

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง “สถานีวิทยุสถาบันการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชน” จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร รายงานประจำปี รายงานการประชุม ผังรายการ เว็บไซต์ของสถานี การสัมภาษณ์ผู้บริหารสถานีฯ และใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คน ที่สามารถรับฟังรายการจากสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา 3 แห่ง คือ สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย กรุงเทพฯ, สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ และสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี จังหวัดปัตตานี เพื่อสะดวกแก่การทำความเข้าใจจึงนำเสนอผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

**ส่วนที่ 1 การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) มีกรอบการศึกษาในประเด็น ต่อไปนี้**

นโยบายการบริหารงาน เป้าหมายและพันธกิจ งบประมาณดำเนินงาน รายได้ สัดส่วนรายการ เนื้อหารายการ เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง

#### 1.1 สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย F.M. 101.5 MHz. (สถานีวิทยุจุฬาฯ)

**ความเป็นมา**

สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อปี พ.ศ. 2501 โดยกลุ่มนิสิต ฝ่ายแสงและเสียง สโมสรนิสิตจุฬาฯ เพื่อใช้ในการกิจกรรมสโมสรของนิสิต เริ่มส่งกระจายเสียงอย่างเป็นทางการในวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2508 ในระบบ F.M. Stereo Multiplex 101.5 MHz. กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ เสาอากาศสูง 48 เมตร อยู่ในความดูแลของหน่วยโสตทัศนศึกษา กลาง สำนักงานเลขาธิการ มีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกของมหาวิทยาลัยในการติดต่อระหว่างนิสิตเก่า นิสิตปัจจุบัน และเปิดโอกาสให้อาจารย์และนิสิตผลิตรายการเพื่อประชาชนทั่วไป โดยมี ศาสตราจารย์สำเภา วรางกูร อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์เป็นหัวหน้าสถานีฯ คนแรก

ต่อมาใน ปี พ.ศ. 2520 สถานีวิทยุจุฬาฯ โอนมาสังกัดฝ่ายวิชาการ สำนักงานอธิการบดี เพื่อให้ การปฏิบัติงานสอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัยในการเป็นสื่อเพื่อส่งเสริม การศึกษาตลอดชีวิต และให้บริการทางวิชาการแก่สังคม โดยมี ศาสตราจารย์อาภรณ์ เก่งพล อาจารย์ประจำคณะวิศวกรรมศาสตร์ เป็นหัวหน้าสถานีคนที่ 2

ปี พ.ศ. 2534 ถึงปัจจุบัน รองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ เป็นหัวหน้าสถานีคนที่ 3 และปัจจุบันเปลี่ยนเป็นตำแหน่ง “กรรมการผู้อำนวยการสถานีวิทยุจุฬาฯ”

จากเหตุการณ์พฤษภาทมิฬที่เกิดขึ้นในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2535 สถานีวิทยุจุฬาฯ ได้แสดงบทบาทในฐานะสื่อมวลชน เผยแพร่มติที่ประชุมอธิการบดี(ทปอ.)ให้ประชาชนตลอดจนผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ อย่างกว้างขวาง โดยมุ่งนำเสนอข้อมูลความจริงที่นำไปสู่การแก้ไขปัญหาบ้านเมืองได้อย่างเหมาะสม จนได้รับรางวัล “สื่อดีเด่นประเภทรายการวิทยุ” จากมูลนิธิสื่อสร้างสรรค์ เมื่อเหตุการณ์ดังกล่าวคลี่คลายไปในทางที่ดีศาสตราจารย์ นายแพทย์จรัส สุวรรณเวลา อธิการบดีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในขณะนั้นได้กำหนดนโยบายให้สถานีวิทยุจุฬาฯ มีบทบาทในการนำเสนอรายการเพื่อสนับสนุนแนวคิดประชาธิปไตยและชี้นำสังคมเพิ่มขึ้น นอกเหนือจากการให้ความรู้ในสาขาวิชาต่างๆ แล้ว สถานีวิทยุจุฬาฯ ได้ปรับปรุงโครงสร้างการบริหารงานไปสู่รูป “วิสาหกิจ” คือสามารถจัดหารายได้ให้เพียงพอต่อการดำเนินงาน และพัฒนาการด้านการบริหารงานที่คล่องตัวเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานด้านสื่อสารมวลชนมากขึ้นและได้รับการประกันคุณภาพตามระบบ ISO 9001 : 2000 นอกจากนี้ มีการปรับปรุงคุณภาพการส่งกระจายเสียงสร้างเสาอากาศใหม่ให้สูงขึ้นเป็น 150 เมตร โดยได้รับการสนับสนุนจากบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)

ต่อมาในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2547 คณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุจุฬาฯ มีมติเห็นสมควรให้มีการปรับปรุงการดำเนินงานของสถานีอีกครั้งหนึ่งใน 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้านบุคลากร และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นับเป็นการปรับองค์กรในก้าวที่สำคัญอีกหนึ่งก้าวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ในปี พ.ศ. 2547 สถานีวิทยุจุฬาฯ ได้รับรางวัล “The Best University of Broadcasting” จากกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รางวัลส่งเสริมสถาบันครอบครัวดีเด่น ประจำปี 2547 ประเภทรายการวิทยุ “รายการสำนึกของสังคม” จากกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เนื่องในโอกาสครบรอบ 10 ปี ปีครอบครัวสากลของสหประชาชาติ และรางวัลต่อต้านยาเสพติดโลก ในประเทศไทย ครั้งที่ 2 ประเภทรายการวิทยุผู้ให้ข่าวสารในการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด จากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ปปส.) และในปีพ.ศ. 2548 แผนกข่าวได้รับรางวัลชมเชยประเภทสารคดีวิทยุ จากผลงาน “โหมโรง หุ่นละครเล็ก” จากมูลนิธิ แสงชัย ศูนย์ทิวทัศน์

นอกจากนี้สถานีวิทยุจุฬาฯมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารและการจัดทำรายการกับต่างประเทศ เช่น VOA ของสหรัฐอเมริกา ABC Radio ของประเทศออสเตรเลีย DW ของประเทศเยอรมัน และสถานีวิทยุ CRI แห่งประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

## นโยบายการบริหารงาน

สถานีวิทยจุฬาฯ เป็นสถานีวิทยเพื่อการศึกษาที่ให้ความรู้ทางวิชาการแก่ผู้ฟังแต่ละกลุ่มเป้าหมาย มีรูปแบบรายการที่เหมาะสมและเนื้อหาที่เป็นองค์ความรู้จากคณะวิชาและสถาบันต่างๆ ในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สามารถส่งกระจายเสียงผ่านอากาศและระบบสายมัลติมีเดีย ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศ และทั่วโลก มีระบบการประกันคุณภาพ และมีบทบาทเป็นผู้นำในเครือข่ายสถานีวิทยของสถาบันการศึกษา ทหารายได้เลี้ยงตัวเองแต่ไม่แสวงหากำไร(Non-Profit Organization) โดยมีคณะกรรมการบริหารทำหน้าที่ควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายที่มหาวิทยาลัยกำหนด และมีกรรมการผู้อำนวยการและผู้จัดการสถานี โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1. เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร ความรู้ สาระบันเทิง แสดงบทบาทการเป็นผู้นำชี้สังคม ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และให้การศึกษาแก่ประชาชนทั่วไปอย่างต่อเนื่อง
2. เป็นแหล่งศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารมวลชนและศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเป็นสื่อสัมพันธ์ระหว่างนิสิตแก่นักนิสิตปัจจุบันและมหาวิทยาลัย
3. เป็นกลไกในการสร้างภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยต่อสาธารณชน

## งบประมาณดำเนินงาน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ใช้เงินนอกงบประมาณในการดำเนินจัดตั้งสถานีและบริหารงานมาตั้งแต่ พ.ศ. 2508 จนถึง พ.ศ. 2536 มหาวิทยาลัยปรับโครงสร้างองค์กรและให้สถานีวิทยจุฬาฯ จัดหารายได้ภายใต้กฎเกณฑ์ของคณะกรรมการบริหารสถานี เพื่อนำมาบริหารจัดการได้เอง

## รายได้

สถานีวิทยจุฬาฯ มีรายได้จากผู้สนับสนุนรายการ การจัดโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายการและจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เป็นผู้ร่วมผลิตกับสถานีฯ

## สัดส่วนรายการ

เวลาส่งกระจายเสียงตั้งแต่ 06.00 – 24.00 น. รวม 18 ชั่วโมง จากผังรายการในปี 2549 สถานีวิทยจุฬาฯ มีรายการต่างๆ แบ่งได้ ดังต่อไปนี้

- รายการความรู้	63.0 %
- รายการสาระบันเทิง	18.5 %
- รายการข่าว	13.0 %
- รายการบันเทิง	5.5 %

## เนื้อหารายการ

สถานีวิทยุจุฬาฯ ผลิตรายการประเภทต่างๆ มีเนื้อหา ดังนี้

(1) รายการข่าว เป็นการรายงานข่าว วิเคราะห์ข่าว สรุปข่าว ได้แก่ เจาะข่าวเช้านี้ ข่าวต้นชั่วโมง จับกระแสข่าว สรุปข่าว การเมืองเรื่องน่ารู้ สารพันข่าวสาร

(2) รายการความรู้ นำเสนอสาระความรู้ที่จัดโดยแผนกรายการของสถานี จัดโดยคณาจารย์จากคณะ/สถาบันในมหาวิทยาลัย และจัดโดยหน่วยงานภายนอก ได้แก่ เครือข่ายสายตรงวิทยุสถาบัน เปิดประตู สุ่มมหาวิทยาลัย คลินิก 101.5 คู่กันสักนิด สำนักของสังคม ไอทีน่ารู้ ทันโลกวิทยาศาสตร์ วิทยาศาสตร์การกีฬา สัตวแพทย์สนทนา จิตวิทยาเพื่อคุณ จุฬาวิทยานิพนธ์คุยกับคนตรี ถิ่นใหม่ไฟ จุฬาวาซิต คนตรีไทยมีคุณคุณค่ายค่า ไทยศึกษา วัยงาม สาระสนทนา ช่วงกิดชวนคุย พุดจาประสาช่าง รอบตัวเรา นิติมิติ จับจ้องมองสื่อ ภาษาพาคิด ภาษาอังกฤษครอบจักรวาล อังกฤษอินเทอร์เน็ต ชั่วโมงนักรบริหาร เวลาผู้จัดการ ส่งเสริมธุรกิจ ชั่วโมงเสริมธุรกิจ ปกิณกะประชาธิปไตย ใต้ร่มจามจรี รู้ลึก รู้ชัดกับหอประวัติจุฬาลงกรณ์วิทยุ(เจ้าไล) สานสัมพันธ์ไทย-จีน

(3) รายการสาระบันเทิง นำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ควบคู่กับเพลง ได้แก่ คนตรีคลาสสิก Weekend Concert Evening Bliss (คนตรีแจ๊ส)

(4) รายการบันเทิง เพลินเพลงสุดสัปดาห์ ลูกทุ่งเพลงเด็ด 101.5 Evening Bliss (เพลงสากล) สุขกันเถอะเรา

## เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง

สถานีวิทยุจุฬาฯ ยังคงใช้การส่งกระจายเสียงระบบ F.M. Stereo Multiplex 101.5 เมกะเฮิร์ตซ์ และมีการพัฒนาให้สามารถเผยแพร่สัญญาณผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ฟังติดตามฟังรายการสดขณะออกอากาศและติดตามฟังรายการที่สนใจย้อนหลังได้ด้วย ทางเว็บไซต์ [www.curadio.chula.ac.th](http://www.curadio.chula.ac.th)

## 1.2 สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ F.M. 100 MHz. (สถานีวิทยุเสียงสื่อสารฯ)

### ความเป็นมา

สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตั้งอยู่บริเวณมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ออกอากาศทางคลื่นความถี่ F.M. 100 เมกะเฮิร์ตซ์ ในระบบ F.M. Stereo Multiplex ได้ทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2510 ต่อมา มีประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 85 ตอนที่ 19 วันที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2511 ใช้กฎกระทรวงฉบับที่ 4

(พ.ศ. 2511) ออกตามความในพระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 การจัดตั้งสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เพื่อให้นักศึกษาได้ใช้ทดลองทางวิชาการและการฝึกหัดวิชาการสื่อสารมวลชนให้มีความชำนาญ ผู้บุกเบิกงานของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนในยุคแรก คือ ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร. ม.ล. คຸ້ຍ ชุมสาย อดีตคณบดีคณะมนุษยศาสตร์คนแรก และอาจารย์เจริญพันธ์ ชุมสาย ณ อยุธยา อดีตหัวหน้าภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ ต่อมาได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารงานสถานีหลายครั้ง จนปัจจุบันมีการบริหารงานในรูปแบบคณะกรรมการดำเนินงาน

### นโยบายการบริหารงาน

สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีโครงสร้างการบริหาร คือ คณบดี คณะสื่อสารมวลชนเป็นผู้บริหาร และมอบหมายให้รองคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษดูแลในรูปแบบคณะกรรมการบริหารสถานี และมีผู้อำนวยการสถานีบริหารจัดการสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน โดยกำหนดพันธกิจไว้ คือ มุ่งมั่นให้บริการวิชาการ ด้านข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น มีวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำด้านบริการวิชาการแก่ชุมชนผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ และควบคุมการทำงานด้วยระบบประกันคุณภาพของมหาวิทยาลัย และหารายได้นำไปพัฒนาการศึกษา การบริการชุมชน การพัฒนาบุคลากรและองค์กรให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ ส่วนวัตถุประสงค์ของสถานีฯ คือ

1. เป็นสถานีที่ฝึกงานวิชาชีพของนักศึกษาตามหลักสูตรการสื่อสารมวลชน
2. เพื่อเสนอข่าวสารข้อมูล การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและการมีส่วนร่วมของประชาชน
3. เพื่อเสนอรายการที่ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจในการพัฒนาทางการศึกษา ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม
4. เป็นสถานที่เพิ่มทักษะและประสบการณ์วิชาชีพของคณาจารย์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงการเรียนการสอน
5. นำรายได้จากการโฆษณาทางธุรกิจไปพัฒนาการจัดการศึกษา การบริการชุมชน การพัฒนาบุคลากรและองค์กรให้สามารถเลี้ยงตนเองได้
6. เป็นสื่อกลางประชาสัมพันธ์กิจกรรมของหน่วยงานต่างๆ ในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## งบประมาณดำเนินงาน

