

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในหัวข้อทัศนคติของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ต่อการรับฟังรายการ “เรดิโอ อินเทอร์เน็ต” สถานีวิทยุกองทัพภาคที่ 3 คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 101.5 เมกะเฮิรตซ์ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ โดยการค้นคว้าเอกสาร ทบทวนผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิดและทฤษฎีภายใต้หัวข้อดังต่อไปนี้คือ

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีการสื่อสารของLasswell

2.1.2 ทฤษฎีการสื่อสารของBerlo

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชน

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.5 จริยธรรมของนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีการสื่อสารของLasswell

แบบจำลองการสื่อสารของ Lasswell (Lasswell, Harold D. : อังใน ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์, 2541) เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำของการสื่อสาร Lasswell กล่าวว่าวิธีวิธีที่จะอธิบายกระบวนการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมที่สุด คือ การตอบคำถามต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งได้แก่

- ใคร (who)
- กล่าวอะไร (says what)
- ผ่านช่องทางใด (in which channel)
- ถึงใคร (to whom)
- ด้วยผลอะไร (with what effect)

ซึ่งอาจเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 แสดงกระบวนการของการสื่อสาร

แบบจำลองของ Lasswell นี้ สามารถใช้เป็นโครงสร้างสำหรับแบ่งงานวิจัยทางการสื่อสาร ออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามลักษณะการศึกษาที่เจาะจงในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง ของกระบวนการสื่อสาร คือ ถ้าศึกษาเกี่ยวกับผู้ส่งสารโดยเฉพาะ ก็จะเรียกว่าเป็นการวิเคราะห์แหล่งสาร (Control Studies) ซึ่งมุ่งเน้นที่คุณสมบัติและส่วนประกอบที่ช่วยให้ผู้ส่งสารสามารถสื่อสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถ้าเป็นการศึกษาเจาะจงเกี่ยวกับสารและลักษณะของสื่อ ก็เรียกว่า เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งเน้นการนำเอาสาระของสารมาวิเคราะห์ เพื่อให้เห็นว่า สารที่ส่งมายังผู้รับสารนั้น ประกอบไปด้วยเนื้อหาใดบ้าง ถ้าศึกษาเกี่ยวกับสื่อประเภทต่าง ๆ เรียกว่าเป็นการวิเคราะห์สื่อ (Media Analysis) ซึ่งเป็นการศึกษาศักยภาพของสื่อประเภทต่าง ๆ ถ้าเป็นการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนต่าง ๆ หรือการเปิดรับเนื้อหาประเภทต่าง ๆ จาก สื่อ ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการสื่อสารที่มีต่อผู้รับสาร เรียกว่าเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบของการสื่อสาร (Effect analysis)

2.1.2 ทฤษฎีการสื่อสารของBerlo

Berlo อธิบายกระบวนการสื่อสาร ของมนุษย์ว่า เป็นกระบวนการที่ประกอบด้วยปัจจัย หรือองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ คือ (Berlo : อ้างใน ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์, 2541)

1. แหล่งสาร (c o m m u n i c a t i o n s o u r c e)
2. ผู้เข้ารหัสสาร (e n c o d e r)
3. สาร (m e s s a g e)
4. ช่องทาง (c h a n n e l)
5. ผู้ถอดรหัสสาร (d e c o d e r)
6. ผู้รับสาร (c o m m u n i c a t i o n r e c e i v e r)

ซึ่งเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้

คือ

S ผู้ส่งสาร	M สาร	C ช่องทาง	R ผู้รับสาร
- ทักษะในการสื่อสาร	- ส่วนประกอบ	- การเห็น	- ทักษะในการสื่อสาร
- ทักษะ	- โครงสร้าง	- การได้ยิน	- ทักษะ
- ความรู้	- การจัดสาร	- การสัมผัส	- ความรู้
- ระบบสังคม	- เนื้อหา	- การได้กลิ่น	- ระบบสังคม
- วัฒนธรรม	- รหัส	- การลิ้มรส	- วัฒนธรรม

แผนภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบทางการสื่อสาร

ในการเสนอแบบจำลองจะเห็นว่า Berlo ได้รวมเอาแหล่งสาร และผู้เข้ารหัสเอาไว้ด้วยกัน
ในฐานะของผู้ส่งสาร และรวมผู้ถอดรหัสดับกับผู้รับสารไว้ด้วยกันในฐานะผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร ก็คือบุคคลผู้ซึ่งเริ่มต้นการสื่อสารทำหน้าที่ในการเข้ารหัส อาจจะเป็นบุคคล
กลุ่ม องค์กรหรือสถาบันก็ได้ ซึ่งผู้ส่งสารจะทำหน้าที่ในการสื่อสารได้ดีเพียงไรขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ
ในด้านต่าง ๆ 5 ประการ คือ ทักษะในการสื่อสาร ทักษะ ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรม
สาร หมายถึง เนื้อหาสาระ หรือสัญลักษณ์ ภาษา สัญญาณต่าง ๆ ที่สามารถสื่อ
ความหมาย หรือ ตีความหมายเป็นที่เข้าใจกันได้ ซึ่งประกอบไป 3 ส่วน คือ รหัสของสาร เนื้อหา
การจัดสาร

ช่องทางก็คือ ตัวกลาง หรือพาหนะนำสารไปสู่ผู้รับสาร ได้แก่ ประสาทรับความรู้สึกทั้ง 5
ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การสัมผัส การได้กลิ่น การลิ้มรส
ส่วนผู้รับสาร ก็คือบุคคลที่เป็นจุดหมายปลายทางของข่าวสารที่ส่งไป หรือผู้ถอดรหัสดสาร
ก็ต้องมีคุณสมบัติในด้านต่าง ๆ 5 ประการ เช่นเดียวกับผู้ส่งสาร

Berlo เห็นว่าการสื่อสารนั้นต้องมีจุดมุ่งหมายเสมอ และองค์ประกอบทั้งหลาย การสื่อสารไม่สามารถอธิบายแยกเป็นส่วน ๆ โดยเด็ดขาด และองค์ประกอบเหล่านี้เป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยองค์ประกอบแต่ละตัวจะมีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบต่อซึ่งกันและกัน

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชน

McQuail ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน กับการใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสารดังนี้ (McQuail : อ้างใน ชูดาภา ปุณณะหิตานนท์, 2541)

1. ความต้องการสารสนเทศ

1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และโลก

1.2 เพื่อแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ

1.3 สนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจทั่วไป

1.4 เพื่อเป็นการเรียนรู้ เป็นการศึกษาด้วยตนเอง

1.5 เพื่อสร้างความรู้สึกรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน

2. ความต้องการสร้างความมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล

2.1 เพื่อหาแรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล

2.2 เพื่อหาแบบอย่างทางพฤติกรรม

2.3 แสดงออกพร้อมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)

2.4 เพื่อเข้าใจตนเอง

3. ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.1 เพื่อเข้าใจในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น

3.2 แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ

3.3 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

3.4 เพื่อให้แทนเพื่อน

3.5 เพื่อช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม

3.6 เพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง

4.1 เพื่อหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ

4.2 เพื่อผ่อนคลาย

4.3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ

4.4 เพื่อใช้เวลาให้หมดไป

4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์

4.6 เพื่อการกระตุ้นทางเพศ

นอกจากนี้ Dominick ยังได้กล่าวสรุปถึงเหตุผลในการใช้สื่อมวลชนของบุคคลว่า สามารถจัดเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ (Dominick ; อ้างใน ชูคาภา ปุณณะหิตานนท์, 2541)

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักคือ ข่าว ความรู้และความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในรูปแบบที่แตกต่างกัน

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

- การพักผ่อน (Relaxtion) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียด หรือลดความเร่งรีบในชีวิตประจำวันลง

- การปลดปล่อยอารมณ์ (Emotion Release)

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้น การเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคมและความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อคำนิยามใหม่ ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวเชื่อมโยงความเป็นกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Mass Media Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น ปัจเจกชนกลับยิ่งรู้สึกโดดเดี่ยว เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรือ

อย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหาเพื่อน ดังเช่นที่พบเห็นในปัจจุบัน คนส่วนใหญ่ที่นั้นอาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการคบหาสมาคมกับบุคคล

- การผลัดจากสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ ตัวอย่างเช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จเพื่อจะไปชมโทรทัศน์ เป็นต้น กล่าวโดยสรุปว่า บุคคลจะเกิดพฤติกรรมการรับข่าวสารก็เพื่อสนองความพึงพอใจส่วนบุคคล โดยบุคคลจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไรจากสื่อมวลชน ซึ่งจะพิจารณาจากความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการสื่อสารนั่นเอง

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

1. ความหมายของทัศนคติ

พรรณี ชูทัย เจนจิต (2540) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า เป็นเรื่องของความรู้สึก ทั้งที่พอใจและไม่พอใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลทำให้แต่ละคนสนองตอบสิ่งเร้าแตกต่างกันไป

สุรางค์ โคว์ตระกูล (2541) ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นแนวโน้มที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสนองตอบต่อสิ่งแวดล้อม หรือสิ่งเร้า ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งคน วัตถุสิ่งของ หรือความคิดที่อาจจะเป็นบวกหรือลบ ถ้าบุคคลมีทัศนคติบวก ก็จะมีพฤติกรรมที่เผชิญกับสิ่งนั้น แต่ถ้ามีลบก็จะหลีกเลี่ยง

ญาดา วาทกิจ (2543) สรุปความหมายของทัศนคติว่า หมายถึงความรู้สึก หรือท่าทีของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุ สิ่งของ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นไปในทำนองที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วย

2. องค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติ มีองค์ประกอบ 3 ด้าน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช ; อ้างถึงใน ญาดา วาทกิจ, 2543) คือ

- องค์ประกอบด้านปัญญา หมายถึง ความรู้ ความเชื่อ ความคิด ความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อเป้าหมายหรือที่หมาย

- องค์ประกอบด้านความรู้สึก หมายถึง ความชอบ ไม่ชอบต่อเป้าหมาย ความรู้สึกดังกล่าวมีทิศทาง (บวกหรือลบ) และสอดคล้องกับองค์ประกอบด้านปัญญานั้นคือ ถ้าเขามีความเชื่อว่าสิ่งนั้นดี ให้คุณ เขาก็มีความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้น

- องค์ประกอบด้านพฤติกรรม หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลพร้อมที่จะแสดงกิริยาหรือปฏิบัติการต่อที่หมายหรือแสดงท่าทีที่จะกระทำออกมา

3. ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะทั่วไปของทัศนคติดังนี้ (อ้างถึงใน ญาดา วาทกิจ, 2543)

- 1) ทัศนคติเป็นสิ่งเร้าที่เรียนรู้หรือการได้รับจากประสบการณ์ มิใช่สิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
- 2) ทัศนคติเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลกล้าเผชิญกับสิ่งเร้า หรือหลีกเลี่ยง ดังนั้น ทัศนคติจึงมีทั้งบวกและลบ เช่น ถ้านักเรียนมีทัศนคติบวกต่อวิชาคณิตศาสตร์ นักเรียนจะชอบเรียนคณิตศาสตร์ และเมื่ออยู่ชั้นมัธยมศึกษา ก็จะเลือกเรียนแขนงวิทยาศาสตร์ ตรงข้ามกับนักเรียนที่มีทัศนคติลบต่อคณิตศาสตร์ก็จะไม่ชอบหรือไม่มีแรงจูงใจที่จะเรียน เมื่ออยู่ชั้นมัธยมศึกษา ก็จะเลือกเรียนสายอักษรศาสตร์ทางภาษา เป็นต้น
- 3) ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ องค์ประกอบเชิงความรู้สึก อารมณ์ (Affective Component) องค์ประกอบเชิงปัญญาหรือการรู้คิด (Cognitive Component) องค์ประกอบเชิงพฤติกรรม (Behavioral Component)
- 4) ทัศนคติเปลี่ยนแปลงได้ง่าย การเปลี่ยนแปลงทัศนคติอาจจะเปลี่ยนแปลงจากบวกเป็นลบ หรือจากลบเป็นบวก ซึ่งบางครั้งเรียกว่า การเปลี่ยนทิศทางของทัศนคติ หรืออาจจะเปลี่ยนแปลงความเข้มข้น (Intensity) หรือความมากน้อย ทัศนคติบางอย่างอาจหยุดเลิกไปได้
- 5) ทัศนคติเปลี่ยนแปลงตามชุมชนหรือสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก เนื่องจากชุมชนหรือสังคมหนึ่ง ๆ อาจจะมีค่านิยมที่เป็นอุดมการณ์พิเศษเฉพาะ ดังนั้นค่านิยมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทัศนคติของบุคคลที่เป็นสมาชิก ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนทัศนคติจะต้องเปลี่ยนค่านิยม
- 6) สังคมประกิต (Socialization) มีความสำคัญต่อการพัฒนาทัศนคติของเด็ก โดยเฉพาะ ทัศนคติต่อความคิดและหลักการที่เป็นนามธรรม เช่น อุดมคติ ทัศนคติต่อเสรีภาพในการพูด การเขียน เด็กที่มาจากครอบครัวที่มีสภาพเศรษฐกิจสังคมสูง จะมีทัศนคติทางบวกสูง

4. การวัดทัศนคติ

เนื่องจากทัศนคติค่อนข้างไปทางนามธรรมมากกว่ารูปธรรม เป็นความรู้สึกความเชื่อของบุคคล ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลง การวัดทัศนคติจึงไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่วัดได้จากแนวโน้มของบุคคลที่แสดงออกทางภาษา และวัดในรูปของความเห็น การวัดทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใด และผู้ใด อาจจะใช้วิธีการสังเกตจากการกระทำ คำพูด การแสดงสีหน้าท่าทาง หรือการสัมภาษณ์ความรู้สึกนึกคิดของเขา แต่แบบวัด หรือเครื่องมือที่นักจิตวิทยานิยมใช้กันมากจะอยู่ในรูปของแบบสอบถาม หรือแบบสำรวจเรียกว่าแบบวัดทางทัศนคติ (ญาดา วาทกิจ, 2543)

5. การเปลี่ยนทัศนคติ

อิทธิพลภายนอกที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติดังนี้ (สมมาตร อนุสกุล, 2544)

- 1) การเกลี้ยกล่อม (Persuasion) วิธีการนี้เป็นการให้ความรู้ หรือบอกเล่าชักชวน เพื่อให้บุคคลนั้นเห็นคล้อยตามว่าสิ่งที่แนะนำนั้นเป็นความจริงและเป็นสิ่งที่ดีงาม
- 2) การย้ายกลุ่ม (Group change) กลุ่มจะมีอิทธิพลเหนือสมาชิกภายในกลุ่ม คือสามารถทำให้คนในกลุ่มคล้อยตามได้ เพราะกลุ่มจะทำให้พบกับบุคคลหลายระดับ หลายอาชีพ ความรู้สึกหรือความคิดเห็นต่าง ๆ ก็ย่อมจะเปลี่ยนแปลงไปได้
- 3) กลุ่มเพื่อน (Social Groups) เด็กที่จากบิดามารดาอยู่กับกลุ่มเพื่อตั้งแต่เล็ก ๆ จะได้รับอิทธิพลต่าง ๆ จากกลุ่มเพื่อนมากที่สุด ทั้งนี้เพราะเด็กต้องการการยอมรับจากเพื่อน ต้องการคำแนะนำและความช่วยเหลือจากเพื่อนฝูง นั่นคือ เด็กต้องการมีมิตรนั่นเอง
- 4) บุคลิกภาพ (Personality) ลักษณะบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์ หรือมีอิทธิพล ต่อทัศนคติ ของบุคคลมากเช่นกัน พวกที่ชอบออกสังคม พวกหนีสังคม พวกที่ชอบสร้างจุดเด่น หรือพวกอ่อนน้อมจะมีทัศนคติไม่เหมือนกัน

2.1.5 จริยธรรมของนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง

นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียง ในฐานะเป็นนักวิชาชีพหนึ่งก็จำเป็นต้องมีหลักอันควรปฏิบัติของตนเอง และยังเป็นอาชีพที่มีผลกระทบต่อสาธารณชนเป็นจำนวนมากและรวดเร็วด้วยแล้ว ความจำเป็นของจริยธรรมในหมู่นักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงก็ย่อมที่ควรที่ความจำเป็นมากขึ้น จริยธรรมนี้จะต้องเป็นแนวอันพึงปฏิบัติได้ และส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของนักจัดรายการวิทยุกระจายเสียงในเรื่องความเหมาะสม กาลเทศะ ประโยชน์ และความสงบสุขของประชาชนผู้ฟัง ก่อนที่รายการวิทยุกระจายเสียงนั้นจะถูกกำหนดการปฏิบัติงานตามหน้าที่ด้วยกฎหมาย และระเบียบต่าง ๆ ที่ออกมาโดยรัฐ กล่าวคือจะต้องสมัครใจควบคุมตนเองก่อนที่ถูกกำหนดโดยระเบียบภายนอก เพื่อชี้ให้เห็นความจำเป็นในเรื่องจริยธรรมจึงต้องทราบถึงคุณสมบัติของสื่อวิทยุกระจายเสียง ความสำคัญของรายการวิทยุกระจายเสียง และหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ปฏิบัติงาน

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

อุษณีย์ จินาพงษ์ (2535) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

รับฟังรายการมาก มีทัศนคติในทางบวกต่อภาพรวมของรายการ และนำความรู้จากรายการไปใช้ประโยชน์ปานกลาง และพบว่าภูมิปัญญา อายุ อาชีพ และรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการ ส่วนเพศและการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการรับฟังรายการ และพบว่าทัศนคติที่มีต่อรายการและการนำความรู้จากรายการไปใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการ

พรณภา แก้วลาย (2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังในลักษณะบังเอิญหมุนแล้วเจอ แต่ถ้าฟังแล้วจะตั้งใจฟังจนจบ และเพศเป็นตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงกล่าวคือ เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังรายการมากกว่าเพศหญิง ส่วนความพึงพอใจในการรับฟังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังข่าวต้นชั่วโมง

บุษราคัม เขียมอำไพ (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 และการเป็นสมาชิกชมรม จส.100 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามฟังรายการมาเป็นเวลา 4-5 ปี และฟังรายการทุกวัน โดยจะฟังเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจเท่านั้น สถานที่ฟังคือฟังขณะอยู่บนรถ และจะฟังในช่วงเวลาที่คาดว่าจะมีปัญหาจราจร ส่วนเนื้อหาที่ต้องการฟังคือการรายงานสภาพการจราจรที่รวดเร็วถูกต้อง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสถานีวิทยุ จส.100 ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อสถานีวิทยุ จส.100 ในระดับสูงด้วย นอกจากนี้พบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมดอื่นได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 ส่วนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กันในภาพรวม และความพึงพอใจที่มีต่อสถานีวิทยุ จส.100 กับความถี่ในการเปิดรับมีความสัมพันธ์กันในภาพรวม เช่นกัน

ชุตานา ปุณณะหิตานนท์ (2541) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลีส สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติโดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลีส อยู่ในระดับดี โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า รายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลีส เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิงมากที่สุด และเห็นด้วยที่ว่าเป็นรายการที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ให้ผู้ฟัง และไม่เห็นด้วยที่ว่าเป็นรายการที่ไม่ได้ประโยชน์สำหรับผู้ฟัง