

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา “ทัศนคติของผู้ฟังรายการทำมาหากินทางสถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนจังหวัดเชียงใหม่” ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงทัศนคติ และปัญหาของประชาชนที่มีต่อรายการ “ทำมาหากิน” สถานีวิทยุเสียงสื่อสารมวลชนจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความสะดวกในการทำความเข้าใจ ผู้ศึกษาได้แบ่งโครงสร้างของการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎี ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิดเกี่ยวกับผู้ส่งสารและผู้รับสาร ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสารจากสื่อ ทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell และทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ ทัศนคติ เป็นอักษณาสัย (Disposition) หรือแนวโน้มต่อพฤติกรรมสนองตอบต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งคน วัตถุ สิ่งของ หรือความคิด (Ideas) ทัศนคติอาจจะเป็นบวกหรือลบ ถ้าบุคคลมีทัศนคติบวกต่อสิ่งใด ก็จะมีพฤติกรรมที่พร้อมจะเผชิญกับสิ่งนั้น ถ้ามีทัศนคติลบก็จะหลีกเลี่ยง ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้ และเป็นการแสดงออกของค่านิยมและความเชื่อของบุคคล (สุรางค์ โคว์ตระกูล, 2544 : 366)

องค์ประกอบของทัศนคติ

ทัศนคติ มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้านั้น ๆ เพื่อเป็นเหตุผลที่จะสรุปความและรวมเป็นความเชื่อหรือช่วยในการประเมินสิ่งเร้านั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ (Affective Component) เป็นองค์ประกอบด้านความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลที่มีต่อความสัมพันธ์กับสิ่งเร้า เป็นผลเนื่องมาจากการที่บุคคลประเมินผลสิ่งเร้านั้นแล้วว่า พอใจหรือไม่พอใจ ต้องการหรือไม่ต้องการ ดีหรือเลว

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบด้านความพร้อมหรือความโน้มเอียง ที่บุคคลจะประพฤติปฏิบัติหรือตอบสนองต่อสิ่งเร้าในทิศทางที่จะ

สนับสนุน หรือคัดค้าน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเชื่อหรือความรู้สึกของบุคคลที่ได้จากการประเมินพฤติกรรมที่คิดจะแสดงออกมาสอดคล้องกับความรู้สึกที่มีอยู่ (ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์, 2548 : 247-248)

ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะทั่วไปของทัศนคติดังนี้

- 1) ทัศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้
- 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 (สุรางค์ ไคว์ตระกูล, 2544: 367)

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ส่งสาร และผู้รับสาร

ผู้ส่งสาร

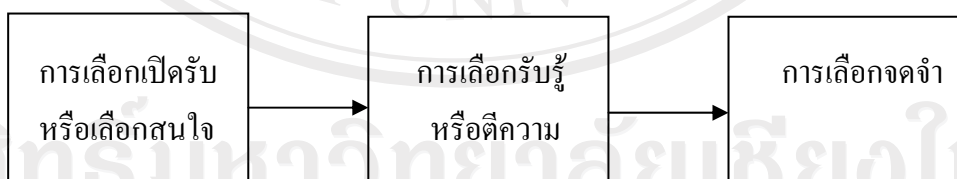
ในกระบวนการสื่อสาร ผู้ดำเนินรายการถือเป็นผู้ส่งสาร (Sender) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการชี้แนะว่าพฤติกรรมการสื่อสารภายในสถานการณ์หนึ่ง ๆ นั้นจะเป็นไปในรูปใด และมีผลอย่างไร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ผู้ดำเนินรายการคือ ผู้กระตุ้น (Stimulus) ที่จะทำให้เกิดการตอบสนอง (Response) จากผู้ฟัง อย่างไรก็ตามการจะทำให้ผู้ดำเนินรายการเป็นบุคคลที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้นั้น ผู้ดำเนินรายการต้องมีคุณสมบัติที่เหมาะสม คุณสมบัติที่ว่ามีได้แก่ คุณสมบัติด้านบุคลิกภาพ คุณสมบัติด้านความรู้และประสบการณ์ และคุณสมบัติด้านเสียง เป็นต้น

ผู้รับสาร

ในการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนั้น ผู้รับสาร (Receiver) ถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ เนื่องจากความหมายของสารที่ผู้ส่งสารส่งไปนั้นมิได้อยู่ที่ตัวสารเอง แต่อยู่ที่การเลือกรับสาร และการตีความของผู้รับสาร ซึ่งแตกต่างกันไปตาม เพศ อายุ การศึกษา รายได้ เป็นต้น (สมล อยู่สิน, 2535)