สถานีวิทยูเสียงสื่อสารมวลชนได้รับงบประมาณดำเนินงานจากงบประมาณแผ่นดิน และในปีพ.ศ. 2547 ได้รับงบประมาณแผ่นดินเพิ่มเติมเพื่อผลิตรายการสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาสังคม การแก้ปัญหาคความยากจนและยกระดับคุณภาพชีวิตผ่านเว็บไซต์ของสถานีฯ

## รายได้

สถานีวิทยูเสียงสื่อสารมวลชน มีรายได้จากการร่วมผลิตรายการกับภาคเอกชน โดยมีเจ้าหน้าที่ของสถานี เป็นผู้ดำเนินรายการร่วม และรายได้จากผู้สนับสนุนรายการนำส่งเป็นรายได้มหาวิทยาลัย

## สัดส่วนรายการ

เดิมสถานีฯออกอากาศในช่วงเวลา 18.00-22.00 น. เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาสาขาวิทยุกระจายเสียงของภาควิชาการสื่อสารมวลชนได้ฝึกปฏิบัติผลิตรายการจนถึงปี 2529 สถานีฯได้เพิ่มเวลาของการกระจายเสียงเพื่อบริการชุมชนรวมทั้งเพิ่มอัตรากำลังของบุคลากรทั้งนักจัดรายการ, นักข่าวและช่างเทคนิคปัจจุบันสถานีออกอากาศตั้งแต่เวลา 05.00 - 23.00 น. โดยมีสัดส่วนของรายการต่าง ๆ ดังนี้

### วันจันทร์-วันศุกร์

- ข่าว	36%
- สารความรู้	21%
- บริการธุรกิจ	4%
- เสารบันเทิง	39%

### วันเสาร์-วันอาทิตย์

- ข่าว	26%
- สารความรู้	28%
- บริการธุรกิจ	4%
- เสารบันเทิง	42%

## เนื้อหารายการ

รายการวิทยุที่ส่งกระจายเสียงทาง เอฟ เอ็ม 100 มีดังต่อไปนี้

(1) รายการข่าว เป็นรายการข่าวที่นำเสนอในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ เปิดโลกเช้านี้ ข่าวสารล้านนา ข่าวจาก สวท. เกาะกระแสข่าว เล่าสู่กันฟังโดยอธิการ มข. ข่าวต้นชั่วโมง

(2) รายการสาระความรู้ มีเนื้อหาสาระความรู้หลากหลาย ได้แก่ ร่วมด้วยช่วยกัน มรดก ล้านนา ล้านนาโลกาภิวัตน์ สุขภาพจิต-สวนปรุง วิทยทอง เสริมสร้างสุขภาพกับหอมสวนดอก เกษตรใกล้ตัว นานาทัศน์สะก๊ับทันตแพทย์ ชวนคิดชวนคุยกับบัณฑิตวิทยาลัย พาเที่ยวเมืองไทย นิคมสารไทย เสียงแห่งสาระ Money Tip มองคนละมุม(โครงการพื้นที่ทางสังคมและสื่อทางเลือก) e-english.emu(ภาควิชาภาษาอังกฤษ) ตะวันออกปริทัศน์(สาขาวิชาภาษาตะวันออก) มนุษย์สัมพันธ์ (ภาควิชามนุษย์สัมพันธ์) เวทีประชาสังคม ผญาชุมชน(ภาคประชาชน) ระเบียบศิลป์ถิ่นล้านนา หอการค้าสนทนา เพื่อนผู้บริโภค

(3) รายการสาระบันเทิง ได้แก่ โลกกับเพลง บ้านนี้มีเพลง ฟังสบายยามบ่าย ดนตรีลีลา One-O-O So Cool : Refresh & Relax The Movie Show Smile Club โลกสวยहारสอง ร้อย เรื่องราว ร้อยลีลา คลาสสิก คลาสสิก

สำหรับรายการวิทยุที่ผลิตขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ทางเว็บไซต์เท่านั้น [www.fm100mu.com](http://www.fm100mu.com) ภายใต้โครงการ E- Radio มี 10 รายการ คือ รายการเปิดโลกสีเขียว เผยแพร่ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้เกิดการรับรู้ ตระหนัก และตัดสินใจในการแก้ปัญหาที่เกิดกับตัวเองและสังคม รายการไขอาชีพ แนะนำงาน สร้างอาชีพเสริมรายได้ มุ่งเน้นให้ประชาชนมีความเข้มแข็งตามยุทธศาสตร์การพัฒนา สังคมและยกระดับคุณภาพชีวิต ของประชาชน รายการทำมาหากิน เป็นช่องทางหนึ่งในการสนับสนุนและส่งเสริมการสร้างงาน สร้างรายได้โดยให้ผู้ฟังทราบถึงช่องทาง วิธีการประกอบอาชีพ เพื่อให้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลงานออกสู่ตลาด หรือนำไปสู่การเป็นธุรกิจส่งออก รายการรักษ์ล้านนา เพื่อส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าและความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมล้านนา รายการสุขภาพสบายใจ เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเบื้องต้น รายการคลินิกคอม นำเสนอความรู้วิทยาการในโลกไอที (IT) นอกจากนี้ยังมีรายการสุขภาพดีด้วยวิถีไทย รายการตู้ใจวัยทีน รายการก้าวไกลด้วยIT และ รายการชีวิตกับเพลง

#### เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง

สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ การส่งกระจายเสียงระบบ FM 100 เมกะเฮิร์ตซ์ ครอบคลุมพื้นที่ภาคเหนือตอนบน คือ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย(บางส่วน) และแม่ฮ่องสอน (บางส่วน) และเผยแพร่ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ฟังติดตามได้ทางเว็บไซต์ [www.fm100mu.com](http://www.fm100mu.com)

### 1.3 สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี F.M. 107.25 MHz. (สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี)

#### ความเป็นมา

โครงการจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาได้เสนอโครงการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานีได้รับการเห็นชอบจากที่ประชุมคณบดี ครั้งที่ /1 2529 วันที่ 15 มกราคม 2529 ให้แต่งตั้งคณะกรรมการร่างโครงการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ขึ้นเพื่อเสนอคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ขออนุมัติจัดตั้งเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ถูกต้องตามระเบียบเมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2529

สถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานีได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์(กบว.) เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2530 ให้ใช้ความถี่ 107.25 เมกะเฮิรตซ์ กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์และได้ดำเนินการก่อสร้างจนเสร็จสมบูรณ์เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2535 โดยใช้งบประมาณในการก่อสร้างทั้งสิ้น 4,970,000 บาท เริ่มทดลองส่งกระจายเสียงเมื่อวันที่ 24 มกราคม 2535 และได้ทำพิธีเปิดทำการส่งกระจายเสียงอย่างเป็นทางการในวันที่ 13 มีนาคม 2535

#### นโยบายการบริหารงาน

เดิมสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี ดำเนินการภายใต้โครงการจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา และเมื่อโครงการจัดตั้งศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาได้รวมกับหอสมุดจอห์น เอฟ เคนเนดี เป็นสำนักวิทยบริการ สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี จึงดำเนินการภายใต้สำนักวิทยบริการ ต่อมา ตามข้อบังคับของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ว่าด้วยการบริหารงานสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ พุทธศักราช 2535 กำหนดให้สถานีเป็นหน่วยงานภายในของสำนักงานอธิการบดี โดยมีคณะกรรมการอำนวยการสถานีฯ ทำหน้าที่ควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายที่สภามหาวิทยาลัยกำหนด โดยมีอธิการบดีเป็นประธาน คณะกรรมการดำเนินงานประจำวิทยาเขตมีรองอธิการบดีวิทยาเขตปัตตานี เป็นประธานกรรมการและคณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุฯ มีหัวหน้าสถานีเป็นหัวหน้าหน่วยงาน วัตถุประสงค์ของสถานี มอ.ปัตตานี มีดังต่อไปนี้

- (1) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการให้บริการทางวิชาการและความรู้ภาษาไทย ในลักษณะวิทยุกระจายเสียง แก่ชุมชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้
- (2) เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี และความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ประชาชนในท้องถิ่น
- (3) เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภารกิจและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยให้เป็นที่แพร่หลาย



- (4) เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษามหาวิทยาลัยได้ผลิตผลงาน บทความ สารคดี และความรู้ทางวิชาการเผยแพร่ทางสื่อวิทยุกระจายเสียง
- (5) เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ชุมชน ในการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงเพื่อพัฒนาการศึกษาและคุณภาพชีวิต
- (6) เพื่อเป็นแหล่งวิชาการให้นักศึกษา ได้ฝึกปฏิบัติงานด้านวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา
- (7) เพื่อสร้างความบันเทิงแก่ผู้ฟัง
- (8)

#### สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี มีนโยบายการดำเนินงาน ดังนี้

1. ให้มีการจัดสัดส่วนของรายการทางความด้านความรู้ บริการวิชาการ และข่าวไม่น้อยกว่าร้อยละ 35
2. จัดช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อเผยแพร่รายการทางวิชาการ ความรู้ทางวิชาการต่าง ๆ ศิลปวัฒนธรรมและสุขภาพ
3. กระตุ้น สนับสนุน และส่งเสริมให้นักศึกษามหาวิทยาลัยผลิตผลงาน บทความ สารคดี ความรู้ทางวิชาการเพื่อออกอากาศเผยแพร่แก่ประชาชนอันจะช่วยให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากมหาวิทยาลัยมากยิ่งขึ้น
4. จัดช่วงเวลาสำหรับประชาสัมพันธ์ภารกิจและกิจกรรมของมหาวิทยาลัยอย่างเพียงพอ
5. ผลิตและเผยแพร่รายการโดยคำนึงถึงคุณภาพความทันสมัยและแบบอย่างที่ดีของสังคม
6. เปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ใช้สถานที่สำหรับฝึกภาคปฏิบัติตามหลักสูตรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
7. ให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้ดำเนินการบริหารงานของสถานีวิทยุ
8. ให้มีการจัดเวลาเช่าจัดรายการ และโฆษณาสินค้าที่ไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรม เพื่อไม่เป็นภาระต่องบประมาณของมหาวิทยาลัย และเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจอีกส่วนหนึ่งด้วย

#### งบประมาณดำเนินงาน

สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี มีงบประมาณดำเนินการจากรายได้ของสถานีฯ

#### รายได้

รายได้ทั้งหมดมาจากการเช่าเวลาจัดรายการและโฆษณาสินค้าที่ไม่ขัดต่อศีลธรรมและวัฒนธรรม

#### สัดส่วนรายการ

สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี ส่งกระจายเสียงระหว่างเวลา 05.00-24.00 น. รวมเวลา 19 ชั่วโมงต่อวันแบ่งสัดส่วนรายการ ดังต่อไปนี้

บันเทิง	50.89 %
ข่าว	23.27 %
สาระความรู้	19.26 %
การรณรงค์ทางสังคม	3.37 %
บริการธุรกิจ	3.21 %

### เนื้อหารายการ

รายการที่สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี ให้ภาคเอกชนผลิตรายการมีครบทุกประเภทและมีเนื้อหา รายการ ดังนี้

1) รายการข่าว ประกอบด้วยข่าวจาก สวท. ข่าวต่างประเทศ ข่าวจากสำนักข่าว INN ข่าว ท้องถิ่น ข่าวบริการ รายการคุยข่าวเช้าวันหยุด รายการรักกันช่วยกันชายแดนใต้ รายการได้สันติ สุข

(2) รายการสาระความรู้ เป็นรายการวิชาการความยาว 25 นาที รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ วิชาการ ที่มีการจัดการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัย เช่น คนยุคใหม่ใส่ใจสุขภาพ(โครงการผลิต แพทย์เพิ่มฯ) สืบสานภาษามลายู(สำนักส่งเสริมและการศึกษาต่อเนื่อง) ที่นี้ มอ.(คณะ และ หน่วยงานต่างๆ) เป็นต้น รายการสาระความรู้ที่หน่วยงานราชการ เช่น สีสันจาก ชกส. สารความรู้ กับถ้อยคำในกฎหมาย(ศาลจังหวัดปัตตานี แผนกคดีเยาวชนและครอบครัว) หน้าต่างชีวิต (สมาคมวางแผนครอบครัว) 2 นาทีเพื่อชีวิตมีสุข(สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภค) เป็นต้น และ รายการสาระที่ภาคประชาชนผลิตตามโครงการที่สถานีฯ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมใช้สื่อ วิทยุกระจายเสียงตาม รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาตรา 40 เช่น บ้านเสียงใสกับ วิทยุรุ่น(กลุ่มเยาวชนคนวิทยุ) รายการวิทยุชุมชน(กลุ่มวิทยุชุมชนปัตตานี) นอกจากนี้ยังมีรายการ สาระความรู้ 3-5 นาที เช่น ภาษาได้วันละคำ นำนู่น่าคิด สุขภาพของเรา สารคดี เอสเอ็ม แอล เป็น ต้น

(3) รายการบันเทิง เป็นรายการเพลง บ้านเสียงเพลงบรรเลงชีวิต แวะเร็นสาวนุ้ยคุยกัน หนูๆ บ้านสดใสด้วยเสียงเพลง ไดอารี่เพลง เพลงหวานเมื่อวันวาน ลูกทุ่งศรีตรัง ท่องโลก มุสลิมกับอัลฮิจเราะห์

(4) โฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ

(5) สปอตประชาสัมพันธ์เพื่อการรณรงค์ทางสังคม

## เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง

สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี ใช้ส่งกระจายเสียงในระบบ FM 107.25 เมกะเฮิร์ตซ์ ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส(บางส่วน) และสงขลา ในระยะรัศมี 60 กิโลเมตร และมีการเผยแพร่ ทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ [www.bunga.pn.psu.ac.th/radio/](http://www.bunga.pn.psu.ac.th/radio/)

สรุปภาพรวมการดำเนินงานของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาทั้ง 3 แห่งเมื่อผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์แล้วมีประเด็นที่น่าสนใจ สรุปได้ดังต่อไปนี้

## นโยบายการบริหารงาน

สถานีวิทยุจุฬาฯ เป็นสถานีวิทยุเพื่อการศึกษาที่สามารถให้ความรู้ทางวิชาการแต่ละกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยรูปแบบรายการที่เหมาะสมและเนื้อหาที่เป็นองค์ความรู้จาก คณะ สถาบันในมหาวิทยาลัย สามารถส่งกระจายเสียงได้ทั้งทางอากาศและระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยระบบมัลติมีเดียครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและทั่วโลก มีระบบประกันคุณภาพและมีบทบาทเป็นผู้นำสถานีวิทยุในเครือข่ายสถาบันการศึกษารวมทั้งเป็นแหล่งฝึกงาน/วิจัยให้แก่บัณฑิตจุฬาฯและสถาบันอื่น ๆ

