



ทฤษฎีแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนและสื่อที่เป็นวิทยุกระจายเสียง จึงมีทฤษฎีการสื่อสาร รูปแบบจำลองการสื่อสาร ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญที่จะนำไปสู่ความเข้าใจถึงคำตอบที่ได้รับจากงานวิจัย ทั้งนี้ยังมีเรื่องของบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนที่ควรจะเป็นตามแนวหลักวิชาการทางนิเทศศาสตร์ รวมถึงบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนตามประมวลกฎหมายของทางราชการ ซึ่งออกเป็นระเบียบข้อบังคับ

นอกจากนี้ลักษณะธรรมชาติของสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงยังมีข้อดีและข้อจำกัดหลายประการ เป็นส่วนช่วยสนับสนุนในเหตุผลที่เกิดขึ้นจากผลการวิจัยนี้ อีกทั้งงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของวิทยุบนรถประจำทางทั่วไป ซึ่งทางสำนักงานสถิติแห่งชาติได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นประโยชน์ในด้านการนำผลมาประกอบการดำเนินการโครงการวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปของ ขสมก. ต่อไป

แบบจำลองการสื่อสาร

David K. Berlo กล่าวถึงแบบจำลองการสื่อสารว่าประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ คือ

¹Berlo K. David, The Process of Communication : New York Helt Rinchart and Winston, Inc. 1960 pp. 30 - 72

1. ผู้ส่งสาร (Source)
2. สาร (Message)
3. สื่อ (Channel)
4. ผู้รับสาร (Receiver)

ย่อเป็นสัญลักษณ์ว่า SMCR model และกล่าวว่าการสื่อสารจะมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 4 นี้ว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

Source มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ทัศนคติ (Attitude) ความรู้ (Knowledge) ระบบสังคม (Social System) วัฒนธรรม (Culture)

Message ปัจจัยของสาร คือ รหัส (Code) เนื้อหา (Content) การจัดเสนอ (Treatment)

Channel ช่องทางที่จะนำสารไปสู่ผู้รับ คือ การเห็น (Seeing) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) การได้กลิ่น (Smelling) การลิ้มรส (Tasting)

Receiver ปัจจัยของผู้รับสารประกอบด้วย ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills) ทัศนคติ (Attitude) ความรู้ (Knowledge) ระบบสังคม (Social System) วัฒนธรรม (Culture)

แบบจำลองของแชนน์และวีเวอร์²

แบบจำลองนี้สร้างขึ้นปี พ.ศ. 2492 มีนักภาษาศาสตร์และนักพฤติกรรมศาสตร์หลายท่านนำไปใช้ในลักษณะที่เป็นการเทียบเคียงปัญหาทางเทคโนโลยีซึ่งย่อมแตกต่างจากปัญหาที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ การสื่อสารตามทัศนะของแชนน์และวีเวอร์นั้น ถือว่าเป็นกระบวนการทาง

² สวินิต ยมาภัย, ระวีวรรณ ประกอบผล แบบจำลองการสื่อสาร คณะนิเทศศาสตร์

เดียวเชิงเส้นตรง แบบจำลองของแซนด์และวีเวอร์ซึ่งหน้าที่ 5 ประการของการสื่อสารและ
 ซึ่งให้เห็นถึงตัวประกอบที่ทำให้เกิดการทำหน้าที่ผิดปกติข้อหนึ่ง ซึ่งเรียกว่าเสียงรบกวน (Noise)
 โดยที่แหล่งสารสนเทศ - ทำหน้าที่สร้างสาร และสารนั้นจะถูกถ่ายทอดเป็นสัญญาณโดยตัวถ่ายทอด
 สัญญาณนั้นจะถูกปรับเปลี่ยนให้เหมาะแก่การติดต่อซึ่งนำไปสู่ผู้รับ ผู้รับย้อนสร้างสารขึ้นอีกครั้งจาก
 สัญญาณที่ได้รับ สารที่ได้รับจะไปถึงจุดปลายทาง ซึ่งสัญญาณอาจจะถูกทำให้แปรสภาพไปเมื่อถูก
 เสียงรบกวน

หน้าที่ของการสื่อสารในการพัฒนาสังคม

หน้าที่ที่สื่อมวลชนประเภทวิทยุ จำเป็น ต้องทำเพื่อก่อให้เกิดผลต่อสังคมก็คือ³

1. หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Information Function)
2. หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasive Function)
3. หน้าที่ในการให้ความรู้ (Educational Function)

Wilbur Schramm⁴ ได้กล่าวถึงหน้าที่ของการสื่อสารมวลชนไว้ 2 ประเภทด้วยกัน

คือ

ทางด้านผู้ส่ง

1. เพื่อบอกกล่าว (To Inform)
2. เพื่อให้ความรู้ (To Teach)
3. เพื่อความบันเทิง (To Entertainment)
4. เพื่อชักจูงใจ (To Persuade)

³ประมะ สตะเวทิน หลักนิเทศศาสตร์ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หน้า 147 - 148.

⁴Wilbur Schramm เรื่องเดียวกัน หน้า 19.

ทางด้านผู้รับ

1. เพื่อทำความเข้าใจ (To Understand)
2. เพื่อเรียนรู้ (To Learn)
3. เพื่อความบันเทิง (To Entertain)
4. เพื่อรับหลักการหรือตัดสินใจ (To Decide)

ชวรัตน์ เชิดชัย⁵ ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ 6 ประการคือ

1. หน่วยของการควบคุมสังคม (Agency of Social Control)
2. รายงานข่าวสาร (To Inform)
3. ให้ความรู้ (To Educate)
4. ให้ความบันเทิง (To Entertain)
5. ทำการสืบสวน (To Investigate)
6. ทำการจูงใจ (To Persuade)

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนชนิดหนึ่ง ซึ่งถือว่าเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดข่าวสารออกไปให้ผู้ฟัง และถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีอิทธิพลในการช่วยทำให้เกิดขบวนการในการพัฒนาประเทศขึ้น ซึ่งเป็นสื่อกลางระหว่าง รัฐบาลและประชาชน ดังที่มีกฎหมายว่าด้วยระเบียบวิทยุกระจายเสียงของส่วนราชการ ปี 2511 กล่าวไว้ว่า

⁵ ชวรัตน์ เชิดชัย ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หน้า 105 - 107.

ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงของส่วนราชการ พ.ศ. 2511

โดยที่พิจารณาเห็นว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงประชาชนได้โดยรวดเร็วและแพร่ไปได้ในขอบเขตที่กว้างขวาง อันทำให้มีผลกระทบต่อการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ทั้งทางตรงและโดยปริยาย

ฉะนั้น เพื่อให้สถานีวิทยุกระจายเสียงของราชการทุกอย่างเป็นประโยชน์โดยแท้จริงแก่รัฐและประชาชนให้มากที่สุด และเพื่อให้สถานีวิทยุกระจายเสียงเหล่านี้มีสิทธิตลอดจนการปฏิบัติอันเสมอเหมือนกัน คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเกี่ยวกับการส่งวิทยุกระจายเสียงให้กระทำเพื่อวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมแนวนโยบายและประโยชน์ส่วนรวมของประเทศชาติ ทั้งในด้านการเมือง การทหาร การเศรษฐกิจและสังคม
2. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความจงรักภักดีต่อประเทศชาติ ศาสนาและพระมหากษัตริย์
3. ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคีร่วมมือร่วมใจกันและกัน
4. เชิญชวนให้ประชาชนตอบโต้และต่อต้านศัตรู ตลอดจนลัทธิที่เป็นภัยต่อประเทศชาติ และมีความร่วมมือกับมิตรประเทศ
5. เป็นสื่อมวลชนที่ดีสำหรับการสื่อสารทั่วไปและข่าวจากรัฐบาลไปสู่ประชาชน เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีและถูกต้องโดยรวดเร็ว
6. สนับสนุนกิจการเกี่ยวกับการศึกษาของชาติ
7. ส่งเสริมให้ประชาชนช่วยกันรักษาวัฒนธรรม ขนบประเพณีและภาษาไทยให้ดำรงอยู่ด้วยดี
8. ให้ความรู้และความบันเทิงแก่ประชาชนโดยชอบด้วยวัฒนธรรม ขนบประเพณีและ

ธีรธรรม ธีรธรรม, รวมกฎหมายสื่อมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

ศีลธรรม

9. ร่วมมือกับนานาชาติที่เป็นมิตรของประเทศไทยในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรายการที่เป็นประโยชน์แก่ส่วนรวม เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

การที่ประเทศไทยได้ยอมรับประโยชน์วิทยุและนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศนี้ เป็นเพราะวิทยุมีข้อได้เปรียบสื่อมวลชนประเภทอื่น ๆ หลายประการ

1. เวลา วิทยุสามารถเข้าถึงประชากรได้อย่างกว้างขวางทั่วถึงในเวลาอันรวดเร็ว⁷
2. ผู้ฟังที่ไม่รู้หนังสือ อ่านไม่ออก เขียนไม่ได้ก็สามารถเข้าใจรายการวิทยุได้
3. วิทยุมีความรวดเร็วในการเสนอข่าว ทำให้ได้รับข่าวสารจากวิทยุทัน ข้อเท็จจริงเบื้องต้น (Primary Facts) ที่ผู้ฟังติดตามหารายละเอียด จากสื่อชนิดอื่นต่อไป⁸
4. วิทยุสามารถแบ่งสรรกลุ่มผู้ฟังได้ตามสภาพภูมิศาสตร์ จึงทำให้สามารถเป็นข่าวสารได้เฉพาะท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งได้ เพื่อกลุ่มผู้ฟังโดยเฉพาะ¹⁰

⁷ วัชรวิ จันทาโม ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง ต่อหน้าที่ของสื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาประเทศ : ศึกษาเฉพาะกรณีผู้ผ่านการอบรมหลักสูตรเจ้าหน้าที่ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงจากโรงเรียนการประชาสัมพันธ์ กรมประชาสัมพันธ์ วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2526 หน้า 21.

⁸ วัชรวิ จันทาโม เรื่องเดียวกัน หน้า 22.

⁹ ชาตรี รวีเจริญ การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงในการแก้ไขความขัดแย้ง : ศึกษาเฉพาะกรณีการแก้ไขความขัดแย้งเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งผลิตไฟฟ้าพลังน้ำในจังหวัดกาญจนบุรี ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2527 หน้า 45.

¹⁰ ชาตรี รวีเจริญ เรื่องเดียวกัน หน้า 45.

5. การลงทุนผลิตรายการวิทยุเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นแล้ว ต้นทุนต่อคนของวิทยุจะอยู่ในอัตราต่ำกว่าพอควร¹¹

6. การผลิตรายการวิทยุมีขั้นตอนที่ไม่ต้องใช้เวลาามาก จึงสามารถใช้เสนอข่าวสารได้บ่อยครั้งในแต่ละวัน ซึ่งทำให้เนื้อหาสาระของข่าวสารทันสมัยอยู่ตลอดเวลา¹²

7. สามารถสร้างความรู้สึกทางอารมณ์ได้ดี โดยใช้เสียงประกอบ (Sound Effect) หรือน้ำเสียงต่าง ๆ ได้ เหมือนผู้ฟังได้เข้าไปอยู่ในสถานที่เกิดเหตุการณ์นั้นจริง ๆ เช่น รายการถ่ายทอดเสียงซีเกมส์ครั้งที่ 15, การแสดงต่าง ๆ เป็นต้น¹³

8. วิทยุกระจายเสียงสามารถเสนอข่าวได้บ่อยครั้ง สามารถเสนอเนื้อหาสั้น ๆ กันได้และทำได้ทันที ข่าวจึงมีความสดใหม่ในเนื้อหา¹⁴

แต่อย่างไรก็ตามโดยธรรมชาติของสื่อวิทยุเอง ก็ถือว่ามีข้อจำกัดบางประการคือ¹⁵

1. รายการวิทยุกระจายเสียง ผู้ฟังไม่สามารถกลับมาย้อนฟังอีกครั้งและไม่สามารถเขียนบันทึกได้ทันทีเมื่อต้องการ

2. ผู้ฟังต้องใช้สมาธิพอควรในการรับฟัง จึงได้เนื้อหาสาระและข้อความที่สมบูรณ์

3. วิทยุกระจายเสียงใช้การฟังเป็นหลัก ผู้ฟังต้องใช้จินตนาการเอาเอง ฉะนั้นต้องจัดรายการให้เหมาะแก่การฟัง การเสนอรายการบางประเภท อาจไม่ได้ผลดี จำเป็นต้องมีการปฏิบัติควบคู่ไปด้วย

4. การรับฟังวิทยุกระจายเสียง ต้องฟังตรงตามเวลาที่ทางสถานีเสนอ จึงไม่สะดวกต่อผู้ฟังในบางโอกาส อาจแก้ไขโดยการบันทึกเสียงฟังแต่ก็เกิดความยุ่งยาก

¹¹ ชาตรี รุ่งเจริญ เรื่องเดียวกัน หน้า 45.

¹² ชาตรี รุ่งเจริญ เรื่องเดียวกัน หน้า 45.

¹³ อรรถพร เขียรถาวร วิทยุกระจายเสียงและการผลิตรายการ ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย พ.ศ. 2524, หน้า 60.

¹⁴ อรรถพร เขียรถาวร เรื่องเดียวกัน หน้า 61.

¹⁵ อรรถพร เขียรถาวร เรื่องเดียวกัน หน้า 72.

Emile G. McAnany แห่ง Stanford University กล่าวถึงบทบาทของวิทยุในการพัฒนาประเทศ 5 ประการคือ¹⁶

1. ควรจะมีการจัดสรรงบประมาณ เพื่อใช้ในโครงการของวิทยุตามลักษณะความแตกต่างกันของยุทธวิธี เพื่อจะนำงบบ้างก่อให้เกิดผลในการพัฒนา
2. ควรเน้นถึงแผนงานและวัตถุประสงค์ของผู้รับผิดชอบในการพัฒนา ซึ่งใช้วิทยุเป็นยุทธวิธีในการศึกษา
3. การใช้วิทยุควรพยายามสร้างความมีส่วนร่วมให้มากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับผลสะท้อนกลับ (Feedback) จากผู้ฟัง
4. การใช้วิทยุ ควรต้องสัมพันธ์กับการใช้สื่ออื่น ๆ ประกอบกันด้วย
5. วิทยุอาจจะถูกเลือกใช้ในพื้นที่ที่มีความต้องการการรับรู้เพิ่มเติม
6. จำเป็นต้องมีการทำวิจัยเกี่ยวกับยุทธวิธีต่าง ๆ ของการใช้วิทยุในการพัฒนาอีก
7. การฝึกฝนผู้ผลิตรายการควรเน้นความชำนาญพื้นฐานและความเข้าใจในวิธีการที่จะนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมาย
8. วิทยุควรร่วมประสานงานกับทางฝ่ายบริหารการเมืองเพื่อควบคุมโครงการพัฒนาและกับฝ่ายเศรษฐกิจ เพื่อนำไปสู่การใช้เทคโนโลยีที่กว้างไกลในการพัฒนา

¹⁶Emile G. McAnany Radio'S Role in Development Five Strategies of VSC. (Waslnington : Imformation Center on Instructional Technology, 1973). pp. 23 - 24.

นอกจากนี้ ยังมีผู้ที่กล่าวถึงบทบาทของวิทยุต่อการควบคุมทางสังคมไว้ว่า¹⁷

1. การควบคุมพฤติกรรมเชิงสังคม อิทธิพลของวิทยุได้นำหลักการควบคุมสังคมประเภทกลอุบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณาชวนเชื่อมาใช้อย่างมาก
2. การควบคุมพฤติกรรมเชิงเศรษฐกิจ เป็นการควบคุมการผลิต การบริโภคและการจำหน่ายจ่ายแจกเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในสังคม โดยเฉพาะอิทธิพลในเรื่องการโฆษณาเพื่อจูงใจผู้บริโภค
3. การควบคุมพฤติกรรมเชิงการเมือง วิทยุเป็นสื่อที่มีพลังในการควบคุมพฤติกรรมเชิงการเมืองในประเทศที่กำลังพัฒนา หรือสังคมสมัยใหม่ที่ เป็นสังคมซับซ้อน ทั้งนี้เพราะวิทยุช่วยให้มวลชนได้รับข่าวสารทางการเมือง ทั้งภายนอกและภายในอย่างกว้างขวาง ซึ่งมีผลต่อทัศนคติ ความเชื่อ ความคิดเห็นต่อข่าวสาร

ลักษณะรายการวิทยุที่ดี¹⁸

ในการพิจารณารายการวิทยุว่ารายการใดดีมีคุณภาพ จำเป็นต้องพิจารณาที่องค์ประกอบ

3 องค์ประกอบ คือ

1. รูปแบบรายการ
2. เนื้อหาสาระ
3. วิธีการนำเสนอรายการต้องคำนึงถึง ภาษา, เพลงและเสียงประกอบ, วิธีการดำเนินรายการ

¹⁷ ฌม ทรัพย์เจริญ การควบคุมทางสังคม (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2523) หน้า 177 - 180.

¹⁸ ระวีวรรณ ประกอบผล ลักษณะรายการวิทยุที่ดี เอกสารโรเนียว คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2522.

โดยทั่วไปแล้ว สื่อมวลชนมีหน้าที่เสนอข่าวและให้ความบันเทิงแต่ Schramm ได้เสนอ ทฤษฎีเกี่ยวกับความเพลิดเพลีนอันเกิดจากสื่อมวลชนว่า สื่อมวลชนสามารถสร้างความพอใจหรือ ไม่พอใจที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลีนหรือความพึงพอใจให้ผู้รับได้ด้วยลักษณะข่าวสารที่นำเสนอ ไปได้นั้น ทำให้ผู้รับเกิดความสบายใจ พอใจทำให้คนเลือกรับสารในลักษณะเพื่อสนองความพอใจ ของเขาเอง ทางจิตวิทยาพบว่า คนเรามักยอมรับสิ่งที่เป็นความสนุกเพลิดเพลีนมากกว่าจะยอมรับ ความเป็นจริง ซึ่ง Schramm กล่าวว่าทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างจริงจัง¹⁹ จึงเห็นได้ว่า สื่อวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทต่อการพัฒนาอย่างมาก หากรู้จักใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการเอื้ออำนวย ประโยชน์ต่อการพัฒนา

การทดสอบประสิทธิภาพของสื่อ

จุมพล รอดคำดี²⁰ ได้กล่าวถึงการทดสอบประสิทธิภาพของสื่อว่า หมายถึง การวัด ปฏิบัติการของกลุ่มบุคคลที่มีต่อสื่อก่อนนำไปใช้จริงว่าสื่อนั้นสามารถ

1. ถ่ายทอดความรู้และ/หรือสร้างความเข้าใจได้ถูกต้องตามวัตถุประสงค์หรือไม่
2. ลักษณะรายการแบบใดหรืออย่างไรที่สามารถดึงดูดความสนใจได้มากกว่า
3. เนื้อหาที่ส่งไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้หรือไม่

นอกจากเป้าหมายการทดสอบประสิทธิภาพสื่อวิทยุกระจายเสียง จะทำการทดสอบจาก ผู้ฟังในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้หรือความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อ

¹⁹ ศิริชัย ศิริกายะ ทฤษฎีการเล่น เอกสารประกอบการบรรยายวิชาทฤษฎีสื่อมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2524.

²⁰ จุมพล รอดคำดี สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย 2532 หน้า 81 - 98.

2. ความสามารถในการดึงดูดความสนใจหรือกระตุ้นให้เกิดความสนใจต่อไป
3. เนื้อหาที่ส่งไปนั้นเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายโดยตรง

ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชน ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการรถโดยสารประจำทางขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ เกี่ยวกับการจัดให้มีรายการวิทยุบนรถประจำทางสำหรับผู้โดยสารเมื่อเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 2530 การสำรวจได้อาศัยระเบียบวิธีการสำรวจจากตัวอย่าง (Sample Survey Method) จำนวน 2,400 คน เจ้าหน้าที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติออกไปทำการขอสัมภาษณ์ผู้ที่ถูกเลือกเป็นตัวอย่างในการสำรวจ ณ คริว เรือน บันทึกข้อมูลลงในแบบสอบถาม การปฏิบัติงานสนามทำเมื่อปลายเดือนพฤศจิกายน 2530 นำข้อมูลที่ได้นำเข้ากระบวนการประมวลผลด้วยระบบคอมพิวเตอร์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

สรุปผลที่สำคัญซึ่งได้จากการสำรวจดังนี้

1. ประชาชนผู้โดยสารรถประจำทางของ ขสมก. ถึงร้อยละ 91.3 เห็นว่าน่าสนับสนุนการจัดให้มีรายการวิทยุบนรถประจำทางสำหรับผู้โดยสาร ส่วนผู้ที่เห็นว่าไม่สนับสนุนมีเพียงร้อยละ 6.2 ที่ไม่ได้ความเห็น/ไม่ตอบมีประมาณร้อยละ 2.5
 2. ประชาชนที่เคยฟังรายการวิทยุดังกล่าวบนรถประจำทางทั่วไปมีถึงร้อยละ 92.9 ที่ไม่เคยฟังมีร้อยละ 7.1
 3. ในจำนวนผู้เคยฟังรายการวิทยุบนรถประจำทางมีอยู่ร้อยละ 81.9 ที่ตอบว่าชอบรายการต่าง ๆ ที่ตอบว่าไม่ชอบมีอยู่ประมาณร้อยละ 8.9 ไม่ตอบคำถามร้อยละ 9.2 สำหรับเหตุผลสำคัญ ๆ ที่ผู้ตอบว่าไม่ชอบรายการได้แก่
 - 3.1 เห็นว่ารายการที่จัดไม่น่าฟัง
 - 3.2 เบื่อรายการวิทยุ โดยเฉพาะรายการข่าว

- 3.3 ไม่มีเวลาฟัง เพราะขึ้นรถประจำทางเป็นระยะทางสั้น ๆ
- 3.4 ฟังไม่ค่อยรู้เรื่อง/ไม่ค่อยชัดเจนเพราะมีเสียงรบกวน
- 3.5 เห็นว่าเป็นการเสียงบประมาณ/ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นและกลัวว่าจะมีการถือ

โอกาสขึ้นค่าโดยสาร

- 4. ความเห็นของประชาชนที่มีต่อรายการต่าง ๆ
 - 4.1 รายการข่าว ร้อยละ 81.9 ชอบรายการข่าวที่ได้จัดไป ไม่ชอบมีอยู่ ร้อยละ 8.9 และไม่ให้ความเห็นร้อยละ 9.2
 - 4.2 รายการสารคดี/ความรู้ทั่วไป ร้อยละ 75.8 ชอบ และไม่ชอบ 9.3 เปอร์เซนต์ และไม่ให้ความเห็นร้อยละ 14.9
 - 4.3 รายการเพลง /ดนตรี มีผู้ฟังบอกว่าชอบร้อยละ 94.1 ไม่ชอบ 3.5 เปอร์เซนต์ และไม่ให้ความเห็นร้อยละ 2.4
 - 4.4 รายการอื่น ๆ ที่จัดไป มีผู้ฟังร้อยละ 62.5 บอกว่าชอบ ที่บอกว่าไม่ชอบ มีประมาณร้อยละ 12.5 ที่ไม่ให้ความเห็นมีอยู่ร้อยละ 25.0
- 5. ความต้องการให้มีการจัดรายการวิทยุบนรถประจำทางในอนาคต ร้อยละ 9.06 ต้องการให้มีการจัดรายการนี้ต่อไป และไม่อยากจะจัดให้มีวิทยุบนรถประจำทางร้อยละ 6.5 และไม่ออกความเห็นร้อยละ 2.9
- 6. รายการที่เรียกร้องให้มีจัดเพิ่มเติม คือ รายการสรุปข่าวที่น่าสนใจประจำวัน, ประจำสัปดาห์, ข่าวสารการจราจร, ข่าวเพลิงไหม้, ข่าวอุบัติเหตุ, สารคดีการท่องเที่ยว, เกร็ดความรู้ทั่วไปซึ่งเป็นสาระ, เพลงคลาสสิก, เพลงไทยสากลเก่า ๆ, เพลงบรรเลงที่เหมาะสมกับบรรยากาศ และความรู้เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพ/อนามัย
- 7. ประเภทรายการที่อยากจะให้มีน้อยลง คือ รายการโฆษณา, ข่าวซึ่งเป็นทางการ, เพลงลูกทุ่ง, เพลงร็อค, เพลงสากล, การพูดคุยของผู้จัดรายการ และการตอบจดหมายคุณขอมมา

และเมื่อเดือนมีนาคม 2532 ทางสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้จัดให้มีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนเป็นครั้งที่ 2 จำนวนตัวอย่าง 2,000 คน ขึ้นตอนต่าง ๆ กระทำลักษณะเช่นเดียวกับครั้งที่ 1 ซึ่งสามารถสรุปผลที่สำคัญ ๆ จากการสำรวจครั้งที่ 2 คือ ลักษณะเช่นเดียวกับครั้งที่ 1 ซึ่งสามารถสรุปผลที่สำคัญ ๆ จากการสำรวจครั้งที่ 2 คือ

1. การจัดให้มีรายการวิทยุบรรณประจำทาง เพื่อผู้โดยสารรถประจำทางของ

ขสมก. นี้ มีผู้โดยสารให้การสนับสนุน ร้อยละ	96.2
ไม่สนับสนุน ร้อยละ	2.4
ไม่ให้ความเห็น ร้อยละ	1.4
2. มีประชาชนที่เคยฟังรายการวิทยุบรรณประจำทางร้อยละ 95.3 ไม่เคยฟังร้อยละ 4.4
3. ความเห็นของประชาชนผู้โดยสารรถประจำทางที่ได้ฟังรายการวิทยุต่อรายการประเภทต่าง ๆ มีดังนี้

3.1 ประเภทข่าว ร้อยละ	87.5	ชอบ
ร้อยละ	9.8	ไม่ชอบ
ร้อยละ	2.7	ไม่ออกความเห็น

3.2 ประเภทสารคดี/ ความรู้ทั่วไป จำนวนร้อยละ 80.7 ตอบว่าชอบประเภทรายการดังกล่าว ไม่ชอบร้อยละ 11.8 และไม่ให้ความเห็นจำนวนร้อยละ 7.5
4. รายการเพลงที่มีผู้นิยมสูงสุด คือ รายการด้วยรักและผูกพัน
5. รายการเพลงที่ต้องการให้จัดเพิ่มขึ้น คือ เพลงประเภทไทยสากลลูกกรุง
6. รายการที่ต้องการให้มีมากขึ้นคือ สรุปข่าว
7. ข้อเสนอแนะที่สำคัญในการปรับปรุง คือ ในด้านของคุณภาพเสียง, การดูแลให้พนักงานขับรถเปิดวิทยุตลอดเวลา เป็นต้น

นอกจากข้อมูลการสำรวจของสภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติดังกล่าวจำนวน 2 ครั้งแล้ว นักศึกษาปริญญาโทจากสถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์ (นิด้า) ได้ร่วมมือออกทำการวิจัยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บริการของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ และจังหวัดใกล้เคียง ที่กล่าวข้างต้น กับฝ่ายประสานงานเขต ขสมก. เมื่อปี พ.ศ. 2529 พบว่า

1. มีผู้ใช้บริการรถประจำทาง ขสมก. แบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา คือ
06.00 - 09.00 น. 09.00 - 15.00 น. และ 15.00 - 18.00 น. พบว่าสูงถึง
658,040 คน 490,780 คน และ 658,040 คน เรียงตามลำดับ ต่อวัน
2. อัตราส่วนร้อยละกลุ่มผู้ใช้รถโดยสารประจำทางของ ขสมก. จำแนกตามอาชีพ
ได้คือ อาชีพ รับราชการ, รัฐวิสาหกิจ ใช้บริการร้อยละ 18.9 อาชีพรับจ้าง, ค้าขายร้อยละ
37.6 และอาชีพนักเรียน, นักศึกษา จำนวนร้อยละ 38.5 อีกร้อยละ 3 เป็นอาชีพอื่น ๆ
3. ผู้ที่ใช้บริการรถประจำทางของ ขสมก. มีอายุระหว่าง 15 - 25 ปี สูงสุดคือ
ร้อยละ 58.6 รองลงมาคือ อายุ 26 - 45 ปี จำนวนร้อยละ 26.7 อันดับที่สามคือ อายุต่ำกว่า
15 ปี ร้อยละ 9.9 โดยพิจารณาเรื่องเพศด้วย พบว่า อัตราส่วนเพศชาย, หญิงที่ใช้บริการมีอัตราส่วน
ใกล้เคียงกัน คือ เพศชายใช้บริการร้อยละ 52 เพศหญิงใช้บริการร้อยละ 48
4. ระดับการศึกษาของผู้ใช้บริการรถโดยสาร ขสมก. สูงกว่า มีชั้นมัธยมศึกษา
ร้อยละ 80.5
5. รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการรถโดยสาร ขสมก. ที่มาใช้บริการมากที่สุด คือ
ผู้ที่มีรายได้ระหว่าง 2,501 - 4,000 บาท อัตราร้อยละ 35.8 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 2,500
บาท คือร้อยละ 29.2

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications)²¹

ปี 1944 Herzog ศึกษาเกี่ยวกับความพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละคร
วิทยุภาคกลางวัน พบว่าผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารมีแนวโน้มว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้
รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้

²¹ ยูล เบ็ญจรงค์กิจ การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ : ทฤษฎี
งานวิจัยและข้อเสนอสื่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ : วารสารนิเทศศาสตร์ ปีที่ 6 เดือน
สิงหาคม 2528 หน้า 32 - 38

ปี 1950 Lazarsfeld พบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย้ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมั่นใจในการเลือกแต่เดิมของตนมากขึ้นเท่านั้น

การศึกษาดังกล่าวทำให้เกิดแนวคิดว่า ในการสื่อสารนั้นผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก

ปี 1973 Katz และคณะ ศึกษาข้อมูลและรวบรวมได้เป็นองค์ประกอบที่เป็นมาตรฐานวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมมนุษย์ขึ้นได้แก่

1. Mode คือ ลักษณะการของความต้องการ เช่น
 - ก. ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - ข. ต้องการให้ลดน้อยลง
 - ค. ต้องการให้ได้มา
2. Connection คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสื่อภายนอก คือ
 - ก. การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - ข. การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - ค. การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคงและสถานภาพ
 - ง. การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์
3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่
 - ก. ตนเอง
 - ข. ครอบครัว
 - ค. เพื่อนฝูง
 - ง. สังคม รัฐบาล
 - จ. ขนบประเพณีวัฒนธรรม
 - ฉ. โลก
 - ณ. สื่อภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายน้อยลง

โดยสร้างมาตราวัด (Rating Scale) ระดับของการตระหนักในความสำคัญของความต้องการแต่ละอย่างของบุคคล (Individual's Need Salience) โดยใช้มาตราวัด

4 ระดับ คือ ความต้องการ (1) สำคัญมาก (2) สำคัญพอใช้ (3) ไม่ค่อยสำคัญนัก (4) ไม่สำคัญเลย

นอกจากนี้ Katz และคณะได้วัดระดับความพึงพอใจ (Gratifications) ที่ผู้รับสารได้รับจากสื่อประเภทต่าง ๆ โดยใช้วิธีการคล้ายคลึงกัน คือสร้างมาตราวัดความพอใจที่สื่อมวลชนแต่ละประเภท ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หนังสือและภาพยนตร์ ให้แก่ผู้รับสารว่าสามารถช่วยในการสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารความเป็นไปได้อย่างไร (1) ช่วยได้มาก (2) ช่วยได้พอควร (3) ไม่ค่อยช่วยนัก (4) ไม่ได้ช่วยเลย และหากสื่อเหล่านี้ไม่ให้ความพอใจตามที่ต้องการแล้ว มีอะไรบางอย่างที่สนองความต้องการเหล่านั้นได้

อีกทั้ง Katz และคณะพบว่า สื่อมวลชนช่วยในการสนองความต้องการที่จะหนี (Escape) จากสภาพเป็นจริงได้ดี และคนที่ให้ความสำคัญต่อความต้องการรักษาสถานภาพของตัวให้มั่นคงมักจะเห็นว่า สื่อช่วยในการสนองความต้องการนี้ได้ดี

ปี 1974 Katz และคณะ ได้สรุปแบบแผนการศึกษาสื่อเหล่านี้ว่า "การศึกษากาไรใช้สื่อเพื่อประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจคือ การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคลซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่น ๆ ของแต่ละบุคคลยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน"

ซึ่งอธิบายได้เพิ่มเติมว่า สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิดความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย

การวิจัยกาไรใช้สื่อเพื่อประโยชน์และ ความพึงพอใจซึ่งเป็นแนวคิดเดียวกับหน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีต่อผู้รับสาร นิยมใช้การวิเคราะห์ด้วย factor Analysis ซึ่งเป็นสถิติที่ใช่วิธีการของ Multivariate Regression Analysis เพื่อจัดความต้องการต่าง ๆ เข้าอยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือต่างกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์บ่งระดับของความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการแต่ละคนกับแต่ละกลุ่ม

แบบจำลองการใช้สื่อเพื่อสนองความพอใจ

Katz และคณะ (ปี 1974) ได้สร้างแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ และพึงพอใจดังนี้

