารทั้งผู้รับและผู้ส่งสาร กิจกรรมที่สำคัญของการสื่อสารได้แก่การแปลเนื้อหาข่าวสารให้เป็นรหัสสัญญาณ (Encoding) การแปลรหัสสัญญาณกลับเป็นเนื้อหา(Decoding) และการแปลความหมายของข่าวสาร (Interpreting)สรุปสาระสำคัญของทฤษฎี ดังนี้ คือ

1.1 การสื่อสาร เป็นปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ ที่เกิดขึ้นจากความต้องการตรวจสอบและควบคุมสิ่งแวดล้อม

1.2 กระบวนการสื่อสาร ต้องมีการเข้ารหัส ถอดรหัสและแปลความหมายอยู่ตลอดเวลา

1.3 การรับรู้ ความรู้สึก ความสนใจ และการจำแนกประเภทข่าวสารขึ้นอยู่กับองค์ประกอบเชิงสรีระ เช่น ระบบกล้ามเนื้อ เกี่ยวกับการฟัง การเขียนรวมถึงกระบวนการทางอารมณ์

1.4 เน้นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

1.5 ระบบสมอง การคิด เป็นปัจจัยสำคัญในการวิเคราะห์ตัดสินว่าสิ่งใดที่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับตนเองเป็นตัวกระตุ้นให้สนใจที่จะรับสาร

นอกจากนี้ แคทซ์และคณะ² (Katz.E.and Other. 1974 อ้างถึงใน มสธ.2531 : 634-635) ได้อธิบายแนวความคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับการพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารไว้ว่าเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด (2)

¹ Shah, Anup, **Media Manipulation**, (Global Issues, 2006), pp. 1-2.

² Katz.E.and Other, **Utilization of Mass Communication by the individual: Reissues**, (London, 2001), pp. 19-21.

ความต้องการจำเป็นของคนและเกิดมี (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวอื่น ๆ แล้วนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กันอันก่อให้เกิดผลคือ (5) การได้รับความพึงพอใจจากที่ต้องการ และ (6) ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

งานวิจัยของปรมะ สตะเวทิน¹ ให้ผลสรุปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารไว้ว่าผู้รับสารแต่ละคนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ การศึกษา สถานะทางเศรษฐกิจและสังคมและศาสนาดังรายละเอียดต่อไปนี้

อายุ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ในเรื่องความคิดและพฤติกรรมโดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเห็นเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์ใฝ่ร้อนและมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากจะมีความคิดอนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคนที่มีอายุประสบการณ์ในชีวิต ซึ่งเคยผ่านยุคปัญหาต่าง ๆ จนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย

เพศ จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาท และกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตามเป็นแม่บ้านแม่เรือนจากงานวิจัยยังพบอีกว่า ผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย

ในแง่ของ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งหมายรวมถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ภูมิหลังของครอบครัว จากการวิจัยพบว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน งานวิจัยของ ชแรมม์ และไวท์² ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารในสังคมอเมริกาพบว่า ผู้ที่มีรายสูงมักเป็นผู้นิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และนิยมนั่งที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง แมคเนลลี และคณะ³ พบว่า คนที่มีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มคนที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด ผลที่ได้จาก

¹ ปรมะ สตะเวทิน, **หลักและทฤษฎีทางสื่อสาร**, (กรุงเทพมหานคร, 2546), หน้า 114

² อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**, (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า, 49-50.

³ อ้างถึงใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**, (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), หน้า, 50.

การวิจัยในลักษณะเช่นนี้ ก็สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาคือ ผู้ที่มีรายได้สูงนั้น มักมีการศึกษาสูง มีตำแหน่งหน้าที่การงานดี จึงมักถูกผลักดันให้มีความจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้หา ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ การเปิดรับข่าวสารจึงจำเป็นสำหรับผู้รับ

จะเห็นได้ว่ามีการศึกษาที่พยายามที่จะรู้ถึงพฤติกรรมการรับสารของกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ และข้อค้นพบก็มีความหลากหลายแต่โดยรวมแล้วก็ไม่มีความแตกต่างกันมากนักในด้าน ความต้องการของผู้ฟัง การศึกษาทัศนคติ พฤติกรรม ความต้องการ และความพึงพอใจ ของผู้ฟังที่มีต่อลักษณะและรูปแบบของรายการวิทยุคลื่น FM 90.50 MHz ครั้งนี้เกิดขึ้นเพื่อที่จะทราบว่า หลังจากทีสถานีวิทยุของสงฆ์ได้มีการปรับผังรายการโดยมีการเน้นสาระบทความบันเทิง (ศึกษา บันเทิง(Eduainment)) แล้วประชาชนกลุ่มเป้าหมาย คือ คนพิษณุโลกมีพฤติกรรมการเปิดรับฟัง เป็นอย่างไร มีความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงนี้อย่างไร และต้องการจะให้สถานีมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ฟังไปในทิศทางใด โดยใช้แนวคิดทฤษฎีและการ วิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นเป็นกรอบความคิด