ส่วนสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นสถานีที่เป็นผู้ให้บริการด้านวิชาการแก่ชุมชนผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ มุ่งมั่นให้บริการวิชาการด้านข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนในท้องถิ่นและเป็นสถานีฝึกงานวิชาชีพของนักศึกษาตามหลักสูตรการสื่อสารมวลชน

สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานีนั้น เป็นสถาบันวิชาการเพื่อสื่อองค์ความรู้ ภูมิปัญญา คุณค่าของสังคมผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงคู่สังคมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้วยแนวคิดและหลักการของการจัดการศึกษาตามอรรถศาสตร์เพื่อสร้างสรรค์สังคมการเรียนรู้ (Learning Society) บนพื้นฐานสิทธิเสรีภาพการมีส่วนร่วมและความเข้าใจอันดีของประชาคมมหาวิทยาลัยและประชาชน

จุดเด่นของสถานีวิทยุสถาบันที่ 3 แห่งคือการเป็นสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาที่มีรูปแบบและเนื้อหารายการหลากหลาย โดยมีองค์ความรู้จากคณะ/สถาบันในมหาวิทยาลัยเป็นแหล่งข้อมูล

## งบประมาณดำเนินงาน

สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี มีงบประมาณจากรายได้ของสถานีฯ ในขณะที่สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้รับงบประมาณแผ่นดินและส่วนหนึ่งเป็นรายได้จากสถานี

## รายได้

สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีรายได้หลักมาจากผู้สนับสนุนรายการและรายได้  
รองจากการจัดโครงการ/กิจกรรมและการร่วมผลิตรายการกับภาครัฐและเอกชนในขณะที่สถานีวิทยุ  
เสี่ยงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีรายได้จากงบประมาณแผ่นดินและมีผู้สนับสนุนรายการ  
รวมทั้งการร่วมผลิตรายการกับภาคเอกชนและสถานีวิทยุกระจายเสียง มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์  
นั้นมีรายได้หลักจากการให้เช่าเวลาจัดรายการและมีผู้สนับสนุนรายการ

## สัดส่วนรายการ

สถานีวิทยุสถาบันการศึกษาทั้ง 3 แห่งดำเนินงานผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงโดยจัด  
สัดส่วนรายการตาม กฎกระทรวง ฉบับที่ 14 (พ.ศ.2537) ออกตามความในพระราชบัญญัติ  
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498 (กรมประชาสัมพันธ์, 2537) หมวด 3 การควบคุมด้าน  
รายการ ข้อ 12 กำหนดให้สถานีฯ จัดทำ พังรายการหลักให้มีสัดส่วนประเภทรายการให้แยกเป็น  
ประเภทรายการ เป็น ข่าวและความรู้ บันเทิง โฆษณาและบริการธุรกิจ ทั้งนี้ในข้อ 14 กำหนดว่า  
รายการที่จัดทำขึ้นต้องมีเจตนารมณ์เพื่อการบริการสาธารณะ และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน  
โดยมีวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

- (1) ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจ ความรับผิดชอบและจิตสำนึกในเรื่องของการปกครอง  
ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข
- (2) เป็นสื่อกลางในการให้ข้อมูลข่าวสาร การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อความเข้าใจอัน  
ดี และถูกต้อง โดยคำนึงถึงสิทธิและความเสมอภาคในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ  
ประชาชน
- (3) ส่งเสริมการศึกษา จริยธรรม ศิลปวัฒนธรรม ให้ความรู้ ความบันเทิง โดยไม่ขัดกับ  
ขนบธรรมเนียมประเพณีและศีลธรรมอันดีงามของชาติ
- (4) ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม คุณภาพชีวิต  
ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชาติ

หากพิจารณาสัดส่วนประเภทรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาทั้ง 3 แห่งแล้ว สามารถ  
เปรียบเทียบได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนรายการตามผังรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา ปี 2549 จำแนกตามสถานีวิทยุสถาบันฯ

(ร้อยละ)

ประเภทรายการ	FM 101.5	FM 100		FM 107.25
	จันทร์-อาทิตย์	จันทร์-ศุกร์	เสาร์-อาทิตย์	จันทร์-ศุกร์
ข่าว	13.0	36	26	23.27
สาระความรู้ / ความรู้	63.0	21	28	19.26
สาระบันเทิง	18.5	39	42	ไม่ระบุ
บันเทิง	5.5	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	50.89
บริการธุรกิจ	ไม่ระบุ	4	4	3.21
การรณรงค์ทางสังคม	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ	3.37
รวม	100	100	100	100

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาทั้ง 3 แห่ง จัดสัดส่วนประเภทรายการ ครบตามที่กฎกระทรวงกำหนดไว้ คือ รายการข่าว รายการความรู้ รายการบันเทิง โฆษณาและบริการธุรกิจ

สถานีวิทยุจุฬาฯ จัดสัดส่วนรายการสาระความรู้/ความรู้มากที่สุด ร้อยละ 63.0 รองลงมา รายการสาระบันเทิง ร้อยละ 18.5 และน้อยที่สุด รายการบันเทิง ร้อยละ 5.5

สถานีวิทยุเสี่ยงสื่อสารมวลชน จัดสัดส่วนรายการวันจันทร์ถึงศุกร์ มีรายการสาระบันเทิงมากที่สุด ร้อยละ 39 รองลงมา รายการข่าว ร้อยละ 36 และน้อยที่สุด เป็นบริการธุรกิจ ร้อยละ 4 สำหรับสัดส่วนรายการวันเสาร์และอาทิตย์ มีรายการสาระบันเทิง มากที่สุด ร้อยละ 42 รองลงมา สาระความรู้/ความรู้ ร้อยละ 28 และ น้อยที่สุด บริการธุรกิจ ร้อยละ 4

สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี จัดสัดส่วนรายการบันเทิงมากที่สุด ร้อยละ 50.89 รองลงมา รายการข่าว ร้อยละ 23.27 และน้อยที่สุด โฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ ร้อยละ 3.21

### เนื้อหารายการ

สถานีวิทยุสถาบันการศึกษาทั้ง 3 แห่งมีเนื้อหารายการที่หลากหลายเนื่องจากเป็นสถานีวิทยุของสถาบันการศึกษาจึงมีรายการที่มีสาระทางวิชาการที่คณะ / สถาบันและหน่วยงานต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยผลิตขึ้น

## เทคโนโลยีการส่งกระจายเสียง

การส่งกระจายเสียงของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาทั้งสามแห่งส่งกระจายเสียงในระบบ FM และเผยแพร่ผ่านเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศทางเว็บไซต์ซึ่งสามารถรับฟังย้อนหลังได้

ส่วนที่ 2 การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้บริหารและทีมงานผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา 3 แห่ง ดังนี้

### 2.1 สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย F.M. 101.5 MHz. (สถานีวิทยุจุฬาฯ)

เนื่องจากกรรมการผู้อำนวยการสถานีวิทยุจุฬาฯ คือรองศาสตราจารย์จุมพล รอดคำดี เป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จึงได้มอบหมายให้ คุณสุวรรณา สมบัติรักษาสุข ผู้จัดการสถานีเป็นผู้ให้สัมภาษณ์ และสัมภาษณ์คุณคาริน กำเนิดรัตน์ ตำแหน่งหัวหน้างานข่าว ผู้รับผิดชอบงานข่าวสรุปได้ดังนี้

สถานีวิทยุจุฬาฯเป็นสถานีที่เน้นการนำเสนอรายการในรูปแบบและเนื้อหาที่หลากหลายเพื่อตอบสนองผู้ฟังหลากหลายกลุ่มเป้าหมายที่รักการเรียนรู้อย่างทั่วถึง ทำหน้าที่ในการให้บริการด้านความรู้ ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษา รายการส่วนใหญ่ของสถานีผลิตโดยบุคลากรร่วมกับคณาจารย์ในคณะ/สถาบันต่าง ๆ ของจุฬาฯ รวมทั้งมีความร่วมมือผลิตรายการกับหน่วยงานภายนอกด้วย เช่น รายการของเครือข่ายวิทยุสถาบันและรายการที่เป็นความร่วมมือจากต่างประเทศ เช่น ความร่วมมือกับ VOA , CRI เป็นต้น เนื่องจากสถานีวิทยุจุฬาฯเป็นหน่วยงานวิสาหกิจของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ไม่มุ่งแสวงหากำไร แต่สามารถจัดหารายได้ให้เพียงพอต่อการดำเนินการและการพัฒนาองค์กร สถานีให้ความสำคัญกับรายการความรู้ที่มีข้อมูลมาจากแหล่งปฐมภูมิโดยรูปแบบการดำเนินรายการสัมภาษณ์และสนทนาค่อนข้างมาก เนื่องจากมีแหล่งข้อมูลที่เป็นบุคคลที่เป็นอาจารย์อยู่ในคณะ/สถาบันต่าง ๆ ในมหาวิทยาลัย แต่อย่างไรก็ตามในรายการประเภทอื่น ๆ ก็ยังคงสอดแทรกข้อมูลความรู้ไปด้วย เช่น ในช่วงการเลือกตั้ง ในรายการข่าวก็จะสอดแทรกความรู้เรื่องการเลือกตั้งด้วย เป็นต้น

สำหรับรายการทางด้านการเมืองนั้น สถานีวิทยุจุฬาฯมีรายการที่เกี่ยวข้องกับการเมืองโดยตรง 3 รายการคือ รายการปกิณกะประชาธิปไตย รายการการเมืองเรื่องน่ารู้และรายการหมุนตามโลก แต่ก็มีเนื้อหาด้านการเมืองแฝงอยู่ในรายการอื่น ๆ อีกอย่างน้อย 17 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยสถานีวิทยุจุฬาฯเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมด้วยรายการโดยร่วมโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสนับสนุนให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมทางการเมืองได้ในลักษณะหนึ่ง นอกจากนี้ในวาระของการเลือกตั้งในระดับชาติ สถานีจะจัดผังรายการใหม่เพื่อให้ความรู้และติดตามสถานการณ์การเลือกตั้งแบบเกาะติดทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค โดยได้รับความร่วมมือจากเครือข่ายวิทยุ

สถาบันการศึกษาทั่วประเทศและยังได้รับความร่วมมือจากองค์กรที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบการเลือกตั้ง เช่น ศูนย์จับตาเลือกตั้ง 49 เป็นต้น

ส่วนในด้านของรายการข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการเมืองนั้น มีนโยบายชัดเจนว่า ต้องนำเสนอข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงให้ความยุติธรรมกับทุกคนและให้ความรู้เชิงวิชาการทางการเมืองที่ถูกต้อง มีการตรวจสอบรายการอย่างใกล้ชิดมากที่สุดโดยบรรณาธิการข่าว เนื่องจากเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับสิทธิและเสรีภาพทั้งส่วนบุคคล ส่วนรวมและสังคมในวงกว้าง

ในปี 2549 สถานีวิทยุจุฬาฯ นำเสนอรูปแบบรายการตามแนวคิด NEW MEDIA ผ่าน [www.curadio.chula.ac.th](http://www.curadio.chula.ac.th) เพื่อให้ผู้สนใจได้รับความรู้ทั้งในรูปแบบของตัวอักษร (Text) ข้อมูลภาพ (Picture) และเสียง (sound) โดยมีเป้าหมายเพื่อเก็บรวบรวมองค์ความรู้ต่าง ๆ ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ได้เผยแพร่ผ่านวิทยุจุฬาฯ ไว้เป็นการอ้างอิงและสืบค้นได้ต่อไป

## 2.2 สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ F.M.100.5 MHz. (สถานีวิทยุเสียงสื่อสารฯ)

เนื่องจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณฤมดี ผู้อำนวยการสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพิ่งเข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการฯ เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2548 จึงมอบหมายให้คุณรัตนภรณ์ สุวคนธ์ หัวหน้าฝ่ายรายการ เป็นผู้ให้รายละเอียด นอกจากนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ คุณปาริสสา กาญจนกุล ผู้สื่อข่าวและผู้ดำเนินรายการ และ คุณธีรภาพ เพ็งจันทร์ ผู้สื่อข่าวและผู้ดำเนินรายการ สรุปได้ดังต่อไปนี้

สถานีฯ เปิดโอกาสให้คณะ/สถาบัน/ชุมชน ร้องขอจัดรายการมาทางสถานีฯ ซึ่งสถานีฯ จะจัดสัดส่วนของรายการให้ ประกอบด้วยรายการที่ผลิตโดยบุคลากรของสถานี, อาจารย์, บุคลากรในมหาวิทยาลัยและบุคลากรจากหน่วยงานอื่นๆ เนื่องจากคณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพิ่งได้รับการยกฐานะเป็นคณะวิชาไม่นานมานี้ จึงอยู่ระหว่างดำเนินการแต่งตั้งกรรมการผู้อำนวยการซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายให้สถานีวิทยุเสียงสื่อสารฯ ในระหว่างนี้การดูแลสถานีเป็นการดูแลโดยผู้อำนวยการสถานีร่วมกับคณบดีคณะสื่อสารมวลชน นอกจากดำเนินงานด้านการกระจายเสียงแล้วยังเน้นในด้าน E-Radio โดยจัดทำโครงการสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน เพื่อการศึกษาของชุมชนทั้งนี้ได้รับงบประมาณแผ่นดินตั้งแต่ พ.ศ. 2547 เพื่อซื้อครุภัณฑ์ และงบประมาณ 2548 เพื่อผลิตรายการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทางเว็บไซต์ [www.fm100cmu.com](http://www.fm100cmu.com) ทั้งนี้รายการในโครงการ E-Radio ประกอบด้วยรายการที่ออกอากาศปกติทุกวัน, รายการผลิตเฉพาะฟังทางเว็บไซต์(website) 10 รายการ และรายการเรียกฟังย้อนหลัง

สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับรายการที่มีเนื้อหาทางการเมืองพอสมควร เช่น นำเสนอการวิเคราะห์สถานการณ์การเมือง โดยเปิดโอกาสให้อาจารย์ในมหาวิทยาลัยสามารถแสดงความคิดเห็นในรายการได้อย่างอิสระ, การผลิตรายการของบุคลากร

ของสถานีเพื่อตามสถานการณ์ทางการเมือง โดยการตั้งประเด็นปัญหา และเชิญนักวิชาการที่เกี่ยวข้องเป็นวิทยากร บางครั้งก็จะเปิดโอกาสให้ผู้ฟังแสดงความคิดเห็น หรือในช่วงที่มีการเลือกตั้งตามวาระต่าง ๆ สถานีจะผลิตสปอต(Spot) เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้ผู้ฟังได้รับทราบ และจัดทำรายการพิเศษวันเลือกตั้งตลอดทั้งวัน โดยร่วมมือกับพันธมิตรต่าง ๆ เช่น เครือข่ายพันธมิตรวิทยุสถาบัน เป็นต้น ส่วนในรายการอื่นๆ เช่น รายการบันเทิงก็ยังให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกตั้งแทรกเป็นระยะๆ ด้วย ในช่วงที่มีวิกฤตการณ์ทางการเมือง(ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม พ.ศ. 2549) ผู้ฟังให้ความสนใจรายการมาก สังเกตจากจำนวนโทรศัพท์ของผู้ฟังที่ติดต่อเข้ามาที่สถานีตลอดทั้งวัน เพื่อต้องการทราบสถานการณ์และข้อมูลที่ถูกต้อง

เนื้อหาของรายการของสถานีจะไม่ชี้นำ แต่พยายามนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นกลาง และจากการทำวิจัยแบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) เมื่อปี พ.ศ. 2548 ผู้ฟังแสดงความคิดเห็นว่า สถานีฯ มีทีมงานที่ดี มีความน่าเชื่อถือ ผู้ฟังพร้อมจะเชื่อ ดังนั้นทีมงานจึงต้องถ่วงถอยทุกอย่างก่อนออกอากาศเสมอ

ในปัจจุบันสื่อโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทมากโดยเฉพาะการคุยข่าว แต่เชื่อว่าคนฟังวิทยุก็ยังมีอยู่มาก และกลุ่มคนฟังส่วนใหญ่จะติดตามข่าวสารของเชียงใหม่จากสื่อวิทยุ เพราะสื่อโทรทัศน์คงไม่เจาะลึกข่าวในเชียงใหม่ ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์คนมักจะอ่านข่าวจากสื่อส่วนกลางมากกว่าสื่อท้องถิ่น และโดยเฉพาะสื่อวิทยุเข้าถึงคนได้มากกว่าน่าจะมีคนให้ความสนใจและติดตามข่าวสารทางการเมือง สังเกตได้จากการเลือกตั้งมีผู้ฟังโทรศัพท์ร่วมรายงานข่าวเพิ่มเติมตลอดเวลา พร้อมทั้งยังช่วยแจ้งปัญหาที่พบในการเลือกตั้งด้วย

การนำเสนอข่าวการเมืองของสถานีฯ มีการนำเสนอความเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา แต่อย่างไรก็ตามในช่วงดังกล่าวก็ยังนำเสนอข่าวอื่น ๆ ด้วย นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์ประชาชนซึ่งเก็บเป็นเสียงสัมภาษณ์มาออกในรายการเพื่อให้โอกาสประชาชนได้แสดงความคิดเห็น

### 2.3 สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี (วิทยุ มอ.ปัตตานี)

การสัมภาษณ์ผู้บริหารของสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ช่วยศาสตราจารย์มนตรี มีเนียม หัวหน้าสถานี และคุณพัชรา ยิ่งคำนุ่น เจ้าหน้าที่ฝ่ายข่าว ทำหน้าที่ผู้สื่อข่าวและผู้ดำเนินรายการข่าว สรุปได้ดังนี้

การจัดตั้งสถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ในระยะแรกมุ่งให้ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยเท่านั้น แต่ต่อมาเมื่อมหาวิทยาลัยจัดตั้งคณะทางด้านการศึกษา สถานีจึงเปิดเป็นแหล่งวิชาการให้นักศึกษาฝึกปฏิบัติงานด้านวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา ในช่วงแรกของการเปิดสถานี ใช้งบประมาณของวิทยาเขตปัตตานีเพื่อขออนุมัติจัดตั้ง เมื่อดำเนินการได้สักระยะ สถานีสามารถคืนเงินให้มหาวิทยาลัยได้ทั้งหมด โดยรายได้ของสถานี ซึ่งสถานีได้รับรายได้จากการขายทางธุรกิจ โดยมีระเบียบของสถานีชัดเจนในเรื่องสัดส่วนการขายทางธุรกิจและการทำ



หน้าที่ประชาสัมพันธ์องค์กร สถาบันจะเน้นเนื้อหาทางด้านวิชาการโดยเชิญคณะ/สถาบัน ร่วมประชุม เพื่อจัดตารางการออกอากาศของคณะ/สถาบันต่าง ๆ นำความรู้ งานวิจัย และข้อมูลต่าง ๆ มาเผยแพร่ และรายการที่ผลิตโดยบุคลากรของสถาบัน โดยเป็นรายการที่ออกอากาศเป็นภาษาไทยไม่อนุญาตให้ออกอากาศเป็นภาษาถิ่นได้ทั้งรายการ เนื่องจากการใช้ภาษาถิ่นนั้น ผู้ดำเนินรายการอาจจะใช้คำที่กระทบความรู้สึกที่ละเอียดอ่อน และสถาบันไม่สามารถตรวจสอบได้ ในด้านเทคโนโลยีการส่งกระจายเสียงนั้น สถาบันฯ กำลังพัฒนาด้านเว็บไซต์ของสถาบันเพื่อกลุ่มเป้าหมายสามารถรับฟังได้อย่างทั่วถึง นอกจากนี้สถาบันวิทยุฯ ยังได้ทำการประกันคุณภาพของสถานีโดยได้รับการประเมินจากผู้ประเมินทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย และได้รับการประเมินอยู่ในระดับคืออยู่เสมอ

ในด้านรายการทางการเมื่อนั้น สถาบันมีคณาจารย์จากคณะ มาเป็นผู้ดำเนินรายการ ส่วนสถานีเองมีการให้ความรู้ในเรื่องของการเลือกตั้งในการเลือกตั้งวาระต่าง ๆ อยู่เสมอ และเป็นการให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบสปอตประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และการแทรกข้อมูลความรู้ในรายการอื่น ๆ ตลอดทั้ง และในวันเลือกตั้งทั่วไป สถาบันฯ จะเกาะติดการเลือกตั้งเป็นระยะ ๆ เพื่อรายงานความเคลื่อนไหว และเนื่องจากสถานีได้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องจึงเชื่อว่าประชาชนน่าจะมีส่วนร่วมทางการเมืองเพิ่มขึ้น อย่างน้อยที่สุดก็คือการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้งตามหน้าที่

สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ภูมิใจในด้านของการเป็นสถานีวิทยุที่ได้รับความเชื่อถือ อย่างมากในด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่ออกอากาศในรายการ เนื่องจากผู้ฟังมองว่าข้อมูลนั้นมาจากอาจารย์ที่ทำหน้าที่เผยแพร่โดยตรง ใช้ภาษาเข้าใจง่าย และน่าสนใจ และปัจจุบันนี้ สถานีวิทยุฯ ได้ทำหน้าที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของสถานีทุกข้อแล้ว

**ส่วนที่ 3 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)** ด้วยแบบสอบถามกับกลุ่มประชาชนในพื้นที่และสามารถรับฟังรายการจากสถานีวิทยุสถาบันได้โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลออกพื้นที่แจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 450 คนแจกตามตามแหล่งชุมชนจำนวน 120 คน สถานที่สาธารณะจำนวน 120 คน ศูนย์การค้าจำนวน 120 คน และบริเวณสถาบันการศึกษาในพื้นที่ตัวอย่างจำนวน 90 คน

สถาบันการศึกษาดังกล่าวประกอบด้วย

1. สถานีวิทยุแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร
2. สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่
3. สถานีวิทยุมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี ตั้งอยู่ในจังหวัดปัตตานี

ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น สามารถเสนอผลการศึกษาได้ ดังนี้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 450 ตัวอย่างสามารถเก็บข้อมูลได้ครบตามที่จำแนกไว้ใน 3 พื้นที่และเมื่อศึกษาข้อมูลโดยจำแนกตามลักษณะทางประชากรแล้ว ได้ผลการวิจัยดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงเพศของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานีวิทยสถานับนการศึกษา

เพศ	วิทยสถานับน							
	วิทยจุฬาฯ		วิทยเสียดสือสาร มวลชน		วิทย มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	58	38.7	46	30.7	93	62.0	197	43.8
หญิง	92	61.3	104	69.3	57	38.0	253	66.2
รวม	150	100.0	150	100.0	150	100.0	450	100.0

จากตารางที่ 2 พบว่า จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศโดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ฟังของสถานีวิทยสถานับนทั้ง 3 แห่ง เป็นเพศหญิงมากที่สุด จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 66.2 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยจุฬาฯและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยเสียดสือสารมวลชน พบว่า สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชายส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทย มอ.ปัตตานี พบว่า สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิงโดยเพศชายมีจำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 62.0 และเป็นเพศหญิงจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 38.0

ตารางที่ 3 แสดงอายุของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา

อายุ	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียดสื่อสาร มวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	4	2.7	10	6.7	29	19.3	43	9.6
18 - 27 ปี	9	6.0	42	28.0	75	50.0	126	28.0
28 - 37 ปี	42	28.0	29	19.3	20	13.3	91	20.2
38 - 47 ปี	46	30.7	27	18.0	14	9.3	87	19.3
48 - 57 ปี	30	20.0	13	8.7	5	3.3	48	10.7
58 - 67 ปี	13	8.7	17	11.3	3	2.0	33	7.3
68 ปี ขึ้นไป	6	4.0	12	8.0	4	2.7	22	4.9
รวม	150	100.0	150	100.0	150	100.0	450	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬา ผลการวิจัยปรากฏว่า เป็นผู้มีอายุ 38-47 ปี มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และ น้อยที่สุด เป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.7ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียดสื่อสารมวลชน พบว่า เป็นผู้มีอายุ 18-27 ปี มากที่สุด จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 และน้อยที่สุดเป็นผู้มีอายุต่ำกว่า 18 ปี จำนวน 10 คน ร้อยละ 6.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังจากสถานีวิทยุ มอ. ปัตตานี พบว่า เป็นผู้มีอายุ 18-27 ปี มากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และน้อยที่สุดเป็นผู้มีอายุ 58-67 ปี จำนวน 3 คน ร้อยละ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

จากการศึกษาของKatz , 1974อธิบายว่าตัวแปรทางสังคมเช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษากับ ความพึงพอใจจากสื่อมีความสัมพันธ์กัน นั่นคือสถานีวิทยุจุฬาฯเน้นรายการความรู้ ดังนั้นจึงมีกลุ่ม ผู้ฟังที่มีอายุ 38 – 47 ปีมากที่สุดเนื่องจากคนในวัยดังกล่าวเป็นวัยที่ต้องการความรู้และข้อมูลข่าวสาร ต่าง ๆ ในขณะที่สถานีวิทยุเสียดสื่อสารมวลชนและสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีเน้นรายการบันเทิงและ สาระบันเทิงซึ่งรายการประเภทดังกล่าวคนในวัย 18 – 27 ปีจะให้ความสนใจมากที่สุด

ตารางที่ 4 แสดงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา

ระดับการศึกษา	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสารมวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	7	4.7	5	3.3	15	10.0	27	6.0
มัธยมศึกษา	19	12.7	21	14.0	45	30.0	85	18.9
อาชีวศึกษา	16	10.7	16	10.7	39	26.0	71	15.8
ปริญญาตรี	84	56.0	74	49.3	43	28.7	201	44.7
ปริญญาโท	24	16.0	29	19.3	8	5.3	61	13.6
ปริญญาเอก	0	0	5	3.3	0	0	5	1.1
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>450</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่ง เป็นผู้มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาคือมัธยมศึกษา จำนวน 85 คน ร้อยละ 18.9 และน้อยที่สุดคือปริญญาเอก จำนวน 5 คน ร้อยละ 1.1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 24 คน ร้อยละ 16.0 และน้อยที่สุดคือประถมศึกษาจำนวน 7 คน ร้อยละ 4.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 49.3 รองลงมาคือปริญญาโท จำนวน 29 คน ร้อยละ 19.3 และน้อยที่สุดคือประถมศึกษาและระดับปริญญาเอก จำนวน 5 คน ร้อยละ 3.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า จบการศึกษามัธยมศึกษามากที่สุดจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาปริญญาตรี จำนวน 43 คน ร้อยละ 28.7 และน้อยที่สุดปริญญาโท จำนวน 8 คน ร้อยละ 5.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

จากตารางที่ 4 อธิบายได้ว่า ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยจุฬาฯและสถานีวิทยเสิงสื่อสารมวลชนมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดแต่สถานีวิทย มอ.ปัตตานี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษามากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนตรี มีเนียมและคณะเมื่อปี 2548 พบว่า ผู้ฟังของสถานีวิทย มอ. มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา มากที่สุด และการศึกษาของ Kippax and Murray,1980พบว่าคนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกสื่อหลากหลายประเภทมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ ดังนั้นจึงจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาโทและปริญญาเอกมีจำนวนน้อยกว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น ๆ เพราะเขามีโอกาสเลือกสื่ออื่นๆ ได้อีก



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงอาชีพของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานีวิทยสถานบันการศึกษา

อาชีพ	วิทยสถานบัน							
	วิทยจุฬาฯ		วิทยเสียงสื่อสาร มวลชน		วิทย มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ทำงาน/ว่างงาน	5	3.3	5	3.3	16	10.7	26	5.8
นักเรียน/นิสิตนักศึกษา	7	4.7	29	19.3	77	51.3	113	25.1
พนักงานบริษัทเอกชน	14	9.3	32	21.3	17	11.3	63	14.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	9.3	11	7.3	4	2.7	29	6.4
ข้าราชการ	68	45.3	26	17.3	4	2.7	98	21.8
เกษียณอายุ	7	4.7	6	4.0	3	2.0	16	3.6
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	15	10.0	18	12.0	12	8.0	45	10.0
ค้าขาย	7	4.7	10	6.7	5	3.3	22	4.9
รับจ้างทั่วไป	13	8.7	13	8.7	12	8.0	38	8.4
อื่นๆ	0	0	0	0	0	0	0	0
รวม	150	100.0	150	100.0	150	100.0	450	100.0

จากตารางที่ 6 พบว่า จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยสถานบันทั้ง 3 แห่ง เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาคือข้าราชการ จำนวน 98 คน ร้อยละ 21.8 และน้อยที่สุดคือค้าขาย จำนวน 22 คน ร้อยละ 4.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยจุฬาฯ พบว่า เป็นข้าราชการมากที่สุด จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 45.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า เป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทย มอ.ปัตตานี พบว่า เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา มากที่สุด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 6 แสดงรายได้ส่วนตัวต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานีวิทยสถานบันการศึกษา

รายได้ส่วนตัวต่อเดือน	วิทยสถานบัน							
	วิทยจุฬาฯ		วิทยเสียงสือสาร มวลชน		วิทย มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	8	5.3	17	11.3	85	56.7	110	24.4
ต่ำกว่า 5,000 บาท	3	2.0	16	10.7	20	13.3	39	8.7
5,001 – 12,000 บาท	30	20.0	17	11.3	27	18.0	74	16.4
12,001 – 19,000 บาท	32	21.3	16	10.7	13	8.7	61	13.6
19,001 – 26,000 บาท	29	19.3	24	16.0	5	3.3	58	12.9
26,001 – 33,000 บาท	28	18.7	38	25.3	0	0	66	14.7
33,000 บาทขึ้นไป	20	13.3	22	14.7	0	0	42	9.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ส่วนตัวต่อเดือน โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยสถานบันทั้ง 3 แห่ง ไม่มีรายได้มากที่สุด จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 รองลงมาคือ มีรายได้ 5,001-12,000 บาท จำนวน 74 คน ร้อยละ 16.4 และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 39 คน ร้อยละ 8.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยจุฬาฯ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 12,001-19,000 บาท มากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 รองลงมาคือ 5,001-12,000 บาท จำนวน 30 คน ร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 3 คน ร้อยละ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยเสียงสือสารมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ 26,001-33,000 บาท มากที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือ 19,001-26,000 บาท จำนวน 24 คน ร้อยละ 16.0 และน้อยที่สุดคือ ต่ำกว่า 5,000 บาท และ 12,001-19,000 บาท จำนวน 16 คน ร้อยละ 10.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทย มอ.ปัตตานี พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่มีรายได้ มากที่สุด จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ 5,001-12,000 บาท จำนวน 27 คน ร้อยละ 18.0 และน้อยที่สุดคือ 19,001-26,000 บาท จำนวน 5 คน ร้อยละ 3.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 7 แสดงสถานภาพการเป็นสมาชิกองค์กรอิสระหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการเมืองจำแนกตามสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา

สมาชิกองค์กรอิสระ	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสารมวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
- เคยเป็น แต่ปัจจุบันเลิกเป็นแล้ว (ระบุนุ : ตั้งคณะกรรมการเลือกตั้ง, P NET, ผู้ช่วยดำเนินงาน ส.ส., องค์กรกลาง)	3	2.0	6	4.0	10	6.7	19	4.2
- เคยเป็นและปัจจุบันคงเป็นอยู่	1	0.7	1	0.7	-	-	2	0.4
- ไม่เคยเป็น	146	97.3	143	95.3	140	93.3	429	95.3
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเคยและไม่เคยเป็นสมาชิกองค์กรอิสระหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการเมือง โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่ง ส่วนใหญ่ไม่เคยเป็นสมาชิกองค์กรอิสระหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการเมือง จำนวน 429 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 รองลงมาเคยเป็นแต่ปัจจุบันเลิกแล้ว จำนวน 19 คน ร้อยละ 4.2 ขณะที่ เคยเป็นและปัจจุบันยังคงเป็นอยู่พบน้อยที่สุด จำนวน 2 คน ร้อยละ 0.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า มากที่สุดคือไม่เคยเป็น จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 97.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า มากที่สุดคือไม่เคยเป็น จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 95.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า มากที่สุดคือไม่เคยเป็น จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

จากตารางแสดงให้เห็นว่าประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่สนใจเป็นสมาชิกองค์กรอิสระหรือสถาบันที่เกี่ยวข้องกับการเมือง



## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังวิทยุ

สำหรับพฤติกรรมการรับฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อศึกษาข้อมูลแล้ว ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 8 แสดง พฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดฟังวิทยุทั่วไปจำแนกตามสถานีวิทยุ  
สถาบันการศึกษา

รับฟังวิทยุทั่วไป ความบ่อยครั้งในการเปิดฟัง	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสาร มวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	80	53.3	72	48.0	96	64.0	248	55.1
สัปดาห์ละ 4-6 วัน	15	10.0	16	10.7	10	6.7	41	9.1
สัปดาห์ละ 1-3 วัน	20	13.3	18	12.0	20	13.3	58	12.9
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	11	7.3	12	8.0	11	7.3	34	7.6
ไม่ฟังเลย / ไม่เคยฟัง	4	2.7	7	4.7	5	3.3	16	3.6
ไม่ระบุ	20	13.3	25	16.7	8	5.3	53	11.8
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>450</b>	<b>100.0</b>

เมื่อศึกษาพฤติกรรมการความบ่อยครั้งในการเปิดฟังวิทยุทั่วไป โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดพบว่า มีพฤติกรรมการฟังทุกวัน มากที่สุด จำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 และน้อยที่สุดคือ ไม่ฟังเลย/ไม่เคยฟัง จำนวน 16 คน ร้อยละ 3.6 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า พบว่า ฟังทุกวัน มากที่สุดจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 และน้อยที่สุดคือ ไม่ฟังเลย/ไม่เคยฟัง จำนวน 4 คน ร้อยละ 2.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า ฟังทุกวัน มากที่สุดจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 และน้อยที่สุดคือ ไม่ฟังเลย/ไม่เคยฟัง จำนวน 7 คน ร้อยละ 4.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า พบว่า ฟังทุกวัน มากที่สุดจำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 64.0 และน้อยที่สุด คือ ไม่ฟังเลย/ไม่เคยฟัง จำนวน 5 คน ร้อยละ 3.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 9 แสดงพฤติกรรมความบ่อยครั้งในการเปิดฟังวิทยุสถาบันการศึกษาจำแนกตามพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง

รับฟังวิทยุสถาบัน ความบ่อยครั้งในการเปิดฟัง	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสาร มวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	41	27.3	57	38.0	89	59.3	187	41.6
สัปดาห์ละ 4-6 วัน	25	16.7	19	12.7	15	10.0	59	13.1
สัปดาห์ละ 1-3 วัน	35	23.3	23	15.3	22	14.7	80	17.8
น้อยกว่า 1 วัน/สัปดาห์	35	23.3	27	18.0	8	5.3	70	15.6
ไม่ฟังเลย / ไม่เคยฟัง	8	5.3	3	2.0	9	6.0	20	4.4
ไม่ระบุ	6	4.0	21	14.0	7	4.7	34	7.6
รวม	150	100.0	150	100.0	150	100.0	450	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้ง ของการเปิดฟังวิทยุสถาบัน โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่ง พบว่า ฟังทุกวัน มากที่สุด จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมาฟังสัปดาห์ละ 1-3 วัน จำนวน 80 คน ร้อยละ 17.8 และน้อยที่สุดคือ ไม่ฟังเลย/ไม่เคยฟัง จำนวน 20 คน ร้อยละ 4.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ ส่วนใหญ่ความบ่อยครั้งในการฟังคือ ฟังทุกวัน มากที่สุด จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 และน้อยที่สุดคือ ไม่ระบุ จำนวน 6 คน ร้อยละ 4.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า ฟังทุกวัน มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และน้อยที่สุดคือ ไม่ฟังเลย/ไม่เคยฟัง จำนวน 3 คน ร้อยละ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า ฟังทุกวัน มากที่สุด จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 59.3 และน้อยที่สุดคือ ไม่ระบุ จำนวน 7 คน ร้อยละ 4.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 10 แสดงระยะเวลาในการฟังวิทยุแต่ละครั้งจำแนกตามพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง

รับฟังวิทยุทั่วไป ระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสาร มวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	12	8.0	20	13.3	14	9.3	46	10.2
1 - 2 ชั่วโมง	57	38.0	36	24.0	22	14.7	115	25.6
2 - 3 ชั่วโมง	21	14.0	23	15.3	23	15.3	67	14.9
3 - 4 ชั่วโมง	16	10.7	9	6.0	15	10.0	40	8.9
มากกว่า 4 ชั่วโมง	19	12.7	23	15.3	67	44.7	109	24.2
ไม่ระบุ	25	16.7	39	26.0	9	6.0	73	16.2
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>450</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการรับฟังวิทยุทั่วไปตามระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่ง พบว่า ฟัง 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 25.6 รองลงมาฟังมากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 109 คน ร้อยละ 24.2 และน้อยที่สุดคือ ฟัง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 40 คน ร้อยละ 8.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า ฟัง 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และน้อยที่สุดคือ ฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมง จำนวน 12 คน ร้อยละ 8.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า ฟัง 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 36 คน ร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดคือ ฟัง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 9 คน ร้อยละ 6.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า ฟังมากกว่า 4 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 44.7 รองลงมาฟัง 2-3 ชั่วโมง จำนวน 23 คน ร้อยละ 15.3 และน้อยที่สุดคือ ไม่ระบุ จำนวน 9 คน ร้อยละ 6.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 11 แสดงระยะเวลาในการฟังสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาแต่ละครั้งจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่

รับฟังวิทยุสถาบัน ระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสาร มวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	23	15.3	34	22.7	24	16.0	81	18.0
1-2 ชั่วโมง	62	41.3	36	24.0	19	12.7	117	26.0
2-3 ชั่วโมง	24	16.0	16	10.7	15	10.0	55	12.2
3-4 ชั่วโมง	7	4.7	9	6.0	12	8.0	28	6.2
มากกว่า 4 ชั่วโมง	12	8.0	9	6.0	30	20.0	51	11.3
ไม่ระบุ	22	14.7	46	30.7	50	33.7	118	26.2
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>450</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการรับฟังวิทยุสถาบันตามระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบัน ทั้ง 3 แห่ง พบว่าฟัง 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 117 คน ร้อยละ 26.0 และน้อยที่สุดคือ ฟัง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 28 คน ร้อยละ 6.2 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า ฟัง 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 รองลงมาฟัง 2-3 ชั่วโมง จำนวน 24 คน ร้อยละ 16.0 และน้อยที่สุดคือ ฟัง 3-4 ชั่วโมง จำนวน 7 คน ร้อยละ 4.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า ฟัง 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 36 คน ร้อยละ 24.0 และน้อยที่สุดคือ ฟัง 3-4 ชั่วโมง และมากกว่า 4 ชั่วโมง จำนวน 9 คน ร้อยละ 6.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า ฟังมากกว่า 4 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 30 คน ร้อยละ 20.0 และน้อยที่สุด ฟัง 2-3 ชั่วโมง จำนวน 12 คน ร้อยละ 8.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มผู้ฟัง จำแนกตามพฤติกรรมมารับฟังวิทยุทั่วไป ตาม  
ช่วงเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง

รับฟังวิทยุทั่วไป ช่วงเวลาที่ฟังใน	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสาร มวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ก่อน 6 โมงเช้า	8	5.3	3	2.0	3	2.0	14	3.1
06.00 - 08.00 น	13	8.7	7	4.7	6	4.0	26	5.8
0800 - 10.00 น	7	4.7	10	6.7	2	1.3	19	4.2
10.00 - 12.00 น	3	2.0	0	0	2	1.3	5	1.1
12.00 - 14.00 น	0	0	3	2.0	0	0	3	2.0
14.00 - 16.00 น	1	0.7	4	2.7	2	1.3	7	1.6
หลัง 16.00 น	20	13.3	32	21.3	6	4.0	58	12.9
ไม่แน่นอน	46	30.7	54	36.0	118	78.7	218	48.4
ตลอดทั้งวัน	32	21.3	7	4.7	5	3.3	44	9.8
เช้า/เย็น	20	13.3	30	20.0	6	4.0	56	12.4
รวม	150	100.0	150	100.0	150	100.0	450	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่ง มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 และน้อยที่สุด ฟังช่วงเวลา 12.00-14.00 น. จำนวน 3 คน ร้อยละ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า มีช่วงเวลาที่ฟังไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 และน้อยที่สุด ฟังช่วงเวลา 14.00-16.00 น. จำนวน 1 คน ร้อยละ 0.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และน้อยที่สุด ช่วงเวลา ก่อน 6 โมงเช้าและ 12.00-14.00 น. จำนวน 3 คนเท่ากัน ร้อยละ 2.0 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 และน้อยที่สุด ช่วงเวลา 08.00-10.00 น. และ 10.00-12.00 น. จำนวน 2 คนเท่ากัน ร้อยละ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม พฤติกรรมการรับฟังวิทยุสถาบัน ตามเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง

รับฟังวิทยุสถาบัน ช่วงเวลาที่ฟังใน	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสาร มวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ก่อน 6 โมงเช้า	6	4.0	0	0	5	3.3	11	2.4
06.00 – 08.00 น	18	12.0	8	5.3	1	0.7	27	6.0
0800 - 10.00 น	9	6.0	14	9.3	2	1.3	25	5.6
10.00 - 12.00 น	7	4.7	1	0.7	3	2.0	11	2.4
12.00 - 14.00 น	14	9.3	2	1.3	1	0.7	17	3.8
14.00 - 16.00 น	2	1.3	2	1.3	2	1.3	6	1.3
หลัง 16.00 น	16	10.7	9	6.0	5	3.3	30	6.7
ไม่แน่นอน	50	33.3	87	58.0	81	54.0	218	48.4
ตลอดทั้งวัน	17	11.3	6	4.0	0	0	23	5.1
เช้า/เย็น	11	7.3	21	14.0	50	33.3	82	18.2
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>150</b>	<b>100.0</b>	<b>450</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่ง มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 48.4 และน้อยที่สุด ช่วงเวลา 14.00-16.00 น. จำนวน 6 คน ร้อยละ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และน้อยที่สุดช่วงเวลา 14.00-16.00 น. จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน พบว่า มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 และน้อยที่สุด ช่วงเวลา 12.00-14.00 น. จำนวน 2 คน ร้อยละ 1.3 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี พบว่า มีช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน มากที่สุด จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 และน้อยที่สุดคือ 06.00-08.00 น. และ 12.00-14.00 น. จำนวน 1 คนเท่ากัน ร้อยละ 0.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าว

ตารางที่ 14 แสดงสถานีวิทยุที่นิยมเปิดฟังเป็นอันดับที่ 1 จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่

สถานีวิทยุที่ฟังเป็นประจำอันดับหนึ่ง	จำนวน	ร้อยละ
สถานีวิทยุจุฬาฯ F.M. 101.5	35	23.4
สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน F.M.100	22	14.6
สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี F.M.107.25	52	34.7

จากการศึกษาถึงสถานีวิทยุทั่วไปที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับฟังเป็นอันดับแรกในแต่ละพื้นที่พบว่า 3 ลำดับแรกนั้นส่วนใหญ่เป็นสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาในแต่ละพื้นที่ที่ศึกษานั้นเอง กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครนิยมเปิดฟังสถานีวิทยุจุฬาฯเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 23.4 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างในเชียงใหม่นิยมเปิดฟังสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน คิดเป็นร้อยละ 14.6 ส่วนกลุ่มตัวอย่างในปัตตานีนิยมเปิดฟังสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี คิดเป็นร้อยละ 34.7 ดังรายละเอียดในตารางที่ 15

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ประเภทรายการวิทยุที่นิยมเปิดฟังจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทรายการวิทยุที่ท่าน นิยมเปิดฟัง	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ n=150(100)		วิทยุเสียงสื่อสาร มวลชน n=150(100)		วิทยุ มอ.ปัตตานี n=150(100)		รวม n=450(100)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
รายการเพลง	99	66.0	96	64.0	130	86.7	325	72.2
รายการชีวิตและสุขภาพ	104	69.3	88	58.7	79	52.7	271	60.2
รายการข่าว	62	41.3	74	49.3	30	20.0	166	36.9
รายการกีฬา	66	44.0	62	41.3	19	12.7	147	32.7
รายการวิเคราะห์ข่าว	48	32.0	39	26.0	14	9.3	101	22.4
รายการเปิดโอกาสให้ โทรศัพท์/								
แสดงความคิดเห็น	29	19.3	29	19.3	44	29.3	102	22.7
รายการที่ให้ความรู้ด้านต่างๆ	37	24.7	33	22.0	6	4.0	76	16.9

จากตารางที่ 16 พบว่า ประเภทรายการวิทยุที่นิยมเปิดฟัง โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่ง ฟังรายการเพลงมากที่สุด จำนวน 325 คน คิดเป็นร้อยละ 72.2 และน้อยที่สุด คือ รายการที่ให้ความรู้ด้านต่างๆ จำนวน 76 คน ร้อยละ 6.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่า ฟังรายการชีวิตและสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 69.3 เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นคนในวัยกลางคนซึ่งเป็นวัยที่ต้องการความรู้ทางด้านการดูแลสุขภาพและสุขภาพนั่นเอง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน ฟังรายการเพลงมากที่สุด ร้อยละ 64.0 และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี ฟังรายการเพลงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.7 ของกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ดังกล่าวนี้เป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุสถาบันทั้งสองแห่งมีกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 18 – 27 มากที่สุดซึ่งคนในวัยดังกล่าวยังมีความสนใจความบันเทิงมากกว่าคนในวัยกลางคน



### ตอนที่ 3 การเปิดรับฟังข่าวสารทางการเมืองจากสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา

ในด้านการเปิดรับฟังข่าวสารทางการเมืองจากสถานีวิทยุสถาบันการศึกษามีรายละเอียดจากการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

ตารางที่ 16 ตารางแสดงความคิดเห็นต่อรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ เปรียบเทียบกันสถานีวิทยุทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังสถานีวิทยุจุฬาฯ

ประเด็น	ความคิดเห็น							
	วิทยุสถาบันดีกว่า		วิทยุสถาบันด้อยกว่า		ดีพอ ๆ กัน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ผลการรับฟัง	17	11.7	12	8.2	116	80.0	145	100
2. รูปแบบรายการน่าสนใจ	33	22.9	22	15.3	89	61.8	144	100
3. เนื้อหารายการน่าเชื่อถือ	61	42.1	2	1.4	82	56.6	145	100
4. ผู้ดำเนินรายการเป็นกลาง	55	37.9	7	4.8	83	57.2	145	100
5. ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาเข้าใจง่าย	44	30.4	8	5.5	93	64.1	145	100
6. วิทยากรมีความรู้ในเรื่องที่พูด	61	42.1	2	1.4	82	56.5	145	100

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในทุกประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบระหว่างสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา(สถานีวิทยุจุฬาฯ)กับสถานีวิทยุทั่วไป ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าสถานีวิทยุสถาบัน(สถานีวิทยุจุฬาฯ)กับสถานีวิทยุทั่วไปสามารถดำเนินรายการในด้านต่าง ๆ ได้ดีพอๆกัน

หากศึกษาเปรียบเทียบเฉพาะกรณีกลุ่มที่มีความคิดเห็นว่าสถานีวิทยุจุฬาฯมีประสิทธิภาพมากกว่าสถานีวิทยุทั่วไปนั้นส่วนใหญ่เป็นเรื่องของวิทยากรมีความรู้ในเรื่องที่จะพูดและเนื้อหารายการมีความน่าเชื่อถือถือว่าสถานีวิทยุทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 42.1 เท่า ๆ กัน แสดงว่าวิทยากรกับความน่าเชื่อถือนั้นมีความสัมพันธ์กัน

สำหรับประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสถานีวิทยุสถาบัน(สถานีวิทยุจุฬาฯ)ด้อยกว่านั้นส่วนใหญ่ระบุถึงเรื่องรูปแบบรายการของสถานีวิทยุทั่วไปอาจมีความน่าสนใจกว่าคิดเป็นร้อยละ 15.3 ของกลุ่มตัวอย่างที่ฟังสถานีวิทยุจุฬาฯทั้งหมด

ตารางที่ 17 ตารางแสดงความคิดเห็นต่อรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ  
เปรียบเทียบกันสถานีวิทยุทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังสถานีเสียงสื่อสารมวลชน

ประเด็น	ความคิดเห็น							
	วิทยุสถาบันดีกว่า		วิทยุสถาบันด้อยกว่า		ดีพอ ๆ กัน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ผลการรับฟัง	18	12.3	10	6.8	119	80.9	147	100
2.รูปแบบรายการน่าสนใจ	16	11	16	11.0	114	78.0	146	100
3.เนื้อหารายการน่าเชื่อถือ	39	26.7	4	2.7	103	70.6	146	100
4.ผู้ดำเนินรายการเป็นกลาง	41	28.0	3	2.1	102	69.9	146	100
5.ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาเข้าใจง่าย	29	19.7	8	5.4	110	74.9	147	100
6.วิทยากรมีความรู้ในเรื่องที่พูด	41	27.9	3	2.0	103	70.1	147	100

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในทุกประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบระหว่างสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา(สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน)กับสถานีวิทยุทั่วไป ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า สถานีวิทยุสถาบัน (สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน) กับสถานีวิทยุทั่วไปสามารถดำเนินรายการในด้านต่าง ๆ ได้ดีพอๆกัน

หากศึกษาเปรียบเทียบเฉพาะกรณีกลุ่มที่มีความคิดเห็นว่าสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนมีประสิทธิภาพมากกว่าสถานีวิทยุทั่วไปนั้นส่วนใหญ่เป็นเรื่องของวิทยากรมีความรู้ในเรื่องที่จะพูดและผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกลางกว่าสถานีวิทยุทั่วไปคิดเป็นร้อยละ 27.9 และ 28.0 ตามลำดับ แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าผู้ดำเนินรายการนอกจากมีความรู้ในเรื่องที่พูดแล้วยังมีความเป็นกลางอีกด้วย

สำหรับประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสถานีวิทยุสถาบัน(สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน)ด้อยกว่านั้นส่วนใหญ่ระบุถึงเรื่องรูปแบบรายการของสถานีวิทยุทั่วไปอาจมีความน่าสนใจกว่าคิดเป็นร้อยละ 11.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่ฟังสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนทั้งหมด

ตารางที่ 18 ตารางแสดงความคิดเห็นต่อรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ  
เปรียบเทียบกันสถานีวิทยุทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี

ประเด็น	ความคิดเห็น							
	วิทยุสถาบันดีกว่า		วิทยุสถาบันด้อยกว่า		ดีพอ ๆ กัน		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.ผลการรับฟัง	77	53.1	24	16.6	44	30.3	145	100
2.รูปแบบรายการน่าสนใจ	24	16.8	77	53.8	42	29.4	143	100
3.เนื้อหารายการน่าเชื่อถือ	21	19.1	33	30.0	56	50.9	110	100
4.ผู้ดำเนินรายการเป็นกลาง	22	15.4	66	46.1	55	38.5	143	100
5.ผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาเข้าใจง่าย	58	40.3	30	20.8	56	38.9	144	100
6.วิทยากรมีความรู้ในเรื่องที่พูด	19	17.7	26	24.4	62	57.9	107	100

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่าในทุกประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบระหว่างสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา(สถานีวิทยุเสียงมอ.ปัตตานี)กับสถานีวิทยุทั่วไป ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า สถานีวิทยุสถาบัน (สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี) กับสถานีวิทยุทั่วไปสามารถดำเนินรายการในด้านต่าง ๆ ได้ดีพอ ๆ กัน

หากศึกษาเปรียบเทียบเฉพาะกรณีกลุ่มที่มีความคิดเห็นว่าสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีมีประสิทธิภาพมากกว่าสถานีวิทยุทั่วไปนั้นส่วนใหญ่เป็นเรื่องของผลการรับฟังคิดเป็นร้อยละ 53.1 ในขณะที่เห็นว่าผู้ดำเนินรายการใช้ภาษาเข้าใจง่ายมากกว่าการเป็นกลาง

สำหรับประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสถานีวิทยุสถาบัน(สถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี)ด้อยกว่านั้น ส่วนใหญ่ระบุถึงเรื่องรูปแบบรายการของสถานีวิทยุทั่วไปอาจมีความน่าสนใจกว่าคิดเป็นร้อยละ 53.8 ของกลุ่มตัวอย่างที่ฟังสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีทั้งหมด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 แสดงรายการที่นิยมฟังเป็นอันดับ 1 จากสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่

รายการที่นิยมฟังเป็นอันดับ 1	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสารมวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1.รายการข่าว	46	58.9	13	28.9	30	36.1	89	43.2
2.รายการเพลง	22	28.2	23	51.1	28	33.7	73	35.4
3.รายการความรู้ด้านต่าง ๆ	10	12.9	9	20	25	30.2	44	21.4
รวม	78	100	45	100	83	100	206	100

จากตารางที่ 19 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุจุฬาฯและสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีนิยมฟังรายการข่าวเป็นอันดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 58.9 และ 36.1 ตามลำดับ ส่วนกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนนิยมฟังรายการเพลงเป็นอันดับหนึ่งร้อยละ 51.1

เมื่อเปรียบเทียบ 3 ลำดับแรกของอันดับที่นิยมฟังมากนั้นยังคงเป็นรายการข่าว,รายการเพลง และรายการความรู้ด้านต่าง ๆ โดยลำดับที่แตกต่างกันบ้างเล็กน้อยเท่านั้น

สำหรับเหตุผลที่ชื่นชอบหรือนิยมฟังรายการวิทยุดังกล่าวจากสถานีวิทยุสถาบันนั้น ส่วนใหญ่ระบุก่อนข้างใกล้เคียงกัน กล่าวคือ 1.ติดตามสถานการณ์ปัจจุบัน 2.เพลงเพราะ หลากหลาย 3. มีประโยชน์

เปรียบเทียบกับตารางที่ 15 กลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุจุฬาฯรับฟังรายการชีวิตและสุขภาพจากสถานีวิทยุทั่วไป แต่เมื่อฟังสถานีวิทยุจุฬาฯกลับนิยมฟังรายการข่าวมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนฟังรายการเพลงจากสถานีวิทยุทั่วไปและยังคงฟังรายการเพลงจากสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน ในขณะที่จากการวิจัยสนทนากลุ่มของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนเมื่อเดือนมิถุนายนและสิงหาคม 2548 พบว่าผู้ฟังมีความเห็นว่าสถานีมีปริมาณข่าวในระดับมากและรายการบันเทิงมีปริมาณน้อย และกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีฟังรายการเพลงจากสถานีวิทยุทั่วไปแต่กลับนิยมฟังรายการข่าวจากสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีทั้งๆ ที่สัดส่วนรายการบันเทิงของสถานีวิทยุมอ.ปัตตานีมีจำนวนมากที่สุด

ตารางที่ 20 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาจำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สถานีวิทยุสถาบันการศึกษา ทำหน้าที่ต่อไปนี้	วิद्यุจุฬาฯ n=150(100)		วิद्यุเสียดิสสาร มวชน n=150(100)		วิद्यุ มอ.ปัตตานี n=150(100)		รวม n=450(100)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ให้ความรู้ทางการเมืองในเชิงกว้าง	96	64.0	30	20.0	52	34.7	178	39.5
2. ความรู้ในเชิงลึกด้านใดด้านหนึ่ง	70	46.7	21	14.0	46	30.7	137	30.4
3. เสนอแนะและชี้แนะสังคมในทางที่ดี	109	72.7	57	38.0	54	36.0	220	48.9
4. เป็นแหล่งความรู้ทางการเมือง	96	64.0	66	44.0	43	28.7	205	45.5
5. เสนอและวิเคราะห์ข่าว/ 6. สามารถใช้เป็นเวทีโต้แย้ง	99	66.0	55	36.7	55	36.7	209	46.4
6. สามารถใช้เป็นเวทีโต้แย้ง	67	44.7	46	30.7	48	32.0	161	35.8
7. เสนอข่าวการเคลื่อนไหวของ เหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ	93	62.0	103	68.7	110	73.3	306	68.0
8. เป็นศูนย์กลางรับเรื่องราวร้องทุกข์	64	42.7	72	48.0	88	58.7	224	49.8
9. อื่นๆ	32	21.3	1	0.7	1	0.7	34	7.6

จากตารางที่ 20 พบว่ากลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษามีความคิดเห็นว่า สถานีวิทยุสถาบันการศึกษาได้ทำหน้าที่ในการเสนอข่าวการเคลื่อนไหวของเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และทำหน้าที่ให้ความรู้ในเชิงลึกด้านใด ด้านหนึ่งน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาแล้วพบว่า กลุ่มตัวอย่างของสถานีวิद्यุจุฬาฯ แสดงความคิดเห็นว่า สถานีวิद्यุจุฬาฯ ทำหน้าที่เสนอแนะและชี้แนะสังคมในทางที่ดีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 72.7 ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์ของสถานี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างของสถานีเสียดิสสารมวชนและกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิद्यุ มอ.ปัตตานี แสดงความคิดเห็นว่า สถานีวิทยุสถาบันการศึกษาดังกล่าวเสนอข่าวการเคลื่อนไหวของเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นร้อยละ 68.7 และ 73.3 ตามลำดับ

#### ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมทางการเมือง

เมื่อศึกษาด้านการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างภายใต้นิยามศัพท์ “การมีส่วนร่วมทางการเมือง” พบว่า กลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่ที่มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองแต่ละด้านแตกต่างกัน ดังนี้

ตารางที่ 21 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้านต่าง ๆ

การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					- X	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อยมาก แต่ไม่ ประจำ ทุกครั้ง	ทุกครั้ง			
1. เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง	63 14.0	136 30.2	93 20.7	56 12.4	102 22.7	2.97	1.42	ระดับปานกลาง
2. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สส.	35 7.8	71 15.8	75 16.7	64 14.2	205 46.6	3.73	1.40	ระดับสูง
3. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สว.	38 8.4	84 18.7	79 17.6	40 8.9	209 45.4	3.65	1.45	ระดับสูง
4. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สท.	143 31.8	66 14.7	87 19.3	30 6.7	124 27.6	2.79	1.67	ระดับปานกลาง
5. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สง.	136 30.2	66 14.7	62 13.8	54 12.0	132 29.3	2.92	1.69	ระดับปานกลาง
6. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สข.	245 54.4	44 9.8	43 9.6	25 5.6	93 20.7	2.06	1.84	ระดับต่ำ
7. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สก.	250 55.6	41 9.1	43 9.6	25 5.6	91 20.2	2.02	1.85	ระดับต่ำ
8. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง อบต.	237 52.7	52 11.6	46 10.2	28 5.2	87 19.3	2.10	1.77	ระดับต่ำ
9. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง อบจ.	148 32.9	70 15.6	63 14.0	45 10.0	124 27.6	2.78	1.71	ระดับปานกลาง
10. พுகุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง	120 26.7	137 30.4	90 20.0	50 11.1	53 11.8	2.48	1.35	ระดับต่ำ

การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					- X	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อยมาก แต่ไม่ ประจำ ทุกครั้ง	ทุกครั้ง			
11. ช่วยรณรงค์หาเสียง ให้ผู้สมัครบางรายโดย ไม่มีค่าตอบแทน	273 60.7	101 22.4	36 8.0	28 6.2	12 2.7	1.65	1.07	มีระดับต่ำ
12. คิดเข้มงวดหรือติด สติ๊กเกอร์เพื่อสนับสนุน ผู้สมัครหรือพรรคที่ ชอบ	333 74.4	49 10.9	25 5.6	34 7.6	7 1.6	1.50	1.01	ระดับต่ำ
13. ส่งจดหมายหรือ โทรศัพท์หรือติดต่อ พูดคุยโดยตรงกับ นักการเมืองที่ชื่นชอบ	343 76.2	46 10.2	40 8.9	21 4.7	-	1.41	0.85	ระดับต่ำมาก
14. ร่วมบริจาคเงินเพื่อ สนับสนุนพรรค การเมือง	346 76.9	44 9.8	35 7.8	22 4.9	3 .7	1.41	0.89	ระดับต่ำมาก
15. ชุมนุมเข้าประชุม มีส่วนร่วมในการให้ กำลังใจกลับกลุ่มที่มี ความคิดเห็นตรงกัน	239 53.1	107 23.8	41 9.1	46 10.2	17 3.8	1.87	1.17	ระดับต่ำ
16. ฟังคำปราศรัยของ ผู้สมัครเลือกตั้ง	195 43.3	133 29.6	52 11.6	42 9.3	28 6.2	2.05	1.23	ระดับต่ำ
17. ร่วมส่งข้อความ SMS เกี่ยวกับประเด็น ทางการเมือง	291 64.7	84 18.7	36 8.0	36 8.0	3 .7	1.61	0.99	ระดับต่ำ
18. เป็นแกนนำหรือ ประสานงานเครือข่าย การเมือง	348 77.3	47 10.4	33 7.3	20 4.4	2 .4	1.38	0.87	ระดับต่ำมาก

การมีส่วนร่วม: ทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					-	SD	ระดับ การมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อย มากแต่ ไม่ ประจำ ทุกครั้ง	ทุก ครั้ง			
19. จัดทำหรือบริจาค ทรัพย์สินเพื่อจัดทำวัสดุ อุปกรณ์เพื่อรณรงค์ทาง การเมือง	351 78.0	46 10.2	25 5.6	26 2.8	2 .4	1.40	0.87	ระดับต่ำมาก
20. ชื่อและระดับของ ที่ระลึกเกี่ยวกับ เหตุการณ์ทางการเมือง ในโอกาสต่าง ๆ	304 67.6	76 16.9	40 8.9	25 5.6	5 1.1	1.55	0.95	ระดับต่ำ
22. ร่วมเวทีการเสวนา/ ประชุมทางการเมือง	282 62.7	87 19.3	44 9.8	24 5.3	13 2.9	1.65	1.06	ระดับต่ำ
23. ส่งจดหมาย/ดิ- โปสเตอร์/ไปเคาะประตู บ้านเพื่อเชิญชวน ประชาชนไปใช้สิทธิ เลือกตั้ง	349 77.6	41 9.1	35 7.8	23 5.1	2 .4	1.41	0.88	ระดับต่ำมาก
24. เป็นสมาชิกพรรค การเมือง	364 80.9	39 8.7	22 4.9	19 4.2	6 1.3	1.35	0.88	ระดับต่ำมาก
ภาพรวม						2.06	0.60	มีระดับต่ำ

จากตารางที่ 21 พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งหมด 24 กิจกรรมโดยรวมกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ฟังของวิทยุสถาบันทั้ง 3 แห่งมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองเท่ากับ 2.06 ซึ่งเป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ต่ำ เมื่อพิจารณาในแต่ละกิจกรรม พบว่าไม่มีกิจกรรมใดอยู่ในระดับสูงมาก

เป็นที่น่าสังเกตว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยมีส่วนร่วมเลยเป็นเรื่องของการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 80.9 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขณะที่กิจกรรมที่มีส่วนร่วมทุกครั้งของกลุ่มตัวอย่างเป็นเรื่องการใช้สิทธิเลือกตั้ง สว. ในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 46.4 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด



ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้านต่าง ๆ ของผู้ฟังสถานีวิทยุพหุฯ

การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					-	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อยมากแต่ไม่ประจำทุกครั้ง	ทุกครั้ง			
1. เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง	22 14.7	42 28.0	36 24.0	22 14.7	28 18.7	2.90	1.41	ระดับปานกลาง
2. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สส.	9 6.0	14 9.3	20 13.3	17 11.3	90 60.0	4.09	1.32	ระดับสูง
3. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สว.	8 5.3	16 10.7	22 14.7	11 7.3	93 62.0	4.19	1.31	ระดับสูง
4. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สข.	49 32.7	11 7.3	24 16.0	8 5.3	58 38.7	3.07	1.78	ระดับปานกลาง
5. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สก.	48 32.0	12 8.0	24 16.0	8 5.3	58 38.7	3.05	1.80	ระดับปานกลาง
6. พுகุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง	45 30.0	42 28.0	31 20.7	21 14.0	11 7.3	2.37	1.30	ระดับต่ำ
7. ช่วยรณรงค์หาเสียงให้ผู้สมัครบางรายโดยไม่มีค่าตอบแทน	118 78.7	17 11.3	10 6.7	4 2.7	-	1.32	0.81	ระดับต่ำมาก
8. ติดเข็มกลัดหรือติดสติ๊กเกอร์เพื่อสนับสนุนผู้สมัครหรือพรรคที่ชอบ	133 88.7	9 6.0	2 1.3	5 3.3	1 0.7	1.19	0.71	ระดับต่ำมาก
9. ส่งจดหมายหรือโทรศัพท์หรือติดต่อพுகุยโดยตรงกับนักการเมืองที่ชื่นชอบ	139 92.7	7 4.7	1 0.7	3 2.0	-	1.10	0.51	ระดับต่ำมาก

การมีส่วนร่วม ทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					X	SD	ระดับ การมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อย มากแต่ ไม่ ประจำ ทุกครั้ง	ทุก ครั้ง			
10. ร่วมบริจาคเงินเพื่อ สนับสนุนพรรค การเมือง	137 91.3	10 6.7	1 0.7	2 1.3	-	1.09	0.48	ระดับต่ำมาก
11. ชุมชนเข้าประชุม มีส่วนร่วมในการให้ กำลังใจกับกลุ่มที่มี ความคิดเห็นตรงกัน	95 63.3	35 23.3	6 4.0	12 8.0	2 1.3	1.61	0.98	ระดับต่ำ
12. พึ่งค่าปราศรัยของ ผู้สมัครเลือกตั้ง	73 48.7	43 28.7	14 9.3	12 8.0	8 5.3	1.93	1.18	ระดับต่ำ
13. ร่วมส่งข้อความ SMS เกี่ยวกับประเด็น ทางการเมือง	114 76.0	27 18.0	4 2.7	5 3.3	-	1.33	0.70	ระดับต่ำมาก
14. เป็นแกนนำหรือ ประสานงานเครือข่าย การเมือง	145 96.7	4 2.7	1 0.7	-	-	1.01	0.30	ระดับต่ำมาก
15. จัดทำหรือบริจาค ทรัพย์สินเพื่อจัดทำวัสดุ อุปกรณ์เพื่อรณรงค์ทาง การเมือง	142 94.7	6 4.0	1 0.7	1 0.7	-	1.07	0.35	ระดับต่ำมาก
16. ชื่อและระดับของ ที่ระลึกเกี่ยวกับ เหตุการณ์ทางการเมือง ในโอกาสต่าง ๆ	111 74.0	29 19.3	6 4.0	3 2.0	-	1.36	0.72	ระดับต่ำมาก
17. เป็นอาสาสมัคร สังเกตการณ์การ เลือกตั้ง	117 78.0	21 14.0	2 1.3	8 5.3	2 1.3	1.36	0.88	ระดับต่ำมาก
18. ร่วมเวทีการเสวนา/ ประชุมทางการเมือง	122 81.3	19 12.7	4 2.7	3 2.0	2 1.3	1.27	0.76	ระดับต่ำมาก

การมีส่วนร่วม ทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					- X	SD	ระดับ การมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อย มากแต่ ไม่ ประจำ ทุกครั้ง	ทุก ครั้ง			
19. ส่งจดหมาย/ติด โปสเตอร์/ไปเคาะประตู บ้านเพื่อเชิญชวน ประชาชนไปใช้สิทธิ เลือกตั้ง	136 90.7	10 6.7	1 0.7	3 2.0	-	1.12	0.53	ระดับต่ำมาก
20. เป็นสมาชิกพรรค การเมือง	146 97.3	3 2.0	1 0.7	-	-	1.01	0.26	ระดับต่ำมาก
ภาพรวม						1.87	0.90	มีระดับต่ำมาก

จากตารางที่ 22 พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งหมด 20 กิจกรรมโดยรวม กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ฟังของวิทยุจุฬาฯ มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองเท่ากับ 1.87 ซึ่งเป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ต่ำมาก เมื่อพิจารณาในแต่ละกิจกรรม พบว่าไม่มีกิจกรรมใดอยู่ในระดับสูงมาก เป็นที่น่าสังเกตว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยมีส่วนร่วมเลยเป็นเรื่องของการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 97.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขณะที่กิจกรรมที่มีส่วนร่วมทุกครั้งของกลุ่มตัวอย่างเป็นเรื่องการใช้สิทธิเลือกตั้ง สว. ในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 62.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ศูนย์วิทยุทรพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้านต่าง ๆ ของผู้ฟังสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน

การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					- X	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อยมากแต่ไม่ประจำทุกครั้ง	ทุกครั้ง			
1. เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง	24 16.0	46 30.7	35 23.3	22 14.7	23 15.3	2.82	1.31	ระดับปานกลาง
2. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สส.	19 12.7	40 25.7	30 20.0	14 9.3	47 31.3	3.20	1.45	ระดับปานกลาง
3. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สว.	23 15.3	41 27.3	29 19.3	11 7.3	46 30.7	3.10	1.49	ระดับปานกลาง
4. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สท.	27 18.0	41 27.3	30 20.0	12 8.0	40 26.7	2.97	1.49	ระดับปานกลาง
5. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สจ.	28 18.7	40 26.7	29 19.3	12 8.0	41 27.3	2.96	1.53	ระดับปานกลาง
6. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง อบต.	29 19.3	40 26.7	27 18.0	14 9.3	40 26.7	2.97	1.50	ระดับปานกลาง
7. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง อบจ.	30 20.0	41 27.3	28 18.7	13 8.7	38 25.3	2.92	1.48	ระดับปานกลาง
8. พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นทางการเมือง	44 29.3	55 36.7	19 12.7	13 8.7	19 12.7	2.37	1.36	ระดับต่ำ
9. ช่วยรณรงค์หาเสียงให้ผู้สมัครบางรายโดยไม่มีค่าตอบแทน	114 76.0	22 14.7	5 3.3	5 3.3	4 2.7	1.42	0.91	ระดับต่ำมาก
10. ติดเข็มกลัดหรือติดสติ๊กเกอร์เพื่อสนับสนุนผู้สมัครหรือพรรคที่ชอบ	136 90.7	6 4.0	3 2.0	2 1.3	3 2.0	1.20	0.72	ระดับต่ำมาก

การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					-	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อยมากแต่ไม่ประจำทุกครั้ง	ทุกครั้ง			
11. ส่งจดหมายหรือโทรศัพท์หรือติดต่อพูดคุยโดยตรงกับนักการเมืองที่ชื่นชอบ	144 96.0	4 2.7	1 .7	1 .7	-	1.05	0.34	ระดับต่ำมาก
12. ร่วมบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนพรรคการเมือง	144 96.0	3 2.0	1 .7	1 .7	1 .7	1.08	0.46	ระดับต่ำมาก
13. ชุมนุม, เข้าประชุม, มีส่วนร่วมในการให้กำลังใจกลุ่มที่มีความคิดเห็นตรงกัน	88 58.7	32 21.3	9 6.0	8 5.3	13 8.7	1.84	1.27	ระดับต่ำ
14. ฟังคำปราศรัยของผู้สมัครเลือกตั้ง	74 49.3	45 30.0	8 5.3	10 6.7	13 8.7	1.95	1.27	ระดับต่ำ
15. ร่วมส่งข้อความ SMS เกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง	121 80.7	20 13.3	3 2.0	5 3.3	1 .7	1.30	0.73	ระดับต่ำมาก
16. เป็นแกนนำหรือประสานงานเครือข่ายการเมือง	145 96.7	1 .7	3 2.0	1 .7	-	1.05	0.40	ระดับต่ำมาก
17. จัดทำหรือบริจาคทรัพย์สินเพื่อจัดทำวัสดุอุปกรณ์เพื่อรณรงค์ทางการเมือง	144 96.0	3 2.0	2 1.3	1 .7	-	1.07	0.36	ระดับต่ำมาก
18. ซื้อและประดับของที่ระลึกเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองในโอกาสต่าง ๆ	128 85.3	12 8.0	3 2.0	4 2.7	3 2.0	1.28	0.80	ระดับต่ำมาก

การมีส่วนร่วม ทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					- X	SD	ระดับ การมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อย มากแต่ ไม่ ประจำ ทุกครั้ง	ทุก ครั้ง			
19. เป็นอาสาสมัคร สังเกตการณ์การ เลือกตั้ง	102 68.0	35 23.3	3 2.0	3 2.0	7 4.7	1.51	0.99	ระดับต่ำ
20. ร่วมเวทีการเสวนา/ ประชุมทางการเมือง	106 70.7	27 18.0	6 4.0	3 2.0	8 5.3	1.53	1.05	ระดับต่ำ
21. ส่งจดหมาย/ติด โปสเตอร์/ไปเคาะประตู บ้านเพื่อเชิญชวน ประชาชนไปใช้สิทธิ เลือกตั้ง	145 96.7	4 2.7	1 .7	-	-	1.04	0.23	ระดับต่ำมาก
22. เป็นสมาชิกพรรค การเมือง	147 98.0	-	3 2.0	-	-	1.03	0.29	ระดับต่ำมาก
ภาพรวม						2.16	0.97	ระดับต่ำ

จากตารางที่ 23 พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งหมด 22 กิจกรรมโดยรวมกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ฟังของวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองเท่ากับ 2.16 ซึ่งเป็นระดับการมีส่วนร่วมที่ต่ำ เมื่อพิจารณาในแต่ละกิจกรรม พบว่าไม่มีกิจกรรมใดอยู่ในระดับสูงมาก

เป็นที่น่าสังเกตว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยมีส่วนร่วมเลยเป็นเรื่องของการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 98.0 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขณะที่กิจกรรมที่มีส่วนร่วมทุกครั้งของกลุ่มตัวอย่างเป็นเรื่องการใช้สิทธิเลือกตั้ง สส. ในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 31.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองด้านต่าง ๆ ของผู้ฟังสถานีวิทยุวิทยุ มอ.ปัตตานี

การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					- X	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อยมากแต่ไม่ประจำทุกครั้ง	ทุกครั้ง			
1. เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง	17 11.3	48 32.0	22 14.7	12 8.0	51 34.0	3.20	1.50	ระดับปานกลาง
2. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สส.	7 4.7	17 11.3	25 16.7	33 22.0	68 45.3	3.91	1.25	ระดับสูง
3. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สว.	7 4.7	27 18.0	28 18.7	18 12.0	70 46.7	3.77	1.36	ระดับสูง
4. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สท.	24 16.0	16 10.7	44 29.3	12 8.0	54 36.0	3.31	1.58	ระดับปานกลาง
5. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สจ.	18 12.0	19 12.7	19 12.7	35 23.3	59 39.3	3.62	1.49	ระดับสูง
6. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง อบต.	113 75.3	4 2.7	8 5.3	8 5.3	17 11.3	1.75	1.70	ระดับต่ำ
7. ออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง อบจ.	19 32.9	21 14.0	24 16.0	21 14.0	65 43.3	3.55	1.60	ระดับสูง
8. พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง	31 20.7	40 26.7	40 26.7	16 10.7	23 15.3	2.70	1.38	ระดับปานกลาง
9. ช่วยรณรงค์หาเสียงให้ผู้สมัครบางรายโดยไม่มีค่าตอบแทน	41 27.3	62 41.3	21 14.0	19 12.7	7 4.7	2.21	1.20	ระดับต่ำ
10. ติดเข็มกลัดหรือติดสติ๊กเกอร์เพื่อสนับสนุนผู้สมัครหรือพรรคที่ชอบ	66 22.7	34 22.7	20 13.3	27 18.0	3 2.0	2.10	1.23	ระดับต่ำ

การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					- X	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อย มากแต่ ไม่ ประจำ ทุกครั้ง	ทุก ครั้ง			
11. ส่งจดหมายหรือโทรศัพท์หรือติดต่อพูดคุยโดยตรงกับนักการเมืองที่ชื่นชอบ	60 40.0	35 23.3	38 25.3	17 11.3	-	2.07	1.15	ระดับต่ำ
12. ร่วมบริจาคเงินเพื่อสนับสนุนพรรคการเมือง	65 43.3	31 20.7	33 22.0	19 12.7	2 1.3	2.07	1.18	ระดับต่ำ
13. ชุมนุม, เข้าประชุม, มีส่วนร่วมในการให้กำลังใจกลับกลุ่มที่มีความคิดเห็นตรงกัน	56 37.3	40 26.7	26 17.3	26 17.3	2 1.3	2.17	1.18	ระดับต่ำ
14. พึงคำปราศรัยของผู้สมัครเลือกตั้ง	48 32.0	45 30.0	30 20.0	20 13.3	7 4.7	2.27	1.21	ระดับต่ำ
15. ร่วมส่งข้อความ SMS เกี่ยวกับประเด็นทางการเมือง	56 37.3	37 24.7	29 19.3	26 17.3	2 1.3	2.19	1.18	ระดับต่ำ
16. เป็นแกนนำหรือประสานงานเครือข่ายการเมือง	58 38.7	42 28.0	29 19.3	19 12.7	2 1.3	2.07	1.14	ระดับต่ำ
17. จัดทำหรือบริจาคทรัพย์สินเพื่อจัดทำวัสดุอุปกรณ์เพื่อรณรงค์ทางการเมือง	65 43.3	37 24.7	22 14.7	24 16.0	2 1.3	2.06	1.18	ระดับต่ำ
18. ชื่อและระดับของที่ระลึกเกี่ยวกับเหตุการณ์ทางการเมืองในโอกาสต่างๆ	65 43.3	35 23.3	31 20.7	18 12.0	1 .7	2.02	1.11	ระดับต่ำ



การมีส่วนร่วมทางการเมือง	ระดับการมีส่วนร่วม: จำนวน (ร้อยละ)					-	SD	ระดับการมีส่วนร่วม
	ไม่เคยเลย	นานครั้ง	บ่อย	บ่อยมากแต่ไม่ประจำทุกครั้ง	ทุกครั้ง			
19. เป็นอาสาสมัครสังเกตการณ์การเลือกตั้ง.	65 43.3	32 21.3	29 19.3	21 14.0	3 2.0	2.09	1.19	ระดับต่ำ
20. ร่วมเวทีการเสวนา/ประชุมทางการเมือง	54 36.0	41 27.3	34 22.7	18 12.0	3 2.0	2.15	1.13	ระดับต่ำ
21. ส่งจดหมาย/คิดโปสเตอร์/ไปเคาะประตูบ้านเพื่อเชิญชวนประชาชนไปใช้สิทธิเลือกตั้ง	68 45.3	27 18.0	33 22.0	20 13.3	2 1.63	2.06	1.17	ระดับต่ำ
22. เป็นสมาชิกพรรคการเมือง	71 47.3	36 24.0	18 12.0	19 12.7	6 4.0	1.99	1.25	ระดับต่ำ
ภาพรวม						2.51	1.28	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 24 พบว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองทั้งหมด 22 กิจกรรมโดยรวมกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ฟังของวิทยุ มอ.ปัตตานี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมทางการเมืองเท่ากับ 2.51 ซึ่งเป็นระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละกิจกรรม พบว่าไม่มีกิจกรรมใดอยู่ในระดับสูงมาก

เป็นที่น่าสังเกตว่ากิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างไม่เคยมีส่วนร่วมเลยเป็นเรื่องของการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 47.3 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ขณะที่กิจกรรมที่มีส่วนร่วมทุกครั้งของกลุ่มตัวอย่างเป็นเรื่องการใช้สิทธิเลือกตั้ง สว. ในสัดส่วนที่สูงกว่ากิจกรรมอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 46.7 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

จะเห็นได้ว่า ระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเลือกตั้งในระดับชาติ จะได้รับความสนใจมากที่สุดไม่ว่าจะเป็นการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง สส .หรือสว.ก็ตาม

และกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทย มอ.ปัตตานีมีกิจกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับปานกลาง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยจุฬาฯมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับต่ำมากและกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยเสิงสื่อสารมวลชนมีส่วนร่วมในระดับต่ำสะท้อนให้เห็นว่าประชาชนในจังหวัดทางภาคใต้สนใจมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าประชาชนในภาคอื่น ๆ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 แสดงความคิดเห็นต่อบทบาทในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา จำแนกตามกลุ่มตัวอย่างแต่ละพื้นที่

วิทยุสถาบันมีส่วนส่งเสริม / สนับสนุนให้ท่านมีส่วนร่วมทางการเมืองหรือไม่	วิทยุสถาบัน							
	วิทยุจุฬาฯ		วิทยุเสียงสื่อสารมวลชน		วิทยุ มอ.ปัตตานี		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
มีอย่างมาก	64	42.7	46	30.7	21	14.0	131	29.1
มีส่วนบ้าง	63	42.0	87	58.0	125	83.3	275	61.1
ไม่มีเลย	23	15.3	17	11.3	4	2.7	44	9.8
รวม	150	100.0	150	100.0	150	100.0	450	100.0

จากตารางที่ 25 พบว่า จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีส่วนส่งเสริม/สนับสนุน ให้มีส่วนร่วมทางการเมืองของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา โดยภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังสถานีวิทยุสถาบันการศึกษาทั้ง 3 แห่ง เห็นว่า สถานีวิทยุการศึกษามีส่วนร่วมบ้าง จำนวน 275 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 รองลงมาเห็นว่ามีส่วนร่วมมาก จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 และน้อยที่สุดคือ ไม่มีส่วนเลย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

เมื่อพิจารณาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสถานีวิทยุสถาบันการศึกษามีส่วนอย่างมาก จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 42.7 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ฟังของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนและสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีเห็นว่า สถานีวิทยุสถาบันการศึกษามีส่วนบ้างมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.0 และ 83.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย F-testพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากรายการของสถานีวิทยุการศึกษาจำแนกตามสถานีสถาบันการศึกษา

วิทยุสถาบัน	n	x	S.D.	F Ratio	Prob
วิทยุจุฬาฯ	150	2.24	.83	21.948	.000*
วิทยุเสียงสื่อสารมวลชน	150	2.47	.75		
วิทยุ มอ. ปัตตานี	150	1.86	.81		
รวม	450	2.19	.83		

\*  $p \leq 0.05$

จากตารางที่ 26 พบว่า ค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองจากรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา จำแนกตามสถานีวิทยุสถาบันแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนมีพฤติกรรมกาเปิดรับข้อมูลข่าวสารทางการเมืองมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีและสถานีวิทยุจุฬาฯซึ่งสัมพันธ์กับงานวิจัยของวิชัย โวหารดี, 2534 พบว่าประชาชนที่มีความรู้สูงมีแนวโน้มในการเปิดรับข่าวสารทางการเมืองที่หลากหลาย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุจุฬาฯและสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนมีการศึกษาระดับปริญญาตรีในขณะที่กลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

พฤติกรรมกรรับฟังวิทยุสถาบัน	การมีส่วนร่วมทางการเมือง	
	r	p
ความบ่อยครั้งในการรับฟัง	-0.1787	.000 **
ระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง	.0319	.500
ช่วงเวลาที่ฟัง	-0.2011	.000 **
ภาพรวมรับฟังวิทยุสถาบัน	-0.1836	.000 **

\*\*  $p < 0.05$

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ความบ่อยครั้งในการรับฟังรายการจากสถานีวิทยุสถาบันการศึกษามีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองและช่วงเวลาที่ฟังมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ระดับ (-0.1787) และ (-0.2011) ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่า กลุ่มผู้ฟังที่มีความบ่อยครั้งในการฟังและมีช่วงเวลาที่ฟังมากจะมีส่วนร่วมทางการเมืองน้อย ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการนั้นไม่ตรงกับเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับการเมือง หรือรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษามีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมืองไม่มากนัก

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการจากสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่ฟังสถานีวิทยุจุฬาฯ

พฤติกรรมกรรับฟังวิทยุสถาบัน	การมีส่วนร่วมทางการเมือง	
	r	p
ความบ่อยครั้งในการรับฟัง	-.1403	.087
ระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง	.0382	.642
ช่วงเวลาที่ฟัง	-.0899	.274
ภาพรวมรับฟังวิทยุสถาบัน วิทยุจุฬาฯ	-.1105	.178

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ความบ่อยครั้งในการรับฟังรายการจากสถานีวิทยุจุฬาฯ กับระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้งและช่วงเวลาที่ฟังไม่มีความสัมพันธ์กันกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในกลุ่มผู้ฟังของสถานีวิทยุจุฬาฯ ซึ่งหมายความว่า ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะฟังบ่อยแค่ไหน มีระยะเวลาที่ฟังแต่ละครั้งนานเท่าไรหรือเปิดฟังช่วงเวลาใดก็ไม่มีผลใด ๆ ต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง อาจจะเป็นไปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างของสถานีวิทยุจุฬาฯ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเมืองหลวงมีสื่อมวลชนให้เลือกเปิดรับมากมายหลายชนิด เช่น สื่อนั่งสือพิมพ์ ที่มีงานวิจัยของจิตติ วิทยุสรณะศึกษาพบว่าสื่อนั่งสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมทางการเมืองของนักศึกษามากที่สุด และที่สำคัญสื่อโทรทัศน์ซึ่งมักจะได้รับความสนใจจากผู้รับสารมากที่สุด

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการจากสถานีวิทยุสถาบันการศึกษา กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มตัวอย่างที่ฟังสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชน

พฤติกรรมกรรับฟังวิทยุสถาบัน	การมีส่วนร่วมทางการเมือง	
	r	p
ความบ่อยครั้งในการรับฟัง	-.0860	.295
ระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง	.1044	.204
ช่วงเวลาที่ยัง	-.1668	.041 *
ภาพรวมรับฟังวิทยุสถาบัน วิทยุเสียงสื่อสารมวลชน	-.1074	.191

\*  $p < 0.05$

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการ ของสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ช่วงเวลาที่ฟังมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ระดับความสัมพันธ์เท่ากับ -0.1668 ซึ่งหมายความว่า ช่วงเวลาที่ฟังมีทิศทางตรงกันข้ามกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 30 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของกลุ่มผู้ฟังสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานี

พฤติกรรมกรรับฟังวิทยุสถาบัน	การมีส่วนร่วมทางการเมือง	
	r	p
ความบ่อยครั้งในการรับฟัง	-0.1758	.031*
ระยะเวลาที่ฟังในแต่ละครั้ง	.1063	.195
ช่วงเวลาที่ฟัง	-0.2107	.010 **
ภาพรวมรับฟังวิทยุสถาบัน วิทยุ มอ.ปัตตานี	-0.2185	.007

\*  $p < 0.05$

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรเปิดรับฟังรายการของสถานีวิทยุสถาบันการศึกษากับการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ความบ่อยครั้งในการรับฟังรายการจากสถานีวิทยุ มอ.ปัตตานีมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง และช่วงเวลาที่ฟังมีความสัมพันธ์ทางลบกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ระดับ (-0.1758) และ (-0.2107) ตามลำดับซึ่งหมายความว่า กลุ่มผู้ฟังที่มีความบ่อยครั้งในการฟังและมีช่วงเวลาที่ฟังมากจะมีส่วนร่วมทางการเมืองน้อย ซึ่งอาจจะเป็นไปได้ว่าช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการนั้นไม่ตรงกับเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้องกับการเมือง หรือรายการของสถานีวิทยุสถาบันศึกษามีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการเมืองไม่มากนัก

ศูนย์วิทยุทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย