

ความพึงพอใจและความต้องการที่ได้รับจากการฟังรายการ "เสียงตามสาย"
ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประมงสงเคราะห์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสุวรรณ เลาหะสุพิศ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม 2547

ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ความพึงพอใจและความต้องการที่ได้รับจากการฟังรายการ "เสียงตามสาย"
ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสุวรรณ เลาหะสุพิศ



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา

พฤษภาคม ๒๕๔๗

๒๐ ก.ย. ๒๕๔๗

๒ ๒๕๑๒๘๗ ๗.๑

สุวรรณ เลหะสุพิศ. (2547), ความพึงพอใจและความต้องการที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย” ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์. สารนิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์อติสร จารุณวานิช

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจ ความต้องการและประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย” ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 294 คน (ข้าราชการและลูกจ้างประจำ) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษามีดังนี้

1. ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์พึงพอใจในระดับมาก ด้านความชัดเจนของเสียง ด้านระยะเวลาในการเสนอรายการข่าวและเพลง และด้านเนื้อหาของรายการข่าวสังคมภาคเช้า
2. ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความต้องการในการปรับปรุงรายการ “เสียงตามสาย” ในระดับปานกลาง โดยต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหาข่าวภาคเช้าและภาคเที่ยงเป็นอันดับแรก และต้องการให้เพิ่มเติมรายการข่าวกรมประชาสัมพันธ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือข่าวกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
3. ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับประโยชน์ระดับมากจากการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ในเรื่องใช้เพิ่มพูนความรู้

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ “เสียงตามสาย”

ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรปรับปรุงเนื้อหาสาระให้เหมาะสมกับเวลา พัฒนาพิธีกรในรายการให้เสียงดัง ฟังชัด การกระจายเสียงมีตลอดวัน และให้มีการสัมภาษณ์คนสำคัญหรือผู้บริหารระดับสูง

**GRATIFICATION AND NEED OF LISTENING TO THE RADIO LINE
OF DEPARTMENT OF PUBLIC WELFARE**

AN ABSTRACT

BY

MISS SUWANNA LAOHASUPIT

**Presented in partial fulfillment of the requirements
for the Master of Education degree in Educational Technology
at Srinakharinwirot University**

May 2004

Suwanna laohasupit. (2004). *Gratification and Need of Listening to the Radio Line of Department of PublicWelfare*. Master Project, M.Ed.(Educational Technology). Bangkok : Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Asst. Prof. Alisara Charuenvanich.

The purpose of this study was to study to Gratification, need and usefulness of the government officials & The authorities of Department of Public Welfare trough radio line. The samples consisted of 294 government officials & authorities of Department of Public Welfare. The questionnaires were used to collect data and the SPSS-PC+ was used to analyse data.

The results of the study were as follows :

1. The government officials & the authorities of Department of Public Welfare to have gratification obtained into more level : Bright sound, Period of time to present the news and music, Meaning of social news in the morning.

2. The government officials & the authorities of Department of Public Welfare need to improve the radio line into average level. Frist to need to improve meaning of morning news and moon new. And need to add to news from Public Relations Department, to be in the second place to news from Minisfry of Labour and Social Welfare.

3. The government officials & the authorities of Department of Public Welfare to receive uses into more level from to listen to the radio line to add to knowledge.

Suggestions :

The government officials & the authorities of Department of Public Welfare have suggested that should improve the usefulness to be appropriate for the time, to develop to voice from master of ceremonies, to broadcast by radio line every time and to interview director and general manager.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อติสรุา เจริญวานิช)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสาวณีย์ ลีغبานันต)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อติสรุา เจริญวานิช)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยฤทธิ์ คงคาเพชร)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ บุญส่ง)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีคณะศึกษาศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. คมเพชร นัตถกุล)

วันที่ ..19.. เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2547

ประกาศอนุปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี ได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์อติศรา เจริญวานิช อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญฤทธิ์ คงคาเพชร และผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ บุญส่ง กรรมการสอบสารนิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ แก้ไข ปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ ผู้วิจัย ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์เกษม บุญส่ง ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในการเก็บข้อมูล และดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ในการทำสารนิพนธ์

ขอกราบขอบพระคุณ นางสาวมณี เกษผกา และนายสมชาย อ่อนบาง ที่ให้ความกรุณาเป็น ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจแก้ไขแบบสอบถาม

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นผู้ให้ชีวิตและให้การศึกษาตลอดชีวิตแก่ผู้วิจัย อีกทั้งสนับสนุนให้กำลังใจจนผู้วิจัยสามารถศึกษาจนสำเร็จ

ขอขอบคุณ ว่าที่ร้อยตรี กิตติชัย วงศ์ศิลปะกุล นายอัฐพร อารยานันท์ นายพิสุทธิ์ แสงสัตยา และนางสาวทับทิม สุกใส ตลอดจนเพื่อน ๆ ร่วมวิชาเอกเทคโนโลยีการศึกษา และพี่ ๆ ที่ทำงานทุกคน ที่ได้ให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดมา

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยรู้สึกสำนึกในพระคุณต่ออาจารย์ผู้สอนทุกท่าน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สถาบันที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยได้ศึกษาจนสำเร็จการศึกษา ขอขอบคุณ

สุพรรณา เล่าหะสุพิศ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ฉันทา	1
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	3
ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า	3
ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายเสียงในชุมชนหรือเสียงตามสาย ..	6
เนื้อหาสาระในการแพร่กระจายเสียง	6
ประโยชน์ที่ได้จากการแพร่กระจายเสียงในชุมชน	7
ขั้นตอนในการจัดกระจายเสียงในชุมชน	7
การประกาศแจ้งรายการ	10
การเขียนบทความในการกระจายเสียง	10
รายการข่าว	11
การสัมภาษณ์	12
การจัดรายการเพลง	14
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร	17
การรับรู้	17
ความใส่ใจ	27
ลักษณะการแบ่งกลุ่มของผู้รับสาร	30
แนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างของผู้รับสาร	31
แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรข่าวสารของผู้รับสาร	32
แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคล	33
แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร	33
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	43
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า	44
การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ลำดับขั้นของการวิเคราะห์ข้อมูล	46
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	58
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า	58
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	58
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล	59
การเก็บรวบรวมข้อมูล	59
การวิเคราะห์ข้อมูล	59
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	59
อภิปรายผล	61
ข้อเสนอแนะ	62
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	68
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	75

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์	47
2 ความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ด้านเทคนิค	49
3 ความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ด้านการดำเนินรายการ	49
4 ความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ด้านเนื้อหารายการ	50
5 จำนวนข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่พึงพอใจต่อรายการเพลง ข่าว สารคดี .	51
6 ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ให้ปรับปรุงรายการ	52
7 จำนวนข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่สะดวกในการรับฟังรายการช่วงต่าง ๆ.	53
8 ความต้องการเพิ่มเติมของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ 5 อันดับ	54
9 ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้มีในรายการ 3 อันดับ	55
10 ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่มีต่อรูปแบบของการดำเนิน รายการ 3 อันดับ	55
11 ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการเสียงตามสายที่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับ	56
12 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์	57

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

1 แบบจำลองเกี่ยวกับแนวคิดการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน	37
--	----

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันการบริหารราชการแผ่นดินมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านโครงสร้างองค์กรและบริหารจัดการ เพื่อให้สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายโอนงานให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การแก้ไขกฎหมายระเบียบและข้อบังคับให้สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่บุคลากรของรัฐต้องศึกษาทำความเข้าใจ เพื่อปรับบุคลิกภาพและวิธีปฏิบัติราชการให้ถูกต้องและเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ราชการ (กรมประชาสัมพันธ์. 2544 : 1)

กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นหน่วยงานภาครัฐขนาดใหญ่มีส่วนราชการและหน่วยงานทั่วประเทศ รวมทั้งมีบุคลากรประมาณ 11,500 คน เพื่อให้บริการช่วยเหลือประชาชนทุกเพศทุกวัยที่ประสบความทุกข์ยากเดือดร้อนทุกประเภท มีสำนักงานเลขานุการกรมในฐานะผู้ประสานติดต่อตรวจสอบและให้คำแนะนำปรึกษา และกองนิติการในฐานะผู้ประสานการดำเนินงานด้านกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เป็นผู้ทำหน้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกการปฏิบัติและกำกับดูแลเพื่อให้งานกรมประชาสัมพันธ์ดำเนินไปตามวัตถุประสงค์ กองวิชาการทำการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจที่ดีแก่บุคลากรของกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้คือควรปรับปรุงในด้านนโยบายและการบริหารงาน การดำเนินการติดตามประเมินผลและนิเทศงานให้มากขึ้น ตลอดจนการจัดสวัสดิการและจัดสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ส่งเสริมดูแลปัจจัยพื้นฐานในด้านเศรษฐกิจสังคม การศึกษาของบุคลากร รวมทั้งคู่สมรส (กรมประชาสัมพันธ์. 2544 : 35)

ข้อมูลจากการศึกษาเบื้องต้นคณะผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์ได้มีความเห็นร่วมกันว่า เพื่อเป็นการเปิดโลกทัศน์และเพิ่มพูนศักยภาพของบุคลากรอย่างเป็นรูปธรรมและทั่วถึง พร้อมกับให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนาประเทศที่มุ่งพัฒนาทรัพยากรบุคคล ได้มีพระราชบัญญัติข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 ว่าด้วยสิทธิการรับรู้หรือทราบข้อมูลข่าวสารของราชการตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 มาตรา 58 บัญญัติว่า “บุคคลย่อมมีสิทธิได้รับทราบข้อมูลหรือข่าวสารสาธารณะในครอบครองของหน่วยงานราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจหรือราชการส่วนท้องถิ่น เว้นแต่การเปิดเผยข้อมูลนั้นจะกระทบต่อความมั่นคงของรัฐ ความปลอดภัยของประชาชนหรือส่วนได้เสียอันพึงได้รับความคุ้มครองของบุคคลอื่น ทั้งนี้ตามที่กฎหมายบัญญัติ” (กรมประชาสัมพันธ์. 2544 : 14)

นอกจากนี้ความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตของทุกคนในสังคมยุคสารสนเทศ เทคโนโลยีทางการสื่อสารและโทรคมนาคมเป็นเครื่องมือสำคัญที่ก่อให้เกิดทางด่วนข่าวสารข้อมูลและระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต นอกจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะปรับเปลี่ยนรูปแบบสังคมเป็นสังคมข้อมูลข่าวสารและสังคมแห่งการเรียนรู้แล้ว ยังมีผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป (กระทรวงศึกษาธิการ. 2542 : 2) ภายใต้การเปลี่ยนแปลงนี้รัฐบาลได้เน้นการแก้ปัญหาที่การศึกษา คือ การพัฒนาคนเป็นองค์รวม โดยเห็นว่าการศึกษานั้นเป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับการเตรียมคนและพัฒนาสังคม ที่บัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 ระบุไว้ ซึ่งเน้นการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต โดยการจัดและออกแบบพฤติกรรม เทคนิคและวิธีการสื่อสาร การจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยการนำเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาคนตามหมวด 9 ของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 63 ระบุว่า “รัฐต้องจัดสรรคลื่นความถี่ สื่อตัวนำและโครงสร้างพื้นฐานอื่นที่จำเป็นต่อการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ วิทยุโทรคมนาคมและการสื่อสารในรูปแบบอื่น เพื่อใช้ประโยชน์สำหรับการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ การศึกษาตามอัธยาศัย การทำนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมตามความจำเป็น

สื่อทางเสียง นับเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพที่สุดชนิดหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วที่สุดที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ข้อเท็จจริง ตลอดจนความบันเทิงต่างๆ แก่ผู้ฟัง ในเวลาเดียวกันยังมีอำนาจในการโน้มน้าวจิตใจ ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิด ทศนคติและตรึงอารมณ์ผู้ฟังได้เป็นอย่างดี (รัชดา คลีสุนทร. 2537 : 13-14) อีกทั้งการลงทุนยังน้อยกว่าสื่อชนิดอื่น ๆ คุณสมบัติดังกล่าวทำให้สื่อวิทยุเข้ามามีบทบาทในการสื่อสาร การบริหารประเทศและทำความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานในการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงาน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์จึงได้จัดให้มีโครงการเสียงตามสายกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการกระจายเสียงภายในหน่วยงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรและเป็นสื่อพัฒนาบุคลากรด้านสวัสดิการสังคมและสังคมสงเคราะห์ของกรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยมอบหมายให้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรมเป็นผู้ดำเนินงานตามโครงการ ในขณะที่ผู้วิจัยปฏิบัติงานในฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีส่วนรับผิดชอบในการดำเนินการกระจายเสียงตามโครงการเสียงตามสายกรมประชาสัมพันธ์ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง ความพึงพอใจและประโยชน์ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากการรับฟังรายการ "เสียงตามสาย" เพื่อนำผลการศึกษารังนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการผลิตรายการให้มีประสิทธิภาพ ตรงกับความต้องการและบังเกิดผลดีต่อกลุ่มเป้าหมายและเป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยเองอีกด้วย

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ในกรมประชาสัมพันธ์ที่มีต่อรายการ "เสียงตามสาย"
2. เพื่อศึกษาถึงความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ในกรมประชาสัมพันธ์จากการรับฟังรายการ "เสียงตามสาย"
3. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ "เสียงตามสาย" ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ในกรมประชาสัมพันธ์

ความสำคัญของการศึกษาค้นคว้า

ผลของการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจ ความต้องการและประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ "เสียงตามสาย" ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร ซึ่งผลจากการวิจัยนี้จะใช้เป็นข้อมูลสำหรับนำมาปรับปรุงการดำเนินรายการและพัฒนารายการ "เสียงตามสาย" ต่อไป เพื่อให้ผลการดำเนินงานตามโครงการเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้และสอดคล้องกับความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์ จำนวนทั้งหมด 1,146 คน (ข้อมูลจำนวนข้าราชการและลูกจ้างประจำที่ปฏิบัติหน้าที่ในปีงบประมาณ 2543-2544 จากกองการเจ้าหน้าที่ กรมประชาสัมพันธ์)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 294 คน (จำนวนข้าราชการและลูกจ้างประจำที่ปฏิบัติหน้าที่ในปีงบประมาณ 2543-2544 จำนวน 1,146 คน นำไปคำนวณหาค่าจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของ Taro Yamane)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์** หมายถึง ข้าราชการและลูกจ้างประจำของกรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์

2. **รายการเสียงตามสาย** หมายถึง การแพร่กระจายเสียงที่ทำการกระจายเสียงภายในหน่วยงานของกรมประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งการดำเนินรายการออกเป็น 3 ช่วงเวลา คือ ภาคเช้า ตั้งแต่ 07.00 - 09.00 น. ภาคเที่ยง ตั้งแต่ 11.45 - 13.00 น. ภาคบ่าย ตั้งแต่ 16.00 - 16.30 น. ซึ่งมีรูปแบบในการดำเนินรายการเป็น 4 รูปแบบ คือ รายการข่าว รายการเพลง รายการสารคดีสั้นและรายการบทความ ซึ่งกระจายเสียงในวันและเวลาราชการ

3. **รายการข่าว** หมายถึง การให้ข่าวสาร ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่สำคัญน่าสนใจและมีประโยชน์ให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับทราบ เนื้อหาสาระ ทันต่อเหตุการณ์และเชื่อถือได้ การจัดรายการข่าวตามโครงการเสียงตามสายจัดรายการข่าวออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

3.1. **ข่าวสังคม** เป็นการถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ โดยถ่ายทอดข่าวออกเป็น 2 ช่วงเวลา คือ ภาคเช้า เวลา 07.00 - 8.00 น. และ ภาคเที่ยง เวลา 12.00 - 12.30 น.

3.2. **ข่าวกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม** เป็นการประกาศข่าวโดยสรุปจากหน้าหนังสือพิมพ์ประจำวัน ซึ่งเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับงานในด้านแรงงานและสวัสดิการสังคม โดยถ่ายทอดข่าวออกในช่วงภาคเที่ยง เวลา 12.35 - 12.45 น.

4. **รายการเพลง** หมายถึง รายการที่เปิดเพลงเพื่อคั่นเวลาระหว่าง 2 รายการ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อความบันเทิงแก่ผู้ฟังเป็นสำคัญ ซึ่งจัดตารางการเปิดเพลงในแต่ละวันแตกต่างกันดังนี้

วันจันทร์ - เพลงไทยสากลในปัจจุบัน

วันอังคาร - เพลงไทยและสากลในอดีต

วันพุธ - เพลงลูกทุ่ง

วันพฤหัสบดี - เพลงสากล

วันศุกร์ - ไม่จำกัดว่าจะต้องเปิดเพลงอะไร

5. **รายการสารคดี** หมายถึง รายการที่ให้รายละเอียดของข่าวหรือกิจกรรมที่น่าสนใจให้ผู้ฟังได้เข้าใจอย่างแจ่มแจ้ง ซึ่งได้แบ่งรายการสารคดีในการกระจายเสียงออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

5.1. **สารคดีของกรมประชาสัมพันธ์และหน่วยงาน** ในสังกัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นรายการที่ผลิตและจัดทำเป็นรูปธรรม โดยการจัดจ้างบริษัทเอกชนดำเนินการผลิต มีวัตถุประสงค์ในการผลิตเพื่อเผยแพร่ข่าวสารกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงาน

5.2. สารคดีทั่วไป เป็นการอ่านบทความ ข่าว สารคดีสั้น งานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งได้มาจากหนังสือทางวิชาการ หนังสือพิมพ์ที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิต เช่น การดูแลสุขภาพ สภาพเทคโนโลยีสมัยใหม่ ฯลฯ

6. รายการบทความ หมายถึง รายการที่เสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวในรายการ โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันจากหน้าหนังสือพิมพ์ต้องงานสังคมสงเคราะห์ โดยมีผู้ประกาศหรือผู้บรรยายเนื้อหาเรื่องนั้น ๆ เพียงคนเดียวตลอดรายการ

7. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อรายการเสียงตามสาย ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง โดยวัดจากการตอบแบบสัมภาษณ์

8. ความต้องการ หมายถึง ความต้องการที่แท้จริง (Real Needs) ของข้าราชการและลูกจ้างประจำของกรมประชาสงเคราะห์ที่ต้องการได้รับการตอบสนองจากรายการเสียงตามสาย โดยวัดจากการตอบแบบสัมภาษณ์

9. ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ หมายถึง การประเมินความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อเหตุผลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟังรายการเสียงตามสาย อันได้แก่ ประโยชน์ในการนำสาระที่ได้จากรายการไปประยุกต์ในการทำงาน โดยวัดจากการตอบแบบสัมภาษณ์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษาดังนี้ คือ

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายเสียงในชุมชนหรือเสียงตามสาย
2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร
3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและประโยชน์
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแพร่กระจายเสียงในชุมชนหรือเสียงตามสาย

คำว่า “เสียงตามสาย” เป็นคำที่นิยมเรียกกันในวงราชการ ซึ่งมาจากคำว่า “การแพร่กระจายเสียงในชุมชน” หรือ “หอกระจายข่าว” หมายถึง การแพร่กระจายข่าวสารความรู้ต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชนในชนบท โดยการใช้เสียงผ่านสื่อกลางในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เครื่องขยายเสียง เครื่องรับวิทยุ เทป ลำโพง (ปราณี ไทยวัฒนานนท์. 2527 : 9)

เสียงตามสายคล้ายกับรายการกระจายเสียงทางวิทยุ คือ ใช้เสียงเป็นสื่อในการให้ข่าว ความรู้และการบันเทิง มีวัตถุประสงค์และเทคนิคในการจัดรายการคล้ายคลึงกัน แต่ต่างกันที่รายการวิทยุจัดโดยหน่วยงานของรัฐที่มีระบบระเบียบปฏิบัติงานที่แน่นอนตายตัวให้ความรู้กว้าง ๆ สำหรับผู้ฟังทั่วไป เป็นรายการที่จัดตลอดทั้งวัน ใช้คลื่นวิทยุในการกระจายเสียงที่มีกำลังส่งแรงและลงทุนสูง สำหรับเสียงตามสายจัดโดยกลุ่มบุคคลหรือคณะที่อาจเป็นหน่วยงานรัฐบาลหรือเอกชนก็ได้ ให้ข่าวความรู้ที่ตรงกับความสนใจของกลุ่มคน จัดรายการเฉพาะช่วงเวลาที่เหมาะสม สถานีกระจายเสียงอยู่ในชุมชน กระจายเสียงผ่านลำโพงทำให้ระยะในการรับฟังสั้นและการลงทุนต่ำ (ปราณี ไทยวัฒนานนท์. 2527 : 9)

1. เนื้อหาสาระในการแพร่กระจายเสียง

เนื้อหาสาระของข่าวและความรู้ที่ใช้แพร่กระจายเสียงควรเป็นสิ่งที่มีความน่าสนใจ สามารถนำไปใช้กับชีวิตประจำวันได้ สามารถเปลี่ยนทัศนคติของผู้ฟัง กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ตื่นตัวในการพัฒนาตนเองและท้องถิ่น นอกจากนี้ควรเป็นข่าวความรู้ที่เป็นปัจจุบันทันต่อเหตุการณ์ เสนอข่าว

ความรู้ที่สามารถช่วยเสนอทางแก้ปัญหาที่ตรงกับที่ประสบอยู่ การจัดกระจายเสียงในชุมชนเนื้อหาที่จะจัดบริการควรมีหลัก ดังนี้ คือ

1.1 รายการที่ให้การศึกษา เป็นรายการที่ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน เช่น การศึกษา กฎกระทรวง สุขภาพอนามัย สังคม วัฒนธรรม

1.2 รายการที่ให้ข่าวสาร ควรจัดในลักษณะข่าวราชการและข่าวในชุมชน

1.3 รายการที่ให้ความบันเทิง เป็นรายการที่ช่วยเสริมให้ผู้ฟังสนใจติดตามรับฟังและมีส่วนร่วม โดยอาจจัดในรูปแบบให้เกร็ดความรู้สลับกับเพลงหรือเสนอเพลงล้วน โดยเปิดโอกาสให้ผู้ฟังส่งจดหมายมาขอเพลง ตอบปัญหาชิงรางวัล เป็นการประเมินความสนใจของผู้ฟังต่อรายการไปด้วยและส่งเสริมให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการจัดรายการ

1.4 รายการที่ส่งเสริมในการพัฒนาชุมชน เนื้อหาสาระในรายการควรเน้นให้ผู้ฟังมีความตื่นตัว และมีทัศนคติที่ดีต่อการศึกษา กระตุ้นให้เกิดความคิดพัฒนาตนเองและหน่วยงานที่ตนอยู่ให้ดีขึ้น

2. ประโยชน์ที่ได้จากการแพร่กระจายเสียงในชุมชน

2.1 ให้ข่าวความรู้ แก่ประชาชนทุกเพศ วัยและระดับความรู้

ข่าวที่นำมากระจายเสียงเป็นข่าวของทางราชการทั่วไปและข่าวท้องถิ่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของท้องถิ่น(หน่วยงาน)โดยตรง ความรู้ที่กระจายเสียงต้องมีสาระที่เป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของผู้ฟัง เนื่องจากคุณสมบัติของการจัดรายการเสียงตามสายต้องให้ข่าวความรู้แก่ประชาชนทุกเพศ และวัยจำนวนมากได้พร้อมกัน แม้แต่ชาวบ้านที่อ่านหนังสือไม่ได้ก็สามารถรับฟังข่าวความรู้จากรายการเสียงตามสายได้

2.2 ด้านการประชาสัมพันธ์

การกระจายเสียงภายในชุมชน เป็นวิธีการที่สามารถประชาสัมพันธ์งานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าไปปฏิบัติงานในชุมชนหรือหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วที่สุด เมื่อเทียบกับการประชาสัมพันธ์โดยวิธีอื่น ๆ

2.3 ด้านการพัฒนา

ประโยชน์ของงานแพร่ข่าวสารที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ช่วยโน้มน้าวจิตใจ กระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดทัศนคติที่ดีต่อการศึกษา มีความคิดริเริ่ม มีความตื่นตัวในการพัฒนาตนเองและมีส่วนร่วม

3. ขั้นตอนในการจัดกระจายเสียงในชุมชน

ขั้นตอนในการจัดกระจายเสียงในชุมชนหรือหน่วยงาน แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

3.1 ขั้นเตรียมการ

3.1.1 ศึกษาสำรวจ ผู้ฟังรายการกระจายเสียง ซึ่งได้แก่ สภาพความเป็นอยู่ ระดับความรู้ ความสนใจ ความต้องการ อายุ เพศ ปัญหา ตลอดจนการศึกษาเวลาที่เหมาะสมที่สุดเพื่อใช้เป็นแนวทางใน

การจัดการกระจายเสียง โดยการสอบถาม พูด ปรีกษา

3.1.2 สรุปผลข้อมูลจากการสำรวจ เชิญเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นและผู้เกี่ยวข้องมาประชุมเพื่อขออนุญาตและชี้แจงวัตถุประสงค์ในการแพร่กระจายเสียงให้เข้าใจตรงกัน พร้อมทั้งขอความสนับสนุนช่วยเหลือจากคณะกรรมการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านอุปกรณ์ สถานที่ รวมทั้งการช่วยเหลือด้านค่าใช้จ่ายในการจัดทำและบุคลากรในการร่วมดำเนินรายการแพร่กระจายเสียง

3.1.3 เลือกสถานที่ ที่ทำการกระจายเสียงที่เป็นแหล่งศูนย์กลางของชุมชนแล้วแต่ความเหมาะสม โดยทั่วไปสถานที่ที่ทำการกระจายเสียงมักเป็นสถานที่ที่มีอุปกรณ์ในการกระจายเสียงอยู่แล้ว ซึ่งสะดวกในการดำเนินงาน ไม่ต้องเคลื่อนย้ายบ่อย ๆ และสะดวกในการเก็บรักษา