2.1.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อ

ผู้รับสาร เป็นผู้เลือกสรร และแสวงหาข่าวสารตามความต้องการหรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละคน กระบวนการในการเลือกสรรข่าวสารเปรียบเสมือนเครื่องกรองการรับรู้ข่าวสารของมนุษย์ ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2535)



ภาพ 1 แสดงขั้นตอนการรับข่าวสารของมนุษย์ (พีระ จิระโสภณ, 2535)

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสารแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยทั่วไปผู้รับสารมักเลือกเปิดรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติความสนใจและสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตน

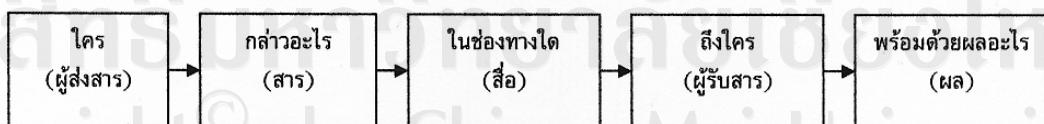
2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมาย ตามความเข้าใจ ทักษะคิด ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง ตามแรงจูงใจของตนเอง และตามสภาวะร่างกายหรืออารมณ์ เป็นต้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทักษะคิดของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

2.1.4 ทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell

เป็นทฤษฎีการสื่อสารที่อธิบายถึงกระบวนการสื่อสารเชิงพฤติกรรม เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร เนื้อหาข่าวสาร ชนิดของสื่อที่ใช้ และผลอันเกิดจากการกระทำของการสื่อสาร ทฤษฎีนี้ถูกคิดค้นขึ้นมาโดย Harold Lasswell ซึ่งเป็นนักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกา โดยได้กล่าวไว้ว่า วิธีที่จะอธิบายกระบวนการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมที่สุด คือ การตอบคำถามต่าง ๆ เหล่านี้ ซึ่งได้แก่ (Lasswell, Harold D. : อ้างใน ชูคภา ปุณณะหิตานนท์, 2541)

- ใคร (who) คือ ผู้ส่งสาร ซึ่งเป็นตัวกำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร
- พูดอะไร (say what) คือ สารหรือเนื้อหาของสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป
- ในช่องทางใด (in which channel) คือ ตัวกลาง หรือสื่อที่ข่าวสารถูกส่งไปถึงผู้รับ
- ถึงใคร (to whom) คือ ผู้รับสาร
- พร้อมด้วยผลอะไร (with what effect) คือ สิ่งที่เกิดอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร



ภาพ 2 แบบจำลองกระบวนการสื่อสารของ Lasswell
(Lasswell, Harold D. : อ้างใน ชูคภา ปุณณะหิตานนท์, 2541)

โดยสรุปแล้ว ทฤษฎีการสื่อสารของ Lasswell นี้เน้นการอธิบายกระบวนการสื่อสารแบบง่าย ๆ เป็นการสื่อสารแบบเห็นหน้ากัน (Face to Face) ผู้สื่อสารปรากฏตัวขณะทำการสื่อสาร และเชื่อว่าเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไปยังจุดหมายปลายทางจะต้องมีจุดมุ่งหมาย เพราะการสื่อสารในแต่ละครั้งจะต้องเกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง

2.1.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

McQuail ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชน กับ การใช้สื่อมวลชนโดยผู้รับสารดังนี้ (McQuail : อ้างใน ชูคาภา ปุณณะหิตานนท์, 2541)

1. ความต้องการสารสนเทศ ประกอบด้วย
 - 1.1 เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัว และสภาพปัจจุบันของสังคม และโลก
 - 1.2 เพื่อแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ สนองความอยากรู้อยากเห็น และความสนใจทั่วไป
 - 1.3 เพื่อเป็นการเรียนรู้ เป็นการศึกษด้วยตนเอง
 - 1.4 เพื่อสร้างความรู้สึที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล ประกอบด้วย
 - 2.1 เพื่อสร้างความรู้สึที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
 - 2.2 เพื่อหาแรงเสริมแก่ค่านิยมส่วนบุคคล
 - 2.3 เพื่อหาแบบอย่างทางพฤติกรรม แสดงออกรวมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ
(ในสื่อมวลชน)
 - 2.4 เพื่อเข้าใจตนเอง
3. ความต้องการรวมตัว และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ประกอบด้วย
 - 3.1 เพื่อเข้าใจในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - 3.2 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - 3.3 เพื่อเป็นเพื่อน
 - 3.4 เพื่อช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - 3.5 เพื่อสร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว, เพื่อน และสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง ประกอบด้วย

4.1 เพื่อหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ

4.2 เพื่อผ่อนคลาย

4.3 เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรียะ

4.4 เพื่อใช้เวลาให้หมดไป

4.5 เพื่อปลดปล่อยอารมณ์

2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาครั้งนี้พบว่า มีเอกสาร รายงานวิจัย รวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจ ดังนี้

ชุกาภา ปุณณะหิตานนท์ (2541) ได้ศึกษาเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรม การรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติ โดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม อยู่ในระดับดี โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระ ความรู้ และความบันเทิงมากที่สุด และเห็นด้วยที่ว่าเป็นรายการที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้ให้ผู้ฟัง และไม่เห็นด้วยที่ว่าเป็นรายการที่ไม่ได้ ประโยชน์สำหรับผู้ฟัง ปัญหาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม คือ ปัญหาในการรับฟัง ไม่ชัดเจน และต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ให้แก่สังคมรับทราบถึงการออกอากาศของรายการ

ดิชเรศ ติรากานต์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบสถานีวิทยุกระจายเสียงภาค ประชาชนที่ฟังประสงค์สำหรับประเทศไทยภายหลังการปฏิรูประบบวิทยุกระจายเสียงตาม เจตนารมณ์มาตรา 40 แห่งราชอาณาจักรไทย 2540 โดยทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ 3 กลุ่ม คือ นักวิชาการ ผู้แทนภาคประชาชน และผู้บริหาร/นักวิชาชีพด้านวิทยุกระจายเสียง พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิได้เสนอความคิดว่า เนื้อหาสาระที่น่าสนใจของสถานีวิทยุกระจายเสียงภาคประชาชน ควรตอบสนองความต้องการทางด้านข่าวสารในชีวิตประจำวัน ควรคำนึงถึงผลประโยชน์และความสนใจชุมชน เป้าหมายหลักควรมีรูปแบบการนำเสนอที่ยืดหยุ่นและหลากหลาย เทคนิคและวิธีการที่ใช้ในการนำเสนอควรมีความสอดคล้องกับลักษณะทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของกลุ่มประชาชนเป้าหมายเป็นหลัก การนำเสนอรายการของสถานีควรดำเนินการเพื่อตอบสนอง ต่อภารกิจหรือวัตถุประสงค์ของสถานีที่ได้แสดงเจตนารมณ์ไว้ ส่วนประชาชนในพื้นที่ให้บริการ หรือชุมชนเองควรมีส่วนในการวางนโยบายและแผนการผลิตรายการ ทั้งนี้ควรมีการสำรวจความต้องการและความคิดเห็นของประชาชนอยู่ตลอดเวลา การนำเสนอเนื้อหาในรายการต่าง ๆ ควร

เน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้รับสื่อ เป็นสื่อเพื่อการศึกษาตลอดชีวิต ส่งเสริมการศึกษาตาม อรรถาธิบาย เป็นการศึกษาทางเลือก เป็นช่องทางแห่งการเรียนรู้ ส่งเสริมความภาคภูมิใจใน ศิลปวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่น เสนอความบันเทิงอย่างจรรโลงใจและ สร้างสรรค์ ควรยึดหลักการและแนวทางเพื่อสร้างสรรค์สิ่งที่ดีงามให้กับสังคม มุ่งสร้างเสริม ศิลธรรมจริยธรรม ค่านิยมที่ดี ส่งเสริมให้เกิดความสามัคคีเข้าอกเข้าใจกันในสังคม เสนอ ทางเลือกและทางออกต่อปัญหาต่าง ๆ ด้วยเหตุผลและนำเสนอรายการด้วยความรับผิดชอบต่อ สังคม

อนุตรา พรทวี (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความต้องการรายการวิทยุชุมชนของผู้ฟังใน เขตปริมณฑลของกรุงเทพฯ ผลการศึกษาในด้านของความต้องการรายการวิทยุชุมชน พบว่า กลุ่ม ตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหารายการเกี่ยวกับธุรกิจค้าขายและงานบริการ โดยสัดส่วนการ นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาที่มาจาก ท้องถิ่น ส่วนประเภทของเนื้อหารายการส่วนใหญ่ต้องการเนื้อหาประเภทข่าวและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และไม่ต้องการให้มีโฆษณาในรายการ วิทยุชุมชน ด้านรูปแบบรายการนั้นส่วนใหญ่ต้องการให้รายการวิทยุชุมชนมีรูปแบบนิตยสารทาง อากาศ มีความยาว 1 ชั่วโมง โดยให้ออกอากาศในช่วงค่ำ (18.00 น.เป็นต้นไป) ของทุกวัน ในส่วน ผู้ดำเนินรายการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีผู้ดำเนินรายการ 2 คน เป็นเพศชาย 1 คน และ เพศหญิง 1 คน ส่วนความต้องการคุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการวิทยุชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการผู้ดำเนินรายการที่มีมนุษยสัมพันธ์ดีกับคนในชุมชนตลอดจนเพื่อนร่วมงาน และควรเป็นผู้ ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ อีกทั้งควรมีน้ำเสียงเป็นกันเองกับคนฟัง ไม่ว่าจะเป็นการ อ่าน เล่าเรื่องหรือพูดคุย เพื่อให้สิ่งที่สื่อออกไปสื่อความหมายได้และน่าสนใจ

ณัฐ บริสุทธนารักษ์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคตินักศึกษา ต่อการรับฟังรายการ “เรดิโออินเทรน” สถานีวิทยุ กองทัพภาคที่ 3 คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 101.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ในจังหวัด เชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในการรับฟังรายการ “เรดิโออินเทรน” อยู่ ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 75.00 นักศึกษาส่วนใหญ่รู้จักรายการ โดยหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ ทักษะคตินักศึกษาที่มีต่อรายการ ด้านองค์ประกอบของรายการ อยู่ในระดับมากทุกหัวข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยรวม 3.90 ลำดับแรกคือ ด้านการเปิดเพลง มีค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาคือ ด้านผู้ดำเนินรายการ(ดี.เจ) มี ค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านรูปแบบของรายการมีค่าเฉลี่ย 3.94 ด้านเพลงประจำรายการ(จิงเกิ้ล) มีค่าเฉลี่ย 3.90 และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ มีค่าเฉลี่ย 3.83 และหากพิจารณาในหัวข้อย่อย ผลการศึกษา พบว่า ด้านรูปแบบของรายการ เห็นว่าเป็นรายการที่ให้ทั้งสาระความรู้ และความบันเทิง สำคัญเป็น อันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.09 ด้านการเปิดเพลง เห็นว่า เป็นรายการที่เปิดเพลงมากกว่าเปิดโฆษณาหรือ พูดคุย สำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.35 ด้านการตอบปัญหา เห็นว่า มีการตอบปัญหาตรง

ประเด็น สำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านการเล่นเกมส์ เห็นว่า การเล่นเกมส์ในรายการมีความสนุกสนาน ไม่ยึดเยื้อ สำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.12 ด้านผู้ดำเนินรายการ(ดี.เจ) มีความสามารถสูง สำคัญอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านเพลงประจำรายการ เห็นว่าเพลงช่วยเพิ่มสีสันให้กับรายการ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 4.26 ด้านกิจกรรมพิเศษ เห็นว่า การจัดคอนเสิร์ต เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ ผู้ฟังอยากมีส่วนร่วม สำคัญเป็นอันดับแรก

ปัญหาในด้านการรับฟังรายการ “เรดิโอ อินเทรน” นั้นอยู่ในระดับน้อย โดยสามารถแบ่งได้เป็น ด้านองค์ประกอบของรายการ เห็นว่าไม่ชอบรูปแบบรายการและไม่ชอบการตอบปัญหา มีค่าเฉลี่ย 2.28 ด้านรูปแบบของรายการ เห็นว่าเป็นรายการที่ไม่มีสาระความรู้และความบันเทิงเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.35 ด้านการเปิดเพลง เห็นว่าเป็นรายการที่เปิดโฆษณามาก พูดคุยมากกว่าการเปิดเพลงทั้ง ๆ ที่เป็นรายการเพลง มีค่าเฉลี่ย 2.41 ด้านการตอบปัญหาในรายการเป็นปัญหาด้านการตอบไม่ตรงประเด็นเป็นปัญหาลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.33 ด้านการเล่นเกมส์ เห็นว่าการเล่นเกมส์ในรายการน่าเบื่อ ไม่สนุกสนาน ใช้นาน ยึดเยื้อ เป็นปัญหาลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.10 ด้านผู้ดำเนินรายการ เห็นว่า ผู้ดำเนินรายการขาดความรู้ เป็นปัญหาลำดับแรก มีค่าเฉลี่ย 2.40 ด้านเพลงประจำรายการ (จิงเกิ้ล) เห็นว่า เพลงประจำรายการล้าสมัย ไม่น่าเสนอภาพลักษณ์ของรายการ ไม่โดดเด่น เป็นปัญหาลำดับแรกมีค่าเฉลี่ย 2.15 และด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ เห็นว่า การจัดคอนเสิร์ตเป็นกิจกรรมที่น่าเบื่อ ไม่สนุก ทำให้ผู้ฟังไม่อยากมีส่วนร่วม และการจัดกิจกรรมซ้ำซากไม่ยอมให้มีกิจกรรมพิเศษบ่อยเกินไป เป็นปัญหาลำดับแรกเท่าๆ กัน มีค่าเฉลี่ย 2.25