

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎี แนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เรื่อง พฤติกรรมการรับฟังรายการเสียงตามสายในโรงพยาบาลของผู้ป่วยในนี้ ผู้วิจัยนำเสนอโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนแรก ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการใช้สื่อ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ความคาดหวังจากสื่อ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา และการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

ส่วนที่สอง ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศและต่างประเทศ

1. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารและการใช้สื่อ การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ความคาดหวังจากสื่อ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา และการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับสื่อสารและการใช้สื่อ

การสื่อสารเป็นกระบวนการของการถ่ายทอดข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสารโดยผ่านตัวกลางหรือสื่อประเภทต่าง ๆ กระบวนการสื่อสารเป็นตัวกำหนดประสิทธิผลของการสื่อสาร ถ้ากระบวนการสื่อสารมีประสิทธิภาพสูง การสื่อสารก็จะมีประสิทธิผลมาก ปัจจัยต่าง ๆ ที่ประกอบกันขึ้นเป็นกระบวนการสื่อสารจะมีความสัมพันธ์กัน มีผลกระทบซึ่งกันและกันและยังมีผลต่อการสื่อสารด้วย

องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสาร

1. ผู้ส่งสาร (Source) หมายถึง ผู้ผลิต หรือจัดรวบรวมข้อมูล ข่าวสารต่าง ๆ แล้วส่งออกไปยังผู้รับ ผู้ส่งสารอาจเป็นเพียงบุคคลหรือกลุ่มคนก็ได้
2. ผู้รับสาร (Receiver) หมายถึง ผู้ที่รับเรื่องราวข่าวสารต่าง ๆ จากผู้ส่ง ผู้รับสารอาจจะเป็นบุคคล เป็นกลุ่ม หรือเป็นมวลชนก็ได้
3. สาร (Message) หมายถึง ข้อมูลหรือเรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้ส่งต้องการจะถ่ายทอดไปยังผู้รับสาร อาจจะมีหลายรูปแบบ เป็นตัวหนังสือ รูปภาพ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ
4. ช่องสาร หรือวิธีการส่งข่าวสาร (Channel) เป็นรูปแบบของสื่อตัวกลาง หรือวิธีการที่ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับ อาจะส่งโดยการสื่อสารตัวต่อตัว ส่งในลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์ ในลักษณะรูปภาพ ส่งทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ โทรเลข โทรศัพท์ หรือสื่ออื่น ๆ ในกระบวนการของการสื่อสารนั้น ผู้ส่งสารจะส่งข่าวสารโดยอาศัยวิธีการหรือสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นตัวกลางส่งไปยังผู้รับ
5. การป้อนกลับ (Feedback) หมายถึง การสนองตอบของผู้รับสารต่อผู้ส่งสารหรือสาร ซึ่งผลการตอบสนองนี้ มีทั้งลักษณะพฤติกรรมที่เปิดเผย สังเกตเห็นได้ชัดจากคำพูด สีหน้า อากัปกิริยา ฯลฯ และลักษณะพฤติกรรมปกปิดซ่อนเร้นภายในจิตใจซึ่งไม่สามารถสังเกตเห็นได้ชัดจากภายนอก แต่อาศัยการคาดคะเนโดยการอ่านใจ และเดาใจ ซึ่งกันและกัน ดังนั้น ผู้กระทำการสื่อสารทั้ง 2 ฝ่าย ต่างจำเป็นต้องพิจารณาการป้อนกลับของกันและกันด้วยความเข้าใจที่ถูกต้อง เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการแก้ไข ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลง เนื้อหาสาระของสาร หรือรหัสที่ใช้ในการถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนให้เหมาะสม และสอดคล้องกับบุคลิกภาพภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ร่วมกระทำการสื่อสารอันจะนำมาซึ่งผลดีอย่างยิ่งต่อประสิทธิผล และประสิทธิภาพของการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารจะประสบผลสำเร็จเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ทั้ง 5 ว่ามีความเหมาะสม ผสมกลมกลืนกันเพียงใด (ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ อ้างถึงในพิไลพรรณ กาญจนลักษณ์, 2533)

ประมะ สตะเวทิน (2533) กล่าวว่า ในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์นั้นองค์ประกอบที่เป็นมนุษย์เกี่ยวข้องอยู่ 2 ฝ่าย คือ ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ในการสื่อสารออกไปนั้น ผู้ส่งสารต้องคำนึงถึงผู้รับสารอยู่เสมอ เพราะผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสาร ผู้ส่งสารต้องทำการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ต้องเตรียมตัว เตรียมสาร เตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารของตน การสื่อสารจึงจะมีประสิทธิผล และผู้ส่งสารจึงจะบรรลุวัตถุประสงค์ในการสื่อสารของตนได้ ไม่ว่าจะวัตถุประสงค์นั้นจะเป็นการให้ข่าวสาร (information) การให้ความรู้หรือการศึกษา (education) การชักจูงใจ (persuasion) หรือการให้ความบันเทิง (entertainment) การจะทำเช่นนั้นได้ผู้ส่งสารจะต้องสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิเคราะห์ผู้รับสารจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้รับสาร เพื่อวางแผนในการสื่อสารกับผู้รับสารซึ่งวิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ในกรณีของการสื่อสารกลุ่มใหญ่และการสื่อสารมวลชนนั้นก็คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะทางประชากร เช่น จำแนกตามอายุ เพศ สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ การศึกษา และศาสนา เป็นต้น

1. อายุ (Age)

การวิจัยทางจิตวิทยา พบว่า คนเราเมื่อมีอายุเพิ่มมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกชักจูงใจจะน้อยลง นอกจากนั้นอายุยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ และมองโลกในแง่ดีกว่าคนที่มีอายุมาก ผู้ที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติ มีความระมัดระวัง และมี

ความคิดอนุรักษ์นิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย นอกจากนั้นกลุ่มคนที่อายุต่างกันลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่า เพื่อความบันเทิง

2. เพศ (Sex)

การวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนไหว มักถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายใช้เหตุผล และจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิง ผู้ชายมีความสามารถในการคาดคะเนความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลได้มากกว่าผู้หญิง และผู้หญิงมักจะโทษตัวเอง เมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่ไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Status)

สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว การวิจัยทางจิตศาสตร์ได้ชี้ให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสาร และสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยมความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน

นอกจากครอบครัว และอาชีพแล้ว รายได้ ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการของคน ตลอดจนสามารถกำหนดความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมต่าง ๆ และคนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับ

ค่านิยม ทักษะความคิด และพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน

4. การศึกษา (Education)

คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูง หรือความรู้ดี จะได้เปรียบอย่างมากเพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่มักเป็นคนไม่ค่อยเชื่ออะไรง่าย ๆ โดยทั่วไปคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ แต่ในขณะที่คนที่มีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ ฯลฯ

5. ศาสนา (Religion)

การนับถือศาสนาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งของผู้รับสารที่มีอิทธิพลต่อตัวผู้รับสารเองทั้งในด้านทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรม ศาสนาได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับคน และกิจกรรมในชีวิตของคนตลอดชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย ในระยะเริ่มต้นเด็กได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางพ่อแม่โดยการอบรมสั่งสอนและปลูกฝังความคิดของพ่อแม่ ต่อมาก็ได้รับอิทธิพลของศาสนาผ่านทางโรงเรียนโดยการศึกษาเล่าเรียนตามหลักสูตรและการปฏิบัติในพิธีกรรมต่าง ๆ และในที่สุดก็ได้รับอิทธิพลโดยตรงของศาสนาในโอกาสต่าง ๆ ในการดำเนินชีวิตของตน คนที่นับถือศาสนาต่างกันจะมีความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

โรเจอร์ (Rogers, 1978) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความคิด หรือข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารด้วยเจตนาจะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร โดยผลของการสื่อสารนี้ จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 3 ประการ คือ

1. เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ของผู้รับสาร (Knowledge)

2. เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้รับสาร (Attitude)
3. เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสาร (Practice)

ความรู้ (Knowledge) ทัศนคติ (Attitude) และการปฏิบัติ (Practices) ของผู้รับสารที่อาจจะมีผลกระทบต่อสังคม โดยมีหลักว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการยอมรับปฏิบัติ หรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทั้งความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ดังนั้นการที่จะมีการยอมรับ หรือปฏิเสธสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติก่อนโดยการให้ความรู้

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม ได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารในฐานะตัวแปรต้นสามารถนำการพัฒนาไปสู่ชุมชนได้ โดยการศึกษาถึงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมของผู้รับสารว่าเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เพราะอะไร นอกจากนี้ยังศึกษาถึงความสัมพันธ์ในลักษณะสายโซ่ ที่เริ่มจากความรู้ไปสู่ทัศนคติและกลายเป็นพฤติกรรมต่อไป (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

ความรู้ (Knowledge) เป็นการรับรู้เบื้องต้น ซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) แล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำ (ข้อมูล) กับสภาพจิตวิทยาด้วย เหตุนี้ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรรซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง ความรู้จึงเป็นกระบวนการภายใน อย่างไรก็ตามความรู้ก็อาจส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกของมนุษย์ได้

ทัศนคติ (Attitude) เป็นความคิดความรู้สึกอย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อม โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่อด้าน

พฤติกรรมในอนาคตได้ ทักษคติจึง เป็นความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และ ทักษคติเป็นพรหมแดนเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับพฤติกรรม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533)

ฟิชเบียนและอัจเซน (Fishbein and Ajzen, 1975) ได้ให้คำ นิยามทักษคติว่า ความโน้มเอียงที่ได้เรียนรู้ที่จะตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งทางที่ ชอบบอย่างคง เส้นคงวา

ทักษคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธีอาจกระทำ ได้โดยที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งข่าวสารนี้อาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือ มาจากอุปกรณ์ สื่อมวลชนต่าง ๆ ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของ ทักษคติด้านความรู้ หรือการรับรู้ (Cognitive Component) เป็นที่เชื่อกัน ว่าถ้าส่วนประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่น จะมีแนวโน้ม เปลี่ยนแปลงด้วยเช่นกัน เช่น ถ้าส่วนประกอบทางด้านอารมณ์ (Affective Component) เปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) จะเปลี่ยนแปลงด้วย

พฤติกรรม (Practice) การกระทำหรือพฤติกรรมใด ๆ ของคนเรา จะเป็นการแสดงออกของบุคคลผู้ที่มีพื้นฐานมาจากความรู้และทักษคติของตนเอง การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็ เนื่องจากมีความรู้และทักษคติที่แตกต่างกัน ซึ่ง ความแตกต่างของความรู้และทักษคติเกิดจากความแตกต่างในเรื่องการเปิด รับสื่อ การแปลความหมายของสารที่ตนเองได้รับ สิ่งเหล่านี้ก่อให้เกิด ประสบการณ์สิ่ง สมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบท่อพฤติกรรมของบุคคล

ทฤษฎีพฤติกรรมการสื่อสาร

ทฤษฎีพฤติกรรมการสื่อสารที่เกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร คือกระบวนการ

การในการเลือกรับ (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) อันเป็นการเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารตามความสนใจและความต้องการเพื่อแก้ปัญหา และสนองความต้องการของบุคคล การเลือกสนใจข่าวสาร (Selective Attention) หมายถึงการเลือกสนใจข่าวสารอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่ตรงกับความต้องการของตน การเลือกคิดหรือรับรู้ หรือให้ความหมายกับข่าวสารที่ตรงกับทัศนคติ ความต้องการและประสบการณ์เดิมของตนเองและการเลือกจำ (Selective Retention) ซึ่งหมายถึงการเลือกจำ เฉพาะบางสิ่งบางอย่างที่ตนต้องการจะจำ (แคลปเปอร์ : Klapper, 1960)

วิลเบอร์ ชรามม์ (Schramm, 1973) อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น

แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร โดยจำแนกตามพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือบุคคลจะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับตนเอง ก็จะทำให้ความเอาใจใส่ อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

แมคไกวร์ (W.J. McGuire, 1966) ได้อธิบายถึงขั้นตอนของขบวนการ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) อันเป็นผลจากการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนต่าง ๆ 5 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

1. การใส่ใจ (Attention)
2. ความเข้าใจ (Comprehension)
3. การมีสิ่งใหม่เกิดขึ้น (Yielding)
4. การเก็บเอาไว้ (Retention)
5. การกระทำ (Action)

สิ่งที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้น เริ่มต้นด้วยองค์ประกอบที่สำคัญอันหนึ่ง คือ แหล่ง (Source) ของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ อาจจะเป็นบุคคลเดี่ยว กลุ่มบุคคล วิทยุ หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือสิ่งทีก่อให้เกิดทัศนคติโดยตรงโดยทั่วไปแหล่งข่าวต่าง ๆ จะมีลักษณะที่แตกต่างกันในด้านต่าง ๆ เช่น ความสามารถ ความเป็นที่ดึงดูดสนใจ ความคุ้นเคย ความเป็นมิตร จากการศึกษพบว่า แหล่งข่าวที่มีความสามารถ มีความคุ้นเคย สามารถดึงดูดความสนใจ และมีอำนาจ จะมีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติมากกว่าแหล่งข่าวที่ไม่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นอกจากนี้องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น เนื้อหาของข่าว (ควรพิจารณาถึงภาษา ความยากง่าย คำที่ใช้ ฯลฯ) วิธีการส่งข่าวสาร (เช่น การพูดในชุมชน การแสดงสาธิต การสัมภาษณ์ การอภิปราย ฯลฯ) และตัวผู้รับ (เช่น ทักษะในการสื่อความหมาย ทัศนคติ ความรู้ระบบสังคม เป็นต้น) ก็เป็นองค์ประกอบในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้ผลที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างทั้งทางด้านสรีรวิทยา วัตถุสังคม และอื่น ๆ เชื่อว่า "อายุ" มีผลต่อทัศนคติของบุคคลผู้ใหญ่มักจะปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ซึ่งตรงข้ามกับวัยรุ่นที่พร้อมจะเปลี่ยนแปลงสังคม การเปลี่ยนแปลงนี้มีผลต่อการสร้างทัศนคติและการมีพฤติกรรมของบุคคลเหล่านั้นด้วย

ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses and Gratifications Theory)

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารมีลักษณะตรงข้ามกับการศึกษาถึงผลที่สื่อมวลชนก่อให้เกิดขึ้นในหมู่ผู้รับสาร (The Media Effect Approach) เพราะจะศึกษาในแนวที่ว่าสื่อมวลชนทำอะไรกับผู้รับสาร แต่การศึกษาที่เน้นประโยชน์ของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคมนี้ เป็นการศึกษาว่า ผู้รับสารจะทำอะไรกับสื่อมวลชน ในเรื่องของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) จึงเน้นที่ผู้รับสารว่าเป็นผู้กำหนด สื่อ และสาร ที่จะเข้าไปตอบสนองความต้องการของตนได้ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2534)

การศึกษาแนวการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นการศึกษาดำเนินการโดยนำเอาสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และสังคมของผู้รับสารเข้ามาผสมผสานด้วย โดยพยายามค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายออกมา เพื่ออธิบายให้เห็นว่า สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบในการแสวงหา หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับสื่อมวลชน ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวได้เปลี่ยนความสนใจจากผู้ส่งสาร มาเป็นความต้องการของผู้ใช้สื่อ อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ เป็นการยอมรับว่า มนุษย์เราจงใจแสวงหาสารจากสื่อมวลชน ไม่ใช่ถูกยัดเยียดข้อความดังที่เคยคิดกัน และลักษณะที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งในทฤษฎีนี้ ก็คือศึกษามนุษย์มากกว่าสารที่มนุษย์ได้รับ คือ ศึกษาว่าทำไมมนุษย์จึงมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารเช่นนี้ มากกว่าที่จะศึกษาว่า สารนี้ก่อให้เกิดพฤติกรรมอย่างไร

การศึกษาสื่อมวลชน ตามแนวของทฤษฎี การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ มีข้อที่ต้องยอมรับดังนี้

1. มนุษย์จงใจและแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู

- หรือ ฟิง ซึ่งมนุษย์เลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารนั้นได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal-Directed)
 3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการการรับรู้ของมนุษย์ได้
 4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่าง ๆ กัน (เสรี วงษ์มณฑา อ้างถึงใน วิไลรัตน์ พูนวสิน, 2535)

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ เริ่มขึ้นเมื่อ เฮอซอก (Herzog) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านอเมริกัน ได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ในปี 1944 ซึ่งผู้รับสารเลือกรับสื่อและเนื้อหา เพื่อสนองความต้องการของตน ขณะเดียวกันการศึกษาลักษณะของสื่อ ผู้รับสาร เริ่มเห็นว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมาก ดังที่นักวิชาการยุคแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ ซึ่งการค้นพบครั้งนี้ เป็นแนวทางให้เห็นว่า ผู้รับสารไม่ได้เป็นผู้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น แต่ผู้รับมีบทบาทมากกว่าเพียงแค่รับสารโยงไปสู่ความคิดที่ว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแนวความคิดใหม่ซึ่งถือว่าการสื่อสารผู้รับสารคือตัวจักรที่สำคัญในการตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

แคทซ์ (Katz) และคณะ ได้ศึกษาทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ ในปี 1973 โดยศึกษาข้อมูลที่เก็บจากผู้ใช้อสื่อในประเทศอิสราเอล ซึ่งถือเป็นต้นแบบของการวิจัยในแนวนี และได้สร้างมาตราวัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของมนุษย์ (The Social and Psychological Needs) โดยนำเอาองค์ประกอบ 3 อย่าง มารวมกันเข้าเป็นความต้องการในด้านต่าง ๆ คือ

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น
 - ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น
 - ต้องการให้ลดลง
 - ต้องการให้ได้มา

2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของมนุษย์ต่อ
 สิ่งภายนอก คือ
 - การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้
 - การติดต่อเพื่อความพอใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์
 - การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และ
 สถานภาพ
 - การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่
 ได้แก่
 - ตนเอง
 - ครอบครัว
 - เพื่อนฝูง
 - สังคม รัฐบาล
 - ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม
 - โลก
 - สิ่งภายนอกอื่น ๆ ที่มีความหมายนัยลบ (ยูล เบ็ญจรงค์กิจ,
 2534)

จากองค์ประกอบทั้ง 3 ประการนี้ เมื่อนำมาสร้างข้อความแสดงความ
 ต้องการของบุคคลก็จะเห็นถึงความต้องการของบุคคล (Needs) ซึ่งสามารถใช้สื่อ
 เพื่อตอบสนองความพึงพอใจได้ โดยนำความต้องการดังกล่าวทั้ง 3 ข้อมานวากัน

แมคควอล (McQuail : คิริชัย คิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ : แปล) ได้กล่าวว่า สื่อมวลชนเกิดขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็น หรือ ความต้องการของสังคม ด้วยเหตุนี้ภาระหน้าที่จึงหมายถึงการตอบสนองต่อความ จำเป็นดังกล่าวซึ่งจะต้องมีการเห็นพ้องต้องกันในสังคม ในการกำหนดภารกิจของ สื่อมวลชนเชิงภารกิจ จะเริ่มต้นจากฐานคติที่ว่า เป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ กัน บ่อย ๆ และถูกทำให้เป็นสถาบันสนองต่อจุดประสงค์ในระยะยาว และช่วยทำให้เกิด ความปกติขึ้นในสังคม ในทัศนะของผู้รับสารส่วนใหญ่มองว่าการใช้สื่อมวลชน เพื่อตอบสนองความพึงพอใจ ดังนี้

1. เพื่อเป็นสารสนเทศ

- ทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่ รอบตัว และสังคมปัจจุบันของสังคมและของโลก
- เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำ ในทางปฏิบัติหรือ ความคิดเห็น และในการตัดสินใจ
- สนองต่อความอยากรู้อยากเห็น และสนองต่อความสนใจ
- ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง
- สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. สร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

- ให้แรง เสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
- ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม
- แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
- มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง

3. การรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

- มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
- แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็น

เจ้าของ

- นำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
- ใช้แทนเพื่อน
- ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
- สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความบันเทิง

- การหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
- การผ่อนคลาย
- ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ และได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ
- ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
- ปลดปล่อยอารมณ์
- เป็นการกระตุ้นทางเพศ

ทฤษฎีดังกล่าว เป็นการนำสื่อมวลชนไปใช้เพื่อความพึงพอใจของผู้รับสาร สำหรับผู้รับสารที่เป็นผู้ป่วย ความต้องการในรายการเสียงตามสาย ประเภทต่าง ๆ ก็เพื่อสนองต่อความพึงพอใจ อย่างไรก็ตาม เราต้องระลึกอยู่เสมอว่าภายในกลุ่มผู้ฟังแต่ละกลุ่มย่อมมีความแตกต่างกันทั้งในด้านความสนใจ ความตั้งใจ การรับรู้และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากความแตกต่างของระดับทางสังคม พฤติกรรมของผู้ฟังมีลักษณะทางสังคมที่ได้รับอิทธิพล หรือแปรเปลี่ยนไปตามอิทธิพลของสังคมภายนอก และลักษณะอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจ คือพฤติกรรมที่แสดงถึงความสามารถในการเข้าสังคมนั้น จะแปรเปลี่ยนไปตามธรรมชาติของสังคม เฟรียดสัน (Freidson, 1953) ตั้งข้อสังเกตว่า แม้ว่าจะมีรูปแบบการเลือกใช้สื่อ ที่ดูว่าเป็นปัจเจกชนนิยมและเป็นส่วนตัวอย่างมากก็ตาม แต่ทว่าสื่อสารมวลชนก็ได้ถูกซึมซับเข้าไปสู่ชีวิตสังคมของชุมชนท้องถิ่น นอกจากนั้น ยังมีการทดลองซ้ำซากเพื่อที่จะแสดงว่า พฤติกรรมการไปดูภาพยนตร์นั้นมีลักษณะ 2 ประการ คือ (1) เป็นการกระทำทางสังคมของคน ๆ หนึ่งที่ร่วมกับคนอื่น ๆ

(2) เป็นกิจกรรมการสื่อสารแบบหนึ่งมีผลงานวิจัยจำนวนมากยืนยันว่า การใช้สื่อนั้นเป็นไปเพื่อตอบสนองประโยชน์ทางสังคม (ศิริชัย ศิริกายะ, 2531)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน ของผู้รับสาร จำแนกได้เป็น 4 ประการ

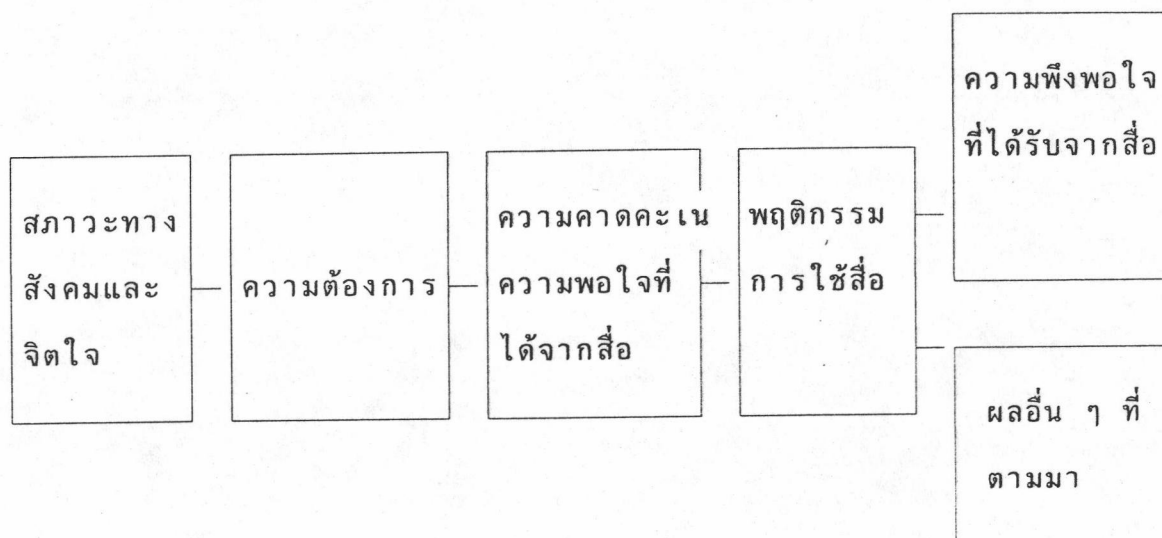
1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ผู้รับสารต้องการสารสนเทศ เพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ ความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ ก็คือ การที่มนุษย์ยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกลไกสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าว ความรู้ และบันเทิง
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) เพื่อสนองต่อความต้องการของมนุษย์ในรูปแบบที่ต่างกัน
 - การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เร้าใจ ทั้งนี้เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต
 - การพักผ่อน (Relaxation) เพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไป
 - การหย่อนอารมณ์ (Emotional Release) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความบันเทิงไม่ว่าในลักษณะใด ๆ เช่น ความตื่นเต้น ความเพ้อฝัน เพื่อหย่อนอารมณ์โดยตรง มิใช่เนื่องจากสาเหตุของปัจจัยภายนอก
3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการสร้างความคุ้นเคยหรือการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นอรรถประโยชน์ทางสังคมในการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับการสมาคมสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversational Currency) เปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน การใช้ศัพท์แสลงเหมือนกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพานเชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น
- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) มนุษย์อาศัยสื่อมวลชนเป็นเพื่อน และอาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร

4. การผละสังคัม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงข้ามกับบรรณประโยชน์สังคัม กล่าวคือเป็นการเปิดรับสื่อ หรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ หรือการสมาคม

แนวความคิดดังกล่าว ก็เป็นแนวความคิดที่ช่วยเสริมแนวความคิดและทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อ และตอกย้ำว่ามนุษย์เป็นผู้เลือกข่าวสารตามที่ตนเองต้องการ ลูล (Lull) ได้ทำการวิจัยด้วยการเข้าร่วมสังเกต การใช้สื่อภายในครอบครัวและได้ผลลัพธ์ 5 ข้อใหญ่ ๆ คือ "ด้านโครงสร้าง" หมายถึงการใช้สื่อเพื่อเป็นพื้นฐานในการแสวงหามิตรสหาย การสนทนาพูดคุยในชีวิตประจำวันให้เป็นไปอย่างปกติ "ด้านความสัมพันธ์" หมายถึงสื่อสามารถทำหน้าที่ในการพบปะแลกเปลี่ยน จัดเตรียมเรื่องราวที่จะใช้พูดคุยหาหัวข้อ หรือหาเหตุผลหลักฐาน "ด้านการติดต่อสนิทสนมหรือด้านหลีกเลี่ยงที่จะพบปะติดต่อ" สื่อจะเป็นเครื่องมือช่วยส่งเสริมหรือในทางกลับกันอาจจะเป็นเครื่องช่วยหลีกเลี่ยงในการติดต่อไม่ว่าจะเป็นทางกาย หรือทางวาจาก็ตาม หรืออีกนัยหนึ่ง อาจหมายถึงหน้าที่ในการเพิ่มพูนความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นของครอบครัว รักษาระดับความสัมพันธ์ให้ยืนยง ผ่อนคลายความตึงเครียด "ด้านการเรียนรู้ทางสังคัม" หมายถึงกระบวนการสังคัมประกิดในรูปแบบต่าง ๆ และ "ด้านสมรรถภาพ/การควบคุม" เป็นเรื่องเกี่ยวกับการสวมบทบาทและการส่งเสริมบทบาทในฐานะที่เป็น ผู้นำความคิด หรือผู้ที่รู้ข่าวก่อนใครเพื่อน (ศิริชัย ศิริกายะ, 2531)

จากทฤษฎีการแสวงหาความพึงพอใจในสื่อสารมวลชนของผู้รับสาร
สามารถเขียนแผนภาพของการศึกษาดังกล่าวได้ดังนี้



แบบจำลองที่ แคทซ์ (Katz, 1974) และคณะ พยายามสร้างขึ้น
นี้อาจอธิบายได้ดังนี้สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิดมนุษย์มีความ
ต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่ต่างกันนี้ ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า
สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการ
ใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไป ขั้นสุดท้าย คือ
ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อ จะต่างกันออกไปด้วย (ยุบล เบญจรงค์กิจ,
2534)

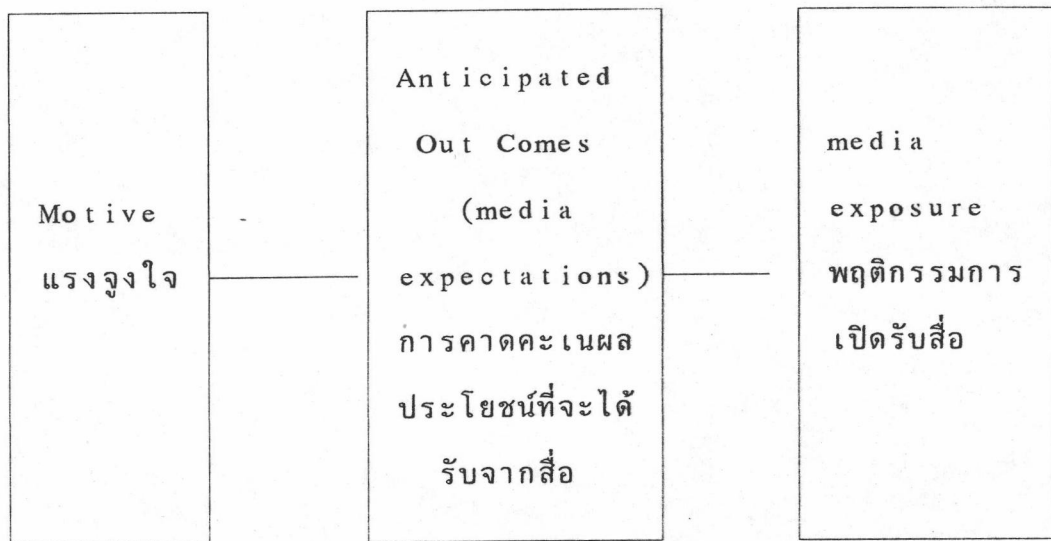
ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (Expectancy Theory)

ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎี
พฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) แนวทฤษฎี
ความคาดหวังจากสื่อ นั้นใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมการรับสาร ด้วยหลักการ
เดียวกันกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจาก
แนวทฤษฎีการใช้สื่อ เพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้วย คือเน้นการใช้สื่อว่า

เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่ อัลเฟรด ชูทซ์ (Alfred Schutz, 1972) นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำสิ่งใดจะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่าเป็นสิ่งทีตนต้องการจะทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ คือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระ ไม่เพียงแต่อิสระที่จะเลือกแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือน ๆ กับคนอื่น ๆ
2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษา เฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้น ๆ ออกมา
3. สิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับแนวทฤษฎีนี้คือ อนาคต อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นจะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอา มาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร



แบบจำลองของทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ (ยุบล เบนุจรรงค์กิจ, 2534)

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาการ

สาธารณสุข

ปัญหาเรื่องสุขภาพของประชาชนเป็นเรื่องสำคัญ ประเทศจะพัฒนาได้ต้องอาศัยประชาชนที่มีสุขภาพพลานามัยสมบูรณ์แข็งแรงสภาพแวดล้อมปราศจากมลพิษ รัฐจะต้องจัดบริการสาธารณสุขให้ครอบคลุม การส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรค การรักษาพยาบาล การฟื้นฟูสุขภาพ และให้ประชาชนร่วมมือในการพัฒนาสุขภาพอนามัยของตนเอง ครอบครัวและชุมชน เป็นที่แน่นอนว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นไม่ได้หากประชาชนไม่ได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาสาธารณสุข การพัฒนาด้านสาธารณสุขจึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้การสื่อสารเป็นตัวจักรกลที่จะทำให้ประชาชนเกิดความรู้ ความเข้าใจและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาสาธารณสุขของประเทศ บทบาทของการสื่อสารในการพัฒนาสาธารณสุขก็คือ

1. ให้ข่าวสารเพื่อแจ้งให้ประชาชนทราบเรื่องราวต่าง ๆ และเพื่อกระตุ้นความสนใจของประชาชนให้ร่วมมือในการแก้ปัญหาสุขภาพ

อนามัยและส่งเสริมสุขภาพของตนเอง

2. ให้ความรู้เพื่อให้เกิดความเข้าใจและรู้จักวิธีการปฏิบัติตามแผนการพัฒนาสาธารณสุขด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องโภชนาการ การวางแผนครอบครัว การสาธารณสุขขั้นมูลฐาน ฯลฯ

3. ชักจูงใจเพื่อให้ประชาชนลงมือปฏิบัติตามแผนการพัฒนาสาธารณสุขอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

งานในด้านการให้ข่าวสารและความรู้นั้นเป็นสิ่งที่ไม่ยากเย็นเท่างานในด้านการชักจูงใจให้ประชาชนตัดสินใจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามคำแนะนำของทางการ การรณรงค์ในขั้นตอนของการชักจูงใจนี้ประสบผลสำเร็จก็ต่อเมื่อ

1. วางแผนให้การรณรงค์เข้าใจถึงชีวิต ความเชื่อและทัศนคติของประชาชน รวมทั้งเข้าใจถึงปัจจัยทางสังคมซึ่งกำหนดวิถีชีวิตของประชาชน

2. ใช้การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตาของเจ้าหน้าที่ในสนามหรือบุคคลอื่น ๆ ซึ่งเข้าใจท้องถิ่นและประชาชน รวมทั้งเข้าใจการเปลี่ยนแปลงสังคมโดยใช้สื่อมวลชนสนับสนุนและขยายงานของเจ้าหน้าที่ในสนาม

3. ใช้สื่อต่าง ๆ ผสมกันโดยใช้สื่อแต่ละชนิดในวิถีทางและเวลาที่ถูกต้อง เพื่อช่วยให้เกิดประโยชน์มากที่สุดในการสื่อสาร (ประมะสตะเวทิน, 2533)

1.3 การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญและมีบทบาทอย่างมากในประเทศที่กำลังพัฒนาอย่างประเทศไทย เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงสามารถเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดโดยเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด และเอาชนะเกี่ยวกับระยะทางและเวลาได้ดี นอกจากนี้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ทรงประสิทธิภาพอย่างยิ่งในการที่จะช่วยให้สังคมเปลี่ยนแปลงไปสู่ความก้าวหน้า ทั้ง

ด้านการศึกษา เศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นความปรารถนาในเรื่องการปรับปรุงเกษตร การส่งเสริมอุตสาหกรรม ปรับปรุงการศึกษา การสาธารณสุข ฯลฯ วิทยุกระจายเสียงก็เข้าไปมีบทบาทในอันที่จะนำความเจริญก้าวหน้าของประเทศไปสู่เป้าประสงค์ได้ดี

ข้อดีและข้อจำกัดของวิทยุกระจายเสียง

วิทยุกระจายเสียงให้ประโยชน์มากทั้งด้านการให้ข่าวสาร การบันเทิง การศึกษา ส่งเสริมความสามัคคีของคนในชาติ ผู้ฟังได้รับคุณประโยชน์มากมาย แต่วิทยุกระจายเสียงก็มีข้อดีและข้อจำกัดด้านต่าง ๆ ดังนี้

ข้อดี

1. วิทยุกระจายเสียงสามารถเสนอรายการไปยังผู้ฟังได้อย่างรวดเร็วโดยเอาชนะเกี่ยวกับเวลาและระยะทาง ไม่ว่าผู้รับจะอยู่ห่างไกล การคมนาคมไม่สะดวก อยู่ในป่า หุบเขา คลื่นวิทยุในแง่เทคนิคสามารถส่งสารถึงผู้รับได้ครั้งละจำนวนมากและเหมือนกันหมด
2. ประชาชนที่อ่านและเขียนหนังสือไม่ได้ สามารถเข้าใจเรื่องราวได้ดีจากการฟังจากวิทยุกระจายเสียง
3. ค่าใช้จ่ายสำหรับการส่งวิทยุกระจายเสียงต่อจำนวนผู้รับ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนประเภทอื่นแล้ว ใช้จ่ายสำหรับผู้ฟังคนหนึ่งถูกกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นมาก เพราะราคาเครื่องรับปัจจุบันราคาไม่สูงนัก ค่าใช้จ่ายประจำวันก็ต่ำ
4. การรับฟังวิทยุกระจายเสียง ผู้ฟังอาจทำธุรกิจอย่างอื่นควบคู่ไปขณะฟังก็ได้ เช่น รับฟังขณะขับรถยนต์ไปทำงาน แม่บ้านกำลังทำกับข้าว
5. สามารถสร้างความรู้สึทางอารมณ์ได้ดี โดยใช้เสียงประกอบ (Sound Effect) หรือน้ำเสียงต่าง ๆ ได้ เหมือนผู้ฟังได้เข้าไปอยู่ในสถานที่ที่เกิดเหตุการณ์นั้นจริง ๆ เช่น รายการถ่ายทอดกีฬา การแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

6. วิทยุกระจายเสียงสามารถเสนอข่าวได้บ่อยครั้ง สามารถเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ 7 กันได้ และทำได้ทันที ข่าวจึงมีความสดใหม่ในเนื้อหา

ข้อจำกัด

1. รายการวิทยุกระจายเสียง ผู้ฟังไม่สามารถกลับมาย้อนฟังได้ง่าย หรือไม่สามารถยืนยันพิสูจน์ได้ทันทีเมื่อต้องการ
2. ผู้ฟังต้องใช้สมาธิในการรับฟัง จึงจะได้เนื้อหาสาระและข้อความที่สมบูรณ์ (การรับฟังโดยทั่วไปคนจะจับประเด็นสำคัญได้เท่านั้น)
3. วิทยุกระจายเสียงใช้การฟังเป็นหลัก ผู้ฟังต้องใช้จินตนาการเอาเอง ฉะนั้นต้องจัดรายการให้เหมาะแก่การฟัง การเสนอรายการบางประเภทอาจไม่ได้ผลดี จำเป็นต้องมีการปฏิบัติควบคู่ไปด้วย
4. การรับฟังวิทยุกระจายเสียง ต้องฟังตรงตามเวลาที่ทางสถานีเสนอจึงไม่สะดวกต่อผู้ฟังในบางโอกาส อาจแก้ไขโดยการบันทึกเสียงไว้ฟัง แต่ก็เกิดความยุ่งยาก
5. วิทยุกระจายเสียงสามารถเสนอข่าวได้รวดเร็วจริง แต่อาจนำไปสู่ความผิดพลาดได้ง่าย
6. การส่งกระจายเสียงอาจเป็นการเสียอย่างยิ่ง เพราะว่าสารที่ส่งจะไม่ถึงผู้รับหรือมีผู้ฟัฟน้อยกว่าปกติ เช่น ส่งไม่ตรงกับเวลาที่ผู้รับสารอยู่บ้านหรือขณะรับฟังถูกรบกวนจากสิ่งแวดล้อม ทำให้การส่งกระจายเสียงเป็นการสูญเปล่าได้ง่าย (อรรถพร เขียรถาวร, 2523)

องค์ประกอบที่สำคัญของการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

ในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงแต่ละครั้ง ควรจะทราบถึงองค์ประกอบที่สำคัญเพื่อจะนำมาเป็นแนวทางให้ผู้จัดรายการสามารถจัดให้ถูกใจผู้ฟัง และมีประโยชน์ต่อผู้ฟังมากที่สุด องค์ประกอบที่สำคัญ คือ ผู้ฟัง เนื้อหา วิธีเสนอเวลาออกอากาศและการประเมินผล

1. ผู้ฟัง (Audience)

คำว่า "ผู้ฟัง" ในที่นี้หมายถึง กลุ่มผู้ฟังเป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (Audience) ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินว่า รายการที่จัดอยู่นี้ประสบความสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการจะต้องค้นหา (Audience Survey) ว่า กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายเหล่านี้เป็นใคร คือจะต้องทราบถึง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ วิถีทางในการดำเนินชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาที่ใช้อยู่ในกลุ่ม ตลอดจนการรู้จักว่า เวลาของการดำเนินชีวิตประจำวันเวลาใดเป็นเวลาที่เหมาะอยากฟังรายการวิทยุ จนกระทั่งรู้ว่ากลุ่มผู้ฟังเป้าหมายมีความสนใจในเรื่องอะไรมากที่สุด เพื่อช่วยให้สามารถจัดรายการให้สอดคล้องกับความต้องการ ความสนใจ และช่วงเวลาที่อยากฟัง

2. เนื้อหา (Content)

เนื้อหาในที่นี้หมายถึง เรื่องราวต่าง ๆ ที่ผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังเป้าหมายรับฟัง การบรรจุเนื้อหาในรายการควรจะต้องสอดคล้องกันเป็นอย่างดีกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ดังนั้นการที่ผู้จัดรายการรู้จักกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายอย่างละเอียดเพียงใด ย่อมจะช่วยให้สามารถรู้แนวของการจัดได้ว่า เนื้อหาอย่างไรถึงจะเหมาะกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการ

3. วิธีเสนอ (Programme Presentation)

วิธีเสนอรายการ ก็คือ กระบวนการที่จะนำเนื้อหาสาระหรือเรื่องราวต่าง ๆ ไปสู่ผู้ฟังอย่างมีศิลปะ (Artful) การที่ต้องใช้คำว่า "ศิลปะ" ทั้งนี้ เนื่องจากการเสนอรายการโดยนำเรื่องราวมาพูดอย่างตรงไปตรงมาเหมือนการบรรยายในห้องเรียนนั้น เป็นสิ่งที่น่าเบื่อ เพราะสภาพการรับฟังของผู้ฟังไม่เหมือนกัน ผู้ฟังวิทยุส่วนใหญ่มักจะไม่ตั้งใจฟังโดยตรงเหมือนฟังบรรยายในห้องเรียน แต่เขาอาจจะทำอย่างอื่นไปด้วย

วิธีเสนอรายการนั้นประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 ประการ คือ

- ก. ภาษาพูด (Language) ภาษาที่ใช้ ควรจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ประโยคสั้น ๆ กระทัดรัด เหมาะกับสภาพของการรับฟังวิทยุของผู้ฟังโดยทั่วไป
- ข. ลีลาการพูด (Style) การพูดทางวิทยุไม่ควรพูดเหมือนอ่านหนังสือ แต่ควรพูดเหมือนการพูดคุยกับเพื่อนสักคนหนึ่ง และอย่าคิดว่าเรากำลังกล่าวคำปราศรัยกับคนฟังเป็นจำนวนมาก เพราะจะทำให้ขาดความเป็นกันเอง
- ค. เพลงประกอบรายการ (Programme Music) ส่วนที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้รายการน่าฟังและผ่อนคลายความตึงเครียดของผู้ฟัง ก็คือ เพลงประกอบ การฟังเสียงพูดของผู้จัดรายการนานเกินไปจะทำให้ผู้ฟังรู้สึกเบื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้จัดรายการที่ยังขาดความชำนาญในการพูด การใช้เพลงประกอบเป็นการช่วยให้ผู้ฟังได้พักหูเสียบ้าง และช่วยเปลี่ยนบรรยากาศให้ดีขึ้น การใช้เพลงประกอบในรายการทั่ว ๆ ไป มีเป้าหมาย 4 ประการ คือ เพื่อนำรายการ คั่นรายการ สร้างบรรยากาศ และเพื่อเปลี่ยนฉากหรือเปลี่ยนเรื่องราวที่จะพูด
- ง. เสียงประกอบ (Sound Effect) หมายถึง เสียงที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติหรือเสียงที่เกิดขึ้นในเหตุการณ์จริง (Actuality) เช่น เสียงนกร้องในป่า น้ำไหล ฝนตก เสียงคนพูดกันจ้อแจ๋ในตลาด เป็นต้น ซึ่งผู้จัดรายการบันทึกเสียงเหล่านั้นไว้เพื่อนำมาสอดแทรกในรายการ เพื่อสร้างบรรยากาศให้สมจริงและช่วยให้ผู้ฟังเกิดจินตนาการตามได้รวดเร็วขึ้น

4. ความหลากหลายและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Variety and Unity)

การจัดรายการวิทยุควรจะต้องมีความหลากหลายและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้ปรากฏอยู่ด้วยจึงจะทำให้รายการน่าฟังและดึงดูดความสนใจ

ความหลากหลาย คือ เนื้อหาและวิธีเสนอรายการที่ต้องอาศัยส่วนสำคัญ 4 ประการ คือ ภาษาพูด ลีลาการพูด เพลงประกอบ และเสียงประกอบ เพื่อผู้ฟังจะได้ไม่ต้องทนฟังเสียงผู้จัดรายการแต่เพียงเสียงเดียว

ส่วนความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนั้น หมายถึง เนื้อหาของรายการที่เป็นเรื่องราวเดียวกัน และวิธีเสนอที่ยืดเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นหลัก

5. เวลาออกอากาศ หมายถึง เวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะรับฟังรายการต่าง ๆ จากผู้จัด เช่น เช้ามีด เช้า สาย เทียง บ่าย เย็น หัวค่ำ หรือ ดึก เวลาออกอากาศมีส่วนสัมพันธ์ไปถึงการวางแผนการจัดรายการว่าจะเป็นไปได้ด้วย

6. การประเมินผล หมายถึง การสำรวจความต้องการของผู้ฟังเป้าหมายและวางแผนจัดรายการให้สอดคล้องกับความต้องการนั้น วิธีประเมินผลที่ใช้เป็นสากลมักจะแบ่งเป็น 2 วิธีใหญ่ ๆ คือ ประเมินผลอย่างไม่มีระบบ และมีระบบ

<u>ไม่มีระบบ</u>	<u>มีระบบ</u>
- จดหมายจากผู้ฟัง	- การเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- โทรศัพท์จากผู้ฟัง	- การสำรวจทัศนคติ
- การฟังจากการพูดคุยของคนทั่วไป	- การสำรวจพฤติกรรม
- การตระเวนไปตามบ้านว่าบ้านไหน เปิดวิทยุรายการอะไรบ้าง	ฯลฯ
- การส่งจดหมายสอบถาม	
- การเข้าร่วมในการออกรายการ	

การประเมินผลทั้ง 2 ระบบนี้ ผู้จัดรายการอาจจะเลือกเอาอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อที่จะตัดสินใจในการจัดรายการของตนเองได้แน่นอนขึ้น อย่างไรก็ตาม ใด

การประเมินผลแต่ละระบบก็มีข้อดี ข้อเสีย แตกต่างกัน การประเมินผลอย่างไม่มีระบบ อาจจะมีข้อดีในแง่ที่สามารถทำได้ทุกเมื่อ แต่ข้อเสียอาจจะไม่เป็นความเห็นที่เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มผู้ฟัง เป้าหมายที่ผู้จัดต้องการอย่างแท้จริง ส่วนการประเมินผลอย่างมีระบบนั้น มีข้อเสียเรื่องเวลา เพราะต้องใช้เวลาในการทำตามวิธีประเมินเป็นขั้น ๆ ไป ซึ่งกว่าจะรู้ผลอาจจะใช้เวลาถึง 6 เดือน หรือ 1 ปี สำหรับข้อดีนั้นผลที่ได้จากการประเมินอย่างมีระบบ คือ ความแน่นอนและใกล้เคียงความจริงมากกว่า

สรุปแล้ว การประเมินผลจะช่วยให้ผู้จัดรายการได้ตัดสินใจจัดทำรายการได้ใกล้เคียงกับความต้องการของผู้ฟัง เป้าหมายมากที่สุด ซึ่งหมายถึงการจัดรายการได้รับผลสำเร็จเป็นอย่างดี แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ผู้จัดรายการควรระวังระลึกลงอยู่เสมอก็คือ ความสำเร็จในการจัดรายการนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การประเมินผลเพียงครั้ง เดียวหรือสองครั้ง เท่านั้นแต่จำเป็นต้องมีการประเมินผลเป็นประจำ โดยกระทำเป็นระยะ ๆ ไป ซึ่งอาจจะกระทำสลับกันไประหว่างวิธีประเมินผลอย่างมีระบบและไม่มีระบบ

ลักษณะรายการวิทยุที่ดี

ในการพิจารณารายการวิทยุว่า รายการใดดีหรือมีคุณค่าหรือไม่ จำเป็นต้องดูองค์ประกอบทั้ง 3 อย่างประกอบกัน คือ ทั้งรูปแบบรายการ เนื้อหาสาระตลอดถึงวิธีการนำเสนอรายการ

1. รูปแบบรายการ รูปแบบรายการวิทยุเป็นสิ่งหนึ่ง ซึ่งผู้ผลิตรายการต้องคำนึงถึง เป็นสิ่งแรกในการผลิตรายการ เนื่องจากรูปแบบรายการจะเป็นตัวชี้บอกว่ารายการวิทยุที่จัดขึ้นนั้นดีหรือไม่ดีอย่างไร รูปแบบรายการวิทยุแต่ละแบบย่อมเหมาะสมกับเนื้อหาสาระที่แตกต่างกันออกไป เช่น ถ้าต้องการจะจัดรายการให้ความรู้แก่ประชาชน ก็อาจจัดในรูปของรายการสารคดี หรือรายการ

นิตยสาร ซึ่งเป็นลักษณะรายการเพื่อให้ความรู้โดยตรง

2. เนื้อหาสาระ เนื้อหาสาระ คือ ส่วนสำคัญของรายการ รายการจะดีหรือไม่ย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหาสาระเป็นสำคัญ ถ้าจะกล่าวโดยเปรียบเทียบกันรูปแบบของรายการก็อาจเปรียบได้กับรูปแบบของกล่องสิ่งของ ซึ่งอาจมีรูปลักษณะต่าง ๆ กันไป เช่น บางกล่องอาจเป็นสี่เหลี่ยม รูปกลม หรือรูปรี เนื้อหาสาระเทียบได้กับสิ่งของในกล่อง เราอาจจะเลือกสรรรูปแบบมาอย่างดี แต่สิ่งของในกล่องหรือเนื้อหาสาระของรายการอาจจะไม่ดี หรือไม่มีคุณค่าทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้จัดรายการมิได้จัดเตรียมเนื้อหาสาระให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายการที่กำหนดไว้ หรือไม่ก็มิได้จัดเตรียมอย่างเต็มที่ นอกจากนั้น เนื้อหาสาระของรายการอาจจะมากเกินไปหรือน้อยเกินไป เมื่อคำนึงถึงความยาวของรายการแต่ละครั้งหรือมีฉะนั้นอาจจะยากเกินไปหรือง่ายเกินไปสำหรับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายของรายการนั้น ๆ ตามที่ผู้จัดได้กำหนดไว้

3. วิธีนำเสนอรายการ วิธีนำเสนอรายการ อาจจะเปรียบได้กับการห่อกล่องสิ่งของหรือตกแต่งกล่องให้แลดูสวยงาม แล้วนำไปมอบให้กับผู้อื่น วิธีมอบเป็นลักษณะที่แสดง "รสนิยม" ของผู้มอบได้วิธีหนึ่ง ว่าจะมีเทคนิคและศิลปะในการให้อย่างไรผู้รับถึงจะรับด้วยความชื่นชมยินดี และเห็นคุณค่า เทคนิคหรือวิธีการนำเสนอรายการนั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

1) ภาษา จะต้องเป็นภาษาพูดที่สุภาพ เหมาะแก่กลุ่มผู้ฟังทั้งในแง่ของความง่ายของภาษา และผลของการติดต่อสื่อสาร และข้อที่สำคัญจะต้องเป็นภาษาไทยที่ถูกต้อง

2) เพลงและเสียงประกอบ จะต้องใช้เมื่อจำเป็น เพื่อช่วยทำให้รายการน่าฟัง เสริมความเข้าใจแก่ผู้ฟัง และควรคำนึงถึงความเหมาะสมกับเนื้อหารายการ

3) วิธีการดำเนินรายการ คนสำคัญคือผู้ประกาศ หรือผู้

ดำเนินรายการ ซึ่งผู้ผลิตรายการอาจจะทำได้เองถ้ามีความสามารถ หรือหาผู้ที่เหมาะสมโดยคำนึงถึงรูปแบบของรายการ และเนื้อหาสาระของรายการด้วย เช่น ไม่เอาคนที่มีลักษณะเสียงแบบเด็กมาอ่านข่าว เป็นต้น นอกจากนั้น ยังจำเป็นต้องคำนึงถึงความสั้น ยาว ของรายการ ช่วงเวลาที่จะเสนอ ตลอดจนความต่อเนื่องของรายการทั้งหมดด้วย

รูปแบบรายการวิทยุ

ในการจัดรายการวิทยุ อาจจะเสนอในรูปแบบรายการดังต่อไปนี้

1. รูปแบบรายการเพื่อข่าวสาร โดยนำเสนอในรูปแบบการอ่านข่าวหรือข่าวประกอบเสียง มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ผู้ฟังทราบว่า ใคร ทำอะไร หรือมีเหตุการณ์อะไร เกิดขึ้นที่ไหน เมื่อใด ทำไม และอย่างไร โดยเสนอข่าวติดต่อกันหลาย ๆ ข่าว หรือเสนอในรูปแบบของข่าวสั้นเฉพาะช่วงเวลา ข่าวเฉพาะเรื่อง ความยาวประมาณ 1-5 นาที และใช้ผู้อ่านข่าวเพียง 1 หรือ 2 คน

ข่าวที่นำเสนอ นั้นสามารถนำเสนอข่าวได้หลายประเภท ได้แก่

- การถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
- ข่าวด้านการแพทย์และสาธารณสุข
- ข่าวท้องถิ่น
- ข่าวกีฬา

2. รูปแบบรายการเพื่อความรู้

รายการวิทยุประเภทความรู้ หมายถึง รายการที่มีส่วน

ในการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟังอันมีผลให้เกิดการสร้างสรรคต่อบุคคลและสังคม ทำให้ผู้ฟังเกิดการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น เสริมสร้างประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ตาม

ความสนใจ แต่อย่างไรก็ตามการให้ความรู้ทางวิทยุอาจจะมีข้อจำกัดในด้าน
 ขอบเขตเนื้อหาอยู่บ้าง เนื่องจากเป็นสื่อที่ผู้รับรับสารได้โดยอาศัยโสตสัมผัส
 เท่านั้นการรับรู้สิ่งใดก็ตามด้วยโสตประสาทนั้น ย่อมทำความเข้าใจได้ยาก
 จำเป็นต้องมีหลักการในการเสนอเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น น่าสนใจ
 และเกิดความประทับใจจึงจะจดจำได้ง่ายและลืมได้ยาก การพิจารณาจัดทำ
 รายการความรู้ทางวิทยุจึงต้องตั้งวัตถุประสงค์และเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่ม
 เป้าหมายให้มากที่สุดจึงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

ลักษณะของรายการประเภทความรู้ รายการที่จัดได้ว่าเป็น
 รายการเพื่อความรู้นั้นมีลักษณะเพิ่มพูนความรู้ในระดับต่าง ๆ จาก "ไม่รู้" เป็น
 "รู้มากขึ้น" ซึ่งการเสนอรายการประเภทความรู้ อาจเสนอได้ตามลักษณะต่าง ๆ
 ดังนี้ คือ

1) เป็นรายการที่มีเนื้อหาสาระที่สามารถชี้ประเด็นสำคัญของ
 รายการได้ โดยทั่วไปรายการประเภทความรู้ควรจะมีประเด็นหลัก 1 ประเด็น
 และอาจมีประเด็นรองได้อีกตามลักษณะความสำคัญของเนื้อหา โดยประเด็นนั้น
 ต้องมุ่ง เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ฟังอย่างชัดเจน และเหมาะสมกันตาม
 ลักษณะของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย เมื่อผู้ฟังได้ฟังแล้วจะสรุปได้ว่าได้เกิดความรู้ใน
 เรื่องใดเพิ่มขึ้น

2) เป็นรายการที่ฟังแล้วเกิดแนวความคิดใหม่ เกิดความคิด
 ริเริ่มสร้างสรรค์และอาจนำไปปฏิบัติตามได้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อตนเองและ
 สังคมโดยส่วนรวม เช่น รายการที่ให้ความรู้แก่มารดาในการเลี้ยงดูลูกให้ถูกวิธี
 ซึ่งอาจเสนอเป็นนันททัศนะจากแพทย์บ้าง จากมารดาผู้ประสบความสำเร็จใน
 การเลี้ยงดูบุตรจนเติบโตใหญ่มีความสามารถและมีชื่อเสียงในสังคมเป็นที่ยอมรับบ้าง
 หรือจากนักจิตวิทยาสำหรับเด็กที่ให้ความรู้เกี่ยวกับอารมณ์และความต้องการของ
 เด็กในวัยต่าง ๆ เพื่อให้มารดาเกิดความเข้าใจในตัวลูก จะได้เลี้ยงลูกได้ถูกวิธี

ดังนี้ เป็นต้น

3) เป็นรายการที่ฟังแล้วสามารถนำความรู้ความเข้าใจที่ได้ฟังนั้นไปวิเคราะห์หรือให้เหตุผลอธิบายสิ่งต่าง ๆ ที่พบเห็นรอบด้านได้ และสามารถถ่ายทอดเนื้อหาสาระต่าง ๆ ที่ได้ฟังแล้วให้ผู้อื่นเกิดความรู้ความเข้าใจต่อไปได้

4) เป็นรายการที่แฝงแนวคิดเป็นคติสอนใจ ให้เกิดความรู้เห็นและนำไปปฏิบัติตามได้ เป็นการสร้างค่านิยม และรู้จักประเมินคุณค่าสิ่งต่าง ๆ ได้ ซึ่งลักษณะรายการเช่นนี้ค่อนข้างจะยากที่จะจัดทำให้ประสบความสำเร็จได้ เพราะเรื่องของคติสอนใจก็ดี เรื่องของค่านิยม หรือการประเมินคุณค่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นเป็นเรื่องของนามธรรม ที่ผู้ฟังต้องมีประสบการณ์ขึ้นมาถึงระดับที่จะรับรู้และเข้าใจได้ จึงจะเกิดประโยชน์ ทั้งนี้เพราะวิทยุกระจายเสียงเป็นสิ่งที่ให้ได้แต่เสียง ไม่มีภาพปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม จึงต้องอาศัยเทคนิคการผลิตรายการที่สูง จึงจะช่วยให้รายการมีประสิทธิภาพ แต่อย่างไรก็ตามหากมีการซ้ำย้ำในเนื้อหาและแนวคิดเพื่อให้เกิดเป็นคติสอนใจ เกิดตระหนักในค่านิยมอยู่อย่างสม่ำเสมอ รายการลักษณะนี้ก็จะให้ความรู้และมีคุณค่าแก่ผู้ฟังอย่างมาก เช่น รายการสำหรับเด็ก บางครั้งผู้จัดต้องการให้ความรู้แก่เด็ก แต่ไม่สามารถสั่งสอนได้โดยตรง จำเป็นต้องหาวิธีหรือเทคนิคในการเสนอรายการโดยสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นคติสอนใจให้เด็กเกิดความจำและความเข้าใจว่าสิ่งใดดี สิ่งใดไม่ดี ดังนี้ เป็นต้น (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534)

การจัดรายการประเภทความรู้นี้ถือเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นการเปิดโอกาสแก่ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาความรู้ได้โดยไม่มีขอบเขตจำกัดซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อบุคคลและสังคมโดยรวม ซึ่งอาจจัดทำและนำเสนอได้ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

2.1 รายการบทความ (Talk Program) เป็นรายการที่มี

ลักษณะง่ายและธรรมดาที่สุด โดยอาศัยวิธีการเสนอเรื่องราวสั้น ๆ เพียงหนึ่งเรื่อง ด้วยเสียงของผู้ประกาศหรือผู้ดำเนินรายการเพียงเสียงเดียว และไม่มีเพลงคั่นระหว่างเสนอเรื่อง ส่วนความยาวของรายการนั้น บางครั้งอาจเป็นรายการบทพูดสาระสั้น ๆ เพียง 2 นาที หรือบางรายการอาจจะมีความยาว 5-10 นาที แต่ไม่ควรเกิน 15 นาที เพราะว่าเสียงคน ๆ เดียวนั้นฟังนาน ๆ อาจจะน่าเบื่อ ดังนั้น ผู้ดำเนินรายการจะต้องมีน้ำเสียงที่น่าฟัง ชวนให้ติดตามฟังตลอดรายการ คือ จะต้องมีลีลาในการพูดเหมือนกับเป็นการคุยกัน

2.2 รายการสารคดี ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

2.2.1 รายการสารคดีทั่วไป (Feature) เนื้อหาของรายการประเภทนี้เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ศิลปวัฒนธรรม วิทยาการและเทคโนโลยี สารคดีด้านสุขภาพ เป็นต้น ความยาวของรายการมีตั้งแต่ 15 นาทีขึ้นไป แต่ส่วนมากไม่เกิน 30 นาที วิธีเสนอรายการสารคดีแบบนี้จะเสนอในรูปแบบของรายการชนิดใดก็ได้ตามแต่จะเห็นสมควร บางครั้งอาจจะมีทุกรูปแบบของรายการวิทยุรวมอยู่ในรายการสารคดีรายการเดียว กล่าวคือ อาจจะมีทั้งการสัมภาษณ์ บทความ บทสนทนา การบรรยายเล่าเรื่องโดยอาศัยเทคนิคศิลปะการแสดง (Dramatic Form) และจะใช้เสียงประกอบจากเหตุการณ์จริง (Actuality) อย่างไรก็ตามเนื้อหาของรายการสารคดี จะต้องเสนออย่างตรงไปตรงมาและให้ข้อคิดเห็นจากแง่มุมต่าง ๆ กันออกไป

2.2.2 รายการสารคดีประเภท Documentary ถ้าเปรียบเทียบกันระหว่างรูปแบบรายการทุกประเภทแล้ว จะเห็นว่ารายการสารคดีประเภทนี้ มีความยุ่งยากในการจัดทำรายการมากที่สุด และในวงการนักจัดรายการวิทยุทั่วไปถือว่าเป็นรายการที่อยู่ในลำดับขั้นสูงสุดของการทำรายการทุกประเภท วิธีเสนอรายการ Documentary ต้องอาศัยทักษะด้านการผลิตรายการอย่างมาก จะต้องมีการเตรียมการไว้เป็นอย่างดีในด้านเนื้อหาสาระที่เป็นข้อเท็จ

จริง ข้อมูลบางครั้งก็ได้จากข่าว แต่วิธีเสนอไม่ใช่เสนอแบบข่าว แต่เสนอในแบบของศิลปการแสดง (Dramatic Form) เพื่อให้ผู้ฟังได้รับทั้งความรู้จากข้อเท็จจริงและยังสร้างให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกที่สอดคล้องไปกับเนื้อหานั้น ๆ ด้วย (ขวัญเรือน ไชยอุดม อ้างถึงในสมมิตร โชติแก้ว, 2525)

2.3 รายการสัมภาษณ์ (Interviewing Programme)

จุดประสงค์ของรูปแบบการสัมภาษณ์ก็เพื่อให้ผู้ฟังได้รับฟังคำพูด ข้อเท็จจริงหรือความคิดเห็นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งจากตัวผู้ให้สัมภาษณ์ (Interviewee) เอง เพื่อให้ผู้ฟังจะได้สรุปหรือตีความจากคำพูดซึ่งถือเป็นแหล่งต้นตอของเนื้อหาสาระ (Source) โดยไม่มีการถ่ายทอดความหมายต่อ ซึ่งอาจผิดเพี้ยนไปจากความหมายเดิมได้ ตามปกติรูปแบบการสัมภาษณ์นั้นจะมีผู้สัมภาษณ์ (Interviewer) เป็นผู้ดำเนินซักถามข้อข้องใจต่าง ๆ ซึ่งเสมือนหนึ่งว่าทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้ฟังในการซักถาม ผู้สัมภาษณ์นี้จะต่างกับผู้ที่ทำหน้าที่ดำเนินการสนทนากล่าวคือ ผู้ดำเนินการสนทนานอกจากจะควบคุมให้การสนทนาเป็นไปตามขอบเขตที่วางไว้แล้ว ยังสามารถร่วมสนทนาเพิ่มเติมหรือสรุปความคิดเห็นในการสนทนาได้ เพราะผู้ดำเนินการสนทนาจะรู้เรื่องที่สนทนานั้นด้วย แต่ผู้สัมภาษณ์นั้นไม่จำเป็นต้องรู้ในเรื่องที่สัมภาษณ์ จึงได้ทำหน้าที่ซักถามเพื่อให้เกิดความรอบรู้ขึ้น หน้าที่ของผู้สัมภาษณ์จึงมักเป็นผู้ตั้งคำถามให้ดีที่สุด แล้วคอยฟังคำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อจะได้คิดหาคำถามต่อไปให้สอดคล้องกัน

การสัมภาษณ์ทางรายการวิทยุสามารถแบ่งได้เป็น 2

ลักษณะ คือ

2.3.1 การสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ (Formal Interview) เป็นการเชิญบุคคลที่มีความรอบรู้ในเรื่องที่ต้องการซักถามมาคุยกันในห้องส่งหรือสถานที่ที่เหมาะสม โดยมีการนัดแนะวันเวลาสถานที่และเสนอหัวข้อ

ที่สัมภาษณ์ให้ทราบล่วงหน้าอย่างเป็นทางการ มีการตั้งวัตถุประสงค์ที่แน่นอน ว่า จะต้องการสัมภาษณ์เรื่องอะไร การสัมภาษณ์ลักษณะนี้ทั้งผู้สัมภาษณ์และผู้ให้ สัมภาษณ์มีโอกาสเตรียมตัวมาแล้วอย่างดี

2.3.2 การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) เป็นการสัมภาษณ์บุคคลซึ่งไม่ได้มีการตระเตรียมมาก่อน เมื่อถูกถามก็จะตอบออกมาจากความคิดเห็น หรือจากความรู้สึกในขณะนั้น ปัญหาที่ถามจึง มักไม่ใช่เรื่องทางวิชาการ แต่มักเป็นการถามความเห็น ความรู้สึก ปัญหาเฉพาะ หน้า

2.4 รายการพูดคุยกับผู้ฟัง (Talk หรือ Straight Talk)

รายการพูดคุยกับผู้ฟัง หมายถึง รายการที่มีผู้พูดคนเดียว พูดคุยกับผู้ฟังที่บ้าน ลักษณะการพูดนั้นจะเป็นการพูดโดยไม่ได้อ่านบท (Ad-Lib) คือพูดเป็นธรรมชาติเหมือนกำลังนั่งคุยกันอยู่ และผู้ที่กำลังคุยด้วยคือผู้ฟังที่บ้าน ประเด็นที่พูดอาจมีประเด็นเดียวหรือมากกว่าหนึ่งประเด็น อาจเป็นการพูด เชิงเล่า เชิงอธิบาย เชิงเสนอความเห็น หรือเชิงวิจารณ์ก็ได้ รูปแบบการพูดคุย กับผู้ฟังนี้ต่างจากรายการบรรยาย และรายการบทความคือ รายการพูดคุยส่วน ใหญ่เป็นการพูดโดยไม่ได้อ่านตามบท พูดเป็นธรรมชาติเหมือนลักษณะการคุยกับผู้ฟัง ประเด็นของเรื่องไม่เป็นเรื่องของวิชาการมากนัก ไม่เหมือนการบรรยายซึ่งมุ่ง วิชาการโดยตรงการพูดคุยกับผู้ฟังจะได้รับความนิยมหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสามารถ ของผู้พูด ถ้าพูดดีเป็นกันเอง แม้จะพูดยาวก็ไม่น่าเบื่อ (มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534)

3. รูปแบบรายการเพื่อความบันเทิง

รายการวิทยุเพื่อความบันเทิง เป็นรายการที่มีจุดประสงค์เพื่อให้

ผู้ฟังผ่อนคลายอารมณ์ ก่อให้เกิดความสบายใจเป็นการพัฒนาจิตใจได้เป็นอย่างดี
มิได้มุ่ง เน้นในด้านเนื้อหาสาระมากนัก แต่จะเน้นในการสร้างอารมณ์มากกว่า

ลักษณะการให้ความบันเทิงทางรายการวิทยุสามารถนำเสนอได้
ในหลายลักษณะ คือ

ก. มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรง รายการบันเทิงลักษณะนี้มีได้มี
จุดประสงค์ให้ใช้ความคิดหรือการจดจำมากนัก บางครั้งจึงนิยมชักจูงจิตใจและ
อารมณ์ของผู้ฟังให้หลุดไปจากโลกของความเป็นจริงชั่วขณะ เช่น เพื่อหนีให้พ้นจาก
ความเจ็บป่วยไปสู่โลกใหม่ที่มีแต่ความสุข ความหวัง เป็นการเปลี่ยนจาก
บรรยากาศเดิมเพื่อทำให้ลืมความเจ็บป่วย ลืมความทุกข์เก่า ๆ เสีย อันเป็นการ
ให้อาหารทางอารมณ์และทางใจทำให้เกิดความสบายใจ ไม่มีความกังวลใจและ
เกิดความสุขได้ไม่มากนักน้อย รายการที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรงนี้สามารถ
อธิบายลักษณะได้ดังนี้ คือ

- 1) เป็นรายการที่ไม่มุ่งเนื้อหาสาระทางวิชาการ ไม่มุ่ง
ให้ผู้ฟังต้องใช้สมองจดจำเนื้อหา
- 2) ไม่มุ่งให้ผู้ฟังเก็บไปขบคิดแก้ปัญหาหรือนำไปคิดวิเคราะห์
หรือโต้แย้งกัน หากจะมีการวิเคราะห์หรือโต้แย้งก็จะเป็นเรื่องของเรื่องราวที่เป็น
ความสนุก เพื่อค้นหาเหตุผลหรือข้อสรุปในทางบันเทิง เรียงร้อย
- 3) เป็นเรื่องเบา ๆ ที่มุ่งเสนอสิ่งละอันพันละน้อย ซึ่งไม่
จำเป็นต้องมีลำดับขั้นตอน แต่มุ่งให้ความสนุกสนานผ่อนคลายอารมณ์มากกว่า
- 4) เป็นรายการที่สามารถสร้างอารมณ์ใหม่ให้เกิดขึ้น โดย
ลบอารมณ์เดิมที่มีอยู่ เช่น สร้างอารมณ์สุขลบอารมณ์เศร้าที่มีอยู่ หรือในทำนอง
เดียวกันคือลบอารมณ์ปกติที่มีอยู่เดิม แล้วสร้างอารมณ์เศร้าขึ้นมาแทนที่ก็ได้ เช่น
ก่อนฟังรายการละครวิทยุก็มีอารมณ์เป็นปกติดี เมื่อฟังรายการจบแล้วกลับเกิด
อารมณ์คล้อยตาม เกิดความสงสารเห็นใจตัวละครแล้วเกิดความเศร้าใจขึ้นมา

แทน รายการลักษณะ เช่นนี้ก็จัดว่าเป็นรายการบันเทิงด้วย

5) เป็นรายการที่ชักจูงอารมณ์และความรู้สึกให้อยากจะติดตามสิ่งที่ได้ฟังแล้วนั้นต่อไปอีก ด้วยเหตุนี้รายการละครหรือรายการบันเทิงที่ดีจึงมักจะลงท้ายด้วยความสุดยอด (Climax) เพื่อให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์อยากรู้ อยากเห็นอยากติดตามต่อไป

รายการประเภทที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรง อาจจัดรายการได้ดังนี้ คือ

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

ข. มุ่งให้ความบันเทิงเชิงสาระ รายการบันเทิงในลักษณะนี้มุ่งที่จะให้ทั้งความบันเทิงและสอดแทรกเนื้อหาสาระลงไปด้วย เพื่อให้เกิดความรู้ทางอ้อม เพื่อให้เป็นคติสอนใจ เพื่อชี้แนะและเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินไปพร้อม ๆ กันด้วย เนื่องจากเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่มักชอบรับฟังสิ่งที่ให้ความบันเทิง เรื่องเบา ๆ ง่าย ๆ มากกว่าสิ่งที่ป็นสาระทางวิชาการ แต่ความจำเป็นของสื่อมวลชนที่จะต้องไม่ทอดทิ้งผู้รับสารบางกลุ่มที่ยังด้อยโอกาสในการรับการศึกษาและความรู้ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงอีกประการหนึ่งที่จะต้องให้ความรู้ ให้ทัศนคติ ค่านิยมที่ดี คดีเตือนใจ หรือการชี้แนะบางประการ เพื่อมิให้คนด้อยโอกาสทางการศึกษานั้นหมดโอกาสเสียทีเดียว ลักษณะการเสนอรายการบันเทิงแบบนี้มักนิยมใช้ความบันเทิงเป็นสิ่งที่ชักจูงใจแล้วตามด้วยเนื้อหาสาระ หรือนำเนื้อหาสาระผสมผสานสอดแทรกในความบันเทิงนั้น

เพื่อให้จดจำได้ง่าย เกิดความประทับใจและก่อให้เกิดทั้งประโยชน์และความ
เพลิดเพลินพร้อมกันไป

กลุ่มผู้ฟังที่สื่อวิทยุกระจายเสียงมีวัตถุประสงค์มุ่งให้ความบันเทิง
เชิงสาระ มักได้แก่กลุ่มผู้รับที่เป็นเด็ก และกลุ่มผู้รับในชนบทห่างไกลที่ขาดโอกาส
ทางการศึกษา และสามารถนำเสนอได้ในรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่

3.1 รายการเพลง (Music Programme) เป็นรายการที่มุ่ง
ให้ความบันเทิงโดยตรง เพลงที่จัดอาจเป็นเพลงประเภทบรรเลง เพลงที่อยู่ใน
ความนิยม เพลงลูกทุ่ง ฯลฯ และอาจจัดเป็นรายการเพลงสลับความรู้ โดยสอด
แทรกความรู้ด้านสุขภาพอนามัยเพื่อให้ประโยชน์แก่ประชาชนด้วย (มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534)

3.2 รายการละคร ละครวิทยุเป็นการใช้เสียงต่าง ๆ บอก
เรื่องราว ไม่ว่าจะ เป็นเสียงคำพูด เสียงประกอบ หรือเสียงดนตรีก็ตาม ระดับ
เสียงทุกเสียงช่วยบอกเรื่องราวทั้งสิ้น แต่เนื้อเรื่องของละครต้องสำคัญเหนือกว่า
สิ่งอื่นใด รายการละครเป็นรูปแบบรายการที่ต้องใช้คนและเวลาในการผลิต
รายการมากกว่ารายการประเภทอื่น

3.3 รายการนิตยสาร รายการประเภทนี้ เป็นการรวม
การจัดรายการหลาย ๆ รูปแบบเข้าไว้ด้วยกัน โดยถือหลักที่ว่า จะต้องมทั้งความ
หลากหลาย (Variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) ในรายการด้วย
กล่าวคือ ในรายการหนึ่งจะต้องมีแกน (Theme) ของเรื่อง และในทุกหัวข้อ
(Item) จะต้องม (Theme Idia) ของรายการ แต่ไม่ได้หมายความว่าทุก
หัวข้อจะต้องเป็นเรื่อง (Subject) เดียวกัน แต่ละหัวข้อจะเป็นเรื่องอะไรก็ได้
วิธีการเสนอก็แตกต่างกันออกไปด้วย แต่มีสิ่งเชื่อมโยงหัวข้อต่าง ๆ ไว้เพื่อให้
รายการเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในเนื้อเรื่อง (ขวัญเรือน ไชยอุดม อ้างถึงใน

สมมิตร โชติแก้ว, 2525)

4. รูปแบบรายการเพื่อบริการสาธารณะ

รายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อบริการสาธารณะหมายถึง รายการที่จัดขึ้นเพื่อบริการความรู้ ข่าวสาร หรือสาระอื่นใดที่เป็นประโยชน์ต่อ สาธารณชน การจัตรายการวิทยุเพื่อการเสนอบริการสาธารณะ เป็น การแสดงถึงความรับผิดชอบและห่วงใยต่อสังคมส่วนรวม การบริการนั้นมี จุดประสงค์เพื่อให้สาธารณชนได้รับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นหรือเพื่อป้องกันและแก้ไข ปัญหาในด้านต่าง ๆ เช่น สุขภาพอนามัย ความปลอดภัยของบ้านเรือน ทรัพย์สิน และชีวิตความเป็นอยู่ เป็นต้น

ความหมายอีกลักษณะหนึ่งของรายการบริการสาธารณะนั้น คือ การเสนอกิจกรรมสาธารณะ (Public Affair) ซึ่งได้แก่ การเสนอเรื่องราว ข่าวสารประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสังคมโดยส่วนรวมและเป็นเรื่องที่สาธารณชนควร ได้รับรู้

การบริการสาธารณะโดยทั่วไปมักจัดบริการเพื่อสนองความจำเป็น ของมนุษย์ในเรื่องปัจจัยพื้นฐานเป็นสำคัญ และมุ่งที่จะให้เป็นบริการและสวัสดิการ ของสังคมโดยส่วนรวม

ลักษณะการให้บริการสาธารณะทางรายการวิทยุกระจายเสียง รายการเพื่อบริการสาธารณะอาจเสนอได้หลายลักษณะ คือ

1) เพื่อประกาศแจ้งความเรื่องที่มีความสำคัญต่อความเป็น อยู่ของประชาชนโดยส่วนรวม (Public Service Announcement หรือเรียก ย่อ ๆ ว่า PSA) เป็นการประกาศแจ้งข้อความที่สำคัญหรือเรื่องด่วนเพื่อแจ้งให้

ประชาชนได้รู้ว่า ขณะนี้มีอะไรเกิดขึ้นหรือประชาชนจะต้องทำอะไรบ้าง เช่น การประกาศเรื่องการเกณฑ์ทหาร ประกาศรับสมัครงาน ประกาศการปิดถนน ซ่อมแซม ประกาศดับไฟฟ้าชั่วคราว ประกาศข่าวไฟไหม้ เป็นต้น

2) เพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน ในประเทศที่มีการปกครองในระบบอบสังคมประชาธิปไตยนั้น ถือว่า ประชาชนทุกคนควรมีสิทธิเสมอภาคในการรับรู้เรื่องราวข่าวสารและความรู้ในเรื่องต่าง ๆ อันจะเป็นประโยชน์ต่อประชาชนเพราะประชาชนทุกคนไม่มีโอกาสได้รับความรู้และการศึกษาอย่างทัดเทียมในสถาบันการศึกษา ดังนั้นวิทยุกระจายเสียงจึงมีหน้าที่จัดรายการเพื่อเป็นการให้ความรู้แก่ประชาชนเพื่อเป็นบริการสาธารณะ เพื่อสนองสิทธิที่ประชาชนพึงได้รับรู้

3) เพื่อมุ่งสร้างให้สังคมอยู่ในความสงบเรียบร้อย การบริการสาธารณะในลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์ชักชวนใจประชาชนโดยมุ่งเน้นที่จะส่งเสริมสวัสดิการต่าง ๆ เช่น การชักชวนให้รักษาความสะอาดของโครงการตาวิเศษ การรณรงค์ให้ข้ามถนนในทางข้ามของคณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ (กปอ.) การรายงานสภาพการจราจรหรือการเกิดเหตุร้าย เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อมุ่งประโยชน์ให้ประชาชนอยู่ในสังคมอย่างมีความสุข

การจัดรายการเพื่อบริการสาธารณะ สามารถจัดทำและนำเสนอได้ในหลายรูปแบบ ได้แก่

4.1 รูปแบบการประกาศแจ้งข้อความหรือข่าวสาร เป็นการประกาศหรืออ่านข้อความ ข่าวสารเรื่องที่เป็นบริการซึ่งประชาชนจำเป็นต้องรับรู้ทั่วกัน เป็นการประกาศเพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อแจ้งให้ปฏิบัติ หรือหากไม่ปฏิบัติ อาจได้รับโทษตามกฎหมาย อาจเป็นการประกาศเรื่องฉุกเฉินหรือเตือนภัยอื่น ๆ ด้วย เช่น ประกาศแจ้งข่าวไฟไหม้ ประกาศเรื่องโจรผู้ร้าย หรือการเสนอ

“ปฏิทินประจำวัน” ว่าวันนี้มีใครทำอะไร ที่ไหน หรือเป็นการประกาศให้บริการ ด้านการศึกษา สาธารณกุศล เป็นต้น

4.2 รูปแบบสปอต หมายถึง การให้ข้อมูลสั้น ๆ กระตุ้นเร้า ความสนใจชักจูงโน้มน้าวให้เกิดความรู้สึกสนใจอยากรู้อยากเห็น หรือเป็นการ ประกาศเตือนให้แก่มืดมิด มืดมนตรี หรือเสียงประกอบเพื่อสร้างอารมณ์ให้สมจริง สมจังและเรียกความสนใจมากยิ่งขึ้นก็ได้ ตามปกติรูปแบบสปอต รายการบริการ สาธารณะจะใช้เวลาสั้น ๆ ประมาณ 30-60 วินาที

ลักษณะของรายการเพื่อบริการสาธารณะอาจทำเป็นรูปแบบอื่นก็ได้ ไม่มีข้อจำกัดเพียงแต่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นบริการในเรื่องข่าวสาร ความรู้ หรือสาระใด ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534)

2. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศและต่างประเทศ

2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศ

ในด้านการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อในการเผยแพร่ความรู้ด้าน สุขภาพอนามัยแก่ประชาชน เช่น หอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้านและเสียงตาม สายเทศบาลนั้น ได้มีผู้ทำการศึกษาวิจัยหลายท่านได้แก่

เพ็ญศรี วงศ์สิโรจน์กุล ได้ศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของสื่อกับการให้ ความรู้การส่งเสริมเลี้ยงลูกด้วยนมแม่” เมื่อปี พ.ศ.2524 ซึ่งผลจากการศึกษา ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การเผยแพร่ความรู้ในเรื่อง การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของ กระทรวงสาธารณสุขโดยใช้สื่อต่าง ๆ คือ สื่อบุคคล (เจ้าหน้าที่สาธารณสุข พยาบาลผดุงครรภ์ อสม. ผสส. รวมทั้งการเผยแพร่ของญาติและเพื่อนบ้าน)

วิทยุกระจายเสียง เสียงตามสายและป้ายประกาศได้ผลเป็นที่น่าพอใจ

วันทนา ชาญวนิชวงศ์ ได้ทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อสารมวลชน ทางด้านอาหารและโภชนาการ โดยเน้นศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญจากการเปิดรับ ข่าวสารของแม่ที่นำบุตรมารับบริการจากแผนกกุมารเวชศาสตร์ โรงพยาบาล รามาธิบดี โรงพยาบาลพญาไท และศูนย์บริการสาธารณสุข 2 จำนวน 300 คน ซึ่งผลการศึกษาปรากฏว่า ตัวแปรด้านอายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ จะมีผล ต่อความสำคัญทางด้านอาหารและโภชนาการของแม่ และทำให้มีพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อมวลชนทางด้านดังกล่าวแตกต่างกัน โดยความสำคัญทางด้านอาหารและ โภชนาการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและ โภชนาการ นอกจากนั้นได้พบว่า แม่ที่มีการศึกษาสูง และแม่ที่มีรายได้สูง จะมี ความสำคัญและการเปิดรับสื่อมวลชนทางด้านอาหารและโภชนาการสูง ในทาง ตรงข้ามแม่ที่มีระดับการศึกษาต่ำและแม่ที่มีรายได้ต่ำ จะมีสำคัญและการเปิดรับ สื่อมวลชนระดับต่ำด้วย (วันทนา ชาญวนิชวงศ์ อ้างถึงในรัตนอักษร หลายรัตน์, 2532)

นอกจากนั้น จากการศึกษาของทัศนาวดี สุขารมณ์ ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับช่องทาง การรับสารที่มีผลต่อการยอมรับการคุมกำเนิดแบบชั่วคราว และแบบ ถาวรของสตรีผู้รับบริการที่โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ พบว่า สตรีผู้รับบริการคุม กำเนิดมีความถี่ในการรับข่าวสารการวางแผนครอบครัวจากสื่อวิทยุมากที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของฝ่ายเผยแพร่และอบรมโครงการวางแผนครอบครัว กระทรวงสาธารณสุข ที่พบว่า สื่อมวลชนเป็นแหล่งข่าวสารที่สำคัญในการเผยแพร่ การวางแผนครอบครัว โดยการศึกษาในจังหวัดขอนแก่น เมื่อปี พ.ศ. 2515 เป็น เวลา 6 เดือน พบว่า ประชาชนได้ข่าวสารและความรู้เรื่องการคุมกำเนิดจาก วิทยุสูงสุด คือร้อยละ 80.1 (ทัศนาวดี สุขารมณ์ อ้างถึงในรัตนอักษร หลายรัตน์, 2532)

สมควร กวียะ ได้ศึกษานิสัยการรับข่าวสารของประชาชนในหมู่บ้านชนบทไทยทุกภาค พบว่า สำหรับวิทยุ นั้น ชาวชนบทส่วนใหญ่รับฟังวิทยุเป็นประจำทุกวัน ถ้าวิเคราะห์จากระดับการศึกษาจะเห็นได้ว่า ชาวบ้านในทุกระดับการศึกษา สนใจรับฟังรายการวิทยุทุกวัน และอายุมีผลต่อการใช้เวลาในการรับฟังรายการวิทยุ คือชาวชนบทวัยต้น อายุ 15-29 ปี ใช้เวลารับฟังวิทยุวันละ 3-5 ชั่วโมงและการรับฟังจะลดลงเมื่อเข้าสู่วัยกลางคน (อายุระหว่าง 30-49 ปี) และเมื่อเข้าสู่วัยชรา (อายุ 50 ปีขึ้นไป) จะรับฟังวิทยุเพิ่มขึ้น แต่เฉลี่ยแล้วไม่เกินวันละ 3 ชั่วโมง โดยในวัยต้นส่วนใหญ่ชอบรายการบันเทิง วัยกลางคนชอบรายการข่าวและรายการที่มีประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ วัยชรา ชอบรายการข่าว ศาสนาและวัฒนธรรม แต่สำหรับรายการที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอนามัย และการศึกษา ยังไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ในด้านของสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งได้แก่ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร พบว่า ชาวชนบทไม่ว่าจะเพศใด อายุใด และอาชีพใด ไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสาร สำหรับเนื้อหาที่ชอบอ่าน พบว่าทั้งชายและหญิงชอบอ่านข่าว และเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพมากที่สุด สำหรับโทรทัศน์นั้น เป็นสื่อที่ไม่แพร่หลายในชนบท นาน ๆ จึงจะดูโทรทัศน์สักครั้ง และช่วงเวลาไม่แน่นอน เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่มีโทรทัศน์เป็นของตัวเอง รายการที่ชอบดูคือรายการกีฬา บันเทิง และข่าว ผู้หญิงในชนบทชอบรายการบันเทิงเป็นอันดับหนึ่ง และชอบกีฬาน้อยที่สุด (สมควร กวียะ อ้างถึงในรัตนภรณ์ หลวยรัตน์, 2532)

ต่อมาในปี พ.ศ. 2531 วิจารย์ คหฤฎา ได้ศึกษาวิจัยเรื่องประสิทธิผลของทีมงานในการใช้หอกระจายข่าวสารเพื่อการสนับสนุนงานสาธารณสุขมูลฐาน และได้รายงานผลการวิจัยไว้ว่า สำหรับในด้านการรับฟังการกระจายเสียงของหอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้านของประชาชนพบว่า หลังการทดลองประชาชนจะรับฟังการกระจายเสียงของหอกระจายข่าวในช่วงเวลาเย็นสูงกว่าก่อนการทดลอง และในเรื่องการใช้ระยะเวลาที่รับฟังนานกว่าครึ่งชั่วโมงก็สูงกว่าก่อนการทดลอง เช่นเดียวกัน

เกี่ยวกับประเภทข่าวที่รับฟังจากหอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้านหลังการทดลอง ประชาชนในหมู่บ้านจะรับฟังข่าวสารารณสุขสูงกว่าก่อนการทดลอง นอกจากนี้ยังมีความนิยมฟังตลอดทั้งสัปดาห์มากกว่าก่อนการทดลอง

ในปีเดียวกัน มุกดา แก้วมณีโชค ได้ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อเสียงตามสายที่มีต่อความรู้ ทักษะคิด และการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า หลังการได้รับฟังรายการความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหารทางสื่อเสียงตามสายแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการเพิ่มความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ และการปฏิบัติตนไปในทางที่ถูกสุขลักษณะยิ่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุและการศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และการปฏิบัติตนด้านการสุขาภิบาลอาหาร แต่ฐานะทางเศรษฐกิจและจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ และการปฏิบัติตนด้านการสุขาภิบาล นอกจากนี้ยังพบว่า อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านการสุขาภิบาลอาหาร อายุ การศึกษา และฐานะทางเศรษฐกิจ ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการเปิดรับข่าวสารทางสื่อเสียงตามสาย ระดับความรู้ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และการปฏิบัติตนด้านการสุขาภิบาลอาหาร (มุกดา แก้วมณีโชค, 2532)

ในด้านประสิทธิผลของสื่อเสียงตามสายที่มีต่อการรับฟังและการรับรู้ข่าวสารทางด้านสาธารณสุข โดยได้ศึกษาเฉพาะกรณีของประชากรในหมู่บ้านตำบลหัวสะพาน อ.เมือง จ.เพชรบุรี พิไลพรรณ กาญจนลักษณ์ ได้ศึกษาวิจัยในปี พ.ศ. 2532 และได้รายงานผลการวิจัยว่า ประชากรให้ความสนใจรับฟังข่าวสารเสียงตามสายมากโดยดูจากผลการวิจัยว่ามีการรับฟังในระดับสูงและระดับกลางเป็นส่วนใหญ่ และเห็นว่าเสียงตามสายน่าจะได้รับการพิจารณาให้เป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งในการเผยแพร่ความรู้และข่าวสารโดยใช้ร่วมกับสื่อชนิดอื่น เพราะไม่ต้องลงทุนมาก และเป็นสื่อเฉพาะกิจภายในท้องถิ่น ย่อมสนองความต้องการของท้องถิ่นได้ดีกว่า จากผลการวิจัยทั้งหมดจึงเป็นแนวคิดให้บุคคลที่

เกี่ยวข้องกับงานเสียงตามสายควรคำนึงถึงการวางแผนการใช้สื่อให้รอบคอบและอย่างมีเป้าหมาย โดยเลือกกระบวนการสื่อสาร กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวิธีการนำเสนอ พร้อมกับมีการประเมินผลเพื่อให้การใช้สื่อเสียงตามสายบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ และให้คุ้มค่ากับที่ลงทุนไปแม้ว่าจะ เป็นเพียงสื่อเสริมแต่ก็ควรจะให้ เป็นสื่อเสริมที่มีคุณภาพ มิใช่เป็นสื่อที่ไร้จุดประสงค์

นอกจากนั้น ประไพพรรณ ธงอินเนตร ได้ศึกษาวิจัยหน้าที่ของหอกระจายข่าวในการให้ความรู้ ความเข้าใจด้านสาธารณสุขแก่ประชาชนในจังหวัดนครปฐม โดยได้ศึกษา เมื่อปี 2532 และรายงานผลการวิจัยว่า ผลการเปรียบเทียบความรู้ด้านสาธารณสุขมูลฐานของกลุ่มตัวอย่าง ในหมู่บ้านที่มีหอกระจายข่าว กับหมู่บ้านที่ไม่มีหอกระจายข่าว พบว่า คะแนนเฉลี่ยในเรื่องการให้ภูมิคุ้มกันโรคของกลุ่มตัวอย่าง ในหมู่บ้านที่มีหอกระจายข่าวสูงกว่าหมู่บ้านที่ไม่มีหอกระจายข่าว ในระดับความเชื่อมั่น 0.01 แต่เมื่อรวมคะแนนเฉลี่ยทุกเรื่อง พบว่า หมู่บ้านทั้ง 2 ประเภทแตกต่างกันเพียงเล็กน้อย จนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

โลเวทและแมคคีย์ (Lovett and Mackey, 1976) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาผู้ใหญ่ของชนชั้นผู้ใช้แรงงาน โดยได้ทำการศึกษาทดลองในกลุ่มผู้ใช้แรงงานหญิง ในชุมชนแคธอลิค เมืองเดอรัรี ประเทศไอร์แลนด์เหนือ ผลของการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีภาพลักษณ์เกี่ยวกับตนเองและมีความตระหนักในเรื่องการเมืองและเศรษฐกิจน้อย และพบว่าหากให้กลุ่มเป้าหมายได้รับการพักผ่อน มีการจัดตั้งและใช้กลุ่มทำงานเพื่อเข้าถึงและวิเคราะห์ชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายแล้วคาดว่า ความมั่นใจในตัวเองและภาพลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมายจะสูงขึ้น และจะขยายเป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นทางสังคมของชุมชนด้วย ซึ่งในการศึกษาได้ใช้วิทยุท้องถิ่นเป็นกระบอกสะท้อนให้กลุ่มเป้าหมายเห็นถึงปัญหาและความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของสังคม และคาดว่าสื่อวิทยุจะเป็นการ

ศึกษา เบื้องต้นของพวกเขาเองด้วย

ในปี 1980 แรกฮาแวน (Raghavan) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเข้าถึงมวลชนของสื่อมวลชนในประเทศอินเดีย ซึ่งสื่อมวลชนมีประสิทธิผลจำกัดในการเข้าถึงพื้นที่ในชนบท เนื่องจากตัวแปรทางสังคมทางกายภาพและองค์กรของสื่อมวลชนเอง จากการศึกษาพบว่า มีความต้องการสถานีวิทยุกระจายเสียงในระดับท้องถิ่น ซึ่งแสดงว่าการศึกษาโดยผ่านวิทยุท้องถิ่นเป็นยุทธวิธีที่ดีที่สุดสำหรับอนาคตอันใกล้

เจอร์ราติน โอเลียรี เดอ มาเซียส (Geraldine o'Leary de-Macias, 1981) ได้สัมภาษณ์มารดาจำนวน 708 คน ในโรงพยาบาลสุติกรรม เมืองมานากัว ประเทศนิการากัว เกี่ยวกับการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ พบว่า เหตุผลของมารดาในการตัดสินใจไม่เลี้ยงลูกด้วยนมแม่ หรืองดการให้นมแม่แก่ลูกนั้น เป็นเพราะการขาดข้อมูลข่าวสารและความเชื่อที่ว่า การเลี้ยงลูกด้วยนมขวดจะทำให้ลูกมีสุขภาพดีกว่า รวมทั้งเหตุผลที่ว่า การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่นั้นไม่สะดวกสำหรับบางคนองค์การ Genesis II ซึ่งเป็นองค์การที่จัดตั้งขึ้น เพื่อให้บริการแก่สตรีและเด็กโดยเฉพาะในเรื่องการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ จึงได้ส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่โดยผ่านทางรายการวิทยุ การให้คำแนะนำของโรงพยาบาล การปฏิบัติการในชุมชน การสัมมนาของนักเรียนระดับไฮสกูลและการอบรมก่อนคลอด

ทิม นิวตัน และนินา เอ็ม บัทเลอร์ (Tim Newton and Nina M Butler, 1989) ได้สำรวจการใช้เวลาและการทำกิจกรรมของผู้ป่วยจำนวน 20 คน ในโรงพยาบาลสำหรับผู้พิการ ประเทศอังกฤษ โดยได้ศึกษาพบว่า ร้อยละ 35 ของผู้ป่วยได้เข้าร่วมในกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดความเครียด และกิจกรรมอีก 2 ประเภทของผู้ป่วยคือการสนทนาและการดูโทรทัศน์หรือฟังวิทยุ

โมเมกา (Moemeka, 1988) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของ
 วิทยุกระจายเสียงในท้องถิ่นที่มีต่อการปฏิบัติด้านสุขภาพอนามัยของชุมชนในชนบท
 ประเทศไนจีเรีย โดยมีจุดประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของกลุ่มผู้ฟัง
 ในการใช้วิทยุท้องถิ่นเพื่อการศึกษาด้านสุขภาพอนามัยและการนำความรู้ไปใช้
 ประโยชน์ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและใช้แบบสอบถามเป็น
 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสำรวจกลุ่มเป้าหมายจำนวน 395 คน
 และแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มผู้ฟังที่สามารถเข้าร่วมในกิจกรรม
 ของสถานีวิทยุได้และกลุ่มที่ไม่สามารถเข้าร่วมในกิจกรรมของสถานีวิทยุ ผลการ
 ศึกษาพบว่า กลุ่มที่เข้าร่วมในกิจกรรมของสถานีวิทยุมีการดูแลสุขภาพของตนเอง
 รวมทั้งการปฏิบัติในด้านสุขภาพกายและโภชนาการดีขึ้น และยังได้พบว่า พฤติกรรม
 ของกลุ่มที่มีส่วนร่วมได้แพร่กระจายไปยังกลุ่มที่ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วย

ในปี 1994 การ์วิน เวน ควินน์ (Garvin
 Wayne Quinn) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้และทัศนคติของผู้ฟังวิทยุที่มีต่อรายการ
 ข่าวของวิทยุท้องถิ่นและรายการเกี่ยวกับสาธารณะ โดยศึกษาในกลุ่มประชาชน
 เมืองเคนตักกี ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลของการศึกษาพบว่าระยะเวลาของการ
 รับฟังรายการวิทยุมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพอใจในการรับรู้ และระดับ
 การศึกษามีความสัมพันธ์ในทางลบกับความพอใจ นอกจากนี้ยังพบว่า รายได้ของ
 ครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญกับความรู้ และระดับการศึกษามี
 ความสัมพันธ์กับการรับรู้ด้วย