3.1.4 งบประมาณ ใช้ในการจัดซื้ออุปกรณ์ในการกระจายเสียง

3.1.5 เตรียมเครื่องมืออุปกรณ์ ที่ใช้ในการกระจายเสียง เช่น ไมโครโฟน เครื่องขยายเสียง ลำโพง เทปเพลง เทปธรรมะ เทปเปล่า เครื่องวิทยุเทป เครื่องปั่นไฟ หากไม่มีงบประมาณในการจัดซื้อ ก็ควรใช้วิธียืมหรือขอบริจาคจากส่วนรวม เช่น สมาคมหรือชมรมต่าง ๆ

3.1.6 ผู้ร่วมดำเนินงาน รับอาสาสมัครที่จะร่วมทำงานแพร่กระจายเสียง โดยการรับสมัครคนในชุมชน เพื่อนำมาฝึกจัดรายการกระจายเสียง ฝึกเป็นผู้ประกาศ ฝึกให้รู้จักประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อติดต่อของข่าวและบทความต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์จากหน่วยงานต่าง ๆ มาแพร่กระจายเสียง หรืออาจเชิญเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานมาให้ความรู้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ควรฝึกอาสาสมัครหาข่าวความรู้จากเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เหมาะสมและมีประโยชน์ เพื่อนำมาเขียนบทความสั้นให้เหมาะสมกับเวลาที่มีอยู่เพื่อใช้เผยแพร่ นอกจากฝึกเขียนบทความแล้วก็ควรฝึกให้อาสาสมัครหัดการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญในชุมชน เพื่อนำข่าวที่น่าสนใจมาเสนอออกในรายการ การฝึกอาสาสมัครที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ฝึกการใช้เครื่องขยายเสียงและอุปกรณ์อื่น ๆ ให้ถูกต้อง ตลอดจนการเก็บรักษาอย่างถูกวิธี เพื่อป้องกันมิให้อุปกรณ์ต่าง ๆ ชำรุดหรือเสียหายเร็ว หลังจากการฝึกแล้วก็ตั้งกลุ่มกรรมการการแพร่กระจายเสียงในหมู่บ้านเพื่อแบ่งกันรับผิดชอบงาน

3.1.7 หาแหล่งความรู้ เพื่อนำมาแพร่กระจายเสียง แหล่งความรู้ที่ได้มาจาก

- ข่าวทางราชการ หรืออาจเป็นข่าวของชุมชนนั้น ๆ ที่เป็นประโยชน์และทันต่อเหตุการณ์ เช่น ข่าวการอบรมต่าง ๆ
- จากหนังสือพิมพ์รายวัน นิตยสาร เอกสารวิชาการต่าง ๆ อาจทำเป็นรูปบทความในการกระจายเสียง
- จากบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญ หรือมีความรู้ที่เขานิเทศ อาจเตรียมจัดบทสัมภาษณ์หรือบทสนทนาระหว่างผู้จัดรายการกับบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เขานิเทศ หรืออาจเชิญผู้นั้นมาให้ความรู้แก่ผู้ฟังเองโดยการกระจายเสียงด้วยตนเอง
- จากเจ้าหน้าที่ ชาวบ้านและการดำเนินชีวิตของพวกเขา โดยจัดในรูปข่าวชาวบ้านหรือรายการเพลงตามคำขอ ทายปัญหาความรู้เรื่องต่าง ๆ โดยสนับสนุนให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม ให้มากที่สุด

3.1.8 **เตรียมบทความ** บทสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า บทความต้องเตรียมเผื่อไว้อย่างน้อย 12 บทความล่วงหน้า การเตรียมบทจะต้องพิจารณาถึงผู้ฟังว่ามีพื้นฐานความรู้เพียงใด ความรู้สึก สภาพแวดล้อม ความต้องการของเขา ประโยชน์ที่เขาจะได้รับและเนื้อหาที่ทันต่อเหตุการณ์ เหมาะสมกับผู้ฟัง

3.1.9 **กำหนดวันและเวลาที่เหมาะสมในการกระจายเสียง**

3.1.10 **กำหนดรายการในการกระจายเสียง** โดยการเลือกเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์และเหมาะสมกับเวลาที่กระจายเสียง เช่น รายการข่าว รายการธรรมะ รายการเพลง ฯลฯ ควรจัดเวลาให้แน่นอนเป็นรายการประจำในแต่ละวันและควรตั้งชื่อรายการประจำด้วย เช่น รายการธรรมะยามเช้า รายการเพลงเพื่อคุณ ฯลฯ

3.1.11 **ทำการทดลองส่งกระจายเสียง** เพื่อทดสอบอุปกรณ์ในการกระจายเสียงและทดสอบเสียงของผู้ประกาศหรือเพลงที่เปิดว่ามีข้อบกพร่องอย่างไร เพื่อจะได้ทำการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นก่อนกระจายเสียงจริง

3.2 ขั้นตอนการ

ทำการกระจายเสียงตามวันและเวลาที่กำหนดไว้ ซึ่งแต่ละชุมชนและหมู่บ้านจะแตกต่างกันแล้วแต่ความเหมาะสมของชุมชนนั้น ๆ

3.3 ขั้นตอนติดตามผลและประเมินผล

สำรวจเพื่อทำการวิจัยผู้ฟัง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยผู้ฟัง ดังนี้

- เพื่อทราบข้อมูลต่าง ๆ ที่จะนำมาปรับปรุงรายการและการดำเนินงานให้ดีขึ้น
- เพื่อทราบความต้องการและทัศนคติของผู้ฟังต่อรายการกระจายเสียง
- ผู้ฟังกลุ่มไหน ฟังรายการใด มากน้อยเพียงใด
- เวลาที่ฟัง ฟังนานเท่าไร บ่อยครั้งแค่ไหน
- คุณภาพของรายการดีหรือไม่อย่างไร
- อายุ การศึกษา เพศ วิชาของผู้ฟัง
- สาเหตุที่ฟังหรือไม่ฟัง
- คุณภาพทางเทคนิคของการกระจายเสียง

นอกจากนี้ยังนำประโยชน์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อ

- ใช้ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการกระจายเสียงให้ดีขึ้น
- ใช้ข้อมูลมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงอุปกรณ์ เทคนิคการกระจายเสียงให้ดีขึ้น
- เพื่อให้รายการเป็นประโยชน์และตรงกับความต้องการของผู้ฟัง

การติดตามผลหลังจากทำการกระจายเสียงไปแล้วประมาณ 1-2 อาทิตย์ ควรใช้วิธีพูดคุยสอบถามจากผู้ฟังทั่วไปรวมทั้งผู้นำชุมชน สำหรับบุคคลประเภทหลังอาจใช้วิธีเชิญมาร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับรายการนี้ เพื่อนำเอาข้อคิดเห็นเสนอแนะที่ได้ทั้งจากประชาชนและผู้นำไปปรับปรุงแก้ไขรายการในระยะแรก นอกจากนี้ยังสามารถติดตามและประเมินผลการกระจายเสียงจากผู้ฟังที่ส่ง

จดหมายหรือถ้าต้องการข้อมูลที่แน่นอนก็ควรจัดทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดรายการ ประมาณ 2 อาทิตย์ หรือ 1 เดือน หลังจากทำการกระจายเสียง ในการสอบถามกลุ่มผู้จัดรายการควรใช้วิธีออกไปสัมภาษณ์แล้วกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองจะได้ผลดีกว่าให้ผู้ฟังกรอกเอง การประเมินผลนี้ควรทำเป็นระยะทุก 6 เดือน หรือ 1 ปี แล้วแต่ความเหมาะสม

4. การประกาศแจ้งรายการ

คำว่า “รายการ” หมายถึง เรื่องราวที่อ่านกระจายเสียงและมีความยาวตั้งแต่ 5 นาที ขึ้นไป สำหรับคำว่า “การประกาศ” มีความยาวเพียง 2-3 นาที เราไม่เรียกว่ารายการแต่เรียกว่าเป็นประกาศ ในการประกาศแจ้งรายการกระจายเสียงในชุมชน ทั้งภาคเช้าและภาคค่ำควรประกาศหลังจากที่เปิดเพลง นำไปแล้วสักครู่ เพื่อที่จะให้เวลาผู้ฟังเตรียมตัวรับฟังการแจ้งรายการ

การประกาศแจ้งรายการตอนเช้าอาจทำได้ 2 วิธีคือ ประกาศแจ้งรายการเฉพาะช่วงเช้าอย่างเดียวหรือประกาศแจ้งรายการทั้งช่วงเช้าและค่ำของวันนั้น การประกาศแจ้งรายการภาคค่ำอาจทำได้ 2 วิธีคือ ประกาศแจ้งรายการเฉพาะช่วงค่ำอย่างเดียวหรือประกาศแจ้งเวลาของรายการวันต่อไปก่อนปิดรายการภาคค่ำ ในการประกาศแจ้งเวลาของรายการไม่ควรอ่านตามตัวเลข เช่น 06.00 น. ควรอ่านว่า เวลาหกนาฬิกา ไม่ใช่ หกจุดศูนย์ศูนย์นอ 07.30 น. ควรอ่านว่า เจ็ดนาฬิกาสามสิบนาที ไม่ใช่ เจ็ดจุดสามศูนย์นอ ในการเตรียมคำอ่านประกาศควรเขียนเวลาเป็นตัวหนังสือจะดีกว่าเขียนเป็นตัวเลข เพราะช่วยให้อ่านได้ง่ายและถูกต้องกว่า นอกจากนี้ในการอ่านประกาศทั่วไปได้มีการอนุโลมใช้บอกเวลาเป็นภาษาพื้นเมืองได้

5. การเขียนบทความในการกระจายเสียง

บทความ เป็นเทคนิคในการเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวที่น่าสนใจในรายการวิทยุ โดยการใช้ผู้ประกาศหรือผู้บรรยายเนื้อหาเรื่องนั้น ๆ เพียงคนเดียวตลอด วัตถุประสงค์ในการเขียนบทความ คือ เพื่อกระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดความสนใจ เพื่อบรรยายความรู้ ความคิดของเหตุการณ์ ให้ความบันเทิง ฯลฯ

โดยทั่วไปบทความเป็นข้อเขียนที่มีขนาดสั้น ความยาวให้เหมาะสมกับที่ใช้เวลาในการอ่าน บทความอาจมีความยาวตั้งแต่ 3-30 นาที แต่บทความกระจายเสียงส่วนมากจะมีเวลาอ่านภายใน 15 นาที ขนาด 4-5 หน้าพิมพ์ การเขียนบทความวิทยุหากเขียนยาวอาจจะทำให้ผู้ฟังเบื่อและผู้อ่านจะต้องรีบร้อนอ่านให้พอเหมาะเวลา การรีบร้อนอ่านจะทำให้ขาดรสชาติของเรื่องไป

การเขียนบทความที่ดีขึ้นอยู่กับผู้เขียนบทและผู้อ่านบท ผู้เขียนบทควรเขียนขึ้นอย่างเป็นเรียงความที่ใช้ภาษาที่ฟังเข้าใจง่าย ไม่ควรใช้ศัพท์วิชาการหรือศัพท์ที่ชาวบ้านฟังไม่เข้าใจ สามารถจัดลำดับประโยคเข้าเป็นใจความที่ดี ไม่ทำให้ผู้ฟังเกิดความสับสนและสามารถนำความคิดมาเรียบเรียงเป็นถ้อยคำที่รัดกุม เข้าใจได้ชัดเจน เข้าใจและยึดความสนใจของผู้ฟังให้ติดตามจนตลอดรายการ นักจัดรายการบางคนให้ความคิดเห็นว่า รายการบทความจะทำได้ดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ

ความสามารถและความรู้ของผู้ฟังในด้านวิชาเฉพาะที่ตนนำมาพูด และความสามารถของผู้พูดในการถ่ายทอดความคิดความเข้าใจของตนเอง ตลอดจนถ่ายทอดความรู้ที่ตนมีอยู่ให้แก่ผู้ฟังด้วยภาษาง่าย ๆ ให้เป็นที่เข้าใจแจ่มชัด

5.1 ข้อควรจำในการเขียนบทความในการกระจายเสียง

5.1.1 บทความในการกระจายเสียงที่ดี ควรทำให้ผู้ฟังสนใจ สนุก คิดใจและติดตามฟังจนจบรายการ

5.1.2 ในการเขียนบทความต้องกำหนดจุดมุ่งหมายให้แน่นอนว่าจะเขียนเรื่องอะไร เขียนเพื่อใคร เพื่อประโยชน์อย่างไร

5.1.3 เลือกหัวข้อเรื่องที่นำเสนอที่คิดว่าเป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง ไม่ใช่เป็นประโยชน์แต่เฉพาะตัวผู้เขียน และควรเป็นเรื่องที่เหมาะสมแก่กาลเวลาหรือโอกาส

5.1.4 ควรหลีกเลี่ยงการใช้ตัวเลขที่ฟังแล้วจำยาก เช่น แทนที่จะบอกตัวเลขเป็น 3,968 เปลี่ยนเป็น ประมาณ 4,000 แทน

5.1.5 บทความที่จะใช้อ่านในการกระจายเสียง ควรเป็นตัวพิมพ์หรือตัวเขียนที่บรรจง อ่านง่าย สะอาด ไม่จืดจาง เขียนตกหรือยุงเหยิง เพราะจะทำให้ผู้อ่านบทความอ่านผิดพลาดได้

5.1.6 บทความอาจจะเขียนขึ้นเอง โดยหยิบยกเรื่องต่าง ๆ ที่ล้อมรอบตัวเราหรือเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนมาเขียนจากประสบการณ์ของผู้จัดการกระจายเสียงในชุมชน มักใช้วิธีการยกข้อความบางตอนจากหนังสือพิมพ์หรือหนังสืออื่น ๆ แล้วนำมาเรียบเรียงตัดตอนใหม่ให้ฟังง่ายขึ้นเป็นภาษาพูด วิธีการนำเอาข้อความบางตอนจากหนังสือมาทำเป็นบทความเป็นที่นิยมใช้มากกว่าการเขียนบทความเอง เพราะทำง่ายและประหยัดเวลา

5.1.7 บทความในการกระจายเสียง ควรกะให้สั้นกว่าเวลาที่กำหนดเล็กน้อยจะดีกว่าบทความที่ยาวเกินไป

5.1.8 บทความในการกระจายเสียงข้อความจะต้องสั้นและรัดกุม ขอบเขตของเรื่องจะต้องมีประเด็นเดียว

5.1.9 การกำหนดสัดส่วนของบทความควรแบ่งดังนี้

- คำนำเรื่อง อยู่ต้นเรื่อง ความยาวไม่ควรเกิน 1 ใน 4 ของเรื่อง
- เนื้อเรื่อง อยู่ตอนกลาง ความยาวประมาณ 2 ใน 4 ของเรื่อง
- สรุปเรื่อง อยู่ตอนท้าย ความยาวประมาณ 1 ใน 4 ของเรื่อง

6. รายการข่าว

รายการข่าว เป็นรายการที่ให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่สำคัญน่าสนใจและมีประโยชน์ให้ชาวบ้านได้รับทราบ เนื้อหาสาระทันต่อเหตุการณ์และเชื่อถือได้ ไม่มีการต่อเติมดัดแปลง

หรือวิพากษ์วิจารณ์อย่างผิด ๆ การจัดการกระจายเสียงในชุมชนสามารถจัดรายการข่าวได้ 2 ลักษณะ ได้แก่

6.1 รายการข่าวทางราชการ เป็นการถ่ายทอดข่าวของทางราชการ ซึ่งกระจายเสียงโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย วิธีการถ่ายทอดข่าวทำได้โดยเปิดวิทยุใกล้ไมโครโฟน เพื่อถ่ายทอดข่าวจากวิทยุผ่านลำโพงกระจายเสียงให้ชาวบ้านได้รับทราบ หรือใช้สายแจ็กเสียบเชื่อมระหว่างตัววิทยุกับเครื่องขยายเสียงเพื่อมิให้มีเสียงรบกวนขณะถ่ายทอดข่าว

6.2 รายการข่าวท้องถิ่นหรือข่าวในหมู่บ้าน สามารถทำได้ 2 แบบ คือ

6.2.1 อ่านข่าวหน้าไมโครโฟนอย่างเดียว ไม่มีการอัดเทปสัมภาษณ์ประกอบข่าว แหล่งข่าวที่อาจหาได้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ในท้องถิ่น ลักษณะของข่าวที่อ่านกระตือรือร้น ชัดเจนและเข้าใจง่ายให้ข่าวตรงกับความจริงและทันกับเหตุการณ์

6.2.2 อ่านข่าวและใช้การสัมภาษณ์ประกอบข่าว เพื่อขยายข่าวนั้นให้ได้รายละเอียด

7. การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ หมายถึง การพูดคุยระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อซักถามปัญหาข้อข้องใจชี้แจงเรื่องราว ข่าวสารต่าง ๆ ตามจุดประสงค์ที่ผู้จัดรายการตั้งไว้ เพื่อให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ชาวบ้านหรือตรงกับที่ผู้ฟังสนใจ (ถนัดศรี สวัสดิวัฒน์. 2529 : 13)

การสัมภาษณ์เป็นรายการหนึ่งที่มีผู้สนใจมาก เพราะตามหลักจิตวิทยาเขาให้เหตุผลว่ามนุษย์มีนิสัยชอบฟังคนอื่นคุยกัน ยิ่งเป็นบุคคลสำคัญที่เราสนใจสนใจหรือบุคคลสำคัญก็จะยิ่งสนใจฟังมากขึ้น หากการจัดการกระจายเสียงมีแต่การอ่านบทความอย่างเดียวจะทำให้ผู้ฟังเบื่อหน่ายเพราะมีเสียงคนเดียว แต่ในการสัมภาษณ์ผู้ฟังจะได้ยินมากกว่า 1 เสียง และถ้าการสัมภาษณ์เป็นธรรมชาติ มีชีวิตชีวาจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้มาก

7.1 วัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์

ก่อนสัมภาษณ์ผู้จัดรายการต้องมีจุดมุ่งหมายว่าทำไมจึงมีการสัมภาษณ์ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

7.1.1 การสัมภาษณ์เพื่อฟังความคิดเห็นของผู้ถูกสัมภาษณ์ ว่ามีความรู้สึกรู้สียงอย่างไร ชอบหรือไม่ชอบอะไร เพราะเหตุไร เป็นต้น การสัมภาษณ์แบบนี้ผู้จัดรายการจะต้องรู้จักป้อนคำถามเพื่อให้เขาแสดงความคิดเห็นออกมา เป็นการสัมภาษณ์บุคคล 2-3 คน ที่กินเวลาสั้น ๆ ประมาณ 2-3 นาที หรืออาจใช้เวลาทั้งรายการตั้งแต่ 15-30 นาที สัมภาษณ์คน ๆ เดียวก็ได้

7.1.2 การสัมภาษณ์เพื่อรู้จักผู้ที่เราเชิญมาสัมภาษณ์ให้ดียิ่งขึ้น บุคคลที่เราเชิญมาควรเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือมีความสามารถทางใดทางหนึ่งอยู่แล้ว

7.1.3 การสัมภาษณ์เพื่อนำข่าวสารความรู้ที่น่าสนใจมาให้ผู้ฟังได้ทราบ เช่น เชิญบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องการปลูกกระเทียมมาแล้ววิธีการปลูก การดูแลรักษาและการเพิ่มผลผลิต เป็นต้น

นอกจากนี้รายการสัมภาษณ์บางครั้งอาจมีวัตถุประสงค์ทั้งสามข้อรวมกันก็ได้ คือ มีการสัมภาษณ์เพื่อรู้จักบุคคล ทราบความคิดเห็นของเขาและได้ข่าวความรู้ไปพร้อม ๆ กันด้วย

7.2 การเตรียมการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ถ้าจะให้ได้ดี ต้องมีการเตรียมงานล่วงหน้าซึ่งควรทำเป็นขั้นตอน ดังนี้

7.2.1 สำรวจความต้องการของผู้ฟังหรือผู้จัดรายการต้องการให้ผู้ฟังทราบอะไรบ้าง โดยพิจารณาจากสถานการณ์ ภาวะต่าง ๆ รอบ ๆ ตัว ความเป็นอยู่หรือความเคลื่อนไหวในท้องถิ่นนั้น

7.2.2 เรื่องที่นำมาสัมภาษณ์ ควรเป็นเรื่องที่น่าสนใจหรืออยู่ในความสนใจของผู้ฟัง ขณะนั้นและเป็นเรื่องที่ทันต่อเหตุการณ์

7.2.3 เมื่อได้หัวข้อเรื่องที่จะสัมภาษณ์ ควรพิจารณาเลือกบุคคลที่เราจะเชิญมาสัมภาษณ์ ซึ่งบุคคลนั้นสามารถให้ความรู้ข่าวสารแก่ผู้ฟังตามหัวข้อเรื่องนั้นได้มากที่สุดและควรเป็นคนที่พูดได้ดี

7.2.4 ผู้จัดรายการควรศึกษาเรื่องที่สัมภาษณ์ให้มากเพื่อจะได้รู้ว่า ควรตั้งคำถามอะไรและเรียงลำดับคำถามหรือสรุปตอนท้ายเรื่องได้ถูกต้อง

7.2.5 ผู้จัดควรศึกษาบุคคลที่เชิญมาสัมภาษณ์ให้มากที่สุด โดยศึกษาเรื่องราวภูมิหลังและประสบการณ์ของเขาว่าเขาคือใครมีความสำคัญอย่างไร เพื่อจะช่วยให้ผู้จัดรายการมีคำถามที่น่าสนใจยิ่งขึ้นขณะสัมภาษณ์

7.3 การเตรียมคำถามในการสัมภาษณ์

7.3.1 เมื่อรู้หัวข้อและวัตถุประสงค์ที่จะสัมภาษณ์ และรู้เรื่องราวรายละเอียดเกี่ยวกับบุคคลที่เราจะสัมภาษณ์แล้วก็ควรคิดตั้งคำถาม โดยดูจากวัตถุประสงค์ว่าเราเชิญเขามาเพื่ออยากรู้อะไรจากเขา

7.3.2 เรียงลำดับคำถามตามความสำคัญให้ถูกต้องเป็นข้อ ๆ อย่าถามข้ามไปข้ามมาจะทำให้ผู้ฟังสับสน

7.3.3 ต้องเรียงลำดับเพื่อไว้ว่า ถ้าเราถามอย่างนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบอย่างนี้ ต่อไปเราควรจะถามว่าอย่างไร เพื่อว่าคำถามจะได้สอดคล้องกับคำตอบนั้น

7.3.4 การตั้งคำถามต้องเป็นคำถามที่ง่ายสั้นและผู้ฟังเข้าใจชัดเจน โดยผู้ถามไม่ต้องอธิบายคำถามซ้ำอีก

7.3.5 เลี่ยงคำถามที่ผู้ฟังจะตอบว่า ใช่ หรือ ไม่ใช่ อยู่ตลอดเวลา โดยอาจใช้วิธีถามเพื่อให้เขาตอบ อธิบายหรือเล่า หรืออาจใช้วิธีกล่าวนำเพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์พูดต่อได้

7.3.6 อย่าใช้คำถามกะชั้นกะยอสิ่งที่ผู้ถูกสัมภาษณ์ไม่เต็มใจตอบ หรือทำในสิ่งที่เขาไม่ได้เตรียมตัวมาก่อน

7.4 การเตรียมตัวผู้ที่เชิญมาสัมภาษณ์

7.4.1 นัดวัน เวลาและสถานที่ล่วงหน้าให้ชัดเจน และควรย้ำเรื่องนี้อีกครั้งก่อนวันสัมภาษณ์

7.4.2 ให้เวลาผู้ที่เราเชิญมาสัมภาษณ์เตรียมตัวล่วงหน้าพอสมควร เพื่อเขาจะได้เตรียมตัว และค้นหาคำตอบได้พอเพียง

7.4.3 ให้ขอขำบในการสัมภาษณ์แก่เขาล่วงหน้าเพื่อจะได้เตรียมตัวได้ถูก เช่น บอกหัวข้อ เรื่องว่าเกี่ยวกับอะไร จะถามทำนองไหน เวลาที่ไหน เป็นต้น

7.4.4 อย่าให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เตรียมคำตอบที่ละเอียดเกินไป เพราะเมื่อทำการสัมภาษณ์จะ กลายเป็นเสียงแบบการอ่านมากกว่าพูดคุยกันตามธรรมชาติ ซึ่งจะทำให้ไม่มีชีวิตชีวา

7.5 ประเภทของการสัมภาษณ์

7.5.1 **รายการสัมภาษณ์สด** คือ การสัมภาษณ์ออกกระจายเสียงทันที ไม่มีการบันทึกเทป ควรเชิญผู้ถูกสัมภาษณ์มาที่สถานีกระจายเสียงอย่างน้อยครึ่งชั่วโมง เพื่อให้เกิดความชินกับสถานที่จะได้ ลดความประหม่าลงเมื่อถูกสัมภาษณ์และควรตั้งไมโครโฟนไว้ตรงกลางผู้สนทนา หันหน้าเข้า ไมโครโฟนและนั่งใกล้พอสมควรเพื่อให้เสียงตอนสนทนาเข้าได้พอดี

7.5.2 **รายการบันทึกเทปการสัมภาษณ์** เป็นการบันทึกเสียงผู้ถูกสัมภาษณ์ลงเทป ซึ่งผู้ถูก สัมภาษณ์เมื่อพูดผิดหรือไม่พอใจก็สามารถแก้ไขได้ ในการดำเนินการสัมภาษณ์ควรลองตั้งระดับเสียง ก่อนใช้เครื่อง ควรตั้งตรงกลางระหว่างผู้สนทนาเพราะโดยทั่วไปเครื่องวิทยุเทปมีไมโครโฟนในตัวทำ ให้ไม่ต้องยื่นไมโครโฟนไปมาระหว่าง 2 คน เมื่อลองอัดเสียงแล้วเปิดเทปฟังว่าเสียงดังชัดเจนแล้ว หาก ยังไม่ดีพอก็ต้องตั้งระดับเสียงให้พอดี และผู้สนทนาควรนั่งให้ใกล้เครื่องวิทยุเทปที่ใช้บันทึกเสียงนั้น พอสมควร อย่าให้ห่างหรือไกลเกินไป ผู้จัดรายการควรทำตัวสบาย ๆ เป็นธรรมชาติอย่างแสดงท่าแข็งขัง หรือจริงจังจนเกินไป เพราะผู้ถูกสัมภาษณ์จะมีอาการเครียดตามและพลอยทำให้การสัมภาษณ์ไม่ราบรื่น ผู้ถูกสัมภาษณ์อาจพูดไม่ออกหรือตะกุกตะกักเพราะตื่นเต้นเกินไป ดังนั้นผู้จัดรายการควรคุยกับผู้ถูก สัมภาษณ์เรื่องต่าง ๆ สักพัก เพื่อให้หายประหม่าแล้วจึงจะเริ่มสัมภาษณ์จริง

8. การจัดรายการเพลง

การจัดรายการเพลงมีจุดหมายให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟังเป็นประเด็นสำคัญ การจัดรายการเพลง ไม่ใช่การเปิดเพลงเพื่อคั่นเวลาระหว่าง 2 รายการ แต่เป็นเหมือนกับการจัดรายการประเภทอื่น ๆ ที่ จำเป็นต้องมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้า (อัจฉรา หัศบำเรอ. 2523 : 1)

8.1 การเลือกเพลง

การเลือกเพลงที่นำมาเสนอในรายการเพลงต้องดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้มาก ในการ เลือกเพลงมาประกอบรายการ ผู้จัดรายการจะต้องคำนึงถึงสิ่งสำคัญดังต่อไปนี้

8.1.1 ความสนใจของกลุ่มผู้ฟัง ไม่ควรยึดถือเอาความชอบของตนเองเป็นหลักอย่างเดียว (จงจิต ศรีพรรณ. 2523 : 118) ต้องระลึกถึงว่าผู้ฟังคือชาวบ้าน ซึ่งมีความนิยมในเรื่องการฟังเพลงแตกต่าง จากคนในเมือง ควรใช้วิธีการสังเกตพูดคุยซักถามหรืออาจทราบความนิยมจากจดหมายที่ผู้ฟังขอเพลงมา เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกเพลงมาเสนอในรายการต่อไป

8.1.2 ควรเลือกเพลงเพื่อไว้ในกรณีฉุกเฉิน

8.1.3 ควรเลือกเพลงนำตอนเปิด-ปิดการกระจายเสียง ให้เป็นเพลงเดียวกันและควรเป็นเพลงบรรเลงล้วนและใช้เพลงเดียวกันนี้ในการนำตอนเปิด-ปิดรายการทุกครั้ง เพื่อเป็นสัญลักษณ์ของรายการกระจายเสียง

8.1.4 ควรหาคำพูดมาพูดขึ้น เมื่อเสนอรายการเพลงเพื่อเชื่อมเพลงต่อเพลงให้ต่อเนื่องกัน

8.2 เทคนิคการเสนอรายการเพลง

การเสนอรายการเพลงสามารถทำได้หลายรูปแบบ ดังนี้

8.2.1 เปิดเพลงติดต่อกัน โดยไม่มีการพูดขึ้นระหว่างเพลง มีการพูดเฉพาะกล่าวนำรายการกับปิดรายการเท่านั้น เพลงที่เสนอควรเป็นเพลงชุด เช่น ชุดเพลงลูกทุ่ง ชุดเพลงไทยสากล

8.2.2 มีการพูดบรรยายประกอบ โดยบอกชื่อเพลงแนะนำนักร้องแนะนำวงดนตรีและผู้แต่งเพลง บรรยายประวัติ นักร้องที่มีชื่อเสียง

8.2.3 อาจนำบทกลอนที่มีเนื้อความเกี่ยวข้องกับเนื้อเพลงที่นำมาบรรยายสลับกับเพลง คำกลอนนี้ผู้จัดอาจหามาเองหรืออาจเชิญชวนให้ชาวบ้านส่งคำกลอนมาร่วมรายการก็ได้

8.2.4 เล่านิทานประกอบสลับกับเพลงเป็นรายการสำหรับเด็ก ๆ

8.2.5 ใช้เพลงเสริมเรื่องราวที่นำมากระจายเสียง เช่น บรรยายเรื่องการเกษตรก็ใช้เพลงเกี่ยวกับชาวนาหรือชีวิตในชนบทขึ้นการบรรยาย

8.3 ข้อเสนอแนะบางประการเกี่ยวกับการจัดรายการเพลง

8.3.1 อย่างพูดแทรกเสียงนักร้องขณะเปิดเพลง หากต้องการพูดให้พูดสั้น ๆ ตอนต้นเพลงขณะที่กำลังมีเสียงดนตรี

8.3.2 การจัดเพลงตามคำขอ ควรเอ่ยชื่อผู้ฟังที่ขอเพลงมาหรือเอ่ยชื่อผู้ที่ส่งคำกลอนมาร่วมรายการ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ฟังให้มากขึ้น เพราะทำให้พวกเขาารู้สึกว่าพวกเขามีส่วนเกี่ยวข้องด้วย

8.3.3 หากผู้จัดไม่สามารถหาเพลงให้ได้ ควรขอภัยผู้ฟังและจัดเพลงอื่นให้แทน เช่น เพลงที่ร้องโดยนักร้องคนเดียวกันหรือเพลงที่มีลีลาคล้ายกันหรืออาจจัดเพลงที่อยู่ในความนิยมขณะนั้นแทนก็ได้ หากผู้จัดคิดว่าสามารถหาเพลงที่ผู้ฟังขอมาได้ในวันหลังก็ควรบอกผู้ฟังที่ขอเพลงมาว่าจะจัดให้รับฟังได้ในวันไหนและขอให้ผู้ฟังติดตามรับฟังด้วย

8.3.4 จากการวิจัยในหมู่บ้านชนบท พบว่าความนิยมของประชาชนในการฟังเพลงมีสูงมาก โดยเฉพาะเพลงลูกทุ่ง รองลงมาคือเพลงไทยสากล เพลงพื้นเมืองและเพลงสากล ดังนั้นผู้จัดรายการเพลงจึงควรคำนึงถึงข้อนี้ และควรจะศึกษาสำรวจความสนใจและความนิยมในการฟังเพลงของชาวบ้านเพื่อนำมาเป็นแนวในการจัดรายการเพลงให้เป็นที่ยอมรับของชาวบ้านต่อไป

8.3.5 อุปกรณ์ในการจัดเพลง โดยทั่วไปผู้จัดรายการเพลงทางสถานีวิทยุจะใช้แผ่นเสียงในการเปิดเพลงเสนอ เพราะเสียงชัดเจนและง่ายต่อการเลือกเพลง แต่ในกรณีการจัดกระจายเสียงในหมู่บ้านหรือชุมชน อุปกรณ์ เช่น เครื่องเล่นแผ่นเสียงและแผ่นเสียงมีราคาแพง เกินกว่าจะจัดซื้อได้ง่ายและ

ยากลำบากในการจัดเก็บ ดังนั้นผู้จัดรายการควรใช้อุปกรณ์ที่เคลื่อนย้ายสะดวก หาได้ง่ายกว่าและราคาถูกกว่านั่นก็คือ วิทยุเทปและเพลงที่เป็นตลับ เครื่องวิทยุเทปเหล่านี้สามารถใช้ไฟฟ้าหรือถ่านก็ได้ เหมาะสำหรับการจัดรายการเพลงทุกหมู่บ้าน

8.3.5 การบันทึกเวลา ผู้จัดรายการควรจะฟังเพลงแต่ละเพลงที่เตรียมไว้เพื่อกระจายเสียง และจดบันทึกเวลารวมแต่ละเพลง เพื่อจะได้แน่ใจว่าในการเปิดเพลงทั้งหมดไม่เกินเวลาของรายการ

8.3.6 การเขียนบทสำหรับพูดค้นเพลง ผู้จัดรายการควรคำนึงถึงสิ่งต่าง ๆ ประกอบในการเขียนบท เช่น ควรใช้ภาษาพูดง่าย ๆ ถ้าจัดรายการเพลงภาษาอื่น เช่น เพลงสากลที่มีเนื้อร้อง ควรอธิบายเนื้อเพลงอย่างสั้น ๆ หรือแปลชื่อเพลงให้ผู้ฟังเข้าใจด้วย จะทำให้สนุกไม่น่าเบื่อ การอ่านบทควรอ่านให้เหมือนพูดคุยกัน ไม่ใช่เป็นการอ่านและควรใช้ภาษาที่เป็นกันเองกับผู้ฟังให้เหมาะสมพอดี

8.4 ข้อควรระวังในการกระจายเสียง

ในการดำเนินการกระจายเสียง ผู้ดำเนินการต้องคำนึงถึง

8.4.1 เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติในการกระจายเสียง

ต้องดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมายและระเบียบที่ทางการกำหนดไว้ สำหรับการกระจายเสียงนี้ มีพระราชบัญญัติว่าด้วยการควบคุมการโฆษณาใช้เครื่องขยายเสียง พ.ศ. 2493 สรุปได้ดังนี้

- ผู้ที่จะกระทำการโฆษณา โดยใช้เครื่องขยายเสียงด้วยกำลังไฟฟ้า จะต้องขออนุญาตต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ก่อนจึงทำการโฆษณาได้

- พนักงานที่ออกใบอนุญาตมีอำนาจกำหนดเงื่อนไขลงในใบอนุญาตเกี่ยวกับเรื่องเวลา สถานที่และเครื่องอุปกรณ์ขยายเสียง ซึ่งผู้รับอนุญาตต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กำหนด

- การโฆษณาโดยใช้เครื่องขยายเสียงจะต้องโฆษณาเป็นภาษาไทย (หมายความว่ารวมถึงภาษาพื้นเมืองบางแห่งในประเทศไทยด้วย)

- ข้อยกเว้น พระราชบัญญัตินี้ไม่ใช้บังคับแก่

- คำสอนในทางศาสนา
- ของหน่วยงานของรัฐ
- ในการหาเสียงเลือกตั้ง ฯลฯ
- กิจการของสมาชิกรัฐสภา-สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร
- กิจการเกี่ยวกับการมหรสพ เฉพาะในโรงมหรสพและในระหว่างที่แสดงมหรสพ

- เมื่อปรากฏว่าเสียงที่โฆษณานั้น ก่อให้เกิดความรำคาญแก่ประชาชน ประชาชนมีสิทธิที่จะร้องเรียนให้พนักงาน เจ้าหน้าที่หรือพนักงานฝ่ายปกครอง หรือตำรวจมีอำนาจสั่งผู้ควบคุมการใช้เครื่องขยายเสียงให้ลดลงได้ ถ้าไม่ปฏิบัติตามก็อาจถูกปรับตามประมวลกฎหมายอาญาได้

- การฝ่าฝืนระเบียบ ฯลฯ ตามพระราชบัญญัตินี้ เกี่ยวกับไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไข ฯลฯ อาจถูกปรับไม่เกิน 200 บาท และเจ้าพนักงานมีอำนาจสั่งเพิกถอนใบอนุญาตได้ด้วย ถ้าหากผู้ฝ่าฝืนเกี่ยวกับเรื่องการใช้ภาษาไทยในการโฆษณา มีโทษปรับสูงขึ้น คือ ปรับไม่เกิน 500 บาท และเจ้าพนักงานมีสิทธิถอนใบอนุญาต

8.4.2 เกี่ยวกับสิทธิเสรีภาพในการกระจายเสียง

ตามปกติแล้วกฎหมายให้เสรีภาพแก่ประชาชนในการแสดงความคิดเห็นทางด้านการพูดการเขียน การพิมพ์ การโฆษณาอยู่แล้ว แต่การให้เสรีภาพดังกล่าวก็จำเป็นต้องมีขอบเขต เพื่อป้องกันมิให้ผู้ใช้เสรีภาพดังกล่าวล่วงละเมิดสิทธิเสรีภาพของคนอื่น โดยเฉพาะเกี่ยวกับเรื่องเกียรติยศชื่อเสียงเท่าที่ปรากฏคดีที่เป็นความฟ้องร้องกันมากที่สุดในศาลเกี่ยวกับการโฆษณา ข่าวดาราหรือการกระจายเสียงส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องของการหมิ่นประมาท ซึ่งเป็นการกล่าวล่วงเกินผู้อื่นทำให้เขาเสียหาย ลักษณะถ้อยคำที่ถือว่าเป็นการหมิ่นประมาท ได้แก่ การกล่าวยืนยันข้อเท็จจริงในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอันเป็นเหตุให้ผู้อื่นที่ถูกกล่าวถึงเสียหายต่อชื่อเสียง เกียรติยศหรือเป็นผู้ที่ถูกดูหมิ่นและเกลียดชังจากคนทั่วไป

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์ผู้รับสาร

1. การรับรู้ (Perception)

รอบ ๆ ตัวของแต่ละบุคคลแวดล้อมไปด้วยสิ่งเร้า (Stimulus) ซึ่งมีทั้งสิ่งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต กระตุ้นทำให้รับสัมผัสตลอดเวลา ถ้าสิ่งแวดล้อมใดมีอิทธิพลมากพอก็จะทำให้เกิดความรู้สึก และอาจถึงขั้นแปลความหมายออกมาได้เป็นการรับรู้ บางพฤติกรรมเกิดจากสิ่งเร้ามากกว่าหนึ่งอย่าง กระบวนการตอบสนองก็ซับซ้อน

1.1 ความหมายของการรับรู้

กันยา สุวรรณแสง (2532 : 15) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า

การรับรู้ (Perception) หรือ สัญชาต คือ การใช้ประสบการณ์เดิมแปลความหมายสิ่งเร้าที่ผ่านประสาทสัมผัส และเกิดความรู้สึกรู้ความหมายว่าเป็นอะไร

สัมผัส (Sensation) คือ อาการตื่นตัวของประสาทเมื่อมีสิ่งใดมาเร้า เป็นการติดต่อลำดับแรกของกระบวนการ ซึ่งยังไม่มี การตีความหมาย

สิ่งเร้า (Stimulus) คือ ตัวที่มากระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สิ่งเร้าภายในและสิ่งเร้าภายนอก

สิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) เป็นเรื่องของการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายของมนุษย์เอง เช่น การหด-ขยายตัวของมดลูก การบีบตัวของลำไส้ใหญ่ทำให้ปวดท้อง การหดเกร็งของกล้ามเนื้อจนทำให้เป็นตะคริว

สิ่งเร้าภายนอก (External Stimulus) เป็นสิ่งเร้าอันเกิดจากสิ่งแวดล้อมนอกกาย ร่างกายทั้งนามธรรมรูปธรรม อาจเป็นวัตถุ สิ่งของ มนุษย์ สัตว์ สภาพการณ์ ตลอดจนนามธรรมต่าง ๆ เช่น วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ ศาสนา ค่านิยม ฯลฯ สิ่งเหล่านี้มีส่วนกระตุ้นให้อินทรีย์แสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมา เราเรียกว่าเป็นสิ่งเร้า ถ้ามิได้มีอิทธิพลให้เกิดอิทธิพลของอินทรีย์เราก็ไม่เรียกว่าเป็นสิ่งเร้า

ฮิลการ์ด (Hilgard, 1961) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้เป็นการทำงานของอินทรีย์ขั้นแรกสุดของการติดต่อกับโลกภายนอก โดยผ่านประสาทสัมผัส (Sense Organs) ทางหู ตา จมูก ลิ้น ผิวหนัง ช่วยให้อินทรีย์เรียนรู้ได้ในบรรดาส่เร้าทั้งปวง

ประคินันท์ (2518 : 12) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่บุคคลรับสัมผัสสิ่งเร้าแล้วใช้ประสบการณ์หรือความรู้เดิมแปลความหมายของสิ่งเร้าที่รับสัมผัสนั้น

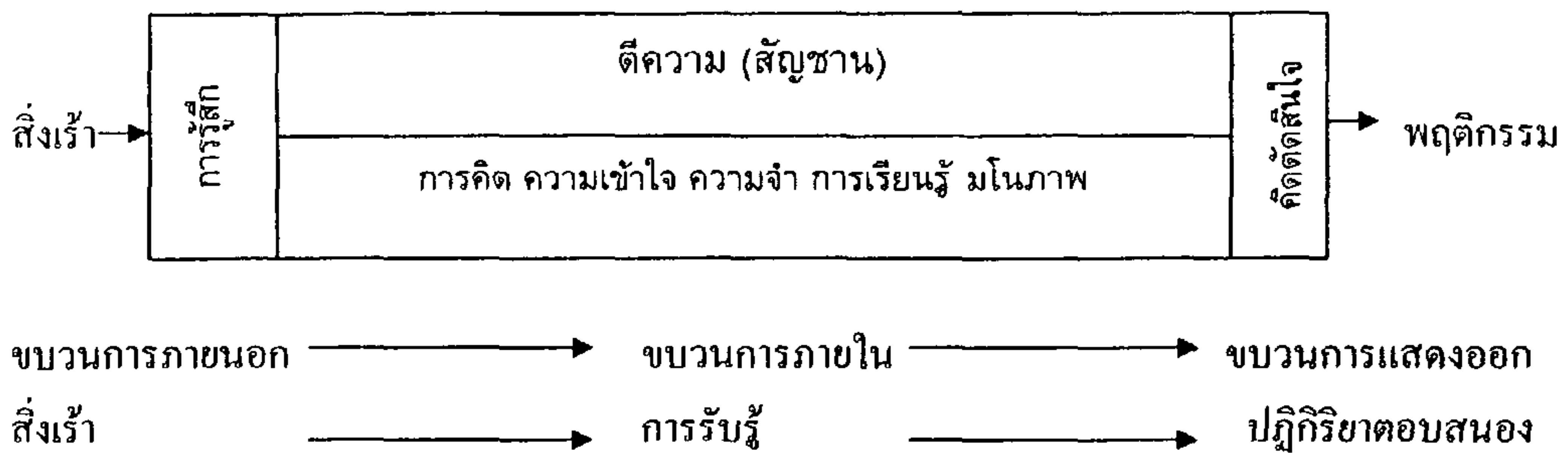
โสภา ชูพิกุลชัย (2521 : 53) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ คือ กระบวนการที่อินทรีย์ต่าง ๆ พยายามที่จะแสดงความรู้สึจากสิ่งที่ตนได้รับออกมาในรูปของการกระทำใดการกระทำหนึ่งหรือในรูปของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความหมาย

วารินทร์ สายโอบเอื้อ (2524 : 89) ได้ให้ความหมายของการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการทางสมองในการแปลความหมายของข้อมูลที่ได้รับจากการสัมผัส ทำให้ทราบว่าสิ่งเร้าที่เราสัมผัสนั้นเป็นอะไร มีลักษณะอย่างไรและความหมายอย่างไร โดยอาศัยประสบการณ์เดิมช่วยในการแปลความหมายออกมา

รัจรี นพเกตุ (2540 : 76) ได้ให้ความหมายการรับรู้ไว้ว่า การรับรู้ (Pereption) คือ กระบวนการประมวลและตีความข้อมูลต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเราโดยผ่านอวัยวะรับความรู้สึก

1.2 กระบวนการของการรับรู้ (Process)

กระบวนการของการรับรู้เป็นกระบวนการที่คาบเกี่ยวกันระหว่างความเข้าใจ การคิด การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) การตัดสินใจ (Decision making) การแสดงพฤติกรรม ซึ่งเขียนเป็นแผนภูมิได้ดังนี้



กระบวนการรับสัมผัส (Sensation) เป็นบันไดขั้นแรกของการรับรู้และหลังจากเราได้ข้อมูลจากอวัยวะรับสัมผัสแล้ว เราก็นำมาตีความ (Interpret) อันเป็นบันไดขั้นสองของการรับรู้ ถ้าสิ่งเร้าเบาบางเกินไป เช่น กลิ่นจาง เสียงเบาเกินไป ก็จะไม่เกิดการรับสัมผัส และสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรามีมากมาย เรารับรู้ได้บางอย่างเท่านั้น การที่เราจะรับอะไรได้นั้นมีตัวแปรหลายตัวเป็นตัวกำหนด ตัวแปรตัวหนึ่ง คือ Sensory threshold ถ้าเราเอาปลายคินสอจิ้มลงไปทีแขนของเพื่อนเบา ๆ เขาอาจยังไม่รู้สึกค่อย ๆ กดลงไปอีกนิดเขาก็ยังไม่ค่อยรู้สึก ค่อย ๆ กดลงไปทีละน้อย ๆ จนถึงจุดหนึ่งที่เพื่อนเริ่มรู้สึกว่ามีวัตถุปลายแหลมมากที่แขนของเขา จุดนี้แหละที่เรียกว่า threshold

กรรมวิธีของการรับรู้เป็นลำดับขั้นดังนี้ คือ

- มีเครื่องเร้ามาเร้าปลายประสาท
- เกิดอาการสัมผัส (Sensation)
- เกิดมีอาการแปลสัมผัสและมีเจตนา (Conation) ที่จะแปลสัมผัสนั้น

การแปลสัมผัสเกิดขึ้นในสมอง เช่น ได้ยินเสียง ปัง! สมองต้องแปลโดยเปรียบเทียบกับเสียงที่เคยได้ยินว่าเป็นเสียงของอะไร ในขณะที่เปรียบเทียบจิตต้องมีเจตนาป้อนอยู่ ต่อไปก็จะรู้นั่นคือเสียงปืน สิ่งที่เคยพบมาแล้วย่อมจะประทับอยู่ในสมอง เมื่อได้รับสิ่งเร้าสมองจะทบทวนกับความรู้ที่มีอยู่เดิมว่าสิ่งเร้านั้นคืออะไร

เมื่อนมนุษย์เราถูกเร้าโดยสิ่งแวดล้อมจะเกิดความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) โดยอาศัยอวัยวะสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา-หู (เห็น), หู-ฟัง (ได้ยิน), ลิ้น-รู้รส, ผิวหนัง-ถูกต้อง (รู้สึก) และยังมีสัมผัสภายในอีก 3 อย่าง คือ

1. สัมผัสคิเนสทีสิส (Kinesithesis) ซึ่งทำให้เราทราบถึงความเคลื่อนไหวของอวัยวะต่าง ๆ โดยไม่ต้องมองเห็น เราสัมผัสนี้ได้โดยอาศัยประสาทในกล้ามเนื้อของเรา
2. สัมผัสการทรงตัว (Vestibular sense) ซึ่งทำให้เราทราบว่าการทรงตัวของเรายู่ในลักษณะใด
3. สัมผัสออร์แกนิก (Organic sense) ซึ่งเป็นสัมผัสที่เกิดกับอวัยวะภายในของเรา เช่น การรู้สึกหิว กระหาย

ผู้รับสัมผัสจะแปลความหมายของการสัมผัสออกมาโดยอาศัยประสบการณ์เดิม การแปลความหมายของความรู้สึกจากการสัมผัส เรียกว่า การรับรู้ (Perception) ดังนั้นการรับรู้จึงเป็นผลของความรู้เดิมบวกกับการรับสัมผัส เมื่ออวัยวะรับสัมผัสจากสิ่งเร้าแล้วส่งไปที่สมองเกิดการคิด การเข้าใจ เกิดการรับรู้ สมองจึงส่งคำสั่งไปยังอวัยวะมอเตอร์ให้แสดงปฏิกิริยาตอบสนอง พฤติกรรมที่เกิดเนื่องมาจากร่างกายได้รับสิ่งเร้า นั้น ๆ โดยอาศัยความคิด ความเข้าใจ ประสบการณ์และบางครั้งก็กระทำออกไปโดยมีอารมณ์ปะปนไปด้วย ในทางจิตวิทยาเรียกว่า “พฤติกรรมที่มีความมุ่งหมาย” การรับรู้จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมของบุคคล

เวลาที่เราก่อความรู้สึกรู้จากการรับสัมผัสเรามักจะมีการรับรู้คู่กันไปด้วย ที่เป็นเช่นนี้เพราะเราได้สะสมความรู้เดิมมาตั้งแต่เด็ก เมื่อเราสัมผัสที่เราเคยพบมาก่อน เราจึงทราบความหมายของมันคู่กันไปด้วย แต่ถ้าเราพบสิ่งเร้าอย่างใหม่ซึ่งเราไม่เคยพบ ไม่เคยรู้จัก ไม่เคยมีประสบการณ์ ไม่เคยเรียนรู้มาก่อน เราก็จะบอกไม่ได้ว่าสิ่งที่รับสัมผัสนั้นคืออะไร เรามีแต่ความรู้สึกรู้จากการสัมผัสเฉย ๆ ซึ่งทางจิตวิทยายังไม่ถือว่าเป็นการรับรู้จนกว่าจะสามารถแปลความหมายของสิ่งเร้าที่สัมผัสได้ การรับรู้จึงเกิดขึ้นตัวอย่างเช่น เราไม่เคยเห็นตัวหนังสือของจีนหรือแขกมาก่อน ถ้าได้เห็นเป็นครั้งแรกก็จะเพียงเห็นเป็นเส้นขยุกขยิกและเส้นเหล่านั้นไม่มีความหมายเลย

ปกติคนเรารับสัมผัสสิ่งเร้าต่าง ๆ ได้ โดยใช้อวัยวะรับสัมผัส (Sensory Organs) อันได้แก่ หู ตา จมูก ลิ้นและผิวหนัง จากนั้นจึงเกิดความรู้สึกรู้สัมผัส เช่น เห็นเป็นภาพ ได้ยินเป็นเสียง รู้กลิ่น รู้รสหรือรู้สึกลึบความอ่อนนุ่ม ความกระด้าง แต่ถ้าไม่เคยเรียนรู้หรือไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนก็จะบอกไม่ได้ว่าสิ่งที่รับสัมผัสนั้นคืออะไร ซึ่งทางจิตวิทยายังไม่ถือว่าเป็นการรับรู้ จนกว่าเมื่อใดที่เราสามารถแปลความหมายของสิ่งเร้าที่สัมผัสได้ การรับรู้จึงจะเกิดขึ้นและการรับรู้สิ่งเร้านี้เองจะเป็นต้นเหตุให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่รับรู้ไปตามลักษณะของการรับรู้สิ่งเร้าของแต่ละคน เช่น เมื่อเพื่อนคำเราว่า “ก๊อดแดม” ทั้งคำพูดและน้ำเสียงตลอดจนท่าทางที่เพื่อนพูด เป็นสิ่งเร้าซึ่งเรารับสัมผัสได้ด้วยตาและหู แต่ถ้าเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนว่า คำพูดที่เพื่อนพูดหรือท่าทางที่เพื่อนแสดงนั้นหมายความว่าอย่างไร เราก็จะแปลความหมายสิ่งเร้าดังกล่าวไม่ได้ การรับรู้นั้นก็ยังไม่เกิดปฏิกิริยาตอบสนองก็ยังไม่เกิด ในทางตรงกันข้ามถ้าเราไม่เคยรู้ว่าคำที่เพื่อนพูดและท่าที่ที่เพื่อนแสดงเป็นลักษณะการหยอกล้อระหว่างเพื่อนฝูง ซึ่งทั้งเราและเพื่อนเคยกระทำต่อกันเสมอ เราก็จะเกิดการรับรู้ว่านั่นคือการหยอกล้อของเพื่อน ปฏิกิริยาที่เราได้ตอบต่อคำพูดและท่าที่ของเพื่อนก็จะออกมาในลักษณะของการขำรับหรือได้ตอบไปในลักษณะเดียวกันเป็นต้น

1.3 กลไกของการรับรู้

ทั้งสิ่งเร้าภายนอกและภายในอินทรีย์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผ่านทางอวัยวะรับสัมผัสหรือเครื่องรับสิ่งเร้าของมนุษย์ ส่วนที่รับความรู้สึกของอวัยวะรับสัมผัสอาจอยู่ลึกเข้าไปข้างใน มองจากภายนอกไม่เห็น อวัยวะรับสัมผัสแต่ละอย่างมีประสาทรับสัมผัส (Sensory nerve) ช่วยเชื่อมอวัยวะรับสัมผัสกับเขตแดนการสัมผัสต่าง ๆ ที่สมองและส่งผ่านประสาทมอเตอร์ (Motor nerve) ไปสู่อวัยวะ

มอเตอร์ (Motor organ) ซึ่งประกอบไปด้วยกล้ามเนื้อและต่อมต่าง ๆ และปฏิกิริยาตอบสนองของอวัยวะมอเตอร์จะออกมาในรูปใดขึ้นอยู่กับ การบังคับบัญชาของระบบประสาท เหตุที่มนุษย์เราไวต่อความรู้สึกก็ เพราะเซลล์ประสาทของประสาทรับสัมผัสแบ่งแยกแตกออกเป็นกิ่งก้านแผ่ไปติดต่อกับอวัยวะสัมผัส และ ที่อวัยวะสัมผัสมีเซลล์รับสัมผัสที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัว

จิตใจติดต่อกับโลกภายนอกได้โดยการสัมผัส คนตาบอดเมื่ออธิบายให้ฟังว่าสีแดง สีเขียว เป็นอย่างไรจะเข้าใจให้ถูกต้องไม่ได้เลย เพราะเรื่องสีจะต้องรู้ด้วยตา เครื่องสัมผัสอย่างหนึ่งก็ทำหน้าที่ อย่างหนึ่ง คนหูหนวกย่อมไม่รู้ลีลาความไพเราะของเสียงเพลง ดังนั้นการสอนจึงเน้นว่า “ให้สอนโดยทาง สัมผัส”

การรับรู้ นับว่าเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้ การรับรู้ที่ถูกต้องจึงจะส่งผลให้ได้รับความรู้ที่ถูกต้อง นักเรียนต้องได้การรับรู้ที่ถูกต้องมิฉะนั้นความรู้ที่รับไปก็ผิดหมด ครูผู้มีหน้าที่ในการ ช่วยให้นักเรียนเกิดความรู้ที่ถูกต้อง จึงจำเป็นต้องศึกษากระบวนการแห่งการรับรู้

1.4 ปัจจัยกำหนดการรับรู้

สิ่งเร้าเดียวกันอาจทำให้คน 2 คน รับรู้ต่างกัน ได้ เช่น คนหนึ่งมองว่าคนอเมริกันน่ารัก แต่ อีกคนมองว่าเป็นชาติที่น่ารังเกียจ การที่มนุษย์สามารถรับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง มนุษย์ จะรับรู้ได้ดีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสิ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของบุคคล เช่น สภาพแวดล้อม ลักษณะ ของสิ่งเร้าและอุปกรณ์การรับรู้ เช่น อวัยวะสัมผัส ความตั้งใจความสนใจในขณะนั้น ประสบการณ์ที่ผ่าน มาเนื่องจากสิ่งเร้าที่จะกระตุ้นให้บุคคลเกิดการรับรู้มีอยู่มากมาย ดังนั้นการที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้า อย่างใดอย่างหนึ่งในขณะใดขณะหนึ่งนั้น จึงขึ้นอยู่กับสิ่งที่จะกล่าวต่อไปนี้

มอร์แกน (Morgan. 1956) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจไว้ว่ามี 2 ประเภท คือ อิทธิพลจากภายนอก ได้แก่ ความเข้มข้นและขนาดของสิ่งเร้า (Intensively and Size) การทำซ้ำ ๆ (Repetition) สิ่งตรงกันข้าม (Contrast) การเคลื่อนไหว (Movement) อิทธิพลภายใน ได้แก่ แรงจูงใจ (Motive) การคาดหวัง (Expectancy) ในที่นี้จะเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลหรือปัจจัยของการรับรู้ออกเป็น 2 ลักษณะใหญ่ คือ ลักษณะของผู้รับรู้กับลักษณะของสิ่งเร้า

1.4.1 ลักษณะของผู้รับรู้

การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใด ก่อน-หลัง มาก-น้อย อย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของ ผู้รับรู้ด้วยเป็นสำคัญประการหนึ่ง ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้รับรู้ แบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ ด้านกายภาพ (สรีระ) กับด้านจิตวิทยา

1.4.1.1 ด้านกายภาพ หมายถึง อวัยวะสัมผัส เช่น หู ตา จมูกและอวัยวะสัมผัสอื่น ๆ ปกติหรือไม่ มีความรู้สึกรับสัมผัสสมบูรณ์เพียงใด เช่น หูตึง เป็นหวัด ตาเอียง บอดสี สายตาสั้น สายตา ตัน ผิวหนังชา ตาบด้าน ความชรา ถ้าผิดปกติหรือหย่อนสมรรถภาพก็ย่อมทำให้การรับสัมผัสผิดไป ค่อยสมรรถภาพในการรับรู้ลงไป ความสมบูรณ์ของอวัยวะรับสัมผัสจะทำให้การรับรู้ได้ดี การรับรู้ ทางอย่างเกิดจากอวัยวะสัมผัส 2 ชนิดทำงานร่วมกัน เช่น ลิ้นและจมูกช่วยกันรับรู้รส การรับรู้จะมี

คุณภาพดีขึ้นถ้าเราได้รับสัมผัสหลายทาง เช่น เห็นภาพและได้ยินเสียงในเวลาเดียวกันทำให้เราแปลความหมายของสิ่งเร้าได้ถูกต้อง อีกประการหนึ่งขึ้นกับขอบเขตความสามารถในการรับรู้ด้วย คือ ขอบเขตความสามารถโดยธรรมชาติในการรับรู้ของคน ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถในการรับสัมผัสและความสามารถในการแปลความหมายของสิ่งเร้า ความสามารถของอวัยวะสัมผัสมีขอบเขตจำกัดไม่สามารถรับสัมผัสสิ่งเร้าได้ทุกชนิด แสงที่มีความเข้มน้อยเกินไป วัตถุขนาดเล็กมากเราไม่สามารถมองเห็นได้ พวงรังสีคลื่นวิทยุ ประสาทรับรู้ไม่ได้ เสียงที่เบาเกินไปจนไม่ทำให้แก้วหูสั่นสะเทือนเราก็ไม่ได้ยิน นักล้วงกระเป๋ากะทำอย่างแผ่วเบาเราก็รับสัมผัสไม่ได้ ขนาดหรือความเข้มของสิ่งเร้าที่สามารถทำให้อวัยวะสัมผัสเกิดความรู้สึกได้ เรียกว่า Threshold การเปลี่ยนแปลงความเข้มข้นหรือขนาดของสิ่งเร้าเพื่อให้สามารถรับรู้ได้ เรียกว่า The differential threshold

1.4.1.2 ด้านจิตวิทยา ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาของคนที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้นั้นมีหลายประการ เช่น ความจำ อารมณ์ ความพร้อม สติปัญญา การสังเกตพิจารณา ความสนใจตั้งใจ ทักษะ ค่านิยม วัฒนธรรม ประสบการณ์เดิม ฯลฯ อันเป็นผลจากการเรียนรู้เดิม นักจิตวิทยาถือว่าการรับรู้เป็นสิ่งที่เลือกสรรอย่างขึง (Highly Selective) เริ่มตั้งแต่เลือกรับสัมผัส เลือกเอาเฉพาะที่ต้องการและแปลความให้เข้ากับตนเอง ต่อไปนี้จะพิจารณาอิทธิพลของปัจจัยด้านจิตวิทยาแต่ละประการคือ

ความรู้เดิม กระบวนการรับรู้เมื่อรับสัมผัสแล้วต้องแปลเป็นสัญลักษณ์ โดยอาศัยความรู้เดิมที่เกี่ยวข้องกับสิ่งเร้าที่เราจะรับรู้ ฉะนั้นถ้าหากไม่มีความรู้เดิมในเรื่องนั้นมาก่อนก็ย่อมจะทำให้การรับรู้ผิดไปจากความจริง

ประสบการณ์ (Experience) เดิมของแต่ละบุคคลจะทำให้บุคคลรับรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ หรือภาพแตกต่างกันออกไปได้

ความต้องการ ความปรารถนา (Need) หรือแรงขับ ใครต้องการอะไรก็สนใจแต่สิ่งนั้น เช่น คน 2 คนไปซื้อของด้วยกัน คนที่จะซื้อหนังสือก็ดูแต่หนังสือ คนที่จะซื้อเครื่องกีฬา ก็ดูแต่เครื่องกีฬา คนที่หิวก็มองแต่ร้านอาหารและต้องการรายการอาหาร

สภาพจิตใจหรือภาวะอารมณ์ คนเราขณะอารมณ์ดีมักจะไม่นิพิจารณารายละเอียดของ สิ่งเร้ามากนัก มักมองไม่เห็นข้อบกพร่องมองเห็นสิ่งนั้นดีไปหมด แต่ถ้าอยู่ในภาวะอารมณ์ไม่ดีไม่พอใจ เช่น หิว กระหาย เหนื่อยล้า เครียด กังวล ทุกข์ เจ็บป่วย หรือได้รับสารเคมีบางชนิด เช่น ขาระงับประสาท ยานอนหลับ คีมิสุรา ยาเสพติด ฯลฯ มักจะมองอะไร ไม่ชอบใจไปหมด หากว่ามีอารมณ์เสียมาก ๆ อาจจะรับรู้อะไรเลยหรือรับรู้ผิดพลาดมาก เมื่อคนมีอารมณ์เครียดมากกล้านเนื้อและประสาทจะมีความต้านทานการรบกวนเวียนกระแสนประสาทสูง ทำให้การแปลความหมายผิดพลาดเกิดการรับรู้ไม่ดี ถ้าจิตใจแจ่มใสกระชุ่มกระชวยใจคอยตลอดไปร่ง การแปลความหมายย่อมจะดีและถูกต้องขึ้น

เจตคติ มีผลต่อการแปลความหมาย คนที่เรามีเจตคติไม่ดีย่อมให้เรา เราก็รับรู้ว่ายืมเขาสั่ง ถ้าเขาหลอกลวงก็ว่าซื่อ คนที่เราเคารพก็รับประทานได้มากก็รับรู้ว่าเป็นอาหาร คนรับใช้กินมากก็ว่า ตะกละ

อิทธิพลของสังคม (Social Factor) สภาพความเป็นอยู่ของสังคมและลักษณะวัฒนธรรม ปทัสถาน (Norm) เป็นกรอบของการอ้างอิง (Frames of Reference) จารีต ประเพณี ค่านิยม เป็นเครื่องกำหนดการรับรู้ของคน ทำให้คนแต่ละกลุ่มรับรู้สิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป เช่น เด็กชนบทรับรู้เรื่องสัตว์และการเพาะปลูกได้ดีกว่าเด็กในเมือง เด็กในเมืองรับรู้เรื่องเครื่องยนต์และไฟฟ้าได้ดี คนไทยเห็นว่าหญิงชายเดินคล้อยแขนกันไม่น่าดูแต่ฝรั่งไม่ถือ

ความตั้งใจ (Attention) ที่จะรับรู้และความสนใจ

สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบ ๆ ตัวเรามีมากมาย ล้วนแต่มีโอกาask่อให้เกิดการรับรู้ขึ้นในตัวเราได้แต่ในขณะหนึ่งเราไม่ได้รับรู้ทุกสิ่งทุกอย่างในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเราพร้อม ๆ กัน เราจะเลือกรับรู้ไม่ได้รับรู้ในสิ่งที่ผ่านเข้าทางประสาทสัมผัส บางสิ่งบางอย่างเข้าหูซ้ายทะลุหูขวาโดยไม่มีการรับรู้หรือตระหนักถึงสิ่งนั้นเลย มีปฏิกิริยาต่อสิ่งต่าง ๆ มากน้อยต่างกันไม่เสมอเหมือนกัน การรับรู้สิ่งใดก็ตามถ้าหากมีความสนใจหรือตั้งใจที่จะรับรู้ มักจะเห็นหรือได้ยินสิ่งนั้นก่อน สิ่งเร้ามีอิทธิพลต่อการรับรู้เราจะเลือกรับรู้สิ่งใดขึ้นอยู่กับสิ่งเร้า บุคคลย่อมจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าเฉพาะที่ดึงดูดใจรับรู้ นักจิตวิทยาให้หลักว่ามนุษย์เรานั้นมีแนวโน้มที่จะเลือกรับรู้แต่สิ่งที่ไม่ขัดกันหรือไม่ทำลายสถานการณ์ สิ่งใดที่คิดว่าจะทำลายชื่อเสียงเกียรติคุณก็จะไม่รับรู้สิ่งนั้น ๆ ทั้ง ๆ ที่สิ่งนั้น ๆ เข้าสู่ประสาทสัมผัสไปแล้วก็ตาม ซึ่งซิลลิแวน (Sullivan, 1972) กล่าวว่า “เราไม่ยอมรับรองสิ่งดี ๆ หลายอย่างที่เรารู้ เราได้ยิน เราคิด เราทำหรือเราพูด ทั้งนี้ไม่ใช่เพราะว่าสิ่งนั้น ๆ อยู่นอกเหนือวงเขตความสามารถที่เรารับรู้ได้ แต่เป็นเพราะเราวิเคราะห์และอนุมานแล้วเห็นว่าสิ่งนั้น ๆ มันขัดกับระบบตัวตนของเรา

ความสนุกสนานเพลิดเพลินมีผลต่อการรับรู้ เพราะเมื่อมีความสนุกสนานก็จะรู้สึกสบายใจช่วยให้บุคคลเกิดการรับรู้ได้เร็วและได้ดี เช่น การเล่นเกมต้องจำทั้งกติกาและชนิดของตัวใ้มากมาย แต่คนก็จำทั้งตัวใ้และวิธีเล่นได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพราะมีความสนุกสนานเพลิดเพลินแฝงอยู่ด้วยจึงก่อให้เกิดการรับรู้ได้ดี

แรงจูงใจ (Motivation) มีผลต่อการรับรู้ แรงจูงใจกระตุ้นให้เกิดความต้องการในสิ่งใดจะทำให้บุคคลเกิดการรับรู้ในสิ่งนั้นเป็นอย่างดี

คุณค่า (Value) และความสนใจมีผลต่อการรับรู้ เมื่อเห็นคุณค่าก็เพิ่มความสนใจใส่ใจต่อการที่จะรับรู้ คนเราสนใจต่อสิ่งใดมักจะบังเกิดความตั้งใจทันที เช่น สนใจพระหรือเหรียญใครพูดหรือดูกันอยู่ที่ไหนก็จะตั้งใจรับรู้ ความสนใจสามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ

- ความสนใจชั่วขณะ (Momentary interest) ได้แก่ความสนใจที่มีอยู่ในขณะนั้น ๆ เช่น นักกีฬาที่กำลังจะถูกปล่อยตัวย่อมสนใจฟังสัญญาณมากกว่าที่จะฟังเสียงเชียร์ นักศึกษาสนใจฟังงานชื่อนักเรียนมากกว่าเสียงอื่น ๆ

- ความสนใจที่ติดเป็นนิสัย (Habitual interest) คือ ความสนใจเดิมที่มีติดตัวจนเป็นนิสัย เช่น มารดาได้ยินเสียงลูกร้องจะรีบตื่นทันที ทั้ง ๆ ที่มีเสียงวิทยุอยู่ใกล้ ๆ ในขณะนั้น

ความดึงดูดในทางสังคม ถ้าคนส่วนใหญ่หรือกลุ่มสนใจอะไร เราก็จะสนใจบ้าง คนมุงดูอะไรก็อยากดูบ้าง ทั้งงานชอปปิงรายการโทรทัศน์รายการใดเราก็ดูบ้าง

เชวณ ปัญญา คนที่เฉลียวฉลาดรับรู้ได้ดี เร็วและถูกต้องกว่าผู้มีสติปัญญาต่ำ แปลความหมายได้ดีและมีเหตุผล

การสังเกตพิจารณา ช่วยการแปลทำให้การรับรู้แม่นยำขึ้นรู้ละเอียดลึกซึ้งขึ้น เช่น ดำรงเห็นป้ายก็รู้ว่าที่เดินผ่านไปนั้นเป็นผู้ชาย แต่สังเกตพิจารณาาก็รู้ว่าเป็นคนเมา

ความพร้อมหรือการเตรียมความพร้อมที่จะรับรู้ (Pre Paratory set)

การคาดหวัง (Expectancy) การคาดหวังล่วงหน้าเป็นการทำให้คนเราเตรียมพร้อมในการรับรู้สิ่งใหม่ เช่น คนกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวกับตัวเลขอยู่เสมอ โดยเฉพาะจะต้องพบกับเลข 13 เสมอ ถ้าให้คนกลุ่มนี้ลากเส้นตามภาพบนหน้า เขาจะลากเป็นตัวเลข 1 กับ 3 เป็น 13 แต่ถ้าให้คนกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวกับอักษรเป็นประจำ โดยเฉพาะอักษร B คนกลุ่มนี้จะลากเส้นตามภาพเป็น B

1.4.2 ลักษณะของสิ่งเร้า

การที่บุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งใด ก่อน-หลัง มาก-น้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าที่ดึงดูดความสนใจ ความตั้งใจ ดังนั้นลักษณะของสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้จึงมีดังนี้

1.4.2.1 สิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูดความสนใจและความตั้งใจ ได้แก่ คุณสมบัติและคุณลักษณะของสิ่งเร้าที่ทำให้เกิดการรับรู้ ซึ่งถ้าสิ่งเร้ามีคุณสมบัติและลักษณะที่สนองธรรมชาติในการรับรู้ของคนเราก็จะทำให้มีความตั้งใจในการรับรู้ดีขึ้น

- ขนาดความเข้มหรือความหนักเบาของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้ามีความเข้มมากก็รับรู้ได้มาก บังเกิดการรับรู้ได้ชัดเจน เช่น ความชัดเจนของสิ่งมองเห็นได้ดี ความดังของเสียงก็ดี การสัมผัสทางผิวหนังอย่างหนักก็ดี กลิ่นที่ฉุนจัดก็ดี เหล่านี้เป็นความเข้มข้นที่ทำให้เกิดความรู้สึกจากการสัมผัสที่ชัดเจนทั้งสิ้น ในสิ่งเร้าชนิดเดียวกันบุคคลจะเลือกรับรู้สิ่งเร้าที่มีความเข้มมากกว่าสิ่งเร้าที่มีความเข้มน้อยกว่า เช่น ป้ายโฆษณาที่มีสีสดใสดึงดูดความตั้งใจดีกว่าสีที่ไม่เด่น ขณะนั่งเขียนหนังสือเพลินอยู่มีเสียงคนคุยกัน เสียงนกร้อง จิ้งจกร้อง เสียงพิมพ์ดีดและเสียงพลุดังที่สุด เราจะเลือกรับรู้เสียงพลุก่อนเสียงอื่น และถ้ามีคนถามว่าเราได้ยินเสียงอะไรบ้าง คำตอบแรกคือได้ยินเสียงพลุ ครูที่สอนหนังสือเสียงดัง ๆ น่าสนใจกว่าครูที่สอนด้วยเสียงค่อย ๆ แผ่วเบา เพื่อเรียกร้องความสนใจและให้รับรู้

- ความเปลี่ยนแปลงหรือความเคลื่อนไหวของสิ่งเร้า สิ่งเร้าที่มีการเปลี่ยนแปลงจะดึงดูดความตั้งใจได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลง สิ่งเคลื่อนไหวดึงดูดความตั้งใจได้ดีกว่าของที่อยู่ในลักษณะหยุดนิ่ง ภาพยนตร์มีประสิทธิภาพในการทำให้คนตั้งใจดูได้มากกว่าภาพนิ่ง

- การกระทำซ้ำ ๆ ของสิ่งเร้า สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นซ้ำซากเรียกร้องให้เราสนใจได้มาก เช่น การโฆษณาสินค้าซ้ำบ่อย ๆ ทางสถานีวิทยุและโทรทัศน์ การบีบแตรถี่ ๆ หลาย ๆ ครั้งทำให้คนหันมาดูกริ่งที่ประตูบ้านดังถี่ ๆ ดึกกันทำให้รีบร้อนออกไปเปิดประตูมากกว่าดังครั้งเดียว

- ความกว้างขวางหรือขนาดของสิ่งเร้า ถ้าสิ่งเร้ามีขอบเขตจำกัดเกินไป เราก็รับสัมผัสได้ยาก เราจะรับสัมผัสได้ดีถ้าสิ่งเร้ามีขนาดหรืออาณาเขตกว้างขวางพอสมควร สิ่งเร้าที่มีขนาดใหญ่ น่าสนใจกว่าสิ่งที่มีขนาดเล็ก เช่น คนอ้วนคนมักจะดูกลมอ้วน ป้ายโฆษณาที่มีขนาดใหญ่ย่อมดึงดูดความสนใจได้มากกว่าป้ายโฆษณาขนาดเล็ก ๆ

- ความแปลกใหม่ สิ่งเร้าที่ไม่เป็นไปตามปกติทำให้เกิดความตั้งใจมากกว่า เช่น แกะดำในฝูงแกะสีน้ำตาล ควายเผือกในฝูงควายสีดำ คนมี 2 ศีรษะ สีน้าที่ออกใหม่คนมักจะสนใจ

- ความคงทน สิ่งเร้าที่เร้าในระยะเวลาด้านจะทำให้เรารับสัมผัสได้ยาก เราจะรับสัมผัสได้ถ้าสิ่งเร้านั้นเร้าอยู่นานพอสมควร ตัวอย่างเช่น การขบัตร์คำถามให้เด็กอ่าน ถ้าขกให้ดูแปบเดียวเด็กจะมองเห็นไม่ชัดเจนและมักจะเกิดการรับรู้ที่คลาดเคลื่อน

- ระยะทาง เป็นระยะทางพอสมควร ไม่ใกล้หรือไกลเกินไป

- ลักษณะการตัดกัน (Contrast) ของสิ่งเร้า ตามปกติภาพ (Figure) ควรให้สีเด่นพื้น (Ground) สีจางลง สิ่งเร้าที่ตัดกันจะดึงดูดความสนใจได้มากกว่าสิ่งที่คล้ายคลึงกัน การพาดหัวข่าวของหนังสือพิมพ์ใช้ตัวอักษรขนาดโตกว่าปกติหรือใช้สีต่าง ๆ เพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้อ่าน

- สี แต่ละสีมีประสิทธิภาพในการดึงดูดสายตาได้ต่างกัน สีที่เกิดจากช่วงคลื่นยาว เช่น สีแดง เหลือง ย่อมดึงดูดความตั้งใจได้ดีกว่าสีที่มีช่วงสั้น เช่น สีม่วง สีฟ้า

1.4.2.2 การจัดลักษณะหมวดหมู่ของวัตถุที่เป็นสิ่งเร้า

พวก Gestalt Psychologist เช่น เวอร์ธไรเมอร์ (Wertheimer) และกอฟฟ์กา (Koffka) ได้ให้ความสนใจกับ Perception อย่างมาก และได้ให้หลักเกณฑ์ว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะจัดภาพที่มองเห็น โดยจัดกลุ่มวัตถุเรียง ตามกฎ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

- กฎแห่งความคล้ายคลึง (The Law of Similarity) สิ่งใดก็ตามที่มีลักษณะเหมือนกันหรือมีลักษณะสำคัญร่วมกัน อาจเป็นรูปร่างหรือขนาดหรือสีเหมือนกันคนเรามักจะรับรู้รวมกันเป็นสิ่งเดียวกันรับรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน กล่าวคือ จัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน เช่น นักฟุตบอลที่แต่งกายเหมือนกันถูกจัดเป็นพวกเดียวกัน

- กฎแห่งความใกล้ชิด (The Law of Proximity) สิ่งที่อยู่ใกล้กันคนเรามักจะรับรู้ว่ามีเกี่ยวข้องกันมากกว่าสิ่งเหมือนกันแต่อยู่ไกลออกไป คนเรามีแนวโน้มที่จะรับรู้สิ่งที่ใกล้กันให้เป็นภาพเดียวกันหรือเป็นหมวดหมู่เดียวกันพวกเดียวกัน เช่น ถ้าเราได้ยินเสียงปืนติด ๆ กัน 2-3 นัด เรามักจะเข้าใจว่าเป็นเสียงของปืนกระบอกเดียวกันหรือเป็นเสียงที่มาจากแห่งเดียวกัน ถ้าเราใกล้ชิดไปไหนมาไหนกับเจ้านายหรือหญิง-ชายใด คนจะเข้าใจว่าสนิทชิดเชื้อและเป็นพวกเดียวกัน

- กฎแห่งความสมบูรณ์หรือกฎแห่งความสิ้นสุด (The Law of Closure) แนวคิดของ Gestalt Psychologist ได้กล่าวไว้ว่า มนุษย์เรารับรู้เป็นส่วนรวมมากกว่าที่จะรับรู้เป็นส่วนย่อย ๆ ส่วนรวมมีความมากกว่าสิ่งย่อยที่มาารวมกันและการรับรู้ประเภทนี้ต้องอาศัยประสบการณ์เดิม

จิตใจของคนเราจะรู้สึกผิดปกติเมื่อมองเห็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดขาดตกบกพร่องไปจากสิ่งที่เราคิดและความคิดของเราจะหลอกให้เราคิดว่ามันเต็มสมบูรณ์โดยที่เราไม่ตั้งใจ

Closure เป็นภาพที่ใกล้สมบูรณ์ ขาดความสมบูรณ์ไปเพียงเล็กน้อยแต่มนุษย์เรามีแนวโน้มที่จะต่อเติมส่วนที่ขาดหายไปของภาพให้เกิดภาพที่สมบูรณ์ โดยพยายามมองให้ภาพที่ไม่สมบูรณ์ สมบูรณ์ขึ้นมาเนื่องจากการรับรู้ซึ่งมีแนวโน้มเกี่ยวกับการประสานกันสนิท (Closure)

- กฎแห่งความต่อเนื่อง (The Law of Good Continuation) ถ้าไม่มีอะไรมาขัดขวางแล้ว คนเรามักจะรับรู้ในลักษณะเดียวกันต่อเนื่องตั้งแต่ต้นจนจบ ถ้าเราเห็นเส้นตรงตั้งแต่ต้นเราก็มักสรุปเอาว่ามันเป็นเส้นตรงตลอด ความต่อเนื่อง (Continuity) เกิดจากสิ่งเร้ามีทิศทางไปทางเดียวกัน เช่น คนเราดูไฟกระพริบตามป้ายโฆษณา

1.4.2.3 การรับรู้เกี่ยวกับระยะทางหรือความลึก (Distance or Depth perception) มนุษย์เรานอกจากจะรับรู้ภาพ 2 มิติ บนแผ่นกระดาษแล้ว ยังสามารถรับรู้ภาพที่มี 3 มิติด้วย คือ สามารถรับรู้ระยะทางหรือความลึกได้จากภาพ ความสามารถนี้เกิดจากการเรียนรู้ของมนุษย์

1.5 ความผิดพลาดของการรับรู้

การรับรู้ที่ผิดพลาดเกิดขึ้นได้จากสาเหตุหลายประการ เช่น เนื่องจาก

1.5.1 สภาวะบางประการของสิ่งเร้าหรือเนื่องจากคุณสมบัติของสิ่งเร้า หรือส่วนประกอบที่แตกต่างหรือความเชื่อที่บุคคลมีต่อการรับรู้

1.5.1.1 ภาพมายา หรือ ภาพลวงตา (Illusion) คือ ภาพที่มีสิ่งใดสิ่งหนึ่งทำให้การรับรู้ของเราเบี่ยงเบนหรือผิดพลาดไปจากความจริง

1.5.1.2 ภาพและพื้น (Figure and ground) การที่เรารับรู้ภาพที่ปรากฏเป็นภาพอะไร เพราะมีเส้นต่าง ๆ ประกอบกันขึ้นเป็นรูปมาติดกับพื้นหรือเกิดจากการตัดกันของสี โดยไม่จำเป็นต้องมีเส้นก็ได้ ส่วนที่รับรู้ว่าเป็นภาพ (Figure) จะลอยเด่นอยู่ข้างหน้า พื้นเป็นตัวส่งให้ภาพลอยเด่นขึ้นมา ส่วนที่ไม่เด่นเป็นพื้น (Ground หรือ Background) แต่บางครั้งเราอาจเห็นภาพและพื้นสลับกันได้ คือ ไม่รู้ว่าสีอะไรเป็นพื้นกันแน่ เช่น สีขาวกับสีดำ สีขาวอาจเป็นพื้นสีดำเป็นภาพหรือสีดำเป็นพื้น สีขาวเป็นภาพก็ได้จึงทำให้บุคคลเห็นภาพแตกต่างกันได้ แต่ตามปกติการรับรู้ภาพและพื้นเราจะมองเห็นส่วนที่เด่นกว่าเป็นภาพ ส่วนที่อยู่เบื้องหลังไกลออกไปหรือรับรู้ไม่ชัดเจนจัดเป็นพื้น

1.5.2 ความเชื่อที่ผิด ๆ (Delusions)

1.5.3 ความไม่สมบูรณ์ของประสาทและอวัยวะสัมผัส ภาวะของอินทรีย์ของผู้รับรู้ผิดไป เช่น กินเหล้า กินยาบางอย่างเข้าไปจะเกิดความผิดพลาดของการรับรู้ การรับรู้เช่นนี้เรียกว่า Hallucination สรุปได้ว่า อายุ สารเคมีและความเหนื่อยล้า (Fatigue)

1.5.4 อุปทานของตนเอง เช่น ไปป่าล่าสัตว์เห็นคนตะคอก ๆ นึกว่าแก๊ง เอาปืนยิงโป้งเข้าไป

1.5.5 การแปลสัมผัสผิด เพราะประสบการณ์น้อยมีความรู้ไม่พอ เช่น เด็กเห็นแพะบอกว่า แกะ เพราะแปลสัมผัสไม่ถูกไม่เห็นความแตกต่างระหว่างแพะกับแกะ บางคนคิดว่าแมงป่องเป็นตุ๊กแตน

จึงจับเล่น คนนอกเมืองเห็นบุรุษไปรษณีย์ก็คิดว่าเป็นตำรวจ ดังนั้นการแปลสัมผัสจึงขึ้นอยู่กับความรู้เดิม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการรับรู้ ถ้ามีความรู้เดิมเกี่ยวกับสิ่งเร้าจะมีการรับรู้ที่ถูกต้องกว่าคนที่ขาดความรู้

1.5.6 บุคลิกภาพ อุปนิสัยและเจตคติ (Attitude) คนมองโลกในแง่ดี มักเห็นส่วนดีของสิ่งเร้ามากกว่าที่จะมองเห็นส่วนเสียของมัน แต่คนที่มองโลกในแง่ร้ายมักมองไม่เห็นส่วนดี ถ้ามีเจตคติไม่ดีต่อหัวหน้าเขาพูดดังเราก็อวด ถ้าเรามีเจตคติที่ดีเราก็อวดว่าพูดดังฟังชัดดี

1.5.7 ความต้องการ คนที่มีความต้องการแตกต่างกัน ถ้าถูกเร้าด้วยสิ่งเร้าเดียวกันก็อาจเกิดการรับรู้ต่างกัน คนที่กำลังหิวกับคนที่กำลังอิ่มจะมีการรับรู้ต่อร้านอาหารแตกต่างกัน คนที่กำลังหางานทำเจียหูฟังเมื่อได้ยินข่าวว่าที่ไหนรับเข้าทำงาน

1.5.8 อารมณ์ เป็นตัวแปรที่ทำให้การรับรู้ผิดพลาดได้ ขณะอารมณ์เสียใครมาพูดจาติดต่อก็ไรด้วยอาจไม่รับรู้หรือรับรู้ไปทางลบ แต่ถ้าอารมณ์ดีอะไร ๆ ก็รับรู้ไปทางดีหมด

1.5.9 ความใส่ใจ (Attention) คือ ความตั้งใจเลือกเฟ้นรับรู้เฉพาะสิ่งที่ตรงกับความต้องการหรือความสนใจของเรา ครูพลเวลาอ่านหนังสือพิมพ์มักเฟ้นหาข่าวเกี่ยวกับกีฬา ครูประวัติศาสตร์ชอบอ่านเหตุการณ์ปัจจุบัน นักเรียนมักจะอ่านและจำตรงที่ครูบอกว่าจะออกสอบมากกว่าที่อื่นและจะจำได้ดีเมื่ออ่านตอนใกล้ ๆ จะสอบ

1.5.10 วัฒนธรรมเป็นกรอบของการอ้างอิง (Frames of Reference) ในยุโรปกับในเมืองไทยรับรู้เรื่องการหย่าร้าง กอดจูบในที่สาธารณะแตกต่างกัน

1.5.11 มองในแง่มุม ทิศทาง บรรยายต่างกันจะเห็นต่างกัน

2. ความใส่ใจ

อะไรทำให้เราสังเกตเห็นสิ่งหนึ่งมากกว่าอีกสิ่งหนึ่ง ปัจจัยอะไรที่ทำให้ตัวกระตุ้นตัวหนึ่งมีศักยภาพมากกว่าอีกตัวหนึ่ง ปัญหานี้เป็นปัญหาสำคัญของนักจิตวิทยาการทดลอง ซึ่งนักจิตวิทยาการทดลองได้พยายามหาปัจจัยที่จะเป็นสาเหตุของความใส่ใจ โดยแยกออกเป็นปัจจัยทางด้านตัวกระตุ้น เช่น ขนาด ความแรงหรือเข้ม สี การเคลื่อนไหว การเคลื่อนไหว ฯลฯ ซึ่งล้วนแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล ปัจจัยทั้งสองด้านนี้ร่วมกันก่อให้เกิดความใส่ใจ เช่น ความแปลกประหลาดพิศดารเป็นตัวกระตุ้นที่มีศักยภาพสูง แต่จะเรียกครองความสนใจได้มากแค่ไหนก็ขึ้นอยู่กับตัวผู้รับรู้อาจจะมีประสบการณ์หรือคุ้นเคยกับสิ่งนั้นแค่ไหน

การเลือกใส่ใจ คือ การที่เรามุ่งความสนใจของเราไปที่สิ่งหนึ่ง ทำให้ความสนใจของเราขณะนั้นต่อสิ่งอื่นเหลือน้อยหรือไม่เหลือเลย การเลือกใส่ใจมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือเมื่อเรามุ่งความสนใจของเราไปที่สิ่งหนึ่ง ความสนใจต่อสิ่งอื่นที่จะเป็นตัวรบกวนจึงมีน้อยหรือไม่มีเลย สำหรับข้อเสียคือถ้าการเลือกใส่ใจเกิดขึ้นตลอดเวลา เราก็คงทำกิจกรรมมากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกันไม่ได้ เช่น ไม่สามารถอ่านหนังสือและฟังเสียงเพลงในเวลาเดียวกัน ไม่สามารถคุยกับเพื่อน ๆ พร้อมกันหลายคนหรือไม่สามารถแม้แต่จะเดินไปด้วยและเกี่ยวหมากฝรั่งไปด้วยได้

ในปี ค.ศ. 1953 เซอร์รี่ (Cherry) วิศวกรชาวอังกฤษ ได้นำปรากฏการณ์งานเลี้ยงคือกเทศมาศึกษาในห้องปฏิบัติการ ด้วยการใช้วิธีที่เรียกว่า เทคนิคเงา (Shadow Technique) ผู้ฟังจะต้องกล่าวตามคำที่ได้ยินเหมือนเงาที่ติดตามตัวและวิธีที่ใช้กันมาก คือ เสนอตัวกระตุ้นชุดหนึ่งที่หูข้างหนึ่งและตัวกระตุ้นอีกชุดหนึ่งที่หูอีกข้างหนึ่งในเวลาเดียวกัน เรียก Dichotic listening เซอร์รี่ใช้ข้อความภาษาอังกฤษ 2 ข้อความเสนอเข้าที่หูทั้งสองข้างในเวลาเดียวกันผ่านทางหูฟัง ผู้ฟังต้องตั้งใจฟังข้อความที่หูข้างหนึ่งและว่าตาม ผลการทดลองปรากฏว่าผู้ฟังจำข้อความที่เสนอเข้าหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟังไม่ได้ ยิ่งไปกว่านั้นผู้ฟังไม่รู้ด้วยซ้ำว่าข้อความของหูข้างนั้นได้เปลี่ยนเป็นภาษาเยอรมันแล้ว

ในปี ค.ศ. 1958 มอเรีย (Moray) ได้ใช้เทคนิคเดียวกับเซอร์รี่ โดยให้หูข้างที่ไม่ตั้งใจฟังจะมีประโยค “เอาละคุณหยุดได้แล้ว” แทรกขึ้นมาเป็นบางครั้ง และบางครั้งประโยคที่แทรกขึ้นมาเรียกชื่อผู้ฟังตรง ๆ ผลปรากฏว่า ผู้ฟังจะเชื่อฟังและยุติการทดลองใน 3 ครั้ง ถ้ามีการเรียกชื่อโดยตรงแต่ทำการทดลองต่อไป ถ้าคำสั่งกล่าวลอย ๆ ไม่มีการเรียกชื่อ ผลการทดลองนี้แสดงว่ามีการรับรู้บ้างจากหูที่ไม่ตั้งใจฟัง ถ้าตัวกระตุ้นนั้นแสดงความเกี่ยวข้องกับตัวผู้รับรู้โดยตรง ซึ่งตรงกับปรากฏการณ์ในชีวิตประจำวัน เช่น ในขณะที่เรากำลังสนทนากับคนคนหนึ่ง เราจะตั้งใจฟังแต่คู่สนทนาของเราไม่สนใจฟังคนอื่น ๆ ซึ่งเทียบได้กับเสียงที่เข้ามาในหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟัง แต่ถ้าเกิดมีใครพูดถึงเราโดยเรียกชื่อเรารึขึ้นมา เราจะรับรู้ได้และหันไปทางเจ้าของเสียงทันที

นอกจากนี้ยังพบว่าหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟังนี้สามารถรับรู้ได้บ้าง ถ้าความหมายของคำในหูข้างที่ตั้งใจฟังและไม่ตั้งใจฟังในเวลาเดียวกันมีความเกี่ยวข้องกัน จากการวิจัยเท่าที่ปรากฏในขณะนี้พอสรุปได้ว่าเราไม่สามารถรับรู้ลักษณะต่อไปนีจากหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟังได้ คือ เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่น และเป็นภาษาอังกฤษปกติหรือเสียงของคำที่เรียงย้อนกลับ และเราสามารถรับรู้ได้บ้างบางเวลาจากหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟัง คือ เพศของผู้พูด มีการเรียกชื่อผู้ฟังโดยตรง และคำที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับคำของหูข้างที่ตั้งใจฟัง

2.1 ทฤษฎีความใส่ใจ

มนุษย์เรามีสมรรถนะจำกัดในการทำงาน ถึงแม้ว่าบางครั้งเราจะสามารถทำได้มากกว่าหนึ่งอย่างในเวลาเดียวกัน แต่เราก็ไม่สามารถที่จะให้ความสนใจกับทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวเราพร้อม ๆ กัน เรารับรู้ตัวกระตุ้นบางตัว ตัวกระตุ้นอีกหลาย ๆ ตัวไม่ถูกรับรู้เพื่ออธิบายข้อจำกัดนี้ นักจิตวิทยาจึงได้ตั้งทฤษฎีความใส่ใจขึ้น ดังต่อไปนี้

2.1.1 ทฤษฎีความใส่ใจ (Bottleneck Theories)

ทฤษฎีนี้เชื่อว่า การประมวลข้อมูลของมนุษย์มีลักษณะเป็นคล้ายคอขวดตรง ๆ แต่บางข้อมูลก็ไม่ได้รับการประมวลเหมือนน้ำที่ติดอยู่ในคอขวด อย่างไรก็ตามการเทน้ำออกจากขวด แม้น้ำจะออกไม่สะดวกแต่ก็ออกหมดในที่สุด แต่สำหรับในมนุษย์ข้อมูลที่ไม่ได้รับการประมวลก็จะถูกลืมหรือไม่ได้รับการใส่ใจอีกต่อไป

ในปี ค.ศ. 1958 บรอดเบนท์ (Broadbent) เป็นผู้เสนอทฤษฎีนี้เป็นคนแรก เขากล่าวว่าตำแหน่งของคอขวดจะเกิดขึ้นในระยะแรกของการประมวลข้อมูล คือ หลังจากที่ได้รับความรู้สึกถูกกระตุ้น ตัวอย่างเช่น หูข้างตั้งใจฟังจะเสนอคำว่า แอปเปิล และหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟังเสนอคำว่า ดินสอ คำว่า แอปเปิล ก็จะผ่านคอขวดเข้าไป คำว่า ดินสอ จะหยุดอยู่ที่คอขวด ทำให้ข้อมูลไม่ได้รับการประมวลเข้าสู่ระบบความจำ ทฤษฎีนี้มีจุดอ่อน คือ ข้อมูลไม่ได้รับการประมวลเข้าสู่ระบบความจำเลย เหตุใดการทดลองในห้องปฏิบัติการ จึงแสดงว่ามีการรับรู้บ้างในหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟังหรือเราสามารถหันไปหาผู้ที่เรียกเราที่อยู่ไกลออกไปได้ถูกต้องในขณะที่เรากำลังคุยอยู่กับกลุ่มเพื่อนในงานเลี้ยงคืออกเทล

ในปี ค.ศ. 1964 ทริสแมน (Triesman) ได้ดัดแปลงทฤษฎีของบรอดเบนท์ใหม่ โดยเชื่อว่าข้อมูลจากหูข้างที่ไม่ตั้งใจฟังมีการรับรู้บ้างหรือลดการรับรู้ลงและไม่ถึงกับถูกยับยั้งเสียทั้งหมด และในปี ค.ศ. 1965 ค็อยซ์และค็อยซ์ (Deutsch and Deutsch) ได้เสนอทฤษฎีคอขวดเช่นเดียวกันแต่ตำแหน่งของคอขวดไม่ได้เกิดขึ้นในระยะแรกตามทฤษฎีของบรอดเบนท์ ข้อมูลทั้งหลายได้รับการประมวลทั้งหมด แต่คอขวดเกิดขึ้นก่อนการตอบสนอง

2.1.2 ทฤษฎีกระบวนการข้อมูลจำกัดและกระบวนการทรัพยากรจำกัด (Data-limited and Resource – limited processes)

ในปี ค.ศ. 1975 นอร์แมนและบ็อบบ์ (Norman and Bobrow) เสนอแนวความคิดใหม่ใช้คำว่า ทรัพยากร ซึ่งหมายถึง ความพยายามในการประมวลข้อมูล , ความจำชนิดต่าง ๆ และช่องทางการสื่อสาร ถ้าทรัพยากรมีจำนวนจำกัดกิจกรรมหลาย ๆ ชนิดอาจต้องการทรัพยากรพร้อม ๆ กัน ทำให้ทรัพยากรถูกแบ่งปันกัน กิจกรรมที่เกิดจากทรัพยากรจำกัดจะขึ้นอยู่กับปริมาณของทรัพยากร ถ้าเพิ่มทรัพยากรก็เพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรมได้ ส่วนกิจกรรมที่เกิดจากข้อมูลจำกัดจะขึ้นอยู่กับคุณภาพของตัวกระตุ้น กิจกรรมประเภทนี้แม้ว่าจะมีทรัพยากรมากมายก็จะไม่เพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรม นอร์แมนและบ็อบบ์ใช้ทฤษฎีนี้อธิบายเหตุการณ์ในชีวิตประจำวัน ได้ดังนี้

ข้อมูลจำกัด เช่น การกลีบยานของกลีบดอกไม้อัตราเร็วของการเคลื่อนไหวกลีบอยู่ต่ำกว่าระดับเทรชโฮลด์มาก ฉะนั้นไม่ว่าเราจะใช้ความพยายามความตั้งใจอย่างมากแค่ไหน (เพิ่มทรัพยากร) ก็ไม่สามารถมองเห็นได้ ทรัพยากรจำกัด เช่น คนที่ไม่สนใจภาษาอังกฤษ อ่านภาษาอังกฤษไม่ออก ไม่ว่าเราจะให้หนังสือภาษาอังกฤษเขาก็เล่ม (เพิ่มข้อมูล) ก็ไม่สามารถทำให้เขามีความรู้เพิ่มขึ้นได้

ดังนั้นกิจกรรมจะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้งสองอย่างนี้ ถ้าตัวใดตัวหนึ่งจำกัด ถึงแม้อีกตัวจะเพิ่มขึ้นกิจกรรมก็ไม่สามารถดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพได้ การทำกิจกรรม 2 อย่าง ในเวลาเดียวกันขึ้นอยู่กับความจำกัดของทรัพยากร ถ้ากิจกรรมหนึ่งต้องการความใส่ใจมาก ความใส่ใจซึ่งมีจำกัดจึงไม่เหลือไปยังกิจกรรมอื่น เช่น ขณะหัดขับรถเราต้องตั้งสมาธิอยู่ที่พวงมาลัยอยู่ที่เกียร์ อยู่ที่เบรค อยู่ที่คันเร่งน้ำมัน จึงไม่สามารถคุยได้ ไม่สามารถฟังวิทยุได้ ไม่สามารถเห็นป้ายจราจรข้างหน้า ฯลฯ แต่ถ้าเป็นกิจกรรมง่าย ๆ หรือเป็นกิจกรรมที่ได้รับการฝึกจนเป็นอัตโนมัติ

‘ไม่ต้องความใส่ใจมากก็จะเสียความใส่ใจไปสู่กิจกรรมอื่นได้ เช่น ถ้าเราขับรถเป็นแล้วจนเป็นอัตโนมัติ เราก็สามารถฟังวิทยุ ดูหรือมองเห็นเพื่อนที่อยู่ข้างถนนได้

3. ลักษณะการแบ่งกลุ่มของผู้รับสาร

การศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ (Demographic Characteristics) ของผู้รับสาร อาทิเช่น เพศ อายุ การศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคมหรือแม้แต่ภูมิภานาของผู้รับสารว่าผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มประชากรเดียวกันจะมีพฤติกรรมการสื่อสารเช่นเดียวกันหรือไม่ มีการเปิดรับสื่อเหมือนกันหรือแตกต่างกัน หรือผลกระทบที่มีต่อผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่เหมือนกันจะเป็นเช่นเดียวกันหรือไม่ ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้รับสารมีดังนี้

3.1 อายุ รายงานจากการวิจัยพบว่าคนเราเมื่อมีอายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกโน้มน้าวให้เปลี่ยนใจจะน้อยลง นอกจากนั้นอายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างกันในเรื่องความคิด พฤติกรรม ตัวอย่างเช่น คนหนุ่มสาวมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีและพร้อมในการเปิดรับสิ่งใหม่ ๆ ใ้ได้ง่ายกว่าคนสูงอายุ ผู้ที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติ มีความรอบคอบสุขุมระมัดระวังมากกว่าคนหนุ่มสาว นอกจากนี้กลุ่มคนที่อายุต่างกันลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกันอาทิเช่น คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง แต่คนที่มีอายุน้อยมักจะสนใจเรื่องตลก ข่าวกีฬาหรือดนตรีสมัยใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นนั้นมักจะใช้เวลากับการฟังรายการวิทยุที่ตนชื่นชอบ เป็นต้น

3.2 เพศ จากการวิจัยทางจิตวิทยาได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากมายในเรื่องของความคิด ค่านิยม ทักษะคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักจะมีจิตใจอ่อนไหว มักถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย ผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง กิจกรรมที่แตกต่างกันของหญิงและชายจึงมีข้อจำกัดในด้านเพศ วัฒนธรรม และสังคมผู้หญิงมักใช้เวลาในการทำกิจกรรมนอกบ้านได้น้อยกว่า เนื่องจากความไม่ปลอดภัยของผู้หญิง จึงมักใช้เวลาในการอยู่บ้านมากกว่า ส่วนผู้ชายสามารถปฏิบัติกิจกรรมภายนอกบ้านได้มากกว่าโดยใช้เวลาไปกับการทำงาน การเล่นกีฬาและกิจกรรมอื่น ๆ ดังนั้นพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อก็ย่อมมีความแตกต่างกัน เช่น ผู้หญิงจึงมักใช้เวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่าโดยเฉพาะการรับฟังรายการวิทยุประเภทรายการเพลงเพื่อเป็นการผ่อนคลายอารมณ์ เพื่อแสวงหาความรู้รอบตัวต่าง ๆ ที่สอดแทรกในรายการ ในขณะที่ผู้ชายมักจะใช้เวลาในการเปิดรับสื่อนี้น้อยกว่าและมักสนใจเนื้อหาสื่อที่เกี่ยวข้องกับข่าวสารที่หนัก ๆ มากกว่าด้านบันเทิงหรือรายการเพลง อาทิเช่น ให้ความสนใจกับข่าวสารด้านการเมือง เศรษฐกิจ หรือด้านกีฬา เป็นต้น

3.3 สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้แสดงให้เห็นว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน มีประสบการณ์ ทักษะคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัว

ต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกันย่อมมองโลกมีแนวความคิด อุดมการณ์ ค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกัน นอกจากครอบครัวและอาชีพแล้วรายได้ ตลอดจนเชื้อชาติก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ พฤติกรรมต่าง ๆ รายได้ที่แตกต่างกันผู้รับสารมักจะมีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน อาทิเช่น รสนิยมในการแต่งกาย รสนิยมในการบริโภค รสนิยมในการฟังเพลง ความสนใจต่อสิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันด้วย

3.4 การศึกษา คนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกันในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกันในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึนึกคิดอุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป จากการศึกษาของ Robinson พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล กล่าวคือ คนที่มีการศึกษาสูงความรู้ดีจะเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้กว้างขวางหลายเรื่องมีความเข้าใจสารได้ดีแต่มักเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ และกลุ่มคนนี้จะเพิ่มพูนความรู้ของตนมากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน เช่น การเปิดรับฟังสื่อวิทยุประเภทรายการเพลง นอกจากผู้รับสารจะรับความบันเทิงจากรายการแล้ว ผู้รับสารยังให้ความสนใจในการรับฟังสาระความรู้ต่าง ๆ ที่สอดแทรกในรายการด้วย ไม่ว่าจะเป็นสาระน่ารู้เกี่ยวกับเพลง ความเคลื่อนไหวข่าวสารด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมืองหรือข่าวสารด้านบันเทิง กีฬาหรือความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ เป็นต้น เพื่อนำสาระความรู้ที่ได้นำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันของผู้รับสารเอง

จากแนวคิดข้างต้นสรุปได้ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นคุณสมบัติภายนอกของผู้รับสารที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเพศ อายุ ระดับการศึกษา ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคมและรายได้ที่แตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อหรือพฤติกรรมในการสื่อสารที่แตกต่างกัน นอกจากนี้โครงสร้างภายใน (Internal Structure) ของผู้รับสาร อาทิเช่น ความเชื่อ ทศนคติ แนวความคิด ค่านิยม สภาวะอารมณ์และจิตใจที่แตกต่างกันของผู้รับสารย่อมที่จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

4. แนวคิดเกี่ยวกับความแตกต่างของผู้รับสาร

นอกจากการศึกษาถึงความเหมือนหรือใกล้เคียงกันในเรื่องของคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมในการสื่อสารหรืออิทธิพลของสื่อต่อกลุ่มผู้รับสารที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่เหมือนกันยังมีประเด็นเกี่ยวกับความแตกต่างทางสังคม (Social Differentiation) ของผู้รับสารในกลุ่มประชากรเดียวกันด้วย กล่าวคือ แม้คุณสมบัติที่มองเห็นจากภายนอกของกลุ่มผู้รับสารจะใกล้เคียงกัน แต่โครงสร้างภายใน (Internal Structure) อาทิเช่น ทศนคติ ความเชื่อ ประสบการณ์ สภาวะทางอารมณ์และจิตใจ อาจจะแตกต่างกันซึ่งเป็นผลโดยตรงมาจากอิทธิพลของสื่อมวลชนหรืออิทธิพลโดยอ้อมของสื่อมวลชนได้ ดังนั้นการเลือกใช้สื่อที่แตกต่างกันของผู้รับสารอาจเป็นผลจากสาเหตุของความแตกต่างกันของโครงสร้างภายในของผู้รับสารได้

5. แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกสรรข่าวสารของผู้รับสาร

แนวคิดนี้เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้รับสารในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับข่าวสารนี้ อาจพิจารณาในหัวข้อต่อไปนี้

5.1 การเลือกสรรในการรับสาร (Selective Process) กระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารถือว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ตามความต้องการ ความเชื่อ ทักษะ ความรู้สึก นึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน การเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสาร ในการรับรู้ของมนุษย์ประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ขั้น ดังนี้ คือ

5.1.1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective exposure or Selective attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งไปแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกรับฟังรายการวิทยุรายการใดรายการหนึ่ง โดยการเลือกเปิดรับข่าวสารนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ เช่น ทักษะของผู้รับสาร ปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจและลักษณะอีกหลายประการ

5.1.2 การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective perception or Selective interpretation) เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารแต่ละคนอาจตีความข่าวสารขึ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ผู้รับสารจะเลือกรับรู้และตีความหมายตามความเข้าใจของตัวเองหรือตามทักษะ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น

5.1.3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจของตนเอง Charles Atkin ได้ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสารและความบันเทิงจากความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจากความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก และถ้าหากเป็นเรื่องที่บุคคลอยากรู้มากและมีความไม่แน่ใจสูง ปัจเจกบุคคลยิ่งต้องการข่าวสารที่ให้ความรู้และความแน่ใจมากขึ้น และความไม่สอดคล้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ในขณะนั้นของปัจเจกบุคคลกับความรู้ที่ตนต้องการจึงทำให้ปัจเจกบุคคลเกิดความต้องการข่าวสารมากขึ้น ส่วนทางด้านความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความสนุกสนานบันเทิงที่เกิดจากความไม่สอดคล้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลในขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่ตนคาดหวังไว้ จึงมีผลให้เกิดการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาและเพื่อได้รับการตอบสนองด้านความบันเทิงมากขึ้น แนวคิดดังกล่าวของ Charles Atkin เกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารนั้นเห็นได้ว่า ปัจเจกบุคคลนอกจากแสวงหาข่าวสารแล้วยังมีเลือกเปิดรับสารเพื่อสนับสนุน

ทัศนคติหรือความคิความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว และยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสารหรือเฉยเมยต่อข่าวสารหรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้นก็ขึ้นอยู่กับผลตอบแทนที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับจากการเลือกเปิดรับสื่อ นั้น ๆ ด้วยว่าคนจะได้รับข่าวสารความรู้ความบันเทิงมากน้อยเพียงใด

โดยสรุปกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสารจะประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน คือ การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ, การเลือกรับรู้หรือตีความและกระบวนการเลือกจดจำ ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความเชื่อ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดของผู้รับสาร ฯลฯ เป็นต้น

6. แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคล

จากการศึกษาของ Merrill และ Lowenstein ได้สรุปถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกเปิดรับสื่อนั้น เกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

6.1 ความเหงา สื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ

6.2 ความอยากรู้อยากเห็น โดยการเริ่มจากสิ่งที่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่ไกลตัวตามลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะตอบสนองในสิ่งเหล่านี้ได้

6.3 เพื่อประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์มีพฤติกรรมในการที่จะเสาะแสวงหาและใช้ประโยชน์ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อให้ตัวเองสะดวกสบายหรือเพื่อการผ่อนคลายหรือความสนุกสนานบันเทิงหรือให้ความรู้แก่ตนเอง

6.4 ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

7. แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคข่าวสาร

แนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในฐานะผู้บริโภคข่าวสารได้อธิบายไว้ว่า มนุษย์เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ดังนี้

7.1 เพื่อทราบความเป็นไปของเหตุการณ์รอบตัว ทำให้เป็นคนรอบรู้เหตุการณ์ ทันสมัยอยู่เสมอ ซึ่งการได้รับข่าวสารต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยให้ผู้รับสารสามารถตัดสินใจในการดำเนินชีวิตหรือดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่น

7.2 เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและที่มีอยู่รอบตัวทั้งใกล้และไกล

7.3 เพื่อสร้างความรู้สึกรักที่ก่อให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เราได้รับความต้องการนั้น

7.4 เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความบันเทิง หรือเพื่อหนีความเป็นจริงที่เผชิญอยู่ชั่วขณะไปสู่อารมณ์จินตนาการจากภาพยนตร์ ละครหรือดนตรี เพื่อเป็นการผ่อนคลายความเครียดให้กับตนเอง

นอกจากนี้ปัจจัยเชิงจิตที่ให้ผู้รับสารเปิดรับข่าวสารสื่อมวลชนนั้นมีอยู่ 3 ปัจจัยหลัก คือ ความเหงา (Loneliness) โดยการใช้สื่อชนิดต่าง ๆ เป็นเครื่องแก้เหงา เพราะสามารถเรียกหาได้ตลอดเวลา และสนองความต้องการได้เสมอ, ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) สื่อมวลชนสามารถสนองความอยากรู้อยากเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปรอบตัว เพราะธรรมชาติของมนุษย์นั้นมีความอยากรู้อยากเห็นตลอดเวลา และความอยากได้ประโยชน์เพื่อตนเอง (Self-Aggrandizement) เช่น การเปิดรับข่าวสารเพื่อให้เป็นคนมีความรู้ความทันสมัย เพื่อสนับสนุนความคิดทัศนคติและความเชื่อของตนเอง เพื่อช่วยในการตัดสินใจเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง ฯลฯ

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่มีส่วนผลักดันให้ปัจเจกบุคคลเกิดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแล้ว การที่เราจะทราบถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของปัจเจกบุคคลนั้นได้มีการกำหนดแนวคิดในการวัดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ โดยแมคเคลอด (McLeod, 1990) ได้เสนอแนวคิดว่าการวัดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อนั้น มีตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ (Media exposure) ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 แบบ คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)

2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน แต่การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบที่ได้รับจากผู้ฟังนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น เวลาว่างที่มีอยู่ของผู้ฟัง, ความสนใจของผู้ฟังและการมีสื่อใกล้ตัวของผู้ฟัง (Availability of the Medium)

ดังนั้นคำตอบเกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักไม่ได้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ดังนั้นจึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อ โดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น โดยการวัดความถี่ของการรับฟังรายการเพลงทางวิทยุ การวัดความถี่ของการรับฟังรายการข่าวทางวิทยุ เป็นต้น

ทางด้านทัศนคติของผู้รับสารก็มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อและมีผลซึ่งกันและกัน กล่าวคือ ทัศนคติเกี่ยวข้องกับบุคคลเกี่ยวข้องกับความรู้สึกและความต้องการที่จะปฏิบัติหรือกระทำการบางอย่างใดอย่างหนึ่งกับสิ่งต่าง ๆ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ และนอกจากนี้ในเรื่องของทัศนคติก็สามารถนำมาเป็นกรอบในการอธิบายถึงผลของการเกิดความพึงพอใจของผู้รับสารได้ด้วยเช่นกัน ความรู้สึกพฤติกรรมและการปฏิบัติของมนุษย์มาจากทัศนคติและบรรทัดฐานของสังคมถือว่าทัศนคติเป็นตัวแปรที่อยู่ระหว่างการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่าง ๆ

นิวคัม (Newcomb, 1987) กล่าวว่า ทัศนคติ ซึ่งมีอยู่เฉพาะคนนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งแวดล้อม โดยแสดงออกพฤติกรรมเป็นไปได้ 2 ลักษณะคือ ลักษณะชอบหรือพึงพอใจ ซึ่งทำให้ผู้อื่นเกิดความรักใคร่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น ๆ หรืออีกลักษณะหนึ่งแสดงออกในรูปของความไม่พอใจและไม่อยากใกล้ชิดสิ่งนั้น

นัม (Mun. 1972) กล่าวว่า ทศนคติ คือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อ สิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบันและข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลให้บุคคลพร้อมที่จะ แสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอด

จระไน แกลโกสล (ม.ป.พ.) กล่าวว่า ทศนคติเป็นความโน้มเอียงในการประเมินสัญลักษณ์ วัตถุหรือแง่มุมใดมุมหนึ่งของโลกในลักษณะที่เราชอบหรือไม่ชอบ ทศนคติเป็นสิ่งที่ครอบคลุมถึงทั้ง ความรู้และความรู้สึกทั้งในแง่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกและอารมณ์ต่าง ๆ ส่วนทศนคติที่เกี่ยวกับความรู้ หมายถึงส่วนที่ได้รับอิทธิพลจากเหตุผลและความรู้ตามที่เป็นจริงและรวมไปถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ลักษณะการแสดงออก การมีปฏิกิริยาตอบกลับตลอดจนการประพฤติปฏิบัติต่าง ๆ

ทศนคติ โดยทั่วไปประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านความรู้เชิงประเมินค่า (Cognitive Component or Beliefs) องค์ประกอบ ทางด้านความรู้ ความเข้าใจ รวมทั้งความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่เรามีทศนคติว่า ดี มีประโยชน์หรือเลว มีโทษ และเป็นองค์ประกอบแรกของการมีทศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ถ้าเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ เลย เราจะมี ทศนคติต่อสิ่งนั้นไม่ได้

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึกนี้เป็น การแสดงความรู้สึกหรืออารมณ์ต่อสิ่งที่เรามีทศนคติ สิ่งที่เป็นเครื่องชี้ขาดว่าบุคคลจะมีความรู้สึกหรือ อารมณ์ต่าง ๆ ที่มาผลักดันโดยบุคคลไม่รู้ตัว

3. องค์ประกอบทางด้านความพร้อมที่จะแสดงออก (Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบ สุดท้ายของทศนคติ เป็นความพร้อมที่จะแสดงออกต่อสิ่งที่ตนมีทศนคติ เป็นการแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งที่ บุคคลมีทศนคติ โดยได้รับอิทธิพลจากความเชื่อและความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น

จากแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของบุคคล สามารถสรุปได้ว่าการเปิดรับ สื่อของบุคคลเกิดจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ อาทิเช่น เกิดจากความเหงา การต้องการความผ่อนคลาย ต้องการความสนุกสนานบันเทิง รวมไปถึงความต้องการในการแสวงหาประโยชน์ให้กับตนเองทั้งใน ด้านข่าวสารความเป็นไปรอบ ๆ ตัวและสนองความพึงพอใจของตนเอง ทศนคติของผู้รับสารเป็นปัจจัย อีกด้านหนึ่งที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การที่ผู้รับสารมีทศนคติหรือความคิดเห็นที่ดี หรือไม่ดีย่อมมีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ นอกจากนี้ในการวัดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ แมคคอด (McLeod. 1990) ได้เสนอปัจจัยในการชี้วัด 2 ประการ คือ วัดเวลาที่ใช้กับสื่อและวัดจากความถี่ ของการใช้สื่อ

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

(Uses and Gratifications Theory)

1. ความหมายของความพึงพอใจ

การศึกษาเรื่องของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ สิ่งที่มีความสำคัญที่สุดคือผู้รับสาร เนื่องจากผู้รับสารเป็นผู้กระทำการสื่อสาร เป็นผู้เลือกใช้สื่อต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อสนองความต้องการของตนเอง สิ่งเหล่านี้เองคือแรงจูงใจให้มีผู้สนใจและกล่าวไว้เป็นแนวคิดและตั้งเป็นทฤษฎีไว้ดังนี้

ความหมายของคำว่า "ความพึงพอใจ" จากหนังสือ Longman Dictionary of Contemporary English (Gadsby. 2001) ได้มีการอธิบายความหมายไว้ว่า ภาวะที่มีความพอใจหรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ

แมคคัมและเบกเคอร์ (Mccombs and Becker. 1991) อธิบายว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกันไปและเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้เลือกที่จะใช้สื่อต่างประเภทกัน ซึ่งคำว่าเหตุผลหมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อเหล่านั้น สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องเฉพาะของแต่ละบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ (Gratifications)

ดีเฟลและดีนิส (Defleur and Denis. 1981) อธิบายว่า การศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างความเข้าใจว่าอะไรและทำไมบุคคลหนึ่ง ๆ จึงสนใจในการใช้สื่อและในส่วนของเนื้อหาของสื่อก็ทำหน้าที่ในการสนองความต้องการของแต่ละบุคคล และสร้างความพึงพอใจแก่บุคคลนั้น ๆ องค์ประกอบที่เกี่ยวกับเนื้อหา ชนิดของสื่อแต่ละประเภท สถานการณ์รอบ ๆ ตัวและองค์ประกอบด้านสังคมเป็นองค์ประกอบที่มีผลต่อการเปิดรับสารและมีอิทธิพลต่อลักษณะของความพึงพอใจและผลตอบแทนที่ได้รับด้วย

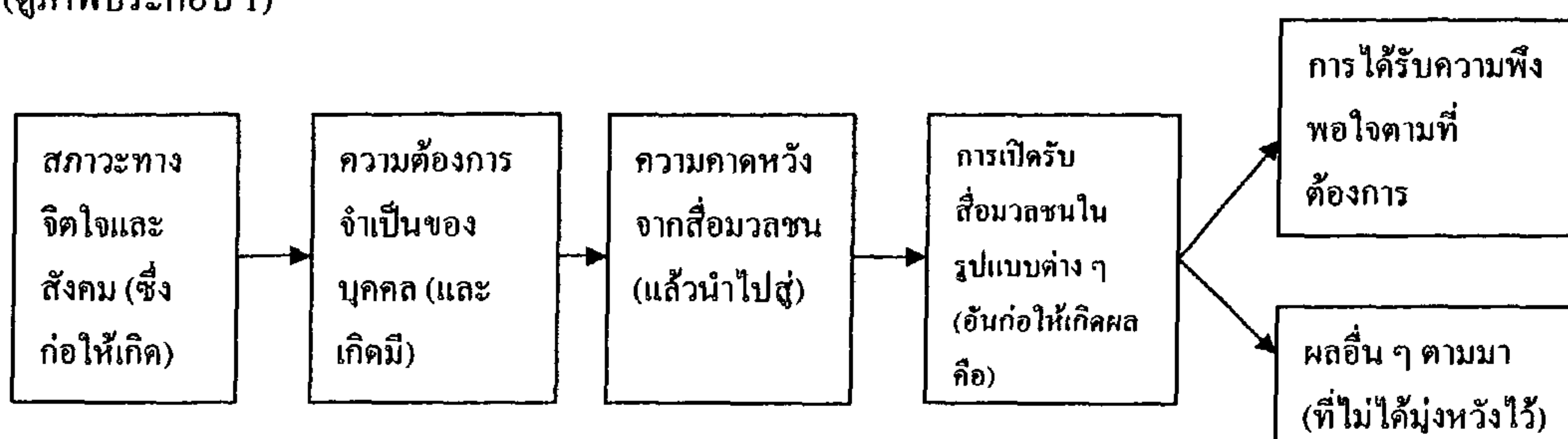
สำหรับความหมายของคำว่า ประโยชน์ (Uses) กับ ความพึงพอใจ (Gratification) โรเซ็นกรีน (Rosengren. 1985) อธิบายว่า คำ 2 คำนี้มีความสัมพันธ์กันใน 2 ลักษณะคือ การได้รับประโยชน์จากการเปิดรับสื่อ มีผลนำไปสู่การเกิดความพึงพอใจของผู้รับสาร ได้และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ก็เป็นได้ ซึ่งอาจศึกษาเฉพาะตัวใดตัวหนึ่งโดยมีเป้าหมายถึงทั้ง 2 ตัวได้ เช่นเดียวกับแนวคิดของปามกรีนและเรย์เบิร์น (Palmgreen and Rayburn. 1984) อธิบายว่า ความพึงพอใจสามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็น คือ

1. ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ผลจากความเชื่อ ความคาดหวังของบุคคลตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะพึงให้ได้ อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อ

2. ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับหลังจากการเปิดรับสื่อหรือเนื้อหาของสื่อประเภทต่าง ๆ ซึ่งจะย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงตามความเชื่อเดิม

2. แบบจำลองเกี่ยวกับแนวคิดการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

เคทและคณะ (Katz and other. 1955) อธิบายว่า การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของผู้รับสารนั้น การศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ นำไปสู่การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผล คือ การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและผลอื่น ๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ (ดูภาพประกอบ 1)



ภาพประกอบ 1 แบบจำลองเกี่ยวกับแนวคิดการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

แมคเควลและคณะ (Mcquail and other. 1993) ได้กล่าวถึงทัศนะของผู้รับสารในการใช้สื่อมวลชนกับการตอบสนองความพึงพอใจ อันเป็นปัจจัยหนึ่งของแรงจูงใจที่ทำให้เกิดพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อว่าจุดมุ่งหมายของการใช้สื่อมวลชนของผู้รับสารนั้นสามารถแบ่งได้หลายด้านด้วยกัน ดังนี้

2.1 ทางด้านสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและของโลก

1.2 เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในทางปฏิบัติหรือความคิดเห็นและการตัดสินใจ

1.3 สนองต่อความอยากรู้อยากเห็นและสนองต่อความสนใจ

1.4 ให้การเรียนรู้เป็นการศึกษด้วยตนเอง

1.5 เพื่อความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. เพื่อสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 ให้แรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 ให้ตัวแบบทางพฤติกรรม

- 2.3 แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
- 2.4 มองทะลุลึกเข้าไปภายในตัวเอง
- 3. เพื่อการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.1 มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - 3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่นและเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - 3.3 นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.4 ใช้แทนเพื่อน
 - 3.5 ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - 3.6 สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและสังคม
- 4. เพื่อความบันเทิง
 - 4.1 เพื่อการหลีกหนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - 4.2 เพื่อการผ่อนคลาย
 - 4.3 ได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้และได้รับความสนุกสนานทางสุนทรียะ
 - 4.4 ได้มีอะไรทำเพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - 4.5 เพื่อเป็นการปลดปล่อยอารมณ์
 - 4.6 เป็นการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ โคมินิค (Dominick Joseph R.,1994) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเหตุผลในการใช้สื่อมวลชนของบุคคลไว้ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) คือ การที่ผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็นและความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ ข่าวสาร ความรู้และความบันเทิง
2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) คือ เพื่อตอบสนองความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ กัน
 - 2.1 เพื่อการกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น อีกทั้งเพื่อลดความเบื่อหน่าย
 - 2.2 เพื่อการพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันลง
 - 2.3 เพื่อการปลดปล่อยอารมณ์ (Emotion Release)
3. เพื่อประโยชน์ทางด้านสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคมและความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

3.1 การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัยโดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวเชื่อมโยงความเป็นกลุ่มเหล่านั้น ซึ่งผู้รับสารอาจจะมีการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ ๆ ทั้งนี้เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน

3.2 สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) จากสภาพสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้าแต่ปัจเจกชนกลับรู้สึกโดดเดี่ยวในสังคม ดังนั้นปัจเจกชนจึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนหรืออย่างน้อยก็มีการใช้สื่อมวลชนในการแสวงหาเพื่อน ดังจะเห็นได้ในปัจจุบันที่คนส่วนใหญ่ในสังคมอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ไว้เป็นเพื่อนแก้เหงา

4. การผลจากสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ อาทิเช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จเพื่อจะได้ไปชมโทรทัศน์ เป็นต้น

โดยสรุปทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เป็นการอธิบายถึงเหตุผลที่ทำให้บุคคลเลือกใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อแตกต่างกันไป เป็นเหตุผลเกี่ยวกับการที่สื่อมวลชนสามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเกิดจากสภาวะทางสังคมและจิตใจของบุคคลที่ต้องการทั้งด้านความรู้ข่าวสาร ความต้องการมีส่วนร่วมในสังคม ความต้องการสื่อเพื่อความบันเทิง เพื่อคลายความเหงา ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจให้บุคคลเกิดการคาดหวังจากสื่อมวลชน โดยการเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ และมีผลให้ตนได้รับการตอบสนองความพึงพอใจและได้รับประโยชน์อื่น ๆ ตามมาหรืออีกนัยหนึ่งสามารถสรุปได้ว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารเพื่อสนองความพึงพอใจของตน โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนเองต้องการอะไรจากสื่อมวลชน โดยจะพิจารณาจากความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการเปิดรับข่าวสารนั่นเอง

4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

ปัญญา เป้นเพ็ชร (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ต่อยุทธศาสตร์การวิจัยที่ผลิตโดยศูนย์ผลิตรายการและข่าวกรมตำรวจ (ศผช.ตร.)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ที่มีต่อยุทธศาสตร์ “ประชาชน 1599” และรายการข่าวต้นชั่วโมง ทั้งในแง่ของพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ, ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการ จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจที่มีต่อยุทธศาสตร์และการใช้ประโยชน์จากรายการนั้น กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความพึงพอใจในรายการทั้งด้านเนื้อหาและการนำเสนอ และมักใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อผ่อนคลายอารมณ์และนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ อายุ การศึกษาและอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการจากการผลิตของ ศผช. ตร. และพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการ อันได้แก่ ลักษณะการรับฟังและระยะเวลาที่ติดตามรับฟัง

ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการจากการผลิตของ ศผบ. ดร.

พรนภา แก้วลาย (2539) ได้ศึกษา “ความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้น ชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร” ผลจากการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีในช่วงเวลา 06.00 น. โดยสถานที่รับฟังคือบ้าน ขณะนั่งหรือขับรถยนต์และสนใจข่าวการเมืองมากที่สุด พฤติกรรมภายหลังจากการรับฟังกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำข่าวสารที่ได้รับไปพูดคุยแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่นอาทิตย์ละครั้ง สำหรับเรื่องความต้องการข่าวสารและการคาดหวังความพึงพอใจในการรับฟังมีสูงถึง ร้อยละ 99.4 โดยมีการคาดหวังเพื่อการติดตามข่าวมากที่สุด

จาระไน แกลโกศล (ม.ป.พ.) ได้ทำวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟังวิทยุของชาว กรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำทุกวันมากถึง 45 % ผู้ที่ฟังเกือบทุกวันมีถึง 27 % มีผู้ที่ฟังเพียงบางครั้งบางคราว 21 % และมีผู้ที่ฟังเฉพาะวันหยุดเพียง 4 % สำหรับสิ่งที่ผู้ฟังต้องการให้มีในรายการวิทยุ ได้แก่ ความต้องการให้รายการนำเสนอเพลงให้มาก ๆ 14 % ต้องการด้านข่าว 9 % ต้องการสาระความรู้ 7 % นอกจากนี้สิ่งที่ผู้ฟังต้องการจากรายการวิทยุ ได้แก่ ความต้องการเกี่ยวกับรายการเพลง ความต้องการด้านข่าว ความต้องการด้านสาระและความรู้ ความต้องการเกี่ยวกับรายการประเภทที่ผู้ฟังมีส่วนร่วม ความต้องการรายการเพื่อสังคม ความต้องการรายการประเภทบันเทิง และเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ

4.2 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ

การศึกษาของ เซียร์และฟรีแมน (Scars and Freedman. 1967) เรื่อง “*Selective Exposure to Information : A Critical Review*” เกี่ยวกับการเลือกเปิดรับฟังข่าวสารและเรื่องราวเกี่ยวกับสาธารณสุขของบุคคล พบว่ากลุ่มตัวแปรทางด้านบุคคลที่เป็นตัวทำนายพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนที่ดีที่สุดคือ ระดับการศึกษาและระดับชั้นทางสังคม

การศึกษาของ โรบินสัน (Robinson. 1972) เรื่อง “*Mass Communication and Information Diffusion*” พบว่า ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล โดยกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการใช้สื่อและมีระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารต่างกันไปด้วย กล่าวคือกลุ่มคนที่มีความรู้สูงเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารเป็นอย่างดีและแสวงหาข่าวสารต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนเองให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน

การศึกษาของ เซลฟ (Self. 1988) เรื่อง “*Perceived Task of News Report As A Predictor of Media Choice*” พบว่า การศึกษาและรายได้เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อหรือการเลือกสื่อ

การศึกษาของ โบการ์ธและคณะ (Bogart and other. 1968) เรื่อง “The Mass Media and The Blue-collar Worker” พบว่า ความคาดหวัง แรงงูใจ มีบทบาทสำคัญต่อการบริโภคสื่อ

การศึกษาของ เฮร์โซส (Herzog. 1974) เรื่อง “What do we really know about daytime serial listeners” พบว่า มีความพึงพอใจ 3 ชนิดที่มีความสัมพันธ์กับการฟังละครวิทยุ นั่น คือ การได้รับการปลดปล่อยทางอารมณ์ ทำให้เกิดความคิดเพ้อฝัน (Wishful Thinking) และการได้รับคำแนะนำจากการที่ “ได้รับฟังละครวิทยุ

การศึกษาของเกนท์ (Gantz. 1978) เรื่อง “How Uses and Gratifications Effect Recall of Television News” พบว่า ความพึงพอใจที่เด็กวัยรุ่นคาดหวังที่จะได้รับจากการใช้สื่อในด้านดนตรีหรือการฟังเพลง คือ ความรู้สึกว่าได้พักผ่อน ได้รับความตื่นเต้นและได้รับความสุขจากการฟังเพลง เด็กวัยรุ่นมีการใช้สื่อเกี่ยวกับดนตรีเพื่อวัตถุประสงค์หลายประการ อันได้แก่ สร้างความสนุกสนานให้เป็นเพื่อน ให้สร้างภาพลักษณ์ของตนเองต่อคนอื่น ๆ เพื่อสร้างความสนใจ เพื่อแยกตัวออกจากพ่อแม่ เพื่อความรู้สึกที่ปลอดภัยในสภาพแวดล้อมที่แปลกถิ่น เพื่อหนีจากความเป็นจริง เพื่อสร้างอารมณ์บางอย่าง เพื่อหลบเลี่ยงอื่น เพื่อสร้างมโนภาพ เพื่อฆ่าเวลา เพื่อเป็นการพักผ่อน เพื่อเป็นการยอมรับในกลุ่มเพื่อนและเป็นหัวข้อในการสนทนา

การศึกษาของ คีพเพกและมูเรย์ (Kippax and Murray. 1980) เรื่อง “Using The Mass Media : Need Gratifications and percieved Utility” พบว่า ความพึงพอใจต่อสื่อมี 5 ชนิด มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการเปิดรับฟังสื่อทั้ง 5 ชนิด

การศึกษาของ เคท,บลัมเลอร์และกูเรวิทช์ (Katz, Blumler and Gurevitch. 1982) เรื่อง “Utilization of Mass Communication by The Individual” พบว่า ความพึงพอใจของผู้รับสารได้รับมาน้อย 3 แหล่งด้วยกัน คือ จากเนื้อหาของสื่อ จากพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและจากเนื้อหาทางด้านสังคมที่เป็นแบบอย่างต่อสถานการณ์ในการเปิดรับสื่อที่แตกต่างออกไป นอกจากนี้การใช้สื่อเพื่อต้องการคลายความเครียดหรือต้องการที่จะใช้สื่อเพื่อเป็นการฆ่าเวลา ก็เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับสารเช่นกัน

การศึกษาของ ชอยท์และเบคเกอร์ (Choi and Becker. 1987) เรื่อง “Media Use, Issue/Image Discriminations, and Voting” พบว่า แรงงูใจที่ต่างกันนำไปสู่พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน แรงงูใจดังกล่าวแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ แรงงูใจเพื่อแสวงหาข่าวสาร แรงงูใจเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และแรงงูใจเพื่อการสร้างเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งคำว่า แรงงูใจ ในที่นี้หมายถึง แนวความคิดโดยสรุปที่ครอบคลุมทั้งการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ

โดยสรุป สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทหน้าที่ในการให้ข่าวสาร ให้ความรู้ การศึกษาและการให้ความบันเทิง ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการ เพื่อให้ประโยชน์และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับสาร การที่จะให้ประโยชน์สร้างความพึงพอใจสามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับสารให้มีประสิทธิภาพสูงสุคนั้น การกำหนดรูปแบบหรือแนวทางในการผลิตรายการวิทยุ โดยเฉพาะ

รายการวิทยุประเภทรายการเพลง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการนำเสนอรายการ เนื้อหาและองค์ประกอบอื่น ๆ ของรายการ ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการผลิตสื่อที่มีคุณภาพแก่ผู้ฟัง นอกจากปัจจัยทางด้านสื่อวิทยุเองแล้ว ปัจจัยทางด้านผู้รับสารก็มีความสำคัญและมีผลทำให้การสื่อสารนั้นลื่นไหลหรือประสบผลสำเร็จได้ และการได้รับการตอบสนองความต้องการ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับของผู้รับสารก็มีความแตกต่างกันออกไปด้วยเช่นกัน เนื่องจากความแตกต่างของผู้รับสารในองค์ประกอบด้านต่าง ๆ ทั้ง องค์ประกอบภายนอกของผู้รับสาร คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์และองค์ประกอบภายใน อันได้แก่ ความแตกต่างทางด้านความคิด ทักษะคิด พื้นฐานประสบการณ์ ค่านิยม สังคม วัฒนธรรม สภาพทางด้าน อารมณ์และจิตใจที่แตกต่างกัน กระบวนการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน (Selective Process) และมีความ ต้องการที่แตกต่างกันของผู้รับสาร ก็ย่อมที่จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน และมีผลให้ บุคคลมีการใช้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจจากการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาค้นคว้า โดยกำหนดเป็นลำดับขั้น ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า
3. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประมงสงเคราะห์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประมงสงเคราะห์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 1,146 คน (ข้อมูลจำนวนข้าราชการและลูกจ้างประจำที่ปฏิบัติหน้าที่ในปีงบประมาณ 2543-2544 จากกองการเจ้าหน้าที่ กรมประมงสงเคราะห์)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประมงสงเคราะห์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประมงสงเคราะห์ จำนวน 294 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยนำรายชื่อข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานตามกองต่าง ๆ ที่อยู่ในกรมประมงสงเคราะห์ จำนวน 1,146 คน จำแนกตามลักษณะของหน่วยงานเป็นกลุ่ม ได้ 21 กลุ่ม มีกลุ่มละ 24 คน จำนวน 17 กลุ่ม และ กลุ่มละ 23 คน จำนวน 4 กลุ่ม

2.2 คำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของ Taro Yamane กำหนดขนาดของตัวอย่างประชากรและกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างคิดเป็นร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 294 คน

2.3 แบ่งกลุ่มข้าราชการและเจ้าหน้าที่ตามหน่วยงานระดับกอง ที่กรมประมงสงเคราะห์ได้จัดไว้ จำนวน 21 กลุ่ม

2.4 คำนวณหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการในแต่ละหน่วยงานของกรมประมงสงเคราะห์ โดยกำหนดให้แต่ละกลุ่มมีจำนวนกลุ่มเท่า ๆ กัน ซึ่งจะได้กลุ่มละ 14 คน

2.5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับสลาก สุ่มเลือก หน่วยงานที่ต้องการกลุ่มตัวอย่าง กองละ 14 คน จากลำดับรายชื่อหน่วยงานกรมประชาสงเคราะห์ใน หนังสือรายงานประจำปี 2545 ของกรมประชาสงเคราะห์ ซึ่งจะได้กลุ่มตัวอย่าง 294 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อสำรวจความพึงพอใจ ความต้องการและประโยชน์ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์ที่มีต่อคุณภาพของรายการ "เสียงตามสาย" ของกรมประชาสงเคราะห์ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และแบบปลายเปิด ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

- ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับฟังรายการ "เสียงตามสาย"
- ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการรับฟังรายการ "เสียงตามสาย"
- ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟังรายการ "เสียงตามสาย"
- ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ "เสียงตามสาย" โดยแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ เอกสารสิ่งพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายของการวิจัยที่ต้องการ
2. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ และสอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอกกรรมการควบคุมสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อแก้ไขและปรับปรุงส่วนที่บกพร่อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. นำหนังสือราชการเพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไปถึงอธิบดีกรมประชาสงเคราะห์
2. ติดต่อกรมประชาสงเคราะห์ในการดำเนินการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม
3. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 294 ชุด ได้กลับคืนมา จำนวน 286 ชุด แบบสอบถามที่ได้รับคืน คิดเป็นร้อยละ 97.3

4. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์และบันทึกข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้แบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้ จำนวน 286 ฉบับ แล้วนำมาจัดกระทำเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. นำแบบสอบถามตอนที่ 1 มาแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ
2. นำแบบสอบถามตอนที่ 2, 3 และ 4 มาตรวจให้คะแนน โดยกำหนดค่าน้ำหนักออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคิร์ท (Likert) วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย กำหนดเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้ (Best. 1982 : 174)

4.51 – 5.00 หมายถึงมีความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ประโยชน์ระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึงมีความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ประโยชน์ระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึงมีความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ประโยชน์ระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึงมีความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ประโยชน์ระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึงมีความพึงพอใจ/ ความต้องการ/ประโยชน์ระดับน้อยที่สุด

3. นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แยกตามความมุ่งหมาย ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลและหาค่าสถิติต่าง ๆ ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้โปรแกรมชุดสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS/PC) กับเครื่องคอมพิวเตอร์

3.1 คำนวณค่าเฉลี่ยของข้อมูล

3.2 คำนวณส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. นำค่าเฉลี่ยที่ได้จากข้อที่ 3 ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ สำหรับแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามข้อ 2

5. แบบสอบถามตอนที่ 5 ใช้วิธีรวบรวมข้อความแจกแจงความถี่ แล้วสรุปเป็นความเรียงตามลำดับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าสถิติพื้นฐาน (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2522 : 64) ดังนี้

1. ค่าร้อยละ
2. ค่าเฉลี่ย
3. ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจ ความต้องการและประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย” ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์ การวิจัยครั้งนี้ศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์จำนวน 294 คน (แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาจำนวน 286 ชุด)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอโดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ “เสียงตามสาย”

การนำเสนอข้อมูลในตารางรวมในบางรายการ ข้อมูลอาจมากกว่าหรือน้อยกว่า 286 เนื่องจากมีแบบสอบถามบางข้อผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ หรือข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกตอบ (Missing Value)

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 1 ร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคลของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประมงสงเคราะห์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	286	100
ชาย	95	33.22
หญิง	191	66.78
2. อายุ	286	100
อายุ 21-30 ปี	71	24.82
อายุ 31-40 ปี	81	28.32
อายุ 41-50 ปี	122	42.66
อายุ 50 ปี ขึ้นไป	12	4.20
3. การศึกษา	286	100
มัธยมศึกษา / ปวช.	40	13.99
อนุปริญญา / ปวส.	67	23.43
ปริญญาตรี	135	47.20
สูงกว่าปริญญาตรี	44	15.38
4. ตำแหน่ง	286	100
นักบริหาร	67	23.43
นักสังคม	140	48.95
ลูกจ้าง	79	27.62
5. อายุงาน	286	100
0-5 ปี	56	19.58
6-10 ปี	86	30.07
11-15 ปี	48	16.78
16 ปีขึ้นไป	96	33.57
7. ความถี่ในการฟัง	286	100
ฟังทุกวันทำการ	173	60.49
สัปดาห์ละ 3-4 วัน	91	31.82
สัปดาห์ละ 1-2 วัน	22	7.69

ตาราง 1 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
8. ช่วงเวลาในการเลือกรับฟัง	687	100
ช่วงเช้า (07.00-09.00 น.)	165	24.02
ช่วงกลางวัน (11.45-13.00 น.)	260	37.85
ช่วงเย็น (16.00-16.30 น.)	262	38.13
9. รายการข่าวที่เคยรับฟัง	739	100
ข่าวสังคม ภาคเช้า (ถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุฯ กรมประชาสัมพันธ์)	201	27.20
ข่าวสังคม ภาคเที่ยง (ถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุฯ กรมประชาสัมพันธ์)	271	36.67
ข่าวกระทรวง ภาคเที่ยง	267	36.13
10. รายการเพลงที่เคยรับฟัง	1224	100
เพลงไทยสากลปัจจุบัน (วันจันทร์)	242	19.77
เพลงไทยและสากลในอดีต (วันอังคาร)	242	19.77
เพลงลูกทุ่ง (วันพุธ)	247	20.18
เพลงสากล (วันพฤหัสบดี)	239	19.53
เพลงทุกประเภท (วันศุกร์)	254	20.75
11. รายการประเภทอื่น ๆ ที่เคยรับฟัง	596	100
สารคดีกรมประชาสัมพันธ์	271	45.47
สารคดีทั่วไป	167	28.02
บทความ	158	26.51

จากตาราง 1 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.78) มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 42.66) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 47.20) รับราชการในตำแหน่งนักสังคมสงเคราะห์ (ร้อยละ 48.95) ปฏิบัติงานมานานตั้งแต่ 16 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 33.57) รับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ทุกวันทำการ (ร้อยละ 60.49) ในช่วงเย็น เวลา 16.00-16.30 น. (ร้อยละ 38.13) รายการข่าวที่เคยรับฟังเป็นข่าวสังคมภาคเที่ยง (ร้อยละ 36.67) รายการเพลงที่เคยรับฟังเป็นรายการเพลงทุกประเภท (ร้อยละ 20.75) รายการอื่น ๆ ที่เคยรับฟังเป็นรายการสารคดีกรมประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 45.47)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตาราง 2 ความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ด้านเทคนิค

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ความชัดเจนของเสียง	3.56	.87	มาก
2. ความน่าสนใจในการเปิดรายการ	3.17	.81	ปานกลาง
3. ความต่อเนื่องของรายการ	3.17	.70	ปานกลาง

จากตาราง 2 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ด้านเทคนิค โดยมีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับความชัดเจนของเสียง พึงพอใจปานกลางเรื่องความน่าสนใจในการเปิดรายการและความต่อเนื่องของรายการตามลำดับ

ตาราง 3 ความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ด้านการดำเนินรายการ

การดำเนินรายการ	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ทำให้ผู้ฟังรู้สึกมีส่วนร่วม	2.86	.66	ปานกลาง
2. แปลกใหม่น่าสนใจ	2.80	.60	ปานกลาง
3. ใช้ภาษาเหมาะสม เข้าใจง่าย	3.11	.45	ปานกลาง
4. ผู้ดำเนินรายการพูดจาคล่องแคล่ว	2.97	.59	ปานกลาง
5. ทันท่วงทีเหตุการณ์	3.37	.58	ปานกลาง
6. ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอรายการ	3.44	.53	ปานกลาง
7. ระยะเวลาในการเสนอรายการข่าว	3.58	.55	มาก
8. ระยะเวลาในการเสนอรายการเพลง	3.64	.57	มาก
9. ระยะเวลาในการเสนอ บทความ/สารคดี	3.39	.66	ปานกลาง

จากตาราง 3 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์พึงพอใจมากเกี่ยวกับระยะเวลาในการเสนอรายการข่าวและเพลง นอกนั้นมีความพึงพอใจปานกลาง

ตาราง 4 ความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ด้านเนื้อหารายการ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. ข่าวสังคมภาคเช้า	3.55	.59	มาก
2. ข่าวสังคมภาคเที่ยง	3.45	.59	ปานกลาง
3. ข่าวกระทรวงฯ	3.29	.56	ปานกลาง
4. เพลงไทยสากลปัจจุบัน(วันจันทร์)	3.31	.53	ปานกลาง
5. เพลงไทยและสากลในอดีต(วันอังคาร)	3.38	.52	ปานกลาง
6. เพลงลูกทุ่ง (วันพุธ)	3.20	.64	ปานกลาง
7. เพลงสากล (วันพฤหัสบดี)	3.26	.57	ปานกลาง
8. เพลงทุกประเภท (วันศุกร์)	3.27	.55	ปานกลาง
9. สารคดีกระทรวงฯ	3.19	.54	ปานกลาง
10. สารคดีทั่วไป	3.12	.56	ปานกลาง
11. บทความ	3.12	.56	ปานกลาง

จากตาราง 4 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของรายการ โดยมีความพึงพอใจเนื้อหาของรายการข่าวสังคมภาคเช้า (07.00-09.00 น.) ในระดับพึงพอใจมากและเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ รายการข่าวสังคมภาคเที่ยง (11.45-13.00 น.) และรายการเพลงไทยและสากลในอดีต (วันอังคาร) อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง ตามลำดับ สำหรับอันดับสุดท้ายที่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์พึงพอใจระดับปานกลาง คือ รายการสารคดีทั่วไปและรายการบทความ

ตาราง 5 จำนวนข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่พึงพอใจต่อรายการเพลง ข่าว สารคดี

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
	216	100
1. เพลง	70	32.41
2. ข่าว	111	51.39
3. สารคดี	35	16.20

จากตาราง 5 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อรายการข่าวมากที่สุด (ร้อยละ 51.39) รองลงมา คือ รายการเพลงและสารคดีตามลำดับ (ร้อยละ 32.41 และ 16.20)

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตาราง 6 ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ให้ปรับปรุงรายการ

รายการที่ต้องการปรับปรุง	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความต้องการ
1. ระยะเวลาในการเสนอข่าวภาคเช้า	3.37	.51	ปานกลาง
2. ระยะเวลาในการเสนอข่าวภาคเที่ยง	3.37	.51	ปานกลาง
3. ระยะเวลาในการเสนอข่าวกระทรวงฯ	3.35	.47	ปานกลาง
4. ระยะเวลาในการเปิดเพลงไทยสากลปัจจุบัน	3.28	.48	ปานกลาง
5. ระยะเวลาในการเปิดเพลงไทยและสากลอดีต	3.26	.48	ปานกลาง
6. ระยะเวลาในการเปิดเพลงลูกทุ่ง	3.26	.48	ปานกลาง
7. ระยะเวลาในการเปิดเพลงสากล	3.21	.60	ปานกลาง
8. ระยะเวลาในการเปิดเพลงทุกประเภท	3.29	.49	ปานกลาง
9. ระยะเวลาในการเปิดสารคดีกระทรวงฯ	3.24	.54	ปานกลาง
10. ระยะเวลาในการเปิดสารคดีทั่วไป	3.19	.51	ปานกลาง
11. ระยะเวลาในการเปิดบทความ	3.16	.55	ปานกลาง
12. เนื้อหาข่าวสังคมภาคเช้า	3.47	.56	ปานกลาง
13. เนื้อหาข่าวสังคมภาคเที่ยง	3.47	.59	ปานกลาง
14. เนื้อหาข่าวกระทรวงฯ	3.31	.59	ปานกลาง
15. เนื้อหาสารคดีกระทรวงฯ	3.30	.53	ปานกลาง
16. เนื้อหาสารคดีทั่วไป	3.23	.56	ปานกลาง
17. เนื้อหาบทความ	3.03	.49	ปานกลาง

จากตาราง 6 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความต้องการให้ปรับปรุงรายการ “เสียงตามสาย” ตามรายการที่ต้องการปรับปรุงในระดับปานกลาง โดยต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหาข่าวภาคเช้าและภาคเที่ยงเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ระยะเวลาในการเสนอข่าวภาคเช้าและภาคเที่ยงตามลำดับ ส่วนเรื่องที่ต้องการให้ปรับปรุงเป็นอันดับสุดท้าย คือ เนื้อหาบทความ

ตาราง 7 จำนวนข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่สะดวกในการรับฟังรายการช่วงต่าง ๆ

ช่วงเวลาที่สะดวกในการรับฟัง	จำนวน	ร้อยละ
	565	100
1. ช่วงเช้า (07.00-09.00 น.)	147	26.02
2. ช่วงเที่ยง (11.45-13.00 น.)	202	35.75
3. ช่วงเย็น (16.00-16.30 น.)	216	38.23

จากตาราง 7 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์สะดวกรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ในช่วงเวลาเย็น คือ 16.00-16.30 น. (ร้อยละ 38.23)

ตาราง 8 ความต้องการเพิ่มเติมของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์ 5 อันดับ

รายการ	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3		อันดับ 4		อันดับ 5	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ข้าราชการประจำสหพันธ์	230	80.42	42	14.69	0	0	0	0	0	0
2. ข้าราชการกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม	42	14.69	230	80.42	0	0	0	0	0	0
3. ข้าราชการ	0	0	0	0	14	4.89	0	0	14	4.89
4. ถ่ายทอดสดประชุมรัฐสภา	0	0	0	0	98	34.27	14	4.89	14	4.89
5. ถ่ายทอดสดพระราชพิธี	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6. ถ่ายทอดสดงานต่าง ๆ	0	0	0	0	14	4.89	0	0	0	0
7. ธรรมะ	0	0	0	0	27	9.45	24	8.39	28	9.79
8. ความรู้ด้านภาษา	14	4.89	0	0	63	22.03	154	53.85	14	4.89
9. กฎหมาย	0	0	14	4.89	28	9.79	49	17.13	83	29.03
10. วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว	0	0	0	0	28	9.79	28	9.79	42	14.69
11. สาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม	0	0	0	0	14	4.89	17	5.95	91	31.82
รวม	286	100	286	100	286	100	286	100	286	100

จากตาราง 8 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์มีความต้องการเพิ่มเติมรายการ 5 อันดับ ดังนี้

1. ความต้องการมากที่สุดของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์ที่เป็นอันดับ 1 คือ รายการข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์

2. ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์ที่เป็นอันดับ 2 คือ รายการสรุปข่าวประจำกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

3. ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์ที่เป็นอันดับ 3 คือ รายการถ่ายทอดสดประชุมรัฐสภา

4. ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์ที่เป็นอันดับ 4 คือ รายการความรู้ด้านภาษา

5. ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์ที่เป็นอันดับ 5 คือ รายการสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม

ตาราง 9 ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้มีในรายการ 3 อันดับ

ประเภทรายการ	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. ข่าว	195	68.18	63	22.03	28	9.79
2. สารความรู้	28	9.79	223	77.97	35	12.24
3. ความบันเทิง	63	22.03	0	0	223	77.97
รวม	286	100	286	100	286	100

จากตาราง 9 พบว่า ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ต้องการให้มีในรายการมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ รายการข่าว ที่เป็นอันดับ 2 คือ รายการประเภทสารความรู้ และอันดับ 3 คือ รายการประเภทเพื่อความบันเทิง

ตาราง 10 ความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่มีต่อรูปแบบของการดำเนินรายการ 3 อันดับ

รูปแบบการดำเนินรายการ	อันดับ 1		อันดับ 2		อันดับ 3	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
1. สัมภาษณ์ในรายการ	14	4.89	21	7.34	0	0
2. พุดคุยในรายการ	118	41.26	14	4.89	0	0
3. รายงานข่าว	140	48.96	41	14.34	0	0
4. สารคดี	0	0	98	34.27	42	14.69
5. รายการเพลง	14	4.89	70	24.47	139	48.60
6. ข่าวสลับเพลง	0	0	42	14.69	105	36.71
รวม	286	100	286	100	286	100

จากตาราง 10 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ต้องการรูปแบบการดำเนินรายการมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ รูปแบบการดำเนินรายงานข่าว อันดับ 2 คือ รูปแบบการดำเนินรายการแบบสารคดี และอันดับ 3 คือ รูปแบบการดำเนินรายการเพลง

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตาราง 11 ประโยชน์ที่ได้รับจากรายการเสียงตามสายที่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับ

ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ	ค่าเฉลี่ย	ความเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับของประโยชน์
1. ใช้เพิ่มพูนความรู้	3.52	.62	มาก
2. นำไปปรับใช้ในการทำงาน	3.47	.55	ปานกลาง
3. ใช้เป็นหัวข้อในการสนทนา	3.40	.52	ปานกลาง
4. ความเพลิดเพลิน	3.37	.55	ปานกลาง
5. เป็นข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่ความรู้ใหม่	3.28	.61	ปานกลาง

จากตาราง 11 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ได้รับประโยชน์มากจากการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” คือ ใช้เพิ่มพูนความรู้ นอกจากนั้นได้รับประโยชน์ระดับปานกลางในเรื่องการนำไปปรับใช้ในการทำงานและใช้เป็นหัวข้อการสนทนา ตามลำดับ สำหรับประโยชน์ที่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับเป็นอันดับสุดท้าย คือ เป็นข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่ความรู้ใหม่

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ “เสียงตามสาย”

ตาราง 12 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
	98	100
1. ช่วงเวลาเดิมที่ออกอากาศดีแล้ว	16	16.33
2. ควรปรับปรุงเนื้อหาสาระให้เหมาะสมกับเวลาและประโยชน์	23	23.47
3. พัฒนาพิธีกรให้เสียงดัง ฟังชัด	11	11.23
4. พัฒนาพิธีกรด้านภาษาอังกฤษ	8	8.16
5. ให้มีการสัมภาษณ์คนสำคัญ(ผู้บริหาร)	2	2.04
6. เปิดเพลงให้มาก ๆ	25	25.51
7. เพลงลูกทุ่งมีน้อยไป	8	8.16
8. ต้องการให้เวลาในการออกอากาศมีทั้งวัน	3	3.06
9. ประกาศบางครั้งไม่เป็นเวลา ทำให้รบกวนการทำงาน	2	2.04

จากตาราง 12 พบว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์มีความเห็นและข้อเสนอแนะว่า ควรเปิดเพลงให้มาก (ร้อยละ 25.51) ควรปรับปรุงเนื้อหาสาระให้เหมาะสมกับเวลาและประโยชน์ (ร้อยละ 23.47) ช่วงเวลาในการออกอากาศเดิมดีแล้ว (ร้อยละ 16.33) พัฒนาพิธีกรในรายการให้เสียงดัง ฟังชัด (ร้อยละ 11.23) พัฒนาพิธีกรในการรายการด้านภาษา (ร้อยละ 8.16) เพลงลูกทุ่งมีน้อยไป (ร้อยละ 8.16) ต้องการให้เวลาในการออกอากาศมีทั้งวัน (ร้อยละ 3.06) ให้มีการสัมภาษณ์คนสำคัญหรือผู้บริหาร (ร้อยละ 2.04) และประกาศบางครั้งไม่เป็นเวลา ทำให้รบกวนการทำงาน (ร้อยละ 2.04)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการให้ความสำคัญกับข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ผลของการศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจ ความต้องการและประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย” ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลจากการวิจัยนี้จะใช้เป็นข้อมูลสำหรับนำมาปรับปรุงการดำเนินงานและพัฒนารายการ “เสียงตามสาย” ต่อไป เพื่อให้ผลการดำเนินงานตามโครงการเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ และสอดคล้องกับความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า

1. เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์ที่มีต่อรายการ “เสียงตามสาย”
2. เพื่อศึกษาถึงความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์จากการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”
3. เพื่อศึกษาถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย” ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในบริเวณกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 1,146 คน (ข้าราชการและลูกจ้างประจำ)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ที่ปฏิบัติหน้าที่ในกรมประชาสัมพันธ์ จำนวน 294 คน (ข้าราชการและลูกจ้างประจำ) ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม เรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย” ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับและแบบปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อประสานงานกับกองการเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อนำแบบสอบถามที่ได้รับปรับปรุงแก้ไขแล้วไปให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์กรอกแบบสอบถามและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 286 ฉบับ แล้วข้อมูลมาวิเคราะห์โดยแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับคำถามปลายเปิดและข้อเสนอแนะอื่น ๆ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการศึกษาครั้งนี้ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายได้ดังนี้

1. ความพึงพอใจในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

1.1 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ด้านเทคนิค โดยมีความพึงพอใจมากเกี่ยวกับความชัดเจนของเสียง พึงพอใจปานกลางเรื่องความน่าสนใจในการเปิดรายการและความต่อเนื่องของรายการตามลำดับ

1.2 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์พึงพอใจมากเกี่ยวกับระยะเวลาในการเสนอรายการเพลงมากและรายการข่าว นอกนั้นมีความพึงพอใจปานกลาง

1.3 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจด้านเนื้อหาของรายการ โดยมีความพึงพอใจเนื้อหาของรายการข่าวสังคมภาคเช้า (07.00-09.00 น.) ในระดับพึงพอใจมากและจัดเป็น

อันดับแรก รองลงมาตามลำดับ คือ รายการข่าวสังคมภาคเที่ยง (11.45-13.00 น.) และรายการเพลงไทยและสากลในอดีต (วันอังคาร) อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง สำหรับลำดับสุดท้ายที่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์พึงพอใจระดับปานกลางเช่นกัน คือ รายการสารคดีทั่วไปและรายการบทความ

1.4 จำนวนข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจต่อรายการข่าวมากที่สุด (ร้อยละ 51.39) รองลงมา คือ รายการเพลงและสารคดีตามลำดับ (ร้อยละ 32.41 และ 16.20)

2. ความต้องการในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

2.1 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความต้องการให้ปรับปรุงรายการ “เสียงตามสาย” ตามรายการที่ต้องการปรับปรุงในระดับปานกลาง โดยต้องการให้ปรับปรุงเนื้อหาข่าวภาคเช้าและภาคเที่ยงเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ ระยะเวลาในการเสนอข่าวภาคเช้าและภาคเที่ยง ตามลำดับ ส่วนเรื่องที่ต้องการให้ปรับปรุงเป็นอันดับสุดท้าย คือ เนื้อหาบทความ

2.2 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์สะดวกรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ในช่วงเวลาเย็น คือ 16.00-16.30 น. (ร้อยละ 38.23)

2.3 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความต้องการเพิ่มเติมรายการ 5 อันดับ ดังนี้

อันดับ 1 คือ รายการข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์

อันดับ 2 คือ รายการสรุปข่าวประจำกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม

อันดับ 3 คือ รายการถ่ายทอดสดประชุมรัฐสภา

อันดับ 4 คือ รายการความรู้ด้านภาษา

อันดับ 5 คือ รายการสาธารณะสุขและสิ่งแวดล้อม

2.4 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ต้องการให้มีรายการข่าวในรายการมากที่สุดเป็นอันดับ 1 รายการประเภทสาระความรู้เป็นอันดับ 2 และอันดับ 3 คือ รายการประเภทเพื่อความบันเทิง

3.5 ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ต้องการรูปแบบการดำเนินรายการมากที่สุดเป็นอันดับ 1 คือ รูปแบบการดำเนินรายการข่าว อันดับ 2 คือ รูปแบบการดำเนินรายการแบบสารคดี และอันดับ 3 คือ รูปแบบการดำเนินรายการเพลง

3. ประโยชน์ในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับประโยชน์มากจากการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย” คือ ใช้เพิ่มพูนความรู้ รองลงมาได้รับประโยชน์ระดับปานกลางในเรื่องการนำไปปรับใช้ในการทำงานและใช้เป็นหัวข้อการสนทนาตามลำดับ สำหรับประโยชน์ที่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับเป็นอันดับสุดท้าย คือ เป็นข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำไปสู่ความรู้ใหม่

4. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ “เสียงตามสาย”

ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความคิดเห็นและว่า ควรเปิดเพลงให้มาก (ร้อยละ 25.51) ควรปรับปรุงเนื้อหาสาระให้เหมาะสมกับเวลาและประโยชน์ (ร้อยละ 23.47) ช่วงเวลาในการออกอากาศเดิมดีแล้ว (ร้อยละ 16.33) พัฒนาพิธีกรในรายการให้เสียงดังฟังชัด (ร้อยละ 11.23) พัฒนาพิธีกรในการรายการด้านภาษา (ร้อยละ 8.16) เพลงลูกทุ่งมีน้อยไป (ร้อยละ 8.16) ต้องการให้เวลาในการออกอากาศมีตลอดทั้งวัน (ร้อยละ 3.06) ให้มีการสัมภาษณ์คนสำคัญหรือผู้บริหาร (ร้อยละ 2.04) และประกาศบางครั้งไม่เป็นเวลา ทำให้รบกวนการทำงาน (ร้อยละ 2.04)

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าปรากฏว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ส่วนใหญ่ที่รับฟังรายการ “เสียงตามสาย” มีความพึงพอใจและความต้องการที่จะรับฟังรายการเสียงตามสาย รวมไปถึงการใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการ โดยเฉพาะรายการข่าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญญา เป็นเพชร (2541) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพฯ ต่อรายการวิทยุที่ผลิตโดยศูนย์ผลิตรายการและข่าวกรมตำรวจ (ศผข.ตร.)” พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความพึงพอใจที่มีต่อรายการและมักใช้ประโยชน์จากเนื้อหาของรายการนั้น สำหรับสาเหตุที่ทำให้ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์มีความพึงพอใจและความต้องการในการรับฟังรายการเสียงตามสายนั้น เนื่องจากการปฏิบัติงานของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ที่มีความจำเป็นอย่างมากที่ต้องการรับทราบข่าวสารต่าง ๆ เพื่อทันต่อเหตุการณ์ในการปฏิบัติหน้าที่และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำงานในอนาคต ซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาที่ต้องแสวงหาเองจากภายนอกหน่วยงาน หากหน่วยงานมีความพร้อมในการเสนอข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ให้แก่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานได้ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่จึงพร้อมที่จะรับข้อมูลดังกล่าวผ่านทางรายการ “เสียงตามสาย” สำหรับรายการถ่ายทอดสดพระราชพิธีผ่านทางเสียงตามสายนั้น ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์ให้ความต้องการน้อยที่สุด พึงสังเกตได้ว่าการรับฟังรายการดังกล่าวไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังรายการเสียงตามสายได้ อาจเพราะการนำไปประยุกต์ใช้ในหน้าที่การงานก่อให้เกิดประโยชน์น้อยจึงไม่ค่อยได้รับความพึงพอใจและความต้องการเท่าที่ควร

สรุปได้ว่า ข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์เลือกรับฟังรายการที่ก่อให้เกิดประโยชน์และเอื้อต่อการทำงาน เช่น รายการข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์ รายการข่าวกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม นอกจากนั้นยังให้ความสนใจในการนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการที่ข้าราชการและเจ้าหน้าที่ต้องการและได้รับ อันก่อให้เกิดเป็นความพึงพอใจในรายการ “เสียงตามสาย” ดังนั้นรูปแบบในการดำเนินรายการที่ต้องการปรับปรุงควรเป็น รายการที่ให้ประโยชน์ในด้านการข่าวเพื่อ

นำไปใช้ในการทำงานและเนื้อหาของข่าวควรเป็นที่ต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสงเคราะห์

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสงเคราะห์ที่ได้รับฟังรายการ “เสียงตามสาย” ในครั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการนำไปพัฒนาและปรับปรุงรายการ “เสียงตามสาย” ให้สอดคล้องกับ ความพึงพอใจ ความต้องการและการนำไปใช้ประโยชน์ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสงเคราะห์ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีรายการข่าวเพิ่มขึ้นในการกระจายเสียง ซึ่งอาจขยายระยะเวลาในการเสนอรายการข่าวให้นานขึ้น และลดระยะเวลาในการเสนอรายการเพลงให้น้อยลง
2. จัดรูปแบบรายการให้มีเนื้อหาสาระที่ชัดเจนและมากขึ้น โดยสามารถนำเสนอในรูปแบบรายการข่าวหรือสารคดี เพื่อสอดแทรกความรู้ต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมการศึกษานอกโรงเรียน. (2543) ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพของรายการวิทยุกระจายเสียงและรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา. รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา กรมการศึกษานอกโรงเรียน กระทรวงศึกษาธิการ.
- กรมประชาสัมพันธ์. (2544) การสัมมนาเพื่อพัฒนางานบริหารทั่วไปและกฎหมาย. เอกสารประกอบการสัมมนา. กรุงเทพฯ : กองฝึกอบรม กรมประชาสัมพันธ์. ถ่ายเอกสาร.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2542) คู่มือการดำเนินงานปฏิรูปการศึกษาเพื่อศตวรรษใหม่. กรุงเทพฯ : กลุ่มงานรายงานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- กันยา สุวรรณแสง. (2532) จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : บำรุงสาส์น.
- คมสัน หุตะแพทย์. (2535) การสื่อสารเพื่องานพัฒนาชุมชน. นครปฐม : สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จงจิต ศรีพรรณ. (2523) การสื่อสารมวลชน. เชียงใหม่ : โครงการตำรามหาวิทยาลัย ของศูนย์หนังสือเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จาระไน แกลโกศล. (ม.ป.ป.) การวิจัยโฆษณา. ม.ป.พ.
- ชูดภา ปุณฺหิตานนท์. (2541) การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลส์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นเอฟเอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ดวงเดือน วงษ์ทอง. (2542) พฤติกรรมการบริโภคสารต่อสื่อวิทยุของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ถนัดศรี สวัสดิวัตน์. ม.ร.ว.. (2529) รวมานาสาระจากรายการวิทยุ ครอบจักรวาล. กรุงเทพฯ : บริษัทไลฟ์มีเดีย จำกัด.
- นุจรีย์ ดวงแก้ว. (2542) ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟังรายการเพลง 95.5 FM. ของนักเรียนระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เนาวรัตน์ โรจน์วิทยา. (2534) ทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- ปราณี ไทยวัฒนานนท์. (2527) การแพร่กระจายเสียงในชุมชนชนบท (เสียงตามสาย). เชียงใหม่ : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ประดินันท์ อุประมัย. (2518) จิตวิทยา. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- ปัญญา เป้นเพชร. (2541) การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อรายการวิทยุที่ผลิตโดยศูนย์ผลิตรายการและข่าวกรมตำรวจ. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พรทิพย์ ห้วมเรียงมัย. (2536) บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อความบันเทิงของนักศึกษามหาวิทยาลัยศรีปทุม. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.(สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- พรนภา แก้วลาย. (2539) ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ วศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541) การวิจัยทางสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุบผา เบ็ญจรงค์กิจ. (2534) การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราตรี พัฒนรังสรรค์. (2542) พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว คณะครุศาสตร์ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม.
- รัชนี นพเกตุ. (2540) จิตวิทยาการรับรู้. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ขงพลเทรคดิง.
- รัชดา กลีสุนทร. (2537) การศึกษาความคิดเห็นของผู้ฟังรายการวิทยุศึกษาในช่วงเวลาที่ขยายการออกอากาศเพิ่มเติมที่จัดโดยศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษาผู้ใหญ่). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- รัตนา ภัทรชนกานต์. (2539) ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจ ✓
รับฟังรายการกรีนแอฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 MHZ. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.(สื่อสารมวลชน).
กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน สายยศ., อังคณา สายยศ. (2522) สถิติวิทยาทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : วัฒนาพานิช.
- วารินทร์ สายโอบเอื้อ. (2524) จิตวิทยาการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ภาควิชาจิตวิทยาและการแนะแนว วิทยาลัยครูพระนคร.

- สุจิตรา เปลี่ยนรุ่ง. (2539) พฤติกรรมการเปิดรับฟัง ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักศึกษา
มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อสถานีวิทยุจุฬาฯ. วิทยานิพนธ์ นศ.ม.
(สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สัมโพธิ์ เทียนทอง. (2526) ความคิดเห็นของผู้ฟังวิทยุในเขตภาคกลางเกี่ยวกับรายการกระจายเสียงของ
สถานีวิทยุศึกษา. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (โสตทัศนศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- โสภา ชูพิณุลชัย. (2521) จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- อรรณณ วิจักขณะ. (2534) การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัย
ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- อัจฉรา หัศบำเรอ. (2523) ทำเนียบการอบรมวิทยากรด้านเทคนิคการสอนและเจ้าหน้าที่ติดต่อสื่อสารหรือ
สื่อความหมาย. กรุงเทพฯ : สำนักงานอบรมและวางแผนงานสื่อสารเพื่อการพัฒนาแห่งองค์การ
สหประชาชาติ.
- Best, John Hardin. (1982) **Encyclopedia of educational research**. 5th ed. New York : Free Press, the
American Educational Research Association.
- Bogart, Leo., And other. (1968) **The mass media and the blue-collar worker**. Educational Research
Information Center.
- Choi, Hyeon Cheol., Becker, Samuel L. (1987) **Media use, issue/image discriminations, and voting**.
Educational Research Information Center.
- DeFleur, Melvin L., Dennis, Everette E. (1981) **Understanding mass communication**. Boston :
Houghton Mifflin.
- Dominick, Joseph R. (1994) **The dynamics of mass communication**. New York : McGraw-Hill.
- Gadsby, Adam. (2001) **Longman dictionary of contemporary English**. Harlow, Essex : Longman.
- Gantz, Walter. (1978) **How uses and gratifications effect recall of television news**. Educational
Research Information Center.
- Herzog, William A. (1974) **What do we really know about daytime serial listeners**. Educational
Research Information Center.
- Hilgard. (1961) **Conditioning and learning**. 2nd ed. New York : Appleton-Century-Crofts.

- Katz, Elihu., Lazarsfeld, Paul F. (1955) **Personal influence : the part played by people in the flow of Mass Communication.** New York : The Free Press.
- Katz, Elihu., Blumler, Jay George., Gurevitch, Micheal. (1982) **Utilization of mass communication by the individual.** Educational Research Information Center.
- Kippex, Susan., Murray, John P. (1980) **Using the mass media : need gratifications and perceived utility.** Educational Research Information Center.
- Newcomb, Horace. (1987) **Television : the critical view.** 4th ed. New York : Oxford University Press.
- Mccombs, Barbara L., Backer, Michael A. (1991) **Parental intelligence related to delay of gratification and behavior problems in three-year-old song of alcoholics.** Educational Research Information Center.
- McQuail, Denis., And other. (1993) **Media performance : mass communication and the public interest.** London : Sage.
- McLeod, Raymond. (1990) **Information systems.** New York : Macmillan.
- Morgan, Clifford T. (1956) **Introduction to psychology.** New York : McGraw-Hill.
- Mun-Leong Soong. (1972) **An Evaluation of AIT's Contribution to Engineering Education in Asia.** Bangkok : Division of Systems Engineering and Management, Asian Institute of Technology.
- Plamgree, Philip., Rayburn, J.D., II. (1984) **A comparison of gratification models of media satisfaction.** Educational Research Information Center.
- Robinson, John P. (1972) **Mass Communication and Information Diffusion.** Beverly Hill : Ca; of.
- Rosengren, Karl Erik. (1985) **Media gratifications research : current perspectives.** Beverly Hills : Sage.
- Sears, David O. and Jonathan L. Freedman. (1967) **Selective Exposure to Information : A Critical Review.** Public Opinion Quarterly 31.
- Self, Charles C. (1988) **Perceived Task of New Report As A Predictor of Media Choice.** Journalism Quarterly 65.
- Sullivan, David S. (1972) **Change and the future international system.** New York, Columbia University Press.
- Yamane, Taro. (1970) **Statistics an introductory analysis.** 2nd ed. Takyo : weatherhill.

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจและความต้องการที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย” ของข้าราชการและเจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์

คำชี้แจง แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 สอบถามความพึงพอใจในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตอนที่ 3 สอบถามความต้องการในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตอนที่ 4 สอบถามถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ตอนที่ 5 สอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ “เสียงตามสาย”

คำแนะนำ โปรดเติมเครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ต้องการ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา ☐ มัธยมศึกษา / ปวช. ☐ อนุปริญญา / ปวส. ☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง.....

5. ท่านปฏิบัติราชการมาเป็นระยะเวลา ☐ 0-5 ปี ☐ 6-10 ปี ☐ 11-15 ปี ☐ 16 ปีขึ้นไป

6. โดยปกติท่านรับฟังรายการเสียงตามสายบ่อยครั้งเพียงใด

☐ ฟังทุกวันทำการ ☐ สัปดาห์ละ 3-4 วัน ☐ สัปดาห์ละ 1-2 วัน ☐ อื่น ๆ ระบุ.....

7. โดยทั่วไปท่านฟังรายการในช่วงเวลาใด

☐ ช่วงเช้า (07.00-09.00 น.) ☐ ช่วงกลางวัน (11.45-13.00 น.) ☐ ช่วงเย็น (16.00-16.30 น.)

8. รายการที่เคยรับฟัง

8.1 รายการข่าว

☐ ข่าวสังคม ภาคเช้า (การถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกรมประชาสัมพันธ์)

☐ ข่าวสังคม ภาคเที่ยง (การถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงกรมประชาสัมพันธ์)

☐ ข่าวกระทรวง ภาคเที่ยง

8.2 รายการเพลง

☐ เพลงไทยสากลปัจจุบัน (วันจันทร์) ☐ เพลงไทยและสากลในอดีต (วันอังคาร)

☐ เพลงลูกทุ่ง (วันพุธ) ☐ เพลงสากล (วันพฤหัสบดี) ☐ เพลงทุกประเภท (วันศุกร์)

8.3 รายการประเภทอื่น ๆ

☐ สารคดีของกรมประชาสัมพันธ์☐ สารคดีทั่วไป☐ บทความตอนที่ 2 ความพึงพอใจในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อรายการเสียงตามสาย ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับในสิ่งที่ต้องการหรือบรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

9. ความพึงพอใจด้านเทคนิค

ความพึงพอใจด้านเทคนิค	ดีมาก	ดี	ใช้ได้	ปรับปรุง	ต้องปรับปรุง
9.1 ความชัดเจนของเสียง					
9.2 เปิดรายการได้น่าสนใจ					
9.3 ความต่อเนื่องของรายการ					
9.4 อื่น ๆ ระบุ.....					
.....					

10. ความพึงพอใจด้านการดำเนินรายการ

ความพึงพอใจด้านการดำเนินรายการ	ดีมาก	ดี	ใช้ได้	ปรับปรุง	ต้องปรับปรุง
✓ 10.1 การดำเนินรายการทำให้ผู้ฟังรู้สึกมีส่วนร่วม					
✓ 10.2 การดำเนินรายการแปลกใหม่น่าสนใจ					
✓ 10.3 การดำเนินรายการใช้ภาษาเหมาะสม เข้าใจง่าย					
✓ 10.4 ผู้ดำเนินรายการพูดจาคล่องแคล่ว					
10.5 การนำเสนอรายการทันต่อเหตุการณ์					
10.6 ความน่าเชื่อถือในการนำเสนอรายการ					
10.7 ระยะเวลาในการเสนอรายการข่าว					
10.8 ระยะเวลาในการเสนอรายการเพลง					
10.9 ระยะเวลาในการเสนอรายการบทความ/สารคดี					
10.10 อื่น ๆ ระบุ.....					
.....					

ตอนที่ 3 ความต้องการในการรับฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ความต้องการ หมายถึง ความต้องการที่แท้จริงและต้องการ ได้รับการตอบสนอง

13. ความต้องการให้ปรับปรุงรายการ “เสียงตามสาย”

ความต้องการให้ปรับปรุง	ดีมาก	ดี	ใช้ได้	ปรับปรุง	ต้องปรับปรุง
13.1 ระยะเวลาในการเสนอข่าวภาคเช้า					
13.2 ระยะเวลาในการเสนอข่าวภาคเที่ยง					
13.3 ระยะเวลาในการเสนอข่าวกระทรวงฯ					
13.4 ระยะเวลาในการเปิดเพลงไทยสากลปัจจุบัน					
13.5 ระยะเวลาในการเปิดเพลงไทยและสากลอดีต					
13.6 ระยะเวลาในการเปิดเพลงลูกทุ่ง					
13.7 ระยะเวลาในการเปิดเพลงสากล					
13.8 ระยะเวลาในการเปิดเพลงทุกประเภท					
13.9 ระยะเวลาในการเปิดสารคดีกระทรวงฯ					
13.10 ระยะเวลาในการเปิดสารคดีทั่วไป					
13.11 ระยะเวลาในการเปิดบทความ					
13.12 เนื้อหาข่าวสังคมภาคเช้า					
13.13 เนื้อหาข่าวสังคมภาคเที่ยง					
13.14 เนื้อหาข่าวกระทรวงฯ					
13.15 เนื้อหาสารคดีกระทรวงฯ					
13.16 เนื้อหาสารคดีทั่วไป					
13.17 เนื้อหาบทความ					
13.18 อื่น ๆ ระบุ.....					
.....					

14. ความต้องการเพิ่มเติม

14.1 ท่านสะดวกรับฟังรายการเสียงตามสายช่วงเวลาใดมากที่สุด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ช่วงเช้า 07.00-09.00 น. ☐ ช่วงเที่ยง 11.45-13.00 น. ☐ ช่วงเย็น 16.00-16.30 น.

14.2 ท่านต้องการรับฟังรายการใดเพิ่มเติม (เรียงลำดับความสำคัญ 5 ลำดับ โดยใส่หมายเลข 1 เป็นอันดับ 1 ที่ต้องการ จนถึงอันดับ 5)

☐ ข่าวกรมประชาสัมพันธ์

☐ ข่าวกระทรวงฯ

☐ ข่าวกีฬา

☐ ถ่ายทอดสดประชุมรัฐสภา

☐ ถ่ายทอดสดพระราชพิธี

☐ ถ่ายทอดสดงานต่าง ๆ

☐ รายการธรรมะ ☐ รายการความรู้ด้านภาษา ☐ รายการกฎหมาย

☐ รายการวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ☐ รายการสาธารณะสุขและสิ่งแวดล้อม

☐ อื่น ๆ ระบุ.....

14.3 ท่านต้องการให้รายการเสียงตามสายเสนอรายการประเภทใดมากที่สุด (เรียงลำดับตามความสำคัญจาก 1-3)

☐ ข่าว ☐ สารความรู้ ☐ ความบันเทิง

14.4 ท่านต้องการให้รายการเสียงตามสายมีรูปแบบในการดำเนินรายการแบบใด (เรียงลำดับตามความสำคัญ 3 อันดับ)

☐ สัมภาษณ์ ☐ พุดคุย ☐ รายงานข่าว ☐ สารคดี ☐ รายการเพลง ☐ ข่าวสลับเพลง

☐ อื่น ๆ ระบุ.....

ตอนที่ 4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ “เสียงตามสาย”

ประโยชน์ หมายถึง สารที่ได้รับจากรายการไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือในชีวิตประจำวัน

15. การได้รับสาระประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการเสียงตามสาย

ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ	ดีมาก	ดี	ใช้ได้	ปรับปรุง	ต้องปรับปรุง
15.1 ใช้เพิ่มพูนความรู้					
15.2 นำไปปรับใช้ในการทำงาน/ชีวิตประจำวัน					
15.3 ใช้เป็นหัวข้อในการสนทนา					
15.4 ได้รับความบันเทิง เพลิดเพลิน					
15.5 ใช้เป็นข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อนำไปหาความรู้ใหม่					
15.6 อื่น ๆ ระบุ.....					
.....					

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ “เสียงตามสาย”

16. ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะที่มีต่อรายการ.....

.....

.....

.....

.....

.....

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านแบบสอบถาม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราภรณ์ บุญส่ง รองผู้อำนวยการสำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร
2. นางสาวมณี เกษผกา อาจารย์ 3 ระดับ 8 หัวหน้างานวิจัยและเผยแพร่ วิทยาลัยพลศึกษาจังหวัดอ่างทอง
3. นายสมชาย อ่อนบาง นักประชาสัมพันธ์ 6 ว. หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ นางสาวสุวรรณา เลหะสุพิศ
วัน เดือน ปีเกิด 14 กรกฎาคม 2517
ภูมิลำเนา ราษฎร์บูรณะ กรุงเทพฯ
ที่อยู่ปัจจุบัน 352/6 หมู่ 10 ถนนราษฎร์บูรณะ แขวงบางปะกอก เขตราษฎร์บูรณะ กรุงเทพฯ 10140

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2532	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 จากโรงเรียนบางปะกอกวิทยาคม กรุงเทพฯ
พ.ศ. 2535	สำเร็จการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ
พ.ศ. 2538	สำเร็จการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ
พ.ศ. 2541	สำเร็จการศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีศึกษาศาสตร์ (เทคโนโลยีทางการศึกษา) จากมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี
พ.ศ. 2541	สำเร็จการศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีมนุษยศาสตร์ (สื่อสารมวลชน) จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2535	ช่างภาพ 1 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย
พ.ศ. 2538	นายช่างภาพ 2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
พ.ศ. 2540	นายช่างภาพ 3 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
พ.ศ. 2542	นายช่างภาพ 4 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
พ.ศ. 2544	นายช่างภาพ 5 ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม