

## บทที่ 4

### ผลการศึกษารับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชนไทย

ผลการศึกษารับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชนต่าง ๆ จะพรรณตามลักษณะสื่อมวลชน 4 หมวดคือ

- หมวด 1 สื่อมวลชนไทย
- หมวด 2 โทรทัศน์
- หมวด 3 วิทยุกระจายเสียง
- หมวด 4 หนังสือพิมพ์

สื่อมวลชนในแต่ละหมวด จะพรรณตามลักษณะความสำคัญและความเป็นมาของปัญหากรอบแนวคิดในการวิจัย ตาม ขอบเขตและวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็นปริมาณ ปัญหาอุปสรรค จากการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชน 5 หัวข้อ คือ

1. บทบาท โครงสร้าง หน้าที่ของสื่อมวลชนที่มีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา
2. ปริมาณการคัดเลือกรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา
3. ปริมาณการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา
4. ปริมาณความถี่ในการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา
5. ปัญหาและอุปสรรคการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ทำการนำเสนอผลการวิจัยในประเด็นสารสนเทศ การศึกษา สารสนเทศเพื่อการศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ 50 ท่าน ประชากรกลุ่มตัวอย่าง 1,500 คน ตามวิธีดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจผสมผสานกับการวิจัยเชิงคุณลักษณะ

ตารางที่ 4.1

## ข้อมูลส่วนตัวของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประเภท		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	892	59.5
	หญิง	608	40.5
ภูมิสำเนา			
	กรุงเทพมหานคร	456	31.9
	ภาคกลาง	374	26.1
	ภาคตะวันออก	167	11.7
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53	3.7
	ภาคเหนือ	187	13.1
	ภาคใต้	125	8.7
	อื่นๆ	69	4.8
อายุ			
	16-20 ปี	312	24.1
	20 ปีขึ้นไป	983	75.9
ระดับการศึกษาสูงสุด			
	มัธยมศึกษา	189	12.6
	อาชีวศึกษา	298	19.9
	ปริญญาตรี	1013	67.5
ลักษณะการศึกษา			
	ผู้ที่ศึกษาอยู่ในระบบ	1497	33.5
	ผู้ที่ศึกษาอยู่นอกระบบ	213	14.2
	ผู้ที่ศึกษาคตามอัคราชัย	290	19.3
รายได้			
	ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	1256	94.3
	1 หมื่นบาทขึ้นไป	76	5.7
สังกัดการศึกษาในระบบ			
	มหาวิทยาลัยของรัฐ	196	13.1
	มหาวิทยาลัยของเอกชน	196	13.1
	มหาวิทยาลัยเปิด	199	13.3
	สถาบันราชภัฏ	208	13.9
	สถาบันราชมนคล	198	13.2
	สังกัดการศึกษานอกระบบ	213	14.2
	สังกัดการศึกษาคตามอัคราชัย	290	19.3
	รวม	1500	100.0

## หมวด 1 สื่อมวลชนไทย

### 1. บทบาทโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชนไทย กับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

การที่ผู้รับสื่อจะเปิดรับมากน้อยเพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับ โครงสร้าง หน้าที่ ของสื่อมวลชน

ในที่นี้จะนำเสนอโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชนใหญ่ ๆ ที่ศึกษา 3 สื่อคือ โทรทัศน์, วิทยุกระจายเสียง, และหนังสือพิมพ์ เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้เป็นสื่อมวลชนหลักที่มีบทบาทหน้าที่การให้สารสนเทศเพื่อศึกษามานาน

จากการศึกษาพบว่าโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชน มีผลต่อลักษณะ ปริมาณการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาในหลายประเด็น คือ

จากการสัมภาษณ์ มีข้อสรุปในด้านโครงสร้างสื่อมวลชนไทยหลายประการ เช่น สื่อที่จัดการโดยรัฐ โดยทั่วไปจะให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงกว่าที่จัดการโดยเอกชนหรือเป็นของเอกชน ยกเว้น ITV ซึ่งเสนอสารสนเทศเพื่อศึกษาค่อนข้างสูง

ตัวอย่าง คือ สถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 ช่อง 9 ช่อง 11 วิทยุเพื่อการศึกษา สื่อเหล่านี้ดำเนินการโดยรัฐ ในระบบราชการและรัฐวิสาหกิจ จะให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง

ในส่วนของ การเปิดรับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อที่จัดการโดยรัฐ จะได้รับความนิยมนับเปิดรับจากประชาชน น้อยกว่าสื่อที่จัดการโดยเอกชน เช่น โทรทัศน์ช่อง 3 ช่อง 7 หรือสถานีวิทยุ FM คลื่นเพลง ซึ่งได้รับความนิยมนับสูงเป็น 5 อันดับแรก ส่วนใหญ่จัดการกับภาคเอกชน โครงสร้างโดยสรุปของสื่อมวลชนไทย คือ

โทรทัศน์ ในกรุงเทพฯ มี 6 ช่อง คือ 3. 5. 7. 9. 11. และ ITV. แต่โทรทัศน์ในต่างจังหวัด 6 ช่อง และ 1 ช่องที่เป็นโทรทัศน์บอกรับเป็นสมาชิก หรือ เคเบิลทีวี คือ UBC สถานีโทรทัศน์เป็นของรัฐเป็นส่วนใหญ่ บางส่วนให้เอกชนรับสัมปทานหรือเช่าเวลา ยกเว้น ITV และ UBC ซึ่งเป็นเอกชนที่ได้รับสัมปทานจากรัฐ

วิทยุ 532 สถานี เป็นของรัฐทั้งหมด ให้เอกชนรับสัมปทาน หรือเช่าเวลาไปผลิตและเผยแพร่หนังสือพิมพ์ เกือบ 20 ฉบับ ทั้งหมดเป็นของเอกชน ประเทศประมาณครึ่งหนึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง แต่ได้รับความนิยมนับจากประชาชนต่ำ อีกประมาณครึ่งหนึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาต่ำ แต่ได้รับความนิยมนับจากประชาชนสูงประมาณร้อยละ 80 ของผู้อ่าน

ทั้งหมด โดยวัดจากจำนวนยอดผลิต ยอดจำหน่าย และการอ่านซ้ำหลาย ๆ คนในสถานที่กึ่งสาธารณะ เช่น ร้านอาหาร

ตารางที่ 4.2 ปริมาณการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชนไทย (8)

ได้รับความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์จากสื่อมวลชนไทยประเภทใดมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	1032	68.8
วิทยุ	66	4.4
หนังสือพิมพ์	287	19.1
อินเทอร์เน็ต	115	7.7
อื่นๆ	-	-

จากการศึกษาพบว่า โทรทัศน์เป็นสื่อที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษามากที่สุด หนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อย และได้รับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากวิทยุน้อยที่สุด

ผลการสำรวจนี้ขัดแย้งกับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่าหนังสือพิมพ์ให้สารสนเทศเพื่อศึกษามากที่สุด แต่สอดคล้องกับปริมาณยอดขายหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง จะมียอดพิมพ์และจำหน่ายต่ำมาก ไม่เกินร้อยละ 5 ในขณะที่โทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง มีจำนวนช่อง คือ ช่อง 5, 9, 11, ITV มากกว่าช่องที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาต่ำ คือ ช่อง 3 และช่อง 7 ถึงเท่าตัว และมีผู้รับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของช่อง 5, 9 และ ITV ใกล้เคียงกับ ช่อง 3 และช่อง 7

ส่วนวิทยุที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อยที่สุด สอดคล้องกับสถิติ สถานีวิทยุกว่า 500 สถานี มีสถานี FM มากกว่า AM มีผู้นิยม FM ถึงร้อยละ 90.4 แต่มีผู้ฟัง AM เพียงร้อยละ 19.6 แต่รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระบบ AM และสถิติรายการยอดนิยมเปิดรับฟังลำดับ 1-5 จะเป็นรายการที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อย

อย่างไรก็ตามจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม กรณีโทรทัศน์ สื่อของรัฐที่นำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาได้รับความนิยมใกล้เคียงกับสื่อของเอกชน เช่น สถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ในกรณีของผู้ชมรายการนาน 3-4 ชั่วโมง ช่อง 11 จะได้รับความนิยมสูงใกล้เคียงกับช่อง 3 และช่อง 7 และสูงกว่า ITV ทั้งนี้เปรียบเทียบผลทางรายการที่เป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษาช่อง 3 และช่อง 7 มีน้อย

สอดคล้องกับงานวิจัย เจริญสำรวจที่หนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่มากจะได้รับความนิยมน่านสูง แม้เปรียบเทียบเฉพาะรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาก็ตาม

นอกจากนั้น ยังพบว่า หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณซึ่งเปิดมา ประมาณ 2 ปี เช่น คมชัดลึก ได้รับความนิยมน่านอันดับ 3 รองจากไทยรัฐและเดลินิวส์

ในด้านบทบาท โครงสร้าง หน้าที่ของสื่อกระจายเสียงกำลังอยู่ในระยะเปลี่ยนแปลงอย่างมาก จากทบัญญัติของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 40 ซึ่งวางหลักให้ คลื่นวิทยุและโทรทัศน์เป็นของสาธารณะ และใช้ประโยชน์ต่อสาธารณชนมากขึ้น โดยมีองค์กรอิสระ ควบคุมดูแล และดำเนินการ

จากการศึกษา พบว่า แนวโน้มสื่อวิทยุและโทรทัศน์ จะเปลี่ยนแปลงในโครงสร้าง หลายด้าน เช่น

1. การเปลี่ยนแปลงเป็นเอกชน เป็นเจ้าของได้ แทนการรับสัมปทาน หรือเช่าเวลาแบบก่อน
2. เป็นประโยชน์แก่สาธารณชนมากขึ้น โดยการมีวิทยุและโทรทัศน์ของภาคประชาชน และภาคชุมชน ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิ เห็นว่า น่าจะทำให้มีสารสนเทศเพื่อศึกษามากขึ้นตามไปด้วย
3. มีความเป็นอิสระเป็นตัวของตัวเอง และประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น น่าจะทำให้มีสารสนเทศเพื่อชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น ตรงกับความต้องการมากขึ้น เนื่องจากปัญหาการไม่มีรายการให้เลือก หรือมีแต่ไม่ตรงกับความต้องการเป็นปัญหาใหญ่ที่สุดของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงสำรวจ ยกเว้นสื่อวิทยุ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะมีปัญหาเรื่องคลื่นส่งไม่ชัดเจน

โครงสร้างในอดีต ซึ่งจะถูกรอบงำโดยอำนาจรัฐและธุรกิจตามแนวทฤษฎีปฏิวัติฐาน ทางสังคม การนำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาต้องอาศัยจิตสำนึกของตัวเอง ดังเช่น นักหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า

สื่อมวลชนเป็นตัวแทนของความคิดเป็นตัวแทนของข่าวสารเป็นผู้เชื่อมระหว่างรัฐ คือ ฝ่ายผู้ใช้อำนาจรัฐกับประชาชน คือ ผู้อ่าน ผู้ฟัง ผู้ชม ดังนั้น ด้านสื่อมวลชนจะต้องมีจิตสำนึกอันสูง ไม่เฉพาะด้านที่จะมองในแง่ของธุรกิจอย่างเดียว ปรกติสื่อจะแย่งกันในการที่จะเติบโตใหญ่ เพื่อครอบงำในด้านเศรษฐกิจ หรือใช้เป็นเครื่องมือของอำนาจรัฐที่จะครอบงำ

สื่อที่ดีจะต้องมีจิตสำนึกที่ดี มีความเป็นกลาง คำนึงถึงว่าใครเป็นผู้ได้เปรียบ-เสียเปรียบ การเสนอสารสนเทศต้องไตร่ตรองก่อน ชั่งน้ำหนักข่วงก่อน (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์อาวุโส 31 มกราคม 2546)

ในขณะที่สื่อกระจายเสียงไทยส่วนใหญ่เป็นของรัฐ และกำลังเปลี่ยนสู่ภาคเอกชนและภาคประชาชน ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า น่าจะลดความเป็นส่วนราชการลง ซึ่งนักวิทยุ โทรทัศน์ ได้ชี้แนะทางการเปลี่ยนแปลงเช่น การลดจำนวนสื่อของภาครัฐลง เพิ่มจำนวนสื่อภาคประชาชนมากขึ้น ตัวอย่างเช่นแนวคิดที่ว่า กรมประชาสัมพันธ์ไม่จำเป็นต้องมีสื่อมาก ดังเช่นนักวิทยุ โทรทัศน์ เสนอว่า

“หน้าที่ประชาสัมพันธ์ ไม่จำเป็นจะต้องมีสื่อมากมาย ไม่จำเป็นต้องมีประเทศที่พัฒนาแล้ว ไม่มีกรมประชาสัมพันธ์ที่มีสื่อมาก ๆ เขาให้สื่อกระจายออกไปเป็นของเอกชน เป็นขององค์กรอิสระมหาชน อย่าง BBC มีวิทยุกระจายเสียงกว้างไปหมด เสร็จแล้วรัฐบาลอยากไปประชาสัมพันธ์เมื่อไรก็เรียกสื่อมาฟังแถลงข่าวได้” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 8 มกราคม 2546)

สื่อกระจายเสียงที่ยังเป็นราชการอยู่มาก เช่น สถานีโทรทัศน์กว่าร้อยละ 80 สถานีวิทยุ กว่า 500 สถานี เป็นของรัฐทั้งหมด เกือบทั้งหมดสังกัด กระทรวงกลาโหมและกรมประชาสัมพันธ์ แม้ส่วนใหญ่จะให้เอกชนเช่าช่วงเวลา หรือรับสัมปทานไป แต่ก็มีบางส่วนที่จัดทำเองในระบบราชการ ซึ่งมักจะมีรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษามากกว่าสถานีที่เอกชนเช่าเวลาไปทำ แต่สถานีที่ภาคราชการทำเองมักจะได้รับคามนิยมจากประชาชนน้อย ส่วนสื่อที่เอกชนเช่าเวลาหรือรับสัมปทานไปนั้นจะมีสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อย แต่ได้รับความนิยมจากประชาชนและได้รับการสนับสนุนจากผู้ให้โฆษณา

อย่างไรก็ตาม โครงสร้างของสื่อวิทยุกระจายเสียงเริ่มเปลี่ยนแปลงในช่วงปี 2545 ซึ่งมีการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนกว่า 200 สถานี ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วยเป็น และรัฐบาลได้นำเสนอนโยบายให้มีการจัดตั้งสถานีวิทยุขององค์การบริหารส่วนตำบล 400 สถานี ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่คัดค้าน ด้วยเกรงว่าจะถูกรัฐครอบงำและไม่ต่างจากสถานีวิทยุราชการเช่นเดิม แต่ทั้งวิทยุชุมชนและวิทยุ อบต. ผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมดเห็นว่าน่าจะทำให้มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีผู้เปิดรับสื่อวิทยุมากขึ้น ตรงกับท้องถิ่นและความต้องการของประชาชนมากขึ้น

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม แม้ไม่มีข้อมูลที่ค้นพบโดยตรงว่า ประชาชนสนับสนุนวิทยุชุมชนและวิทยุ อบต. แต่การตอบแบบสอบถามในประเด็นปัญหาจากสื่อมวลชนทุกประเภท พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีปัญหาและอุปสรรคในการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา จากสื่อมวลชน มากที่สุดคือ ปัญหาการมีรายการให้เลือกน้อย และรายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการและปัญหาคลื่นวิทยุไม่ชัดเจนเพราะมาจากส่วนกลางคือกรุงเทพมหานคร การมีวิทยุชุมชนและวิทยุ อบต. น่าจะแก้ปัญหาเหล่านี้ได้

ผู้มีส่วนอย่างสำคัญในการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนไทยคือผู้อุปถัมภ์รายการหรือผู้ให้โฆษณา กรณีนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเน้นบทบาท และอิทธิพลของผู้ให้โฆษณา ว่ามีส่วนใน

การกำหนดปริมาณสารสนเทศเพื่อการศึกษา มากหรือน้อยได้ ดังเช่น นักนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่ให้เห็นว่า ผู้มีบทบาทมากที่สุด คือ ผู้ให้โฆษณา ซึ่งมีเงินสนับสนุนและรัฐบาลซึ่งเป็นเจ้าของสื่อ “ถ้ารายการเป็นภาคเอกชนก็คิดสปอนเซอร์ ถ้าของรัฐก็คิดรูปแบบกรมประชาสัมพันธ์ และงบประมาณ กรมประชาสัมพันธ์จะทำรายการดี หรือไม่ดี หรือว่ามีข่าวของรัฐบาลมากกว่าฝ่ายค้าน ก็เนื่องจากว่าเขาได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาล” (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 18 มกราคม 2546)

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ ชี้ให้เห็นว่า สารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชนมีน้อยหรือมีผลน้อย เพราะมีอิทธิพล 2 ด้าน คือ

1. ภาคเอกชนจะสนองตอบแนวทางของผู้ให้โฆษณา ซึ่งมักจะให้เงินสนับสนุนรายการ เพื่อความบันเทิง มากกว่ารายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา เพราะคาดว่า ผู้ชมหรือผู้ฟังจะชอบชมรายการบันเทิงมากกว่า

อย่างไรก็ตาม ผลจากงานวิจัยนี้ พบว่า รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาในโทรทัศน์ช่องที่เป็นของส่วนราชการ คือช่อง 11 ได้รับความนิยมเปิดรับชมสูงไม่น้อยกว่าโทรทัศน์ ช่อง 3 หรือช่อง 7 ในกลุ่มผู้ที่ดูโทรทัศน์เกินกว่า 3 ชั่วโมง หากมีข้อมูลในการทำงานนี้มาก ๆ รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาและช่องสื่อที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาอาจได้รับการสนับสนุนจากผู้ให้โฆษณามากขึ้น

2. ภาครัฐราชการ ซึ่งทำการผลิตและเผยแพร่รายการที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษามาก แต่มีผู้เปิดรับชมหรือฟังน้อย เนื่องจากปัญหาด้านเทคนิคการผลิต ความสามารถในการสื่อ ยกเว้น กรณีที่มีผู้ชมนาน ๆ ของโทรทัศน์รายการ ช่อง 11 จะได้รับความนิยมสูง ดังได้กล่าวแล้ว

ดังนั้น โครงสร้างหลาย ๆ แบบที่ ครอบงำสื่ออยู่ มีผลต่อปริมาณและคุณภาพของการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

## 2. ปริมาณสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชนไทย

จากการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ จะชี้ให้เห็นว่า สารสนเทศที่ได้รับความนิยมน้อย ไม่จำเป็นจะต้องมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง และมีข้อสังเกตว่า หากมีการรับสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อยเกินไป น่าจะมีผลเสียในระยะยาวหลาย ๆ ด้าน นักการศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า สื่อมวลชนไทย ยังให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่มาก

“สื่อมวลชนที่มีการครองตลาดสูง ไม่ได้หมายความว่า เป็นสื่อมวลชนดี ถ้าครองตลาดได้เกือบ 90 % ต้องมีอะไรผิดปกติ ลักษณะการศึกษาทางอ้อมที่สื่อมวลชนไทยทำอยู่ มันไม่ค่อยสร้างความมั่นคงและสติปัญญา คนในชาติรวมทั้งหมดมันเปลี่ยแล้ว คนก็ไปอยู่กับเรื่องความบันเทิง มันไร้สาระ มัน

สะท้อนความจริงว่าคนไทยปล่อยเวลา ไปกับเรื่องไร้สาระ กับความสุขเล็ก ๆ น้อย ๆ” (สัมภาษณ์ นักการศึกษา 27 มกราคม 2546)

มีงานวิจัยหลายชิ้นที่แสดงสถิติการเลือกส่งสารสนเทศเพื่อการศึกษา แก่ประชาชนน้อย แต่ได้รับความนิยมสูง สอดคล้องกับงานวิจัยเชิงสำรวจ ที่พบว่า การรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาบางส่วนน้อยถึงน้อยมาก โดยเฉพาะในสารสนเทศสาขาเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน อหิงสา การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การบริหารธุรกิจ ภาษาต่างประเทศ และรายการประกอบการศึกษาของมหาวิทยาลัย ซึ่งสารสนเทศเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญและจำเป็นสำหรับมนุษย์ในศตวรรษที่ 21

ผู้ให้สัมภาษณ์บางส่วน เห็นว่า เป็นธรรมชาติของสื่อมวลชนไม่เหมาะกับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาบางประเภท ทำให้มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาบางประเภทน้อย อาจจะมีเพียง 10-30% นักนิเทศศาสตร์บางส่วนเห็นเป็นเรื่องปกติ หากจะเป็นผลเสียระยะยาวก็สามารถแก้ไขได้ โดยแทรกสารสนเทศเพื่อการศึกษาไว้ในสารสนเทศอื่น ๆ ที่ได้รับการเปิดรับมาก

--ธรรมชาติของสื่อมวลชนในลักษณะกึ่งธุรกิจกึ่งองค์กร แต่มีบทบาทต่อสังคมมาก ดังนั้น สื่อมวลชนจะให้กับการศึกษาโดยตรงคงยาก อาจทำได้บ้างแต่ไม่มากนัก สิ่งที่เราคาดหวังจากสื่อได้ คือการให้บทบาททางการศึกษา ด้านจริยธรรม แต่จะไม่เรียกร้องให้เพิ่มเนื้อหาการศึกษามากขึ้น เพราะเนื้อหาการศึกษาโดยตรงชัดเจนมันจะได้เพียง 10% - 30% ตรงนี้แต่ส่วนอื่นที่เป็นบทบาทด้านอื่นควรจะแทรกการศึกษา ความรู้ วัฒนธรรมด้วย เพราะข่าวสามารถให้ความรู้ได้ ให้บทเรียนได้ เพราะข่าวมันจะให้ความรู้หรือเป็นช่องทางที่จะนำเสนอสิ่งไม่ดีก็ได้มันเหมือนดาบสองคม (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 15 พฤศจิกายน 2545)

ข้อมูลดังกล่าวสอดคล้องกับปริมาณสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ซึ่งมีผู้รับฟังหรือรับชมประมาณ 10 - 30 % ยกเว้นสารสนเทศ ประเภท เศรษฐกิจ สังคม การเมือง วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้รับสื่อที่เป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างมากกว่ารายการอื่นๆ โดยมีการเปิดรับในระดับร้อยละ 20-30

นักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานในสื่อมวลชน เห็นว่าการ ที่สารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชนมีน้อย เพราะมีสาเหตุหลายประการ เหตุผลหลักจะเป็นเหตุผลด้านการตลาด คล้ายกับข้อสรุปของนักวิทยุ โทรทัศน์ คล้ายกับข้อสรุปโดยการให้สัมภาษณ์ที่ว่า

...รายการมีสารสนเทศเพื่อศึกษามีน้อยมาก ภาพโดยทั้งหมดยังไม่น่าพอใจ คำว่ามีสาระก็มีสาระน้อยมาก ๆ



ประการที่ 1 ตลาดไม่ค่อยอำนวย คือ ระบบตลาดปกติรายการใดก็ตามที่มีคนดูมาก เอเจนซี่ก็จะสรรหาโฆษณามาลงง่าย เพราะมีคนดูเยอะ แต่รายการสาระโดยเฉพาะเพื่อเด็ก เพื่อคนชรา และเพื่อชาวบ้าน ที่กำลังซื้อต่ำ เกษตรกรหรือชาวชนบทอำนาจซื้อยังต่ำ เพราะฉะนั้นรายการเพื่อคนพวกนี้ คนแก่ ชาวชนบท รายการพวกนี้จะไม่ค่อยมีเพราะเอเจนซี่หรือโฆษณาเขาไม่สนับสนุน ระบบตลาดมันทำงานไม่ได้ ที่ทำงานไม่ได้เพราะคนดูไม่มีอำนาจซื้อ เด็ก คนชรา ชาวบ้านชนบทไม่ค่อยมีอำนาจซื้อ น้อย ระบบตลาดไม่ทำงาน ในทางเศรษฐศาสตร์ ตลาดทำงานในรายการที่มีความต้องการดูรายการ

ประการที่ 2 คือ ถ้าเหตุการณ์อย่างนี้ รัฐจะต้องเข้ามาแทรกแซง มิฉะนั้นจะเหมือนเดิม ปกติแล้วรัฐถ้าเจตนาอยากเห็นการเปลี่ยนแปลง จะต้องเข้ามาช่วยแทรกแซงให้เงินสนับสนุน หรือแทรกแซงให้รายการพวกนี้ได้รับการผ่อนปรนค่าเช่าเวลา แต่รัฐเองก็ผสมผสาน รัฐเองก็ไม่อยากให้มีรายการสาระ เพราะว่ามีรายการสาระแล้วมันจะถูกวิพากษ์วิจารณ์ รัฐบาลบางยุคกลัวการวิพากษ์วิจารณ์เหมือนกัน รัฐเองก็พยายามห้ก้ากับทางอ้อมไปยังผู้จัด จะไม่ให้เสรีภาพอย่างแท้จริง ปัจจุบันนี้เป็นอย่างนั้น ก็เลยทำให้มีปัญหา

ประการที่ 3 คนทำสื่อก็ไม่อยากเดือดร้อน คือทำรายการสาระมันเดือดร้อน 1 ปัญหาเรื่องเงินบริษัทเสี่ยงต่อการขาดทุน... (สัมภาษณ์ 8 มกราคม 2546)

ด้วยเหตุผลธรรมชาติของสื่อ หรือเหตุผลทางการตลาด มีข้อสรุปตรงกันว่า สื่อมวลชนให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา น้อย สอดคล้องกับงานศึกษาเชิงสำรวจ ซึ่งผู้รับสื่อจะรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา น้อยเกือบทุกสาขาวิชา บางสาขาวิชาไม่รับสื่อมาก เกือบร้อยเปอร์เซ็นต์

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจผู้รับสื่อ เห็นว่า สื่อมวลชนมีรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้เล็กน้อย ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ที่สุดของผู้รับสื่อ สอดคล้องกับการสำรวจผังรายการของสถานีโทรทัศน์ที่มีการเปิดรับสูงและคอลัมน์นี้ที่เป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษาในหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านมาก ตรงกันข้ามกับรายการของสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้เปิดรับน้อย มักจะมีรายการสารสนเทศเพื่อศึกษามาก เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านน้อย จะมีคอลัมน์ที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษามาก

นักนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่ที่มองว่าสื่อมวลชนไทยให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาในปริมาณที่น้อย นอกจากเหตุผลทางการตลาด แล้วยังมีเหตุผลทางตั้งการผลิต ว่าสารสนเทศเพื่อการศึกษาจะผลิตให้ดีขึ้นทำได้ไม่ถ่วงนัก หากผลิตไม่ดี ก็จะไม่เป็นที่นิยมว่า

...สารสนเทศเพื่อการศึกษาสื่อสารมวลชน สื่อมวลชนไทยโดยรวมมีพวกความรู้เพื่อการศึกษา อยู่แต่จะศึกษาอาจมี 30% ซึ่งการสำรวจที่มีอยู่ มาส่วนใหญ่จะเป็นบันเทิงเสียมากประมาณ 70-75% มีประมาณ 25-30% จะเป็นรายการเพื่อความรู้อันส่วน ส่วนใหญ่จะออกไปในรูปของบันเทิงส่วนใหญ่

เพราะว่ามันหาลูกค้าคือคิดว่ามีผู้ฟังที่สามารถรับฟังได้ง่าย คืออาจจะถูกใจกับคนที่เป็นคนให้เงินสนับสนุนรายการในรูปแบบเงินโฆษณา

คนจัดก็ไม่ต้องใช้อะไรมากมาย เพียงแต่ว่ามีความรู้จักรื่องเพลง สิ่งที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิง มันค่อนข้างจะทำได้ง่ายกว่าการที่จะทำรายการเพื่อการศึกษาๆ ที่มีคุณภาพจะทำยากจริง ๆ เช่น รายการประเภทคุยกันวิเคราะห์ปัญหาบ้านเมือง ทำรายการสารคดี ทำรายการนิตยสาร อะไรต่าง ๆ เกือบจะไม่มีใครทำกันสักเท่าไร ยกเว้นสถานีการศึกษาโดยตรงหรือว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย... (สัมภาษณ์ ผู้บริหารสถานีวิทยุ 18 มกราคม 2546)

ในทางตรงกันข้ามมีนักนิเทศศาสตร์บางส่วนที่เห็นว่าสื่อมวลชนมีสารสนเทศเพื่อการศึกษา มากพอสมควร ก็มีเหตุผลว่า การศึกษานั้นกว้างขวางกว่าการศึกษาในระบบโรงเรียน เพราะหากพิจารณาถึงการศึกษาผลกระทบและการศึกษาตามอัธยาศัย สื่อมวลชนก็จะให้สารสนเทศเพื่อศึกษามาก

นักนิเทศศาสตร์ส่วนน้อยที่เห็นด้วยกับการมองว่าสื่อมวลชนมีสารสนเทศเพื่อศึกษามาก เช่นข้อมูลที่ว่า

สื่อมวลชนไทยในด้านการศึกษา มีลักษณะเฉพาะ คือ ถ้าแบ่งตามการศึกษาในระบบสื่อมวลชนก็ไม่ค่อยได้ให้อะไร แต่ถ้าเป็นการศึกษานอกระบบต่อเนื่องตลอดชีวิต แบบอัธยาศัย ก็มีในแบบของมัน เพราะว่าเป็นการศึกษาที่ไม่มีหลักสูตรแต่ละคนก็จะเรียนรู้ด้วยตัวของตัวเอง คนที่วิจารณ์ระบบสื่อมวลชนบ้านเราว่าบันเทิงมาก ไม่ค่อยมีคุณค่าเท่าไร ก็คือ คนที่มองการศึกษาอย่างค่อนข้างเป็นการศึกษาในระบบ แต่ถ้าเป็นชาวบ้านทั่วไปแล้วเขารู้จักเลือก เขาก็จะรู้สึกว่าจะมี เช่น เขาก็จะดูจาก ฟังข่าว วิทยุบ่อย ๆ เป็นประจำ อ่าน นสพ.บ้าง ดูข่าว โทรทัศน์บ้าง จะประสม เขาก็ติดตามเหตุการณ์ได้ระดับหนึ่ง เรียนรู้มากขึ้นพอสมควร... (สัมภาษณ์ 11 ธันวาคม 2545)

ในความเห็นที่แตกต่างจากผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ที่มองว่า สื่อมวลชนไทยให้สารสนเทศเพื่อศึกษามากพอ เป็นการมองในแง่ดี และตีความสารสนเทศเพื่อศึกษากว้างออกไป รวมทั้ง มีทัศนคติในการให้การศึกษาแบบกว้างมากกว่าการศึกษาในระบบ และพิจารณาพื้นฐานของผู้รับสารสนเทศไทยว่าส่วนใหญ่ยังมีสารสนเทศเพื่อศึกษาไม่สูงนัก สิ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอส่วนใหญ่จึงเป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษาสำหรับเขา ซึ่งเป็นแนวคิดที่น่าสนใจเช่นกัน

อย่างไรก็ตามนักนิเทศศาสตร์ที่เห็นว่าสื่อมวลชนไทยควรให้สารสนเทศเพื่อศึกษามากนี้ให้ข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า สื่อมวลชนบางสื่อ เช่น โทรทัศน์ให้สารสนเทศประเภทบันเทิงมากเกินไปสอดคล้องกับความคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่

ผลจากการศึกษาเชิงสำรวจจากแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่ผู้รับสื่อจะรับสื่อมวลชน โดยมีเหตุผลเพื่อความบันเทิงพร้อมกับได้รับความรู้ไปด้วยมากที่สุด(ร้อยละ 24.3-31.5 )และรายการที่ได้รับความนิยมเปิดดูมากที่สุด ในฐานะที่เปรียบเทียบเฉพาะรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา มักจะเป็นรายการที่มีความบันเทิงปนอยู่มาก เช่น รายการสนทนา สัมภาษณ์

ส่วนรายการที่ได้รับความนิยมน้อยที่สุด คือ รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาล้วน ๆ หรือรายการสอนโดยตรง เช่น รายการวิเคราะห์เชิงลึก รายการธรรมะ หรือรายการเพื่อการศึกษาของโรงเรียน มหาวิทยาลัย เป็นต้น ซึ่งรายการเหล่านี้ มีลักษณะคล้ายกับการศึกษาในระบบจะไม่ได้ได้รับความนิยมในสื่อมวลชน ซึ่งนิยมรายการที่มีลักษณะเป็นการศึกษาตามอัธยาศัย คือ เรียนรู้เอง จากตัวอย่างจริง ไม่ได้สอนกันตรง ๆ

ตารางที่ 4.3 กลุ่มบุคคลกับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชน

ลักษณะส่วนตัว	สื่อมวลชน	โทรทัศน์	วิทยุ	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต
	n	n	n	n	n
	%	%	%	%	%
ชาย	61.4	3.0	277	78	
	54.8	2	24.7	7.0	
หญิง	484	39	40	45	
	79.6	6.4	6.6	7.4	
กรุงเทพฯ	278	40	168	-	
	61.0	2.2	36.8		
ต่างจังหวัด	711	37	119	108	
	72.9	3.8	12.2	11.1	
อายุ 16-20 ปี	283	-	-	29	
	90.7	-	-	9.3	
อายุ 20 ปี ขึ้นไป	660	56	229	38	
	41.1	5.7	23.3	3.8	
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	320	-	130	37	
	65.7	-	26.7	7.6	
ปริญญาตรีขึ้นไป	712	65	157	78	
	70.3	6.5	15.5	7.7	
รายได้	984	66	117	89	
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	78.3	5.3	9.3	7.1	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	10	-	40	26	
	13.2	-	52.6	34.2	

จากการศึกษาพบว่า ผู้รับสื่อเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มากกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์กว่า 2 เท่า ยกเว้นผู้มีรายได้เกิดหนึ่งหมื่นบาทจะอ่านหนังสือพิมพ์มาก ส่วนภูมิภาค อาชีพ การศึกษา รับสื่อโทรทัศน์ได้ไม่ต่างกันนัก

ตารางที่ 4.4 กลุ่มบุคคลกับการได้ประโยชน์จากการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชน  
ไทย

ลักษณะส่วนตัว	การรับสื่อ	น้อยที่สุด n(%)	น้อย n(%)	ปานกลาง n(%)	มาก n(%)	มากที่สุด n(%)
<b>เพศ</b>						
ชาย		59 (6.6)	106 (11.9)	415 (46.5)	312 (35.0)	-
หญิง		-	29 (4.8)	416 (68.4)	163 (26.8)	-
					163 (26.8)	
<b>ภูมิลำเนา</b>						
กรุงเทพฯ		-	64 (14.0)	294 (64.5)	98 (21.5)	-
ต่างจังหวัด		59 (6.1)	71 (7.3)	518 (53.1)	327 (33.5)	-
<b>อายุ</b>						
16-20 ปี		-	86 (27.6)	95 (30.4)	131 (42.0)	-
20 ปี ขึ้นไป		59 (6.0)	19 (1.9)	598 (60.8)	307 (31.2)	-
<b>การศึกษา</b>						
ต่ำกว่าปริญญาตรี		-	64 (13.1)	256 (52.6)	167 (34.3)	-
ปริญญาตรีขึ้นไป		59 (5.8)	71 (7.0)	575 (56.8)	308 (30.4)	-
<b>รายได้</b>						
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท		59 (4.7)	135 (10.7)	632 (50.3)	430 (34.2)	-
1 หมื่นบาทขึ้นไป		-	-	69 (90.8)	7 (9.2)	-

ความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อมวลชนในแง่ของความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าสื่อมวลชนให้ความรู้ปานกลาง ประมาณร้อยละ 40-60 ให้ความรู้ประมาณร้อยละ 9.2-42 ที่เห็นว่าให้ความรู้น้อยหรือน้อยที่สุดมีไม่มากนัก สำหรับผู้อยู่ต่างจังหวัดเห็นว่า สื่อมวลชนให้ความรู้มากกว่าผู้ที่อยู่ในตัวเมือง ผู้มีอายุน้อยเห็นว่าสื่อมวลชนให้ความรู้มากกว่าผู้มีอายุ

### 3. ปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชนไทย

#### 3.1 ปัญหาช่องว่างและความไม่สมดุลในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชน

การพิจารณาความไม่สมดุลหรือความแตกต่างในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชน อาจยกตัวอย่างบางประเด็นได้ คือ

ความแตกต่างของการรับสารสนเทศระหว่าง

1. กรุงเทพกับต่างจังหวัด
2. ชนชั้นนำกับมวลชน

#### ความไม่สมดุลในการไหลของสารสนเทศเพื่อการศึกษาของกรุงเทพฯ กับต่างจังหวัด

ในระดับโลก ประเทศที่พัฒนาแล้วจะเป็นผู้ส่งออกสารสนเทศสู่ประเทศที่พัฒนาน้อยกว่า เช่นเดียวกับกรุงเทพฯ กับต่างจังหวัด กรุงเทพฯ จะเป็นแหล่งผลิตสารสนเทศต่างจังหวัดจะเป็นผู้รับ และวิธีการรับสื่อของคนกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดแตกต่างกัน

นักนิเทศศาสตร์ ชี้ให้เห็นว่า ความแตกต่างของการรับสารสนเทศ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างทางเทคโนโลยีการสื่อสาร

“ถ้าหันมาดูการกระจายข่าวสารระหว่างสังคมเมืองกับชนบท มันเป็นปัญหาคล้าย ๆ กัน กิจกรรมการสื่อสาร โทรคมนาคม ซึ่งเป็นตัวสนับสนุนข่าวสารเพื่อการศึกษา การพัฒนา การเมือง ฯลฯ เดียวนี้ตั้งอยู่ในเมือง ไม่ว่าจะป็น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ เทคโนโลยีสมัยใหม่ ศูนย์กลางของกิจกรรมโทรคมนาคม ตั้งอยู่ในเมืองแทบทั้งสิ้น ในกรุงเทพฯ เป็นหลัก” (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 8 มกราคม 2546)

#### ช่องว่างในการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของชนชั้นนำกับมวลชน

เนื่องจากชนชั้นกลาง และชนชั้นนำเป็นผู้ควบคุมซึ่งสารสนเทศที่นำเสนอ สารสนเทศที่นำเสนอจึงเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มชนชั้นนำ มีเรื่องราวของชนชั้นล่างน้อย เช่นเรื่องราวของชาวนา ซึ่งเป็นชนส่วนใหญ่ไม่สู้จะปรากฏในสื่อมวลชนนัก

...ถ้ามองกลุ่มชนชั้นนำ กับ มวลชน มันจะมีช่องว่างอีกไหม หรือจะหายไปเรื่อย ๆ อันนี้น่าพิจารณา มันไม่ใช่เฉพาะชนชั้นนำกับชนชั้นล่างที่เป็นปัญหาของสังคมไทย แม้แต่ชนชั้นกลางที่ฟังไม่ค่อยได้และจากการฟังนักคิดหลาย ๆ คนที่พูดถึง ชนชั้นกลาง มันน่าเป็นปัญหาที่ถามว่า ชนชั้นกลางของไทยเขายืนอยู่บนจุดไหนที่สังคม หลายคนบอกว่าชนชั้นกลางในไทยมีบทบาทสำคัญ บางทีมันก็

เกิดในยุคเผด็จการ มีอำนาจปกครองประเทศ ดังนั้นผลประโยชน์อะไรต่าง ๆ มันมีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกันอยู่... (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 8 มกราคม 2545)

ระบบสื่อมวลชนไทย ส่วนใหญ่นำเสนอสารสนเทศของชนชั้นนำ ก็ยังครอบงำอำนาจ และนำมาซึ่งระบบครอบครอง ระบบอุปถัมภ์ เพราะหลายคนที่สวามิภักดิ์ แก่คนที่มีอำนาจความแตกต่างทางช่องว่างระหว่างชนชั้นนำกับชนชั้นล่าง มันก็กว้างอยู่อย่างเดิม ขาดการติดต่อสื่อสาร สร้างความเข้าใจที่ดี และถูกต้อง สารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่ได้เป็นตัวละครช่องว่าง เพราะจากการสำรวจพบว่า ผู้รับสื่อไม่ได้รับสื่อที่ตรงกับความต้องการ

### ช่องว่าง ความแตกต่าง การรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาในชาวเมืองและชาวชนบท

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ เห็นว่า ระบบสื่อมวลชนในประเทศ ก็เป็นการย่อยส่วนของระบบสื่อมวลชนโลก มีช่องว่างและความแตกต่างของเมืองและชนบท ผู้มีฐานะร่ำรวย และยากจน ซึ่งมีโอกาสเข้าถึง หรือเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาแตกต่างกัน

...ถ้ามองรูปธรรมในกรุงเทพฯ หรือเมืองกับชนบท มันก็ออกมามากมาย ๆ ประเทศพัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนาจะคล้ายกันใช่ไหม แต่ถ้าเอาเป็นคนซึ่งรับข่าวสารต่างกัน ต่อไปมันกลายเป็นช่องว่างแน่นอน แต่จะมีการลดช่องว่างหรือการแก้ไขอย่างไร มันยาก คนรวยเขาก็ดูเคเบิล TV ไป เขาไม่เคยเห็นว่าชีวิตคนจนเป็นอย่างไร เพราะดูเคเบิลทั้งวัน เขาไม่รู้ว่าฟุตบอลเดินแล้วมันระคายเท้า เพราะมันมีบ่อมีหลุม เพราะเขาไม่เคยลงมาเดินฟุตบอล ไม่เคยเจอกัน เขาจึงไม่รู้ว่าร้อน หนาวเป็นอย่างไร ดังนั้น ชีวิตมันจะแยกห่างเพราะสื่อก็แยกคนออกจากกันไม่นำพาให้คนเข้าใจซึ่งกันและกันมากขึ้นสักเท่าไร เวทีที่เป็นเวทีกว้าง ๆ ที่เป็นเรื่องที่เป็นประโยชน์กับมวลชน มันน้อยลง มันจะเป็นสื่อเฉพาะกลุ่มเยอะ เช่น พวก แมกกาซีน จะเห็นเยอะเป็นสื่อเฉพาะกลุ่ม แต่ถ้าเป็น หนังสือพิมพ์ ที่เรียกว่า สารรวมของสังคม คนในรัฐบาลก็มีพื้นที่มากกว่าอยู่แล้ว เพราะพูดจากข้างบนลงไป ดังนั้นความไม่สมดุลย์ต่าง ๆ เหล่านี้มันก็ปรากฏให้เห็น หรือถ้าพูดถึง TV มีความไม่สมดุลย์ปรากฏว่าทุนใช้มันเพื่อสร้างควมบันเทิงไปสู่การบริโภคขนานใหญ่ ดังนั้นถ้าใครเข้าถึงมันได้ ก็จะใช้มัน... (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 11 ธันวาคม 2545)

นักวิทย์ โทรทัศน์ เห็นว่า ฐานะของคนที่มีแตกต่างทำให้เวลาที่รับสื่อต่างกัน และเลือกรับสื่อต่างกันด้วย การดูแลครบบันเทิง แม้จะมีเนื้อหาของชนชั้นสูง แต่เป็นการสนองความต้องการ ความฝันของชีวิต

ในแง่บุคคลที่ค่อนข้างระดับสูงหรือค่อนข้างระดับล่าง สารสนเทศเพื่อการศึกษาจะมีการเปิดรับคนระดับสูงมากกว่าระดับล่าง โดยเฉพาะในด้านที่เป็นความรู้ ทำให้ปัญหาระยะยาวเกิดขึ้นหรือมีช่องว่างในการเข้าถึงสารสนเทศเพื่อการศึกษาได้

ในระดับล่างปัญหาที่สำคัญคือ เขามีความไม่แน่นอนกับตัวเองเขาทำมาหากิน ในเรื่องของค่าครองชีพ ในเมื่อส่วนที่มันเป็นปัญหาต่างกับเขาแล้ว เวลาส่วนหนึ่งที่เขาจะมานั่งหน้าจอทีวีหรือฟังวิทยุ เขาคิดว่ามันเป็นส่วนเกิน หนีจากโลกความจริง ซึ่งเขาเหนื่อยมาก เขากังวลมาก เขาทุกข์มาก เพราะฉะนั้นในการที่ลงระดับล่างจะเป็นรายการที่ได้รับการสนใจ เช่น ละคร ที่เราเรียกว่าน้ำเน่า คือ เขาฝันว่าสักวันหนึ่งเขาจะรวยไหม การที่พระเอกนางเอกเจอ แล้ววันรุ่งขึ้นก็รวย ขับรถราคาสิบล้าน มีบ้านราคา 3, 4 สิบล้าน มันเป็นจินตนาการ ความฝันของเขา เขาจะมีความสุข แต่ความจริงแล้วมันเป็นไปได้ในชีวิตจริงของเขา ยิ่งความเคยชินในการรับสื่อแบบนี้ ในการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษายิ่งรับน้อยเข้าไปใหญ่ (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

#### ช่องว่างการไหลของสารสนเทศในชนชั้นนำและมวลชน

ผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ เห็นว่า สื่อมวลชนไทย ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา ยังไม่ตรงกับความจำเป็นที่แท้จริงของประชาชนส่วนใหญ่ นักสารสนเทศผ่านสื่อมวลชนจะเกี่ยวข้องกับชนชั้นนำมาก สารสนเทศที่ตรงกับชีวิตของคนส่วนใหญ่มีน้อย อุบลรัตน์ สิริวุธศักดิ์ ให้ข้อมูลว่า

...คนยากจนเขาไม่มีโอกาสได้ข้อมูล เพราะว่าข้อมูลเหล่านี้มันเป็นข้อมูลเชิงบริโภคนิยม ถามว่าข้อมูลที่เขาอยากได้เกี่ยวกับชีวิตของเขา เช่น ราคาข้าว ทุก ๆ เช้า ให้เขาเหมือนราคาตลาดหลักทรัพย์มีไหม? ใครทำให้ ชาวนามีก็ครัวเรือน เขาควรจะได้ราคาข้าว เช้า สาย บ่าย เย็น ในตลาดข้าวเหมือนราคาสต็อกนะ เราสต็อก นสพ. ลงก็ฉบับมีหน้าพิเศษให้หน้าคู่ TV ต้องวิ่งตัววิ่งให้ทุกเช้า? รายการข่าววิทยุในกรุงเทพฯ เกือบทุกช่องที่เป็นคลื่นธุรกิจจะต้องมีราคาสต็อกและราคาอัตราแลกเปลี่ยนเงินและทอง แล้วทำไมชั่วโมงข่าวสารที่เป็นราคาข้าว ราคาพืชผล พืชผักหรือสินค้าเกษตรตัวสำคัญจึงไม่มี 3 เวลา (สัมภาษณ์ 18 ธันวาคม 2545)

อย่างไรก็ตาม ความจำเป็นกับความต้องการยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ ว่าเหมือนกันหรือต่างกันอย่างไร เพราะจากการสำรวจ สถิติการรับสารสนเทศของประชาชนที่มีรายได้ และการศึกษาน้อยจะรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาต่ำ อาจจะเป็นเพราะเนื้อหาไม่ตรงกับความจำเป็นก็ได้ สำหรับความต้องการรับสื่อ นั้น นำศึกษาว่าประชาชน ต้องการรับสารสนเทศเพื่อศึกษามากน้อยเพียงใด ตามแนวทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ



### การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Used and Gratification)

อย่างไรก็ตาม นักนิเทศศาสตร์บางคน เห็นว่า สื่อมวลชนไทย สร้างความต้องการเทียมขึ้นมา โดยการนำเสนอสารสนเทศซึ่งไม่ใช่ความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง แต่เป็นความต้องการของสื่อมวลชนเองที่ต้องการขายโฆษณา จึงเน้นนำเสนอสารสนเทศที่เร้าความสนใจ จึงนำศึกษาว่าความจำเป็นและความต้องการจริงหรือความต้องการเทียมนั้นมีความหมายขอบเขต กว้างขวาง มากน้อยเพียงใด

นักวิทยุ โทรทัศน์ บางคนเห็นว่า ควรให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่มีลักษณะเป็นประโยชน์ และนำไปใช้กับชนชั้นล่าง ไม่ใช่สารสนเทศที่ไม่ค่อยได้นำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งมีอยู่จำนวนมากในสื่อมวลชนไทย

...การส่งข่าวสาร เป็นการให้แบบ passive information ยังไม่มีข้อมูลที่เป็น active information ให้กับเขาที่เพียงพอ สารสนเทศที่ให้ควรเป็นข่าวสารที่มีความหลากหลาย การให้สัมภาษณ์ของนักการเมืองต่าง ๆ ในความคิดเห็น แต่สื่อมวลชนนำเสนอ เสมือนเป็นความจริง บางอย่างในตัวของสารสนเทศก็ผิดเพี้ยน เพราะการนำสารสนเทศ เข้ามาจัดการ ไม่ค่อยจะลงทุนในการหาข้อมูลนำไปสู่แก่นแท้ของปัญหาเราจะนำเสนอกันแบบผิดเพี้ยน ใช้ความรู้สึกเป็นหลัก... (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 20 มกราคม 2546)

### 3.2 ปัญหาบทบาทโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชนไทย ที่มีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ดังที่ได้พรรณานในส่วน of ปัญหาบทบาทโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชนไทยว่ามีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นสื่อกระจายเสียงซึ่งเป็นของรัฐจัดรายการ โดยรัฐนำเสนอสารสนเทศเพื่อศึกษามาก แต่มีประสิทธิผลน้อยและสื่อกระจายเสียงของเอกชนหรือเอกชนเข้าเวลามีสัมปทาน เป็นเวลาหลายสิบปี มีการนำเสนอสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อย

ผู้วิจัยได้สอบถามแนวทางแก้ปัญหาด้านบทบาทโครงสร้างหน้าที่ของสื่อมวลชนไทยพบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้สัมภาษณ์จะมีชี้แนะแนวทางคล้ายแนวทางการปฏิรูปสื่อที่เกิดขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 มาตรา 40 ซึ่งบัญญัติให้คลื่นเป็นของสาธารณะนักวิทยุโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เห็นว่าการปรับโครงสร้างตามมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 จะทำให้มีสารสนเทศเพื่อศึกษามากขึ้น

“วิทยุและโทรทัศน์ถ้าเป็นองค์กรอิสระจะมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเพิ่มขึ้นมหาศาลเลย มันเหมือน BBC เพราะรัฐให้ได้ก็ต้องบอกเลยว่าองค์กรอิสระมหาชนแห่งนี้จะทำแต่สาระไม่มีบันเทิง แต่ถ้ามีรูปแบบอะไรที่ชวนดูก็อีกเรื่องหนึ่ง”

...ถ้าไม่มีงบประมาณทำ ไม่อยากเก็บภาษีเพื่อการนี้เหมือน BBC เก็บภาษีคนดู หรือไม่ก็เก็บจาก TV วิทยุเพื่อการค้า เหมือนเยอรมันเก็บ 3 ช่อง มาให้หนึ่งช่อง ของ NHK ก็เก็บจากคนซื้อโทรทัศน์ทุกเครื่อง มันทำได้ 2 ทาง เก็บจากช่อง 3 5 7 พวกบันเทิงนี้แหละ แกรมมีมีวิทยุบันเทิงดีนัก เอาไม่ละถูกดูชัดส่วนเกินมาให้กับช่องนี้ ในสมัยรัฐบาลอนันต์ก็เคยเก็บจากช่อง 9 มาให้ช่อง 11... (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ มกราคม 2546)

วิธีการปรับโครงสร้างตามมาตรา 40 ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นด้วย คือ การจัดความสมดุล ในการเป็นเจ้าของสื่อของภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน และการจัดการควบคุมโดยองค์กรอิสระซึ่งกำลังมีการดำเนินการอยู่

### 3.3 ปัญหาด้านการผลิตสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชนไทย

ความสามารถและเทคนิคในการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่ทำให้รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาได้รับความนิยมน้อยหรือมาก ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด ทั้งนักนิเทศศาสตร์ นักการศึกษา และผู้ปฏิบัติงานในสื่อมวลชน ต่างเห็นด้วยว่าสื่อมวลชนไทยมีปัญหาด้านการผลิตและการปรับปรุงการผลิตรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

นักการศึกษาที่มีส่วนในการผลิตสื่อเห็นว่ารายการสารสนเทศเพื่อการศึกษา มักจะเป็นรายการที่ขาดชีวิตชีวา แข็งและแห้ง จนทำให้รายการสารสนเทศเพื่อศึกษามีการเปิดรับน้อย

“ปัญหาคือสื่อที่เกิดขึ้นในรายการเพื่อการศึกษา คือ มันไม่มีแรงจูงใจ การผลิตรายการมันไม่เข้ากับความเป็นมนุษย์ ที่ต้องการความเคลื่อนไหว ความสนุกสนานและความเข้าใจ สื่อที่เป็นการศึกษามันเป็นสื่อหนัก เป็นสื่อที่ขาดชีวิตชีวา มันแห้ง มันเป็นสื่อที่รอได้ไม่ใช่สื่อจับปล้น ดังนั้นมันขัดแย้งกับตัวระบบสื่อที่มีอยู่” (สัมภาษณ์ นักการศึกษา 27 มกราคม 2546)

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ซึ่งมีประสบการณ์ในการทำรายการโทรทัศน์ ซึ่งตรงกับนักนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่เห็นว่า

...รายการเพื่อการศึกษาโดยตรง ซึ่งส่วนใหญ่มาจากสถาบันการศึกษาที่เป็นรายการมักจะติดรูปแบบไม่ค่อยเปลี่ยนแปลง เช่น ให้การศึกษาผ่านสื่อมวลชนคนหนุ่มมาก แต่ทำในลักษณะเป็นห้องเรียน นักวิทยุโทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะเน้นปัญหาจุดนี้

1. เวลาสำหรับสื่อมวลชนเพื่อการศึกษา เขาเอาแต่เวลาเช้า ๆ เวลาไม่เหมาะสม เช่น โทรทัศน์เพื่อการศึกษาโดยตรงของราม, ม.ส.ธ.

2. การผลิตค่อนข้างจะเป็นแบบในห้องเรียนมากเกินไป มันถ่ายทำแบบในห้องเรียนจนน่าเบื่อ มันยังติดครุสอน ม.ส.ธ. เคยมาอยากทำสารคดีมาสัมภาษณ์ผม ผมอุตส่าห์ช่วยคิดหาวิธีเปลี่ยนแปลง พอทำออกมาแล้วไม่ได้เรื่องก็กลุ้มใจ (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ มกราคม 2546)

นอกจากรูปแบบจะติดลักษณะห้องเรียนแล้ว ภาษายังมีรูปแบบซึ่งเป็นทางการจนเกินไป ทำให้ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เปิดรับ นักจัดรายการวิทยุ ซึ่งเป็นผู้ให้การอบรมการผลิตสื่อ เห็นว่า

ถ้าเป็นรายการเพื่อการศึกษาโดยตรงแล้ว กลุ่มเป้าหมาย จะแคบ ถ้าจะจัดรายการประเภท บทความ สารคดี ความรู้ คนดูจะน้อย การผลิตบางที ข้อมูลยังไม่ชัดเจน บางส่วนยังขาดข้อมูลที่จะนำเสนอ และภาษาที่ใช้เป็นแบบทางการเกินไปผู้จัดรายการควรหาข้อมูลเพื่อนำเสนอเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นจะได้มีข้อมูลส่วนกลางเยอะขึ้นแล้วจัดรายการตรงตามสื่อ เพราะในรายการจะมีผู้รับสื่อเยอะขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้จัดรายการ ดังนั้นโอกาสพลาดจะสูง อย่างเช่น การนำเสนอเรื่อง 30 บาท รักษาทุกโรค ประชาชนก็ยังไม่เข้าใจว่าคืออะไร (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

นอกจากรูปแบบและภาษาแล้ว เนื้อหาของสื่อมวลชนที่นำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษา ยังต้องพัฒนาให้น่าสนใจ นักวิทยุ โทรทัศน์ ให้ความเห็นเห็นว่า

เรื่องของความรู้จากสื่อมวลชนจะมีส่วนไปช่วยพัฒนาคุณภาพของการศึกษา เมื่อในอดีตรายการทอล์กโชว์ หายากมากอาจมีนานทีซักหน แต่เมื่อมีผู้จัดที่สามารถสื่อให้คนเข้าใจได้ง่าย ก็สนใจติดตาม ขยายเวลาตามไปด้วย แต่รายการไม่ได้พัฒนา ให้มีประเด็นใหม่ ๆ แนวคิดใหม่ ๆ ซึ่งเป้าหมายของบางกลุ่มเท่านั้น

“สมมติว่า ผู้รู้ 3 คน มานั่งคุยกันถามกันไปถามกันมา ตั้งคำถามจากเหตุการณ์จริง แล้วต้องไปสำรวจ ความน่าสนใจของประชาชนกระทบตัวเข้ามามากที่สุด เนื้อหาองค์ความรู้ข้อมูลหามาเสริมในรายการเรา ถ้าถามชาวบ้านอยากดูรายการไหน ชาวบ้านจะตอบว่าอย่างไรถ้าศึกษาวิจัยมากกว่า ความใหญ่โตมหาศาลไม่ใช่ส่วนสำคัญ” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

ตารางที่ 4.5 ปัญหาและอุปสรรคในการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากสื่อมวลชนไทย

ปัญหาและอุปสรรคในการรับความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์จากสื่อมวลชนไทย	จำนวน	ร้อยละ
คลื่นส่งไม่ชัดเจน	116	8.1
มีรายการให้เลือกน้อย	159	10.7
รายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการ	405	28.3
จัดซื้อไม่มีชีวิตชีวา	103	7.2
รายการที่มีความรู้พ่นๆ นำไปใช้จริงไม่ได้	209	14.6
ง่ายเกินไป	75	5.2
ยากเกินไป	32	2.2
เครียดเกินไป	38	2.7
เทคนิคการผลิตไม่ดี	82	5.7
ไม่ผสมผสานความบันเทิง	-	-
ไม่มีเครื่องมือรับ	159	11.1
อื่น ๆ	58	4.1
รวม	1430	100.0

จากตารางจะเห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคในการรับสื่อมวลชนไทยจะไม่ต่างกันมากนัก ยกเว้น ปัญหาสื่อมวลชนที่มีรายการหรือคอลัมน์ไม่ตรงกับความต้องการ ซึ่งมีผู้ตอบไว้ร้อยละ 28.3 จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทุกด้าน เห็นว่า สื่อมวลชนไทย ยังมีความหลากหลายน้อย สื่อมวลชนส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ และนำเสนอรายการสารสนเทศของกรุงเทพฯ มากกว่าต่างจังหวัด สื่อมวลชนทั้งหมดจะเติบโตในส่วนกลาง มีส่วนแบ่งเกือบร้อยละ 80 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมียอดจำหน่ายต่ำมาก วิทยุชุมชน โทรทัศน์ท้องถิ่น ยังมีน้อย ทำให้ปัญหาการนำเสนอสารสนเทศที่ตรงกับความต้องการของผู้รับมีสูง สอดคล้องกับคำตอบรองลงมา คือ เป็นความรู้ไกลตัว นำไปใช้จริงไม่ได้และมีให้เลือกน้อย

### 3.4 ปัญหาด้านการตลาดของสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านสื่อมวลชนไทย

ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดเห็นว่า การตลาดของสื่อมวลชนมีผลอย่างสำคัญต่อลักษณะ ปริมาณ ของ การเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชน และส่วนใหญ่เห็นว่า ไม่ควรปล่อยให้สื่อมวลชนให้

สารสนเทศเพื่อการศึกษาตามกลไกการตลาด เสรีจนเกินไป เพราะจะทำให้อิทธิพลของผู้ให้โฆษณามี มากเกินไป สารสนเทศเพื่อการศึกษาจะน้อยลง

ทั้งนี้เพราะสินค้าสารสนเทศเพื่อการศึกษา ซึ่งไหลเวียนผ่านสื่อมวลชนไม่เหมือนกับสินค้าทั่วไป เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการศึกษาและสติปัญญาของมนุษย์ จึงควรมีการเข้ามาแทรกแซงจัดการโดย ภาครัฐ เอกชน และประชาชน

นักวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่เห็นว่า เวลาที่เป็นช่วงเวลาที่มีคนนิยมดู ควรจัดให้มีรายการที่มีสาร สนเทศเพื่อการศึกษาเช่น เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง ให้ข้อมูลว่า“อยากจะบอกว่าถ้าเป็นช่วงหัวค่ำ หาโฆษณา ยัง พอเลี้ยงได้ นั่นคือต้องการที่เน้นสาระ รายการสาระที่บอกว่าหาโฆษณายากนะ อันแรกเลยก็ที่บอกว่า ตลาดไม่ทำงาน แต่ถ้าช่วงหัวค่ำยังพอทำงานได้ ยังพอซื้อ สังเกตดูไหม เมืองไทยรายการเพื่อเด็กไม่ค่อย มี รายการเพื่อคนแก่ไม่ค่อยมี” (สัมภาษณ์ มกราคม 2546)

ในความเป็นจริง วิทยุ และโทรทัศน์ ช่วงที่มีคนฟังมาก มันจะเสนอละครและเพลง แต่ก็มีราย การข่าวและวิเคราะห์ข่าวซึ่งมีสารสนเทศเพื่อศึกษารวมอยู่ด้วย

นักนิเทศศาสตร์ เห็นว่า สื่อมวลชนมักจะใช้รสนิยมของตนเอง และผู้ให้โฆษณา ตัดสินว่าจะส่ง สารสนเทศประเภทใดให้กับประชาชน แต่มักจะเป็นเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจ

ปัจจุบันมีสื่อมากมาย สื่อทางเลือกมีมาก แต่ช่องว่างของความต้องการ ช่องว่างระหว่าง ความ ต้องการนี้มันมีมากมายเหลือเกิน จนกระทั่งไม่รู้ว่ใครต้องการอะไร และมันก็กลายเป็นภาพมาของ ทั้งสองฝ่าย ประชาชนต้องการอย่างนี้ สื่อมวลชนก็คิดว่าประชาชนยังต้องการอย่างนี้ แต่ว่าในส่วนลึก จริง ๆ สื่อมวลชนอาจจะตอบสนองความต้องการของเขาเองแต่ว่าพยายามจะใช้ การประเมินของประชาชน ก็ตกเป็นเหยื่อ “ประชาชนก็ไม่รู้ว่าต้องการอะไรตรงนี้ แหะสื่อมวลชนก็เอาสิ่งที่ประชาชนไม่รู้ว่า ต้องการอะไรเสนอบางสิ่งบางอย่างซึ่งตอบสนองความต้องการที่ว่างเปล่าของประชาชน แต่ในขณะ เดียวกันตอบสนองความต้องการที่ซ่อนเร้นตนเอง ความต้องการในเชิงธุรกิจ” (สัมภาษณ์ นักนิเทศ ศาสตร์ 25 ธันวาคม 2545)

ในความเป็นจริงมีงานวิจัย ที่ชี้ว่า คนส่วนใหญ่นิยมดูรายการบันเทิง และข่าว เช่น งานวิจัยของ บุญเลิศ สุภคติก (2526) และงานวิจัยของ A.C. Nielson (Thailand) ซึ่งมีทุกปี สอดคล้องกับข้อมูลเชิง ปริมาณที่ได้ทำการสำรวจมา

ชัยงค์ พรหมวงศ์ นักการศึกษาเห็นว่า เรายังมีทัศนคติกันว่า รายการเพื่อการศึกษาเป็นรายการ ที่น่าเบื่อหน่าย ถ้าเทียบกับละคร ทอล์กโชว์ คนจะดูละครกันเป็นส่วนใหญ่ เพราะเงื่อนไขของสังคมที่

ไปตั้งกันแบบนี้ ถ้าเปรียบกับเรื่องอาหาร เราควรจะมีโภชนาการที่มีประโยชน์ด้วย ไม่ใช่อร่อยอย่างเดียว (สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2545)

#### 4. ปัญหาด้านการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชนไทย

นักวิทยุโทรทัศน์ เห็นว่า ในการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการศึกษา ควรคำนึงถึงความต้องการรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย แล้วจัดสารสนเทศเผยแพร่ให้ตรง มีปัญหาอุปสรรคต้องขจัด และต้องแก้ทัศนคติของผู้เผยแพร่ให้เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย เข้าใจวิถีชีวิตกลุ่มเป้าหมาย แล้วโดยเฉพาะเรื่องของการศึกษารายการทั้งหมด คือ การผลิตรายการของสื่อมวลชน ต้องสนใจปัญหา กลุ่มเป้าหมายเขามีความต้องการอะไร แล้วต้องปรับใช้อย่างไร ตัวอย่าง เช่น นักวิทยุโทรทัศน์ สมมติว่า รายงานข่าวที่น่าเชื่อถือที่สุด เราก็ต้องทำรายการข่าวให้ น่าสนใจ โดยเขามีความรู้สึกว่า เอ๊ะข่าวเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือ แต่เป็นสิ่งที่น่ารู้ เราต้องทำอะไรสักอย่างที่มันง่าย ๆ สนบาย ๆ เราก็จะรู้ไปในตัว เราคนไทยนิสัยต่างกับอเมริกัน ดังนั้นสื่อที่ไปหา ก็ต้องต่างกันตรงนี้ไม่ใช่ที่เราเอามาจากอเมริกัน ตรงนี้น่าสนใจเอามาผลิตในเมืองไทยอย่างนั้นรายการล้มแล้ว ทั้ง ๆ ที่อื่นดังมากฮิตมาก (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

ความเห็นนักการศึกษา บางส่วนเห็นว่าควรจัดสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้กับเด็กและเยาวชนด้วย โดยการลดสารสนเทศหนัก ที่เป็นการเมือง เศรษฐกิจลง แล้วเพิ่มสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่น่ารู้แก่เขาสมองให้กับกลุ่มเด็กและเยาวชน

สุนีย์ สินธุเดช ให้ข้อมูลว่า “สื่อมวลชนเพื่อการศึกษา เราก็คิดว่าสื่อมวลชนเองก็ไม่ได้สนใจกลับไปสนใจข่าวสารบ้านเมืองที่เป็นตัวแปลหนัก ๆ ที่จะทำให้เหมือนกับเราเป็นการเมืองเกินเหตุ โดยสื่อลืมนึกไปถึงเด็กเล็ก ๆ เมื่ออ่านสื่อแล้วเลยกลายเป็นว่า เขาคิดว่าสื่อมวลชนไม่ใช่ของเขา เป็นของผู้ใหญ่ไป โดยแท้จริงแล้วสื่อมวลชนควรคิดถึงเด็ก ๆ ตั้งแต่ระดับเล็ก ๆ ด้วย” (สัมภาษณ์ 16 มกราคม 2546)

ผู้ทรงคุณวุฒิให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ เห็นว่า สื่อมวลชนที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สำหรับเด็กและเยาวชนมีน้อย และควรที่จะจัดให้มีมากขึ้น

#### 5. ปัญหาด้านเทคโนโลยี สารสนเทศเพื่อการศึกษา ซึ่งมีผลต่อการรับ-ส่งสื่อมวลชนไทย

จากการสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ในอนาคตปัญหาเทคโนโลยีจะค่อย ๆ ลดน้อยลงไป เพราะมีการแบ่งงานระหว่างผู้รับ ผู้เผยแพร่ และผู้ส่งชัดเจนมากขึ้น

ในโลกของอนาคตมันจะแบ่งเป็น 2 กลุ่มชัดเจนขึ้น คือ กลุ่มที่เรียกว่า ผู้ให้บริการด้านเครื่องมือเครื่องใช้ (Service Providers) เช่น ให้บริการซ่อมแซมสร้างให้บริการเครื่องมือ ถ้าจะส่งข้อความถึงกันอยู่ที่ผู้รับจะรับด้วยอะไรผู้ให้บริการเครื่องมือ ต้องอุทิศให้บริการหมด เช่นการรับทางโทรศัพท์มือถือก็ได้ เห็นภาพด้วย มีเสียงได้ด้วย มันทำได้หมดอยู่ที่ว่าผู้รับจะรับด้วยอะไร สื่อมวลชนจะไปได้กับเครื่องมือหลายอย่างมากขึ้น

อีกกลุ่มหนึ่งเรียกว่า ผู้ให้บริการเนื้อหา (Content Providers) คือ ตัวซอร์ฟแวร์ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ อสมท. กลุ่มนี้ไม่ต้องสนใจว่าเทคโนโลยีเครื่องมือ แต่ปรับความสามารถนให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงวิทยุโทรทัศน์ เรานั่นพวกสร้างสารสนเทศที่ดีให้กับชาวบ้านมาก่อน ตอนนี้นำแนวทางสื่อสารมวลชนจะเป็นอย่างนี้ (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 กพ. 2546)

## 6. ปัญหาวัฒนธรรม ซึ่งมีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของคนไทย

สมพงษ์ จิตระดับ ให้ข้อมูลว่า

...การรับสารสนเทศในสื่อมวลชนไทยจะคล้ายกันเลย ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะเป็นบันเทิง พักผ่อน คือ ที่เป็นอย่างนี้ เพราะคนเรามันหนัก เรื่องการศึกษาจากระบบโรงเรียนก็เบื่อพอแล้ว และต้องมานั่งอ่านหนังสือหรือรับสื่อที่มันเป็นการศึกษาเพิ่มเข้าไปอีก

วัฒนธรรมไทยมันเป็นวัฒนธรรมบันเทิง เพราะคนไทยชอบความสนุกสนาน ยังมีตัวสื่ออื่นมาบังคับสื่อ นสพ. เช่น ละครต่าง ๆ สื่อมันมาบังคับ แล้วรายการที่มันสอดคล้องกับวิถีชีวิตคน ความสนใจเป็นเรื่องใหญ่ที่สุด... (สัมภาษณ์ 27 มกราคม 2546)

นักหนังสือพิมพ์ เห็นว่า คนทั่วไป สนใจสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่มาก โดยเฉพาะสังคมที่ขาดเสรีภาพ สารสนเทศจะยังไม่น่าสนใจ

คนที่สนใจข่าวสารมาก ๆ เลขก็มี แต่เป็นส่วนน้อย ขึ้นอยู่กับความเปลี่ยนแปลงของสังคมเป็นหลัก เพราะถ้าไม่มีเสรีทางสื่อมวลชน การต่อสู้ของประชาชนก็ไม่เกิดขึ้น เพราะฉะนั้นเมื่อกระบวนการของประชาชนเกิดขึ้น มันก็ส่งผลให้เสรีภาพทางสื่อมวลชนขยายตัวไป แล้วมีบุคคลที่เข้มแข็งมาต่อสู้ เพราะว่าขบวนการเหล่านี้ต้องการกระบอกเสียงเพื่อมาตีแผ่ปัญหาของสังคม

เสรีภาพทางการเมืองกับเสรีภาพทางสื่อมวลชนนั้นเกี่ยวข้องกันมาก ประเทศไทยเราต่อสู้เพื่อเสรีภาพทางการเมืองเพื่อปลดแอก ระบบเผด็จการมาเป็นเวลากว่า 10 ปี สื่อมวลชนมีบทบาท หนังสือพิมพ์มีบทบาท “หนังสือพิมพ์ มีบทบาทตามขบวนการนิสิต นักศึกษา จนกระทั่งถึงระยะหนึ่ง นักศึกษาถูกไล่เข้าป่าไป สื่อมวลชนถึงได้ค่อย ๆ ต่อสู้ด้วยตัวเองมาเรื่อย ๆ จนกระทั่งมีอิทธิพลขึ้นมา คนถึงได้บ้า

ข่าวสาร เพราะคนชอบข่าวสารอะไรเกิดขึ้นในบ้านเราคนต้องสนใจ แต่สื่อมวลชนส่วนใหญ่ก็ไม่ค่อยได้มาอยู่กับข่าวสาร อยู่อยู่กับบันเทิงอย่างเดียว” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 3 กุมภาพันธ์ 2546)

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้นำเสนอแนวทาง และวิธีแก้ไขปัญหา การเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาไว้หลายด้าน เช่น การปรับโครงสร้างหน้าที่สื่อมวลชนไทย การใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร การปรับปรุงด้านการผลิต การปรับปรุงด้านการตลาด การลดช่องว่าง และความไม่สมดุล การลดความเป็นราชการ และเพิ่มความเป็นเอกชน ในสื่อมวลชน การให้สื่อมวลชนสร้างสังคมประภคิแบบใหม่ การรู้เท่าทันด้วยใจ การศึกษา การเพิ่มพลังปัญญาให้ผู้รับสื่อ การกระจายอำนาจสื่อมวลชนไทย



## หมวด 2 โทรทัศน์

### 1. โครงสร้างของโทรทัศน์กับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ผลจากการศึกษาโดยสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ในปัญหาของการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านโทรทัศน์ ในประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้างหน้าที่ของโทรทัศน์ไทยปัจจุบันว่ามีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาอย่างไร

ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ เห็นว่า โครงสร้างหน้าที่ของโทรทัศน์ มีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา เพราะการเป็นเจ้าของของการรับสัมปทาน และเช่าเวลา หรือจัดทำรายการเอง จะนำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาแตกต่างกันออกไปตามโครงสร้างหน้าที่ ของสถานีโทรทัศน์ไทยแต่ละสถานีกล่าวโดยสรุปคือ

1. โทรทัศน์ไทย ที่รัฐเป็นเจ้าของและผลิตรายการเอง เช่น ช่อง 11 จะมีรายการที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษามากที่สุด ซึ่งเปิดดูได้จากผังรายการหรือการเปิดดูจริงๆ

2. โทรทัศน์ไทย ที่รัฐเป็นเจ้าของ ผลิตรายการเองบางส่วนและให้เช่าเวลาบางส่วน เช่น ช่อง 5 จะมีรายการที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษาค่อนข้างมาก

3. โทรทัศน์ที่รัฐเป็นเจ้าของ แต่ให้สัมปทานระยะยาวแก่เอกชน เช่น ช่อง 3 และช่อง 7 20-60 ปี จะมีรายการสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อย

5. โทรทัศน์ที่เอกชนเป็นเจ้าของ โดยการประมูลแข่งขันซื้อคลื่น คือ ไอทีวี มีสารสนเทศเพื่อศึกษามาก แต่มีแนวโน้มจะลดสารสนเทศเพื่อศึกษาลงเพื่อแข่งขันทางการตลาด

ดังทัศนะของผู้ทรงคุณวุฒิด้านโทรทัศน์หลายท่านเห็นว่าโทรทัศน์เป็นเครื่องมือของเจ้าของ นายทุนผู้รับผิดชอบ

รายการโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาจะเป็นตัวที่จะใช้เพื่อประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่ การให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาซึ่งเป็น ความรู้ข้อมูลทักษะ แต่ในปัจจุบัน องค์กรหรือหน่วยงาน หรือว่าบริษัท หรือสถานีอะไรก็ตาม จะไม่ได้ทำในจุดนั้นมากขึ้น

เพราะจุดนั้นคือจุดในทฤษฎีว่าจะทำเพื่อความเป็นกลาง เพื่อความรู้ แต่สื่อมวลชนปัจจุบันเป็นเครื่องมือของกลุ่มในเชิงธุรกิจ เชิงการเมือง ยกตัวอย่างเช่น ITV ก็เพื่อประโยชน์ของเอกชน ช่อง 9 คือเครื่องมือของรัฐบาล เพราะฉะนั้นจะมีการครอบงำโดยกลุ่มผลประโยชน์ ตัวอย่างเช่น ช่อง 9 แม้จะปรับปรุงเป็นรายการโทรทัศน์ตามโครงการโมเดิร์นไนน์ ฝ่ายค้านก็ไม่มีโอกาสจะออกข่าวนัก อันนี้คือสิ่งที่มองเห็นทันทีเหมือนกัน เพราะช่อง 9 คือ รัฐบาล

ในขณะนี้รัฐบาลมี 3 ช่อง คือ 9 11 ITV รวมทั้งช่องอื่นๆรัฐบาลก็ยังคุมได้อีกทั้ง ช่อง 5 ช่อง 7 เพราะช่อง 5 ก็คือ กองทัพบก ก็คือกระทรวงกลาโหม ช่อง 7 ก็คือ สัมปทานจากช่อง 5

เพราะฉะนั้นยังการควบคุมของรัฐยังมีมาก (สัมภาษณ์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์, 17 พฤศจิกายน 2545)

ข้อสังเกต เหตุที่ผู้ให้สัมภาษณ์ มองว่า ITV อาจจะถูกควบคุมโดยรัฐ เพราะมีข้อจำกัดจำนวนมากในการรับสัมปทานว่าจะต้องมีรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา มากพอสมควร อีกทั้งผู้ถือหุ้นใหญ่ ITV เริ่มเปลี่ยนมือ สู่กลุ่มบริษัทชินวัตร ซึ่งเป็นธุรกิจเกี่ยวข้องกับผู้นำทางการเมือง อาจทำให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย ควบคุมสถานีโทรทัศน์ ITV ได้

ในขณะที่ช่อง 5 นั้นเป็นของรัฐเต็มตัว ส่วนช่อง 7 แม้ชื่อจะเป็นสถานีโทรทัศน์ของกองทัพบก แต่เอกชนได้รับสัมปทานระยะยาว และควบคุมโดยเอกชน

ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ ซีโครสร้างหน้าที่ มีผลต่อการรับสารสนเทศโดยสรุปว่า

...สถานีโทรทัศน์ปัจจุบันมี 6 เครื่องข่าย สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 เป็นสถานีที่เรียกว่าตัวบ่งชี้ คือ ต้องเสนอทุกอย่างไม่ใช่เป็นสถานีเฉพาะ มันไม่เหมือนกันเคเบิลทีวีที่เป็นช่องกีฬา ช่องบันเทิง ช่องละคร ช่องภาพยนตร์ มันเป็นสถานีที่รวมทุกอย่างไว้ที่นั่น มันแบ่งหลายภาคตามลักษณะขององค์กรการจัดตั้ง

ช่อง 3 สัมปทานมาจากช่อง 9 อ.ส.ม.ท. สัมปทานมาเพื่อทำธุรกิจ จึงเน้นบันเทิงเป็นหลัก เพื่อมีรายได้เข้ารัฐบาลเป็นหลัก เพื่อจ่ายสัมปทานให้กับช่อง 9 และช่อง 9 ก็จ่ายสัมปทานคืนรัฐอีกที่ ช่อง 7 ก็เหมือนกันสัมปทานมาจากกองทัพบก

ช่อง 5 ตั้งขึ้นมาเพื่อกิจการทหาร ITV เป็นโทรทัศน์เสรีเป็นโทรทัศน์ที่จัดตั้งเพื่อช่องข่าว ให้ข่าวสารแก่ประชาชน

ช่อง 11 จัดตั้งขึ้นมาเพื่อให้ความรู้และการศึกษาเดิมไม่มีโฆษณา

ช่อง 9 เป็นช่องรับวิสาหกิจ ไม่ได้รายได้จากรัฐ แต่หารายได้เหมือนภาคเอกชน แต่รายได้ที่ได้มาต้องแบ่งเข้ารัฐแต่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะหากำไร

กรณีการเช่า หรือ สัมปทานเขาจะคิดเป็นครั้งเดียวหรือรายปีก็ได้ เพราะระบบสัมปทานแตกต่างกันแล้วแต่ละสถานี เช่น ช่อง 3 ช่อง 7 คิดเป็นปี ช่อง 5 เป็นของกองทัพบกไม่ต้องมีสัมปทาน มีนโยบายเพื่อสนับสนุนกองทัพบก จะให้เช่าเวลาหรือไม่ขึ้นอยู่กับนโยบาย ช่อง 9 นี้ รายได้ได้มาจากการโฆษณา เพราะไม่ได้งบประมาณอุดหนุนจากรัฐ ปกติเราทำเอง 50 เปอร์เซ็นต์ ที่เหลือในรูปแบบให้เช่าเวลาตามนโยบาย โดยสัดส่วนแล้วให้เช่าเวลากับทำเองประมาณ 50 : 50

ตัวอย่างเช่น ช่อง 9 ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจ จึงมีแผนวิสาหกิจ ตามแผนวิสาหกิจของช่อง 9 จะมีรายการความรู้อันเป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษาในปี 2547 60 % ลดลงจากปี 2546 ซึ่งให้มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาประมาณ 7 % (สรุปจากแบบวิสาหกิจ สถานีโทรทัศน์ช่อง 9, อสมท., 18 มกราคม 2546)

อย่างไรก็ตามช่อง 9 กำลังมีการปรับปรุงแผนและจัดการผังรายการใหม่จำนวนมาก ทั้งนี้ แนวโน้มจะให้มีภาคบันเทิงมากขึ้น

ในอีกด้านหนึ่ง วิทยุโทรทัศน์มีสถานะเป็นยุทธปัจจัยเพื่อความมั่นคงในช่วงสงครามเวียดนาม และสงครามเย็นต่อสู้เอาชนะพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย

สถานีวิทยุและโทรทัศน์ไทยเกือบครึ่งหนึ่งจำนวนมากจึงเป็นของทหารสังกัดกระทรวงกลาโหม และมีประเพณีการบริหารแบบทหารอยู่มาก ในสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ดังบทสัมภาษณ์ที่ว่า ...ผู้ปฏิบัติงานในช่อง 5 เห็นว่าภาพพจน์ของช่อง 5 ในสายตาของผู้อุปถัมภ์รายการมองว่าเป็นโทรทัศน์ของช่องของทางราชการ ช่อง 7 เปิดดูจะเป็นช่องธุรกิจมากกว่า แม้จะเป็นสถานีของทหารเหมือนกัน ช่อง 5 มีทหารเข้ามาทำงานอยู่โดยตรงในกองบรรณาธิการก็มี ผู้บริหารระดับสูงก็เป็นทหาร และเปลี่ยนผู้บริหารบ่อยมาก ทหารบางส่วนไม่มีความรู้ด้านสื่อสารมวลชนโดยตรง กว่า จะเรียนรู้ก็แทบจะเปลี่ยนอีกแล้ว ในขณะที่โทรทัศน์ไทยบางช่องก็เป็นเอกชน มีมืออาชีพจริง ๆ มาทำ... (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์, 18 ธันวาคม 2546)

จากการศึกษาเปิดดูโทรทัศน์ไทย ทั้งระบบทั้งช่อง 3, 5, 7, 9, 11 ล้วนแต่เป็นของราชการ มี ITV ช่องเดียวที่เป็นของเอกชน ในขณะที่โทรทัศน์ช่องอื่น ๆ จะมีวิธีเลือกผู้บริหารงานแตกต่างกันออกไป เช่น ช่อง 9 มีการเลือกผู้อำนวยการผ่านคณะรัฐมนตรี ช่อง 11 เป็นราชการ ช่อง 3 ช่อง 7 ให้เอกชนประมูลหารายการ และมีผู้บริหารเป็นเอกชนมาควบคุมการทำงานแบบมีสิทธิขาดเต็มที่

โครงสร้างหน้าที่ของโทรทัศน์ในปัจจุบันและอนาคต นักนิเทศศาสตร์ เห็นว่ามีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างหน้าที่และภาระกิจในการรับส่งสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากการสัมภาษณ์สรุปว่า

ปัจจุบัน สถานีโทรทัศน์มีทั้งใน กทม. และต่างจังหวัด ในต่างจังหวัดมี 9 สถานี ในระบบ UHF 5 เครื่องข่าย ขณะนี้ อนุมัติไปหนึ่งเครื่องข่ายคือ ITV เหลืออีก 4 เครื่องข่ายสถานีโทรทัศน์ไทยทั้งระบบ มี 6 ช่องในกรุงเทพฯ คือ ช่อง 3, 5, 7, 9, 11, ITV

VHF 5 ช่อง UHF 1 ช่อง คือ ITV ในต่างจังหวัด 9 ช่อง UHF มี 5 ช่อง ขณะนี้ให้ ITV ไป 1 ช่องแล้ว อยู่ใน กทม. การจัดสรรให้ทั้ง 3 ภาค คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน จะจัดการอย่างไร

เราก็คงจะต้องมองทางภาระกิจ ซึ่งเรามีภาระกิจเช่น ช่อง 11, 5, 9 คือ ภาครัฐ เราจะเห็นว่าภาคเอกชนมี 2 ช่องคือ 7, 3 ซึ่งยังมีสัมปทานอยู่แต่ช่อง 7 จะหมดเร็วๆ นี้ คงต้องถกเถียงกัน เพราะว่า การรับผิดชอบต่อสัญญา มันอาจจะถูกต้องก็ได้

...ถ้าสมมติ ครม. อันเก่าเห็นว่ามันสามารถใช้ได้ในหลักการปฏิรูป ก็คือว่า ให้เอกชนมี 2 ช่อง ดังนั้นเอกชนใน 5 ช่องก็ให้ ITV ไปช่อง หนึ่งแล้ว เอกชนก็จะให้อีกช่องหนึ่ง ถ้าเอกชนเป็น 3

ช่อง ใน 5 ช่อง คือ ITV ได้ไปหนึ่ง ถ้าจะให้ไปอีก 2 ส่วน อีก 2 ช่องตามมติ ครม. เก่าคือ ให้การศึกษาและการเมืองเพราะว่า 5 ช่องมติ ครม. ที่มีอยู่ทุกวันนี้

ซึ่ง กสทช.ก็น่าเปิดด้วย คือUHF 5 ช่องให้เอกชนทำ 1 เขาจะวางให้การเมืองกับการศึกษา 1 ช่องเปิดดูสัดส่วนให้เอกชน 3 รวมทั้ง ITV ก็ครบ 5 ให้การเมืองต่าง ๆ แล้วก็การศึกษาทั้งหมดนี้ คือ กรุงเทพฯ สถานีจะจัดอย่างไร.....(สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 8 มกราคม 2546)

จากการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ไม่ได้ลงในรายละเอียดในการจัดวางโครงสร้างหน้าที่โทรทัศน์ในอนาคต แต่สื่อกระจายเสียงไทยกำลังจะมีคณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์แห่งชาติ (กสทช) ซึ่งเป็นองค์กรอิสระ มีหน้าที่ที่จะจัดสรรคลื่นวิทยุและโทรทัศน์ไทย โดยทั้งหมดตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยปี 2540 มาตรา 40 การจัดสรรใหม่มีแนวโน้มที่จะทำให้มีการรับส่งสารสนเทศเพื่อการศึกษามากขึ้น ทางด้านประชาชนผู้รับสื่อ มีวิธีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ดังนี้

#### ตารางที่ 4.6 สถานีโทรทัศน์ช่องที่เปิดดูเป็นประจำ

โทรทัศน์ช่องที่เปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
3	1078	26.0
5	742	17.9
7	1049	25.3
9	593	14.3
11	390	9.4
ITV	229	5.5
UBC	69	1.7
อื่น ๆ	-	-
รวม	4150	100.0

จากตารางจะพบว่า ผู้รายการโทรทัศน์ประมาณ 1 ใน 4 จะเลือกเปิดดูรายการโทรทัศน์ช่อง 3 เท่ากับช่อง 7 การค้นพบนี้แตกต่างจากงานวิจัยของบริษัท เอเชีย เนลสัน ไทยแลนด์ ซึ่งทำการสำรวจสื่อโทรทัศน์ทุกปี ซึ่งแสดงความนิยม เปิดดูรายการโทรทัศน์ ช่อง 3 หรือ ช่อง 7 แต่ละช่องมีส่วนแบ่งจำนวนผู้ชมมากเกือบ 50 % มากกว่าการค้นพบนี้ถึงเท่าตัว

ตารางที่ 4.7 โทรทัศน์ช่องที่เปิดดูประจำ

โทรทัศน์ช่องที่เปิดดู ลักษณะส่วนตัว	ช่อง 3 n %	ช่อง 5 n %	ช่อง 7 n %	ช่อง 9 n %	ช่อง 11 n %	ช่อง ITV n %	UBC n %	รวม n %
<b>เพศ</b>								
ชาย	631 73.5	341 39.7	625 72.8	400 46.6	191 22.2	199 23.2	69 8.0	859 61.7
หญิง	447 83.7	401 75.1	424 79.4	193 36.1	199 37.3	30 5.6	- -	533 38.3
<b>ภูมิลำเนา</b>								
กรุงเทพฯ	240 53.8	257 57.6	256 57.4	151 33.9	166 37.2	72 16.1	- -	446 55.7
ต่างจังหวัด	246 69.3	147 41.4	305 80.4	170 47.9	89 25.1	120 33.8	32 9.0	355 44.3
<b>อายุ</b>								
16-20 ปี	266 94.0	251 88.7	223 78.8	151 53.4	108 38.2	- -	- -	283 23.4
20 ปีขึ้นไป	686 74.1	375 40.5	700 75.6	385 41.6	187 20.2	172 18.6	32 3.5	926 76.6
<b>การศึกษา</b>								
ต่ำกว่าปริญญาตรี	340 69.8	288 59.1	297 61.0	226 46.4	203 41.7	109 22.4	37 7.6	487 35.0
ปริญญาตรีขึ้นไป	738 81.5	454 50.1	752 83.0	367 40.5	187 20.6	120 13.2	32 3.5	906 65.0

กลุ่มผู้ชมรายการโทรทัศน์ จะมีการเปิดดูรายการโทรทัศน์แตกต่างกัน

ช่องที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ช่อง 3 และช่อง 7 ซึ่งมีผู้รับชม ตั้งแต่ร้อยละ 53 – 94 และร้อยละ 61 – 80.9 ช่อง 5 มีผู้ชม ตั้งแต่ร้อยละ 40.5 – 75 ช่อง 9 มี ผู้ชมตั้งแต่ร้อยละ 33 – 47 ช่อง 11 มีผู้ชมร้อยละ 20 – 41 ช่อง ITV มีผู้ชมตั้งแต่ร้อยละ 5.6 – 40 UBC มีผู้ชมร้อยละ 3.5 – 9

เพศหญิงและเพศชายจะเปิดดูรายการต่าง ๆ แตกต่างกัน ผู้ชายจะเปิดดูมากกว่าเพศหญิงในช่อง 9 และ ITV และ UBC ส่วนผู้หญิงจะเปิดดูโทรทัศน์มากกว่าผู้ชายในช่อง 3, ช่อง 5, ช่อง 7 และช่อง 11 ทั้งนี้ ITV จะมีผู้ชายเปิดดูมากกว่าผู้หญิงถึง 4 เท่า

คนกรุงเทพฯ จะเปิดดูโทรทัศน์มากกว่าคนต่างจังหวัดในช่อง 5, ช่อง 11

แต่ร้อยละของคนต่างจังหวัดที่เปิดดูมากกว่าคนในกรุงเทพฯ คือช่อง 3, 7, 9 และ ITV

โดยเฉพาะช่อง 7 คนต่างจังหวัดจะเปิดดูมากกว่าคนในกรุงเทพฯ เกือบเท่าตัว

ในด้านของอายุ อายุ 16 – 20 ปีจะเปิดดูมากกว่าคนที่อายุ 20 ปีขึ้นไป เกือบทุกช่อง

โดยเฉพาะช่อง 5 และช่อง 11 จะเปิดดูมากกว่าเกือบเท่าตัว

ผู้ที่มีความรู้ต่ำกว่าปริญญาตรีจะเปิดดูโทรทัศน์มากกว่าผู้ที่มีความรู้ต่ำกว่าปริญญาตรี ในช่อง 3 และช่อง 7

ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท นิยมเปิดดูช่อง 3 และ 7 มาก

แต่อัตราการรับสื่อโทรทัศน์ช่อง 3 และ 7 จะใกล้เคียงกัน

#### ตารางที่ 4.8 การเปิดรับสถานีโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

โทรทัศน์ช่องที่เปิดดูแล้วให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
3	674	21.2
5	443	14.0
7	654	20.6
9	485	15.3
11	402	12.7
ITV	473	14.9
UBC	43	1.4
อื่นๆ	-	-
รวม	3174	100

จากการศึกษาเปรียบเทียบกับตารางที่ผ่านมา ซึ่งเป็นการรับโทรทัศน์ทั้งหมด จะเห็นได้ว่า ผู้รับสื่อเปิดดูรายการช่อง 3 และช่อง 7 น้อยลง เมื่อพิจารณาเฉพาะรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา คือ เหลือเพียงร้อยละ 21.2 และ 20.6 จากรายการปกติ ซึ่งมีผู้ดูช่อง 3 และ 7 ร้อยละ 26 และ 25.3

สอดคล้องกับการพิจารณาการศึกษาผังรายการทั้ง 2 ช่อง ว่ามีสารสนเทศเพื่อการศึกษาน้อย แต่ยังมีผู้เปิดรับถึง 1 ใน 5 ของผู้รับโทรทัศน์ที่มีความรู้ทั้งหมด เนื่องจากมีการเปิดรับรายการอื่นๆ มากอยู่แล้ว จึงมีการชมรายการที่มีความรู้มากไปด้วย

ในขณะที่เดียวกันการเปิดรับความรู้ จากช่อง 5 และ ช่อง 9 ก็สูงปานกลาง ช่อง 11 และ ITV ไม่สูงนัก สอดคล้องกับการเปิดรับโทรทัศน์ไปตามตารางที่ผ่านมา

สอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ในปัญหาของการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านโทรทัศน์ ในประเด็นที่เกี่ยวกับโครงสร้างหน้าที่ของโทรทัศน์ไทยปัจจุบันว่ามีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาอย่างไร

โดยโครงสร้างหน้าที่กับกลุ่มผลประโยชน์ มีผลต่อการรับส่งสารสนเทศเพื่อการศึกษา แม้โทรทัศน์ส่วนใหญ่จะเป็นของรัฐ แต่เอกชนจะเข้าดำเนินการ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญของ สถานีโทรทัศน์เอกชนได้ข้อมูลโดยสรุปว่า หลังเกิดเหตุการณ์ 18 พฤษภาคม 2535 ประชาชนเรียกร้องให้มีโทรทัศน์ ซึ่งเป็นกลางทางการเมือง ไม่มีรัฐควบคุม จึงได้มีการประมูลคลื่น UHF ซึ่งกลุ่มธนาคารไทยพาณิชย์ และกลุ่มหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น เป็นผู้ประมูลและบริหาร ปัจจุบันกลุ่มเนชั่น ได้ออกไป โดยมีกลุ่มชินวัตรเข้ามาถือหุ้นใหญ่ สื่อมวลชนเห็นว่าน่าจะมีส่วนในการกำหนดสารสนเทศ ดังเช่น กรณี ITV ผู้ให้สัมภาษณ์สรุปว่า

“กรณี ITV ก็มีเกี่ยวกับไทยรักไทยด้วย แต่เขาก็เข้ามาแทรกแซง ไม่มากนักซึ่งมันเป็นเรื่องธรรมดาในฐานะเจ้าของ ITV เป็นเอกชนโดยแท้จริง ดังนั้นโอกาสที่จะกระทบกระทั่งกับเจ้าของมันก็มี ทุกวันนี้สรุปว่ามีทีวีเสรีจะมีจริงหรือเปล่า ไม่มีใครเชื่อหรือกว่ามีเสรี คงมีการแทรกแซงบ้าง แต่มันจะมีมาก- น้อยเท่านั้นเอง”

ITV ต้องจ่ายค่าสัมปทานให้รัฐ 25,000ล้านบาท ซึ่งจัดว่าสูงมากเมื่อเทียบกับโทรทัศน์ช่องอื่นๆ ซึ่งจ่าย 300-400 ล้านบาท แต่ ITV ต้องเสีย 800 ล้านบาทต่อปี จริงแล้วมันไม่ยุติธรรมนัก เทียบแล้วอัตราค่าใช้จ่าย ค่าโฆษณา ในขณะที่ช่อง 7 ช่อง 3 จ่ายน้อยโฆษณาเข้ามาเยอะ มันขึ้นอยู่กับทหารเก่าที่ คุณถนอม ประกาศ ได้ตั้งมานานแล้ว ช่อง 7 กองทัพบก

ITV มันเป็นระบบเคเบิลมาก่อน ตอนนี้นั้น ITV ที่เดียวที่เป็น UHF ITV เมื่อก่อนเป็นเคเบิลทีวีเก่าแล้ว เมื่อเป็นสถานีโทรทัศน์ฟรี ๆ ได้สามารถจะมีโฆษณาได้ การนำเสนอสารสนเทศซึ่งยังมีลักษณะเคเบิลทีวีอยู่ (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 26 มกราคม 2546)

ในช่วงแรก ๆ ITV ที่กลุ่มเดอะเนชั่น เข้าบริหารงานจะมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงมาก แต่มีรายได้จากการโฆษณาไม่มากพอ เมื่อกลุ่มเดอะเนชั่นออกไปแนวโน้ม ITV จะเพิ่มทางด้านบันเทิงมากขึ้น แต่คงรักษาเอกลักษณ์ทางด้านสถานีข่าวชั้นนำไว้ได้

**การรับสัมปทานเป็นช่วงเวลายาวนานอาจมีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศ เพื่อการศึกษา**

ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านมองว่าการให้สัมปทานกับเอกชนเป็นเวลานาน มีทั้งข้อดีและข้อเสีย ในส่วนของการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา นักนิเทศศาสตร์ชี้ให้เห็นว่า

วิธีการที่ช่อง 3, ช่อง 7 หรือสถานีอื่นประมูลยาว ๆ เป็นหลาย ๆ สิบปี มันมีส่วนทำให้รายการกลายเป็นความบันเทิง คณะกรรมการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์แห่งชาติ (กสช.) ที่จะเปิดใหม่ก็มีทั้งส่วนคืออยู่ ซึ่งรัฐธรรมนูญปี 2540 ก็วางหลักให้มีการจัดสรรคลื่นโทรทัศน์ใหม่ คือ เอาคลื่นทั้งหมดที่มีอยู่มาจัดสรร โดยการจัดประเภทของสถานีขึ้นมา ประเภทนี้จะเป็นสถานีการค้าทั่วไป ประเภทที่เป็นบริการสาธารณะ จะเป็นประเภทหน่วยงานที่จำเป็นที่จะต้องใช้สื่อไม่บ่อย เช่น กองทัพ กรมอุตุฯ วิทยุ อาจจะถูกเลือกเป็นบริการสาธารณะ ซึ่งเป็นทั้ง โทรทัศน์ วิทยุ แต่วิทยุ จะมีคลื่น การเปลี่ยนแปลงทางคลื่นมาก

สถิติปัจจุบันสถานีวิทยุและโทรทัศน์ส่วนใหญ่สังกัดกองทัพ ซึ่งมาจากแนวคิดเกี่ยวกับความมั่นคงทางทหาร รากฐานมันมาจากความมั่นคง วิทยุตอนนี้มีประมาณ 500 กว่าสถานี กองทัพเครื่องหนึ่ง โทรทัศน์เครื่องหนึ่ง ก็เป็นของกองทัพ

กองทัพก็กองทัพบกอย่างเดียว ในอดีตอาจเป็นเพราะกลัวว่าถ้ากระจาย จะปฏิบัติไม่ได้ ทีนี้ความมั่นคงก็น้อย โดยหลักการนั้นจะต้องเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะวิทยุ แต่โทรทัศน์ควรจะเว้นไป 1 ช่อง แต่ถ้าสัมปทานไปแล้วก็จะไม่ต้องสัมปทาน เพราะว่าการรอสัมปทานมันมีปัญหา เรื่องของสัญญากำหนดต่าง ๆ ซึ่งตอนนี้ช่อง 7 ได้ต่อชิงหน้าไปแล้วเป็นเวลา 20 กว่าปี ก่อนที่จะเปิด กสช. ใหม่ ซึ่งเป็นการเสียมารยาทแต่ไม่ผิดกฎหมาย ... (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 27 พฤศจิกายน 2545)



ตารางที่ 4.9 การเปิดรับโทรทัศน์ช่องที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา

ลักษณะส่วนตัว	ช่องที่เปิดดู	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ช่อง ITV	UBC	รวม
	n	n	n	n	n	n	n	n	n
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
เพศ									
ชาย	398	231	372	292	258	322	4.3	1916	
	20.8	12.1	19.4	15.2	13.5	16.8	2.2	60.4	
หญิง	276	212	282	193	144	151	-	1258	
	21.9	16.9	22.4	15.3	11.4	12.0	-	39.6	
ภูมิลำเนา									
กรุงเทพฯ	206	142	197	184	189	102	-	1020	
	20.2	13.9	19.3	18.0	18.5	10.0	-	56.1	
ต่างจังหวัด	90	120	149	102	110	228	-	799	
	11.3	15.0	18.6	12.8	13.8	28.5	-	43.9	
อายุ									
16-20 ปี	232	104	191	87	-	43	-	-	
	35.3	15.8	29.1	13.2	-	6.5	-	657	
20 ปีขึ้นไป	375	282	337	331	301	363	43	2038	
	18.4	13.8	16.5	16.2	15.1	17.8	2.1	75.6	
การศึกษา									
ต่ำกว่าปริญญาตรี	275	179	228	124	198	111	-	-	
	24.7	16.1	20.4	11.1	17.8	10.0	-	-	
ปริญญาตรีขึ้นไป	399	264	426	361	204	362	43	-	
	19.4	12.8	20.7	17.5	9.9	17.6	2.1	-	
รายได้									
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	636	405	606	465	272	453	43	2880	
	22.1	14.1	21.0	16.1	9.6	15.7	1.5	98.3	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	10	20	-	20	-	50	
	-	-	20.0	40.0	-	40.0	-	1.7	

สำหรับโทรทัศน์มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ช่องที่ได้รับความนิยม เปิดเปิดดูมากที่สุด คือ ช่อง 3 ช่อง 7 ช่อง 5 ช่อง 9 และ ITV โดยมีอัตราการเปิดใกล้เคียงกันเพศหญิงจะเปิดดูช่อง 3 ช่อง 7 ช่อง 5 มากกว่าผู้ชาย ส่วนผู้ชายจะเปิดดูช่อง ITV ช่อง 11 และ UBC มากกว่าผู้หญิง ผู้ที่ได้รับความนิยมทั้งเพศชาย เพศหญิง คือ ช่อง 7 และช่อง 3 ใกล้เคียงกับช่อง 5 และ ITV ทางด้านภูมิลำเนา คนกรุงเทพฯจะรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 7 ช่อง 9 ช่อง 11 และ ITV มากกว่าคนต่างจังหวัด ในขณะที่คนต่างจังหวัดรับรายการความรู้จากช่อง 5 และ ITV มากกว่าคนกรุงเทพฯ

และคนที่มียศที่อยู่ต่างกันรับโทรทัศน์เป็นความรู้ใกล้เคียงกัน คือส่วนใหญ่จะรับช่อง 3 ช่อง 7 และ ITV

ด้านอายุต่ำกว่า 20 จะรับรายการเพื่อการศึกษาสูงกว่าคนมีอายุ 21 ปีขึ้นไป ในช่อง 5 ช่อง 7 แต่จะรับต่ำกว่าในช่องในช่อง 9 ช่อง 11 และ ITV แต่ปริมาณการรับไม่แตกต่างกันมากนัก เพราะฉะนั้นผู้มีอายุที่ต่ำกว่า 20 รับช่อง 3 มากกว่าผู้มีอายุ 21 ปี ขึ้นไปมากถึงเท่าตัว ในขณะที่ผู้มีอายุ 21 ปี ขึ้นไปรับช่อง 11 และ ITV มากกว่าผู้มีอายุต่ำกว่า 20 ถึง 3 เท่า

ด้านการศึกษาที่มีการรับสื่อต่าง ๆ ผู้มีการศึกษาดำรงปริญญาตรีจะรับสื่อมากกว่าผู้มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปในช่อง 3 ช่อง 5 ช่อง 11 ในขณะที่ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปเปิดรับโทรทัศน์มากกว่า ผู้มีการศึกษาดำรงปริญญาตรี ถึงเกือบเท่าตัว

ด้านรายได้ผู้มีรายได้สูง นิยมรับช่อง 9 และ ITV ผู้มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นบาทนิยมรับช่อง 3 และช่อง 7

จะเห็นได้ว่าการรับโทรทัศน์ช่องที่มีการศึกษา ในตารางนี้ แตกต่างจากการรับโทรทัศน์ทั่วไปในตารางที่ผ่านมา

ตารางที่ 4.10 รายการโทรทัศน์ประเภทสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดดูเป็นประจำ

ช่องที่เปิดดู เป็นประจำ	รายการ	วาไรตี้สนทนา สัมภาษณ์เรื่อง น่ารู้	รายการ สำหรับผู้หญิง แฟชั่นการแต่ง กายปกิณกะ	รายการ สำหรับเด็ก การ์ตูน	ข่าวบท ความเรื่อง เด่นสารคดี เจาะลึก	วิเคราะห์ สถาน การณ์
		n	n	n	n	n
		%	%	%	%	%
3		1028	296	109	500	200
		26.9	23.4	15.7	27.4	31.7
5		732	264	109	351	76
		19.2	20.9	15.7	19.2	12.1
7		960	253	129	435	200
		25.1	20.0	18.6	23.8	31.7
9		563	183	87	234	116
		14.1	14.5	12.6	12.8	18.4
11		332	257	111	101	-
		8.7	20.3	16.0	5.5	
ITV		137	10	79	167	38
		3.6	0.8	11.4	9.2	6.0
UBC		69	-	69	37	-
		1.8		10.0	2.0	
รวม		100	100	100	100	100

จากการเปิดดูโทรทัศน์และรายการต่างๆจะเห็นว่า ผู้ชมจะเปิดดูรายการวาไรตี้ สนทนา ทอล์คโชว์ ที่ช่อง 3 และ 7 มากที่สุด รองลงมา คือ ช่อง 5 และ 9 ในขณะที่ช่อง 11 และ ITV มีรายการประเภทนี้ น้อย สำหรับรายการผู้หญิง แฟชั่น การแต่งกาย ผู้ชมจะเปิดดูช่อง 3 มากที่สุด รองลงมาคือ ช่อง 5, 7 และ 11 ITV จะมีรายการหมวดแฟชั่นผู้หญิงอยู่น้อย รายการเด็กผู้ชมจะเปิดดูที่ช่อง 7 มากที่สุด ร้อยละ 18.6 รองลงมาคือช่อง 11 และ 3 และช่อง 5 รายการเด็กและการ์ตูนผู้ชมจะเปิดดูจากช่องต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน

รายการข่าว ผู้ชมจะเปิดดูช่อง 3 และช่อง 7 รองลงมาคือช่อง 5 ช่อง 9 และช่อง ITV ในการวิเคราะห์สถานการณ์ ผู้ชมจะเปิดดูช่อง 3 ช่อง 7 ช่อง 9 และ ITV

คำถามซึ่งใช้สัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อศึกษาว่ามีสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อโทรทัศน์ที่ใช้สนับสนุน การศึกษามากน้อยเพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร โดยการถามคำถามในหมวด 3 โทรทัศน์ ข้อ 12 ที่ว่า

โทรทัศน์ไทยมีรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาสนับสนุนการศึกษาในระบบ นอกกระบบ และการศึกษาคตามอัธยาศัยของคนไทยอย่างไรบ้าง ในปริมาณมากน้อยเพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคในแต่ละด้านอย่างไรบ้าง

## 2. การพิจารณาเลือกเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.11 จำนวนเวลาที่เปิดเปิดดูโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ

ช่องที่เปิดดู	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ITV	UBC	รวม
	n	n	n	n	n	n	N	n
จำนวนชั่วโมงที่เปิดดู	%	%	%	%	%	%	%	%
ไม่เปิดดูเลย	-	-	59	-	-	-	-	59
			100.0					100.0
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	94	20	94	30	-	30	-	268
	35.1	7.5	35.1	11.2		11.2		8.4
1-2 ชั่วโมง	241	148	324	305	333	202	-	1553
	15.5	9.5	20.9	19.6	21.4	13.0		48.9
3-4 ชั่วโมง	339	275	177	150	69	241	43	1294
	26.2	21.3	13.7	11.6	5.3	18.6	3.3	40.8

จากการศึกษาจำนวนที่เปิดดูโทรทัศน์ของกลุ่มต่าง ๆ ว่าช่องโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา พบว่า มีผู้เปิดดูโทรทัศน์ น้อยกว่า 1 ชั่วโมง เปิดดูช่อง 3 และช่อง 7 เท่ากัน คือ ร้อยละ 35.1 รองลงมาคือ ช่อง 9 และ ITV คือร้อยละ 21.2

ผู้เปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง จะเปิดดูช่อง 11 ช่อง 7 และ ช่อง 9 มากที่สุดเป็นจำนวนร้อยละ 21.4 20.9 และ 19.6 ตามลำดับ รองลงมา คือ ช่อง 3 และ ITV เปิดดูร้อยละ 15.5 และ 13 ตามลำดับ

ผู้เปิดดูโทรทัศน์ 3-4 ชั่วโมงจะเปิดดูช่อง 3 มากที่สุดร้อยละ 26.2 รองลงมาคือ ช่อง 5 และ ITV ร้อยละ 21.3 และ 18.6 ตามลำดับ

จากการศึกษาดังกล่าวมีทั้งแตกต่างและเหมือนกันกับการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา และการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิโดยงานวิจัยของ เอซี เนลสัน และรายการทั้งหมด ช่อง 3 และ 7 จะมีผู้ชมสูง และจากการให้สัมภาษณ์ ช่อง 5 และ 11 จะมีผู้ชมต่ำมาก แต่ผู้ชมโทรทัศน์ 3-4 ชั่วโมง จะชมช่อง 5 ก่อนข้างสูง เป็นอันดับ 2 รองจาก ช่อง 3 และสูงกว่าช่อง 7 จึงน่าจะเปลี่ยนข้อมูลการชมรายการในช่องต่าง ๆ จากการชมรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาของช่องต่าง ๆ มีขอดีผู้รับชมไม่แตกต่างกันมากนัก

ทั้งนี้อาจเกิดจากช่อง 5 และ ช่อง 7 ช่อง 11 และ ITV ตามผังรายการแล้ว มีรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาจำนวนมาก ในขณะที่ช่อง 3 และ 7 มีน้อย

ตรงกับทำให้สัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ คือ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ ที่เห็นว่าหากมีการสำรวจอย่างจริงจังโดยใช้ฐานสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เหมือนกัน โทรทัศน์ไทยอาจจะมีสารสนเทศเพื่อการศึกษา และผู้รับสื่อไทยนิยมเปิดดูช่อง 5 ช่อง 9 ช่อง 11 และ ITV มากเกือบเท่า ช่อง 3 และ 7

การศึกษาจะศึกษาการพิจารณาคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาของบรรณาธิการผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ การพิจารณาคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาของประชาชน

จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในสื่อโทรทัศน์ ถึงวิธีการคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาของสถานีโทรทัศน์ ส่วนใหญ่พบว่า ใช้หลักการคัดเลือกข่าวสารทั่วไป ตามนโยบายของผู้บริหาร ผู้อุปถัมภ์รายการ และความนิยมของประชาชน เหตุที่สถานีโทรทัศน์บางช่องมีการคัดเลือกสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อย เพราะเป็นไปตามการตลาด ซึ่งมีข้อมูลว่าประชาชนนิยมเปิดรับสารสนเทศเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย มากกว่าสารสนเทศเพื่อการศึกษาสาเหตุบางส่วนเพราะวัฒนธรรมการรับส่ง เช่น สื่อมวลชนให้ข้อมูลว่า

...เรื่องรายการสาระต่าง ๆ ขนาดเราเองยังไม่ค่อยเปิดดูเลย ก็เราทำงานหนัก ๆ มาแล้ว จะเปิดดูสำรวจเฉพาะเกี่ยวกับงานอย่างสารคดีสิ่งแวดล้อมอะไรแบบนี้ แล้วคนทั่วไปละ พ่อแม่เป็นชาวบ้านธรรมดา เขาจะไปสนใจเรื่องสาระจากต่างประเทศทำไม

ชาวบ้านธรรมดาจะมองแค่วันนี้ พรุ่งนี้ ไม่ใช่อนาคตยาว ๆ ไกล ๆ ก็ทำมาหากินไปวัน ๆ เป็นส่วนใหญ่ เด็กไทยทุกวันนี้ จะไม่ค่อยรู้เรื่องต่างประเทศอะไรมากนัก เพราะเขาอาจจะคิดว่า ห่าง

ไกลตัวเอง ทั้งที่จริง ๆ แล้วเรื่องนั้นมีผลกระทบต่อเขาด้วย... (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

การคัดเลือกรายการ นอกจากจะเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่มากแล้ว สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เลือกก็มักจะผสมผสานระบบบันเทิง เป็นสาระบันเทิงด้วย จึงได้รับความนิยม

ผู้ให้สัมภาษณ์ เกือบทั้งหมดเห็นด้วยกับการแทรกบันเทิงไว้ในสาระ หรือแทรกสาระไว้ในรายการบันเทิงเพื่อดึงเปิดดูให้คนสนใจเปิด

มีผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นนักวิทยุโทรทัศน์ส่วนน้อยที่มองว่าสาระบันเทิงในโทรทัศน์ไทยไม่ค่อยมีสารสนเทศเพื่อการศึกษา และไม่มีจุดเน้นด้านนี้อย่างจริงจัง ซึ่งเป็นธรรมชาติซึ่งเจ้าของสื่อหรือผู้ผลิตสื่อมักจะปกป้องตัวเอง (Defend Mechanism) ดังเช่นนักจัดรายการโทรทัศน์และวิทยุบางส่วนเห็นว่า รายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาในโทรทัศน์ยังน้อยอยู่ ให้ความเห็นว่า

“ที่บันเทิงเพิ่มสาระก็ เป็นสาระประเภทอ่อนแอแน่นมาก มันไม่ได้ทำเพื่อสาระ แต่มันทำเพื่อสร้างภาพ เช่น เกมโชว์ เกมสัปดาห์ มันยังไม่ได้มุ่งที่สาระ มุ่งที่เล่นมากกว่า เอาคาราเอาตลกมาเล่น” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 8 มกราคม 2540)

ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า สารสนเทศเพื่อการศึกษาในโทรทัศน์ยังไม่ลึกซึ้ง ในเนื้อหาเพียงพอ ผู้ให้สัมภาษณ์ซึ่งเป็นนักนิเทศศาสตร์ บางกลุ่มเห็นว่าไม่จำเป็นต้องนำเสนอลึกซึ้งมาก เพราะผู้รับสื่อโทรทัศน์ของไทยส่วนใหญ่มีพื้นฐานการศึกษาไม่สูงนัก การค่อย ๆ สอดแทรกดีกว่า ในขณะที่ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เห็นแตกต่างว่าสารสนเทศเพื่อความบันเทิง แม้แต่ละครก็มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาแทรกอยู่มาก เพราะเป็นตัวอย่างและสอนให้ผู้รับสื่อรู้จักชีวิตเปรียบเทียบมากขึ้น นอกจากนั้นยังยกตัวอย่างละครหลายเรื่องที่ทำให้คิดสนใจ และช่อง 3 เคยนำมาให้เปิดดู

...ทุก ๆ อย่างที่เรียนรู้ได้จะเป็นการศึกษาโดยเฉพาะทางนิเทศศาสตร์ก็มีเรียนสายบันเทิง ก็คือ การศึกษาละครที่เขาเขียนขึ้นมา ก็เขียนมาจากชีวิตจริง และก็เหมือนกับมหาวิทยาลัยชีวิต อาจเกิดจริงหรือไม่จริงก็ได้ ซึ่งก็เหมือนกับการสอนลูกหลานให้คำมีความอดทน ไม่โกรธ ให้อภัย เห็นรู้จักแยกแยะ และให้รู้จักแก้ปัญหา อย่างละครบางเรื่องเช่น เป่าปิ่นจีน ก็ทำให้บ้านเมืองดีขึ้น บางอย่างแม้แต่เพลง อย่างพระนเรศวรมหาราชทำให้รู้สึกรักชาติ รักแผ่นดิน ล้วนแล้วแต่มีประโยชน์แล้วแต่เราจะนำไปใช้

ในการศึกษาบางครั้งในสมัยก่อนก็มีการเล่นละคร เช่น รัชกาลที่ 6 ก็มีการเล่นละครเรื่อง เวนิส วาณิช นักเรียนก็ได้ประโยชน์ ... (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 มกราคม 2546)

นักวิทยุนักโทรทัศน์บางกลุ่มเห็นว่าสารสนเทศเพื่อการศึกษา ในข่าวจากต่างประเทศยังไม่หลากหลายพอ เพราะโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่จะรับจากสำนักข่าวตะวันตกเพียงอย่างเดียวจึงขาดข้อมูล

รอบด้าน ในขณะที่ CNN บุคที่นายนาเย็ด เทอร์เนอร์ ผู้ก่อตั้งได้ขายกิจการไปแล้ว จะไม่เป็นกลางเท่าที่ควร แต่มีผลประโยชน์ของสหรัฐอเมริกาแอบแฝงอยู่

“สารสนเทศที่มาจากต่างประเทศมันยังกระจุกตัวอยู่ที่ CNN เรานั้น CNN เป็นแบบ ข้อมูลยังไม่หลากหลาย คือสื่อมวลชนของเขา เขาก็ยอมรับว่ามันอิงผลประโยชน์ของชาติอยู่ เขาจะนำเสนอส่วนที่เขาได้ประโยชน์จึงมีข้อมูลครบถ้วนด้านเขา” (สัมภาษณ์ ผู้บริหารวิทยุโทรทัศน์ 20 มกราคม 2546)

การคัดเลือกสารสนเทศจากกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งนอกจากทำให้สารสนเทศไม่หลากหลาย บางสารสนเทศก็ไม่ใช่สารสนเทศเพื่อการศึกษาโดยตรง แต่มีการแต่งปั้นและสร้างสารขึ้นมา เพื่อผลประโยชน์ของเจ้าของสื่อ หรือผู้ทรงอิทธิพลด้านต่าง ๆ

ตัวอย่างที่ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวถึงมาก คือ นายทุนบางกลุ่มลงทุนซื้อสื่อมวลชนเพื่อกำไรเหมือนสินค้าปกติทั่วไป แต่ในบางกรณีนอกจากเป็นธุรกิจแล้วยังอาจใช้เป็นฐานอำนาจได้ มีผลต่อการคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาของโทรทัศน์ไทย

ผู้ปฏิบัติงานในโทรทัศน์บางส่วนยกตัวอย่างช่องสื่อที่คัดเลือกสารสนเทศตามนโยบายของสื่อ นั้น ๆ

“...ITV ในโอกาสต่อไปจินวัตร์ คงจะเป็นหุ้นส่วนใหญ่ที่สุด แต่รายการมันเป็นไปตามเงื่อนไขที่ได้รับสัมปทานมา ดังนั้นแนวโน้มของรายการ ITV มันมีจุดขาย คือ แนวโน้มก็ยังเป็นสถานีข่าว ภาพของ ITV เป็นภาพข่าวมาโดยตลอด จึงยังคงรักษาภาพเดิมไว้ แต่ก็มีบันเทิงมาสู่ช่องอื่นบ้าง ซึ่งก็น่าจะสู้ได้ ถ้าของที่เป็นความรู้กับบันเทิงเอามาแข่งกันนั้น ด้านความรู้ของ ITV นั้นสู้ได้แน่ แต่บันเทิงก็พอจะสู้ได้

มองในระดับชาติ เรื่องสารสนเทศเพื่อการศึกษา มันก็มีการสำรวจออกมาแล้วว่า มีบางสถานีที่เป็นสารสนเทศด้านการศึกษา ต้องยอมรับว่าช่อง 9 มีมากกว่า ITV ช่อง 5 มีไม่เท่าไร ช่อง 11 จะเยอะหน่อย แต่ว่าทำไปก็ไม่ค่อยมีความหมายเท่าไร...”

ในประเด็นปริมาณของการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา นักวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่เห็นว่า การที่คนจะสนใจให้เปิดดูรายการที่มีความรู้มาก ๆ ก่อนข้างจะลำบาก เพราะคุณภาพที่ผลิตไม่ดี และไม่มี ความชัดเจนว่าจะให้การศึกษาระดับใดกันแน่ อาจจะเป็นเพราะโทรทัศน์ทุกช่องไม่ได้เป็นโทรทัศน์เฉพาะเพื่อการศึกษาจริง ๆ บางช่องทำหลายอย่างเคลือบที่วิถีทำ รายการจะกระจัดกระจาย คุณภาพยังไม่ถึง คนก็ไม่ค่อยเปิดดู “ถ้าจะเปิดดูเพื่อการศึกษา เขาจะเปิดดูช่อง 9 กัน รายการเด็ก รายการประเภทสารคดี มีมากกว่าช่องอื่น แต่ช่อง 3 และ 7 จะแข่งทางด้านบันเทิงกันอย่างเดียว อย่างช่อง 3 พยายามทำให้เป็นบันเทิง แม้แต่วิธีการทำข่าวก็ทำให้เป็นบันเทิง ให้เบา ๆ สบาย ๆ อาจจะมีปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถือ คนจะคิดว่าถ้าจะเปิดดูก็น่าเชื่อถือจริง ๆ จัง ๆ ITV จะมีความ

เข้ม ความลึก ความต่อเนื่อง การแตกประเด็น ฯลฯ คนจะมาเปิดดู ITV มาก การทำข่าวมันจะต้องหาจุดขายและจุดยืนเป็นสำคัญ” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ ITV 26 มกราคม 2546)

นอกจากนั้นยังมีตัวอย่างการคัดเลือกสารสนเทศเพื่อนำเสนอ เพื่อสนับสนุนเจ้าของหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลุ่มนักหนังสือพิมพ์ได้ชี้ให้เห็นว่าสารสนเทศสามารถวางแผนจัดการให้เป็นไปตามต้องการของเจ้าของสื่อ หรือผู้มีอำนาจได้ โดยยกตัวอย่างเช่น

“...ตอนนี้ที่คล้ายกันจะมีสารกลายเป็นการวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาล อย่างช่อง 3 เสนอทุกวัน ร.ม.ช. มหาดไทย ประชา มาลินนท์ เป็นเจ้าของช่อง 3 ฆ่าตัดตอนนำเสนอ 10 นาที ตอนนี้อย่างช่อง ส่วนที่ทำหน้าที่ที่มีประโยชน์หรือให้ข้อคิดไม่มีเลย ความคิดตอนที่เสนอสาระมีการวิพากษ์วิจารณ์ที่สูง เขาก็ใช้โฆษณาแบ่งแยกข่าวแล้วปกครองวิธีการปั้นข่าว สร้างกระแส อาเจนดาเชิดดึง เขาไม่มีโอกาสได้เป็นอาเจนดาซูปเปอร์ เพราะนักข่าว นักการเมืองแข่งกัน...” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 28 กุมภาพันธ์ 2546)

ตัวอย่างของการแทรกแซงอีกด้านหนึ่งถึงด้านผู้มีอำนาจ

“ตกลงเป็นขบวนการเคลื่อนไหวความคิด นักข่าว จึงเป็นทางม้าลาย ตอนนี้นักการเมืองของรัฐบาลไทยรักไทยกำลังสร้างกระแสข่าวแบบกระปริดกระปอย รัฐบาลไทยรักไทยจะใช้สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือสำหรับสร้างกระแส” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 28 กุมภาพันธ์ 2546)

สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า นโยบายของสถานีต่าง ๆ มีส่วนกำหนดผังรายการว่า จะมีสารสนเทศเพื่อการศึกษามากน้อยเพียงใด

ผู้ให้ข้อมูลจากช่อง 9 ให้ความเห็นว่า

“รายการของช่อง 9 จะเป็นรายการที่ทำเองส่วนใหญ่จะเป็นรายการที่ให้ความรู้ เกี่ยวกับเด็ก การศึกษา รายการข่าว แต่รายการใดที่มีคนเช่าจะเป็นรายการบันเทิงเสียส่วนใหญ่

สรุปโดยหยาบ ๆ รายการที่จะมีทั้งเกษตร วัฒนธรรม การท่องเที่ยว กึ่งบันเทิง เราเรียกว่า สาระความรู้ในช่องก็มีมาก ไม่ได้เป็นบันเทิงเหมือนกับช่อง 3 และ 7 ไม่ได้เป็นรายการเชิงความรู้ 100 % เหมือนช่อง 11” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 มกราคม 2546)

จากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารฝ่ายวางแผนและเปิดดูแลวิสาหกิจของช่อง 9 อสมท. ปี 2546 ปรากฏว่ามีรายการเพื่อสารสนเทศลดลงจากปีก่อนบ้าง แต่ไม่มากนัก

นอกจากนั้นผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 ยังมีนโยบายจัดทำรายการที่จะให้สารสนเทศเพื่อการศึกษารูปแบบให้ผู้ชมได้ใช้ความคิดมากขึ้น

“ช่อง 9 ทำรายการอะไรแล้วต้องทำให้คนคิดต่อ ร้องเพลงก็ต้องกลมกลืน นี่คือ จุดยืนของ โม่เดิร์นไนน์ คือ ทำทีวีให้คนคิดต่อ ก็ตรงกับแนวที่ทำไว้กับ อ.ส.ม.ท. ก็คือ เป็นสื่อกลางระหว่าง



รัฐบาลและประชาชน การจะขึ้นเวทีหรือออกอากาศ หากมี 2 ฝ่ายที่เท่าเทียมกัน และให้คนเปิดดูตัดสินนั้นคือ นโยบายหลักที่ทำมาตั้งนานแล้ว คือสร้างรายการให้คนคิด ... (สัมภาษณ์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545 )

ตารางที่ 4.12 รายการโทรทัศน์ซึ่งมีสาระสนเทศเพื่อการศึกษาและเปิดดูประจำ

รายการโทรทัศน์ประเภทให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ที่เปิดดูเป็นประจำ คือ	จำนวน	ร้อยละ
วาไรตี้/ สันทนาการ ทอล์คโชว์ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้	1134	45.3
รายการสำหรับผู้หญิง แฟชั่น การแต่งกาย ปกิณกะ	384	15.3
รายการสำหรับเด็ก การ์ตูน	139	5.5
ข่าว บทความ เรื่องเด่น สารคดี เจาะลึก	648	25.9
วิเคราะห์สถานการณ์	200	8.0
ธรรมเทศนา	-	-
รายการของมหาวิทยาลัย	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	2505	100.0

จากตารางจะเห็นว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์เพื่อสารสนเทศเพื่อการศึกษา เกือบครึ่งหนึ่งจะเปิดดูรายการ วาไรตี้/ สันทนาการ ทอล์คโชว์ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้ ในขณะที่เปิดดูรายการที่เป็นข่าวบทความ สารคดี เจาะลึกเมือง 1 ใน 4 ส่วนการวิเคราะห์ สถานการณ์ ธรรมเทศนา รายการของมหาวิทยาลัย ไม่ปรากฏจำนวนผู้ชม สอดคล้องกับเหตุผลในการเมืองเปิดดูรายการโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ตารางที่ 4.13 กลุ่มกับรายการโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดดูประจำ

รายการ ลักษณะส่วนตัว	วาไรตี้ สันทนาการ ทอล์คโชว์ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้	รายการสำหรับผู้ หญิง แฟชั่น การแต่ง กาย ปกิฉกะ	รายการสำหรับเด็ก การ์ตูน	ข่าว บทความ เรื่องเด่น สารคดี เจาะลึก	วิเคราะห์สถาน การณ์
เพศ					
ชาย	702	58	97	530	200
	44.2	3.7	6.1	33.4	12.6
หญิง	432	326	42	118	-
	47.1	35.5	4.6	12.9	-
ภูมิลำเนา					
กรุงเทพฯ	276	77	62	175	116
	39.1	10.9	8.8	24.8	16.4
ต่างจังหวัด	316	5	-	242	38
	42.6	19.6	-	32.7	5.1
อายุ					
16-20 ปี	251	151	-	132	-
	47.0	28.3	-	24.7	-
20 ปีขึ้นไป	767	176	102	469	200
	44.8	10.2	6.0	27.4	11.7
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	357	177	37	241	38
	42.0	20.8	4.4	28.4	4.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	777	207	102	407	162
	46.9	12.5	6.2	24.6	9.8
รายได้					
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	1096	306	139	508	162
	49.6	13.8	6.3	23.0	7.3
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	20	-	30	-
	-	40.0	-	60.0	-

จากการศึกษาเปิดดูโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาพบว่า ผู้ชมโทรทัศน์ไทยสนใจ วาไรตี้ สันทนาการ ทอล์คโชว์ การสัมภาษณ์ ในระดับร้อยละ 39.1 – 49 รองลงมา คือ รายการข่าว บทความ สารคดี เรื่องเด่น ร้อยละ 12.9 – 60 ส่วนที่เปิดดูน้อยคือ รายการเกี่ยวกับแฟชั่น การแต่งกาย ผู้หญิง ผู้ชายจะนิยมชมรายการวาไรตี้ ทอล์คโชว์ มากที่สุด รองลงมา คือ ข่าว สารคดี บทความ เรื่องเด่น แต่ไม่นิยมเปิดดูรายการผู้หญิง แฟชั่น การแต่งกาย แต่ไม่นิยมเปิดดูข่าวบทความ เรื่องเจาะลึก ด้านภูมิลำเนา ที่อยู่ในกรุงเทพฯนิยมเปิดดูรายการ วาไรตี้ สันทนาการ ทอล์คโชว์ ข่าว บทความ

สารคดี มากที่สุด เช่นเดียวกับผู้ที่อยู่ต่างจังหวัด แต่ผู้ชมในกรุงเทพฯ มีผู้สนใจมากกว่าต่างจังหวัด สำหรับด้านการศึกษา รายได้ อายุ มีผลต่อการเลือกรายการ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.14 เหตุผลที่เปิดดูรายการโทรทัศน์ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

เหตุผลที่เปิดดูรายการโทรทัศน์ในข้อ 18	จำนวน	ร้อยละ
บันเทิงพร้อมทั้งได้รับความรู้	733	29.2
มีสาระรู้เรื่องบ้านเมือง	669	26.7
เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง	654	26.1
นำไปใช้ประโยชน์ได้	322	12.8
เป็นรายการของมหาวิทยาลัย ใช้ประกอบการเรียน	129	5.1
อื่นๆ	-	-
รวม	2507	100.0

จากตารางจะเห็นว่า ผู้สนใจการศึกษามีเหตุผลในการเปิดดูโทรทัศน์ ส่วนใหญ่เปิดดูเพื่อความบันเทิง พร้อมทั้งได้รับความรู้ (29.2%) ใกล้เคียงกับการมีสาระของรายการ และเปิดดูเพื่อเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาตนเอง การเปิดดูรายการของมหาวิทยาลัยหรือสถาบันศึกษา มีน้อยที่สุดเพียง 5.1% สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ที่เห็นว่า รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ไม่มีคนนิยมเปิดดู เพราะเทคนิคการผลิตยังไม่ดี

ตารางที่ 4.15 เหตุผลในการเปิดเปิดดูรายการโทรทัศน์

เหตุผลที่เปิดดูรายการ ลักษณะส่วนตัว	บันเทิง พร้อมได้ ความรู้	มีสาระรู้เรื่อง บ้านเมือง	เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง	นำไปใช้ ประโยชน์ได้	เป็นรายการของ มหาวิทยาลัย ใช้ ประกอบการเรียน	อื่น ๆ
<b>เพศ</b>						
ชาย	486	449	365	156	129	1585
	30.7	28.3	23.0	9.8	8.1	63.2
หญิง	247	220	289	166	-	922
	26.8	23.9	31.1	18.0	-	36.8
<b>ภูมิลำเนา</b>						
กรุงเทพฯ	197	228	248	43	72	788
	25.0	28.9	31.5	5.5	9.1	50.5
ต่างจังหวัด	256	199	169	127	20	771
	33.2	25.8	21.9	16.5	2.6	49.5
<b>อายุ</b>						
16-20 ปี	191	132	215	43	-	581
	32.9	22.7	37.0	7.4	-	26.1
20 ปีขึ้นไป	489	410	382	279	92	1648
	29.4	24.9	23.2	16.9	5.6	73.9
<b>การศึกษา</b>						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	297	221	258	43	109	928
	32.0	23.8	27.8	4.6	11.7	37.0
ปริญญาตรีขึ้นไป	436	448	396	279	20	1579
	27.6	28.4	25.1	17.7	1.3	63.0
<b>รายได้</b>						
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	695	563	576	284	57	2175
	32.0	25.9	26.5	13.1	2.6	97.8
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	10	40	-	-	50
	-	20.0	80.0	-	-	2.2

เหตุผลที่เปิดดูโทรทัศน์ที่มีรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาของกลุ่มต่าง ๆ จากการศึกษาค้นพบว่า ผู้ชมเพื่อให้ความรู้พร้อมทั้งความบันเทิง มีจำนวนใกล้เคียงกับผู้ชมเพื่อเพิ่มความรู้และพัฒนาตนเอง อยู่ในระดับร้อยละ 21.9-32 ยกเว้นผู้ที่มียุทธศาสตร์ 1 หมื่นบาทขึ้นไป จะให้ความสำคัญกับการเปิดดูโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ เพื่อพัฒนาตนเองถึงร้อยละ 80 การเปิดดูเพื่อสาระ และเปิดดูเพื่อการเมืองให้ความสำคัญระดับรองลงมา ส่วนการเปิดดูเพื่อหวังมาใช้ประโยชน์ ให้ความสำคัญน้อยสุดเป็นร้อยละ 1.3-9 ปัจจัยทางเพศ อายุ การศึกษา กับเหตุผลในการเปิดดูโทรทัศน์ในกลุ่มต่าง ๆ ไม่มี

ความแตกต่างกันนี้ ส่วนที่แตกต่างกันคือ ปัจจัยทางรายได้กับจุดมุ่งหมายในการเปิดดูโทรทัศน์ เพื่อเพิ่มความรู้และพัฒนาตนเอง กลุ่มที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไปมีความคาดหวังในการเปิดดูโทรทัศน์เพื่อเพิ่มความรู้ และพัฒนาตนเองมากกว่าผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท ถึง 3 เท่า

### 3. ปริมาณความถี่การเลือกเปิดดูรายการโทรทัศน์

ตารางที่ 4.16 รายการโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา	334	24.0	1
โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ	130	9.3	5
สิทธิมนุษยชน ความเป็นพลเมือง ชลธรรมะ สันติ อหิงสาไม่รุนแรง	59	4.2	8
สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย	207	14.1	3
ทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลป์	70	5.0	7
ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาสภาพแวดล้อม	293	21.0	2
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	31	2.2	9
การเกษตร การช่าง การปรุงอาหาร	79	5.7	6
การทำธุรกิจ การค้า การตลาด การบริหาร การจัดการ	20	1.4	10
ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และ ภาษาอื่น ๆ	20	1.4	10
ความรู้เสริมการศึกษาในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	-	-	-
ความรู้ที่ตรงกับการประกอบอาชีพ แนวนอนหรือช่องทางการทำงานของท่าน	-	-	-
ปกิณกะ ความรู้รอบตัว เรื่องน่ารู้ทั่วไป	150	10.8	4
รวม	1393	100.0	-

จากการศึกษาพบว่า รายการโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา รายการต่าง ๆ จะได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน รายการได้รับความนิยมมากที่สุดคือ รายการเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา (24%) ใกล้เคียงกับรายการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ (21%) ส่วนที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ รายการสุขภาพ อนามัย โภชนาการ การป้องกันโรค การออกกำลังกาย และ ปกิณกะ ความรู้รอบตัว ที่ไม่ได้รับความนิยมเปิดรับเลย คือ รายการเสริมการศึกษานอกโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย หรือรายการเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ทั้ง ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัย และบท

สัมภาษณ์ของ ผู้ทรงคุณวุฒิ รายการของสถาบันการศึกษา มีเทคนิคการผลิตและการนำเสนอไม่น่าสนใจ

ตารางที่ 4.17 รายการโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา	334	24.0	1
โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลป วัฒนธรรมต่าง ๆ	130	9.3	5
สิทธิมนุษยชน ความเป็นพลเมือง ชลธรรมะ สันติ อหิงสาไม่รุนแรง	59	4.2	8
สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย	207	14.1	3
ทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลป์	70	5.0	7
ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาสภาพแวดล้อม	293	21.0	2
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	31	2.2	9
การเกษตร การช่าง การปรุงอาหาร	79	5.7	6
การทำธุรกิจ การค้า การตลาด การบริหาร การจัดการ	20	1.4	10
ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และ ภาษาอื่น ๆ	20	1.4	10
ความรู้เสริมการศึกษาในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	-	-	-
ความรู้ที่ตรงกับการประกอบอาชีพ แนวโน้มหรือช่องทางการทำกินของท่าน	-	-	-
ปกิณกะ ความรู้รอบตัว เรื่องน่ารู้ทั่วไป	150	10.8	4
รวม	1393	100.0	-

จากการศึกษาพบว่า รายการโทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา รายการต่าง ๆ จะได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน รายการได้รับความนิยมมากที่สุดคือ รายการเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา(24 %)ใกล้เคียงกับรายการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ (21%) ส่วนที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ รายการสุขภาพ อนามัย โภชนาการ การป้องกันโรค การออกกำลังกาย และ ปกิณกะ ความรู้รอบตัว ที่ไม่ได้รับความนิยมเปิดรับเลย คือ รายการเสริมการศึกษานอกโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย หรือรายการเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ทั้ง ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัย และบทสนทนา สัมภาษณ์ของ ผู้ทรงคุณวุฒิ รายการของสถาบันการศึกษา มีเทคนิคการผลิตและการนำเสนอไม่น่าสนใจ

## 4. ปริมาณการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของโทรศัพท์คนไทยคิดเป็นชั่วโมง

ตารางที่ 4.18 จำนวนชั่วโมงที่เปิดดูโทรศัพท์โดยเฉลี่ยต่อวัน

ลักษณะส่วนตัว	จำนวนชั่วโมงที่เปิดดู	ไม่เปิดดูเลย	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	5-6 ชั่วโมง	มากกว่า 6 ชั่วโมง
	n	n	n	n	n	n	n
	%	%	%	%	%	%	%
เพศ	ชาย	100	91	56	480	107	58
		11.2	10.2	6.3	53.8	12.0	6.5
	หญิง	48	20	201	215	105	-
		8.1	3.4	34.1	36.5	17.8	-
ภูมิลำเนา	กรุงเทพฯ	10	72	-	221	95	58
		2.2	15.8	-	48.5	20.8	12.7
	ต่างจังหวัด	119	39	250	431	117	-
		12.4	4.1	26.2	45.1	12.2	-
อายุ	16-20 ปี	22	-	7	188	95	-
		7.1	-	2.2	60.3	30.4	-
	20 ปีขึ้นไป	105	111	230	448	70	-
		10.9	11.5	23.9	46.5	7.3	-
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	72	31	156	170	58
		-	14.8	6.4	32.0	34.9	11.9
	ปริญญาตรีขึ้นไป	145	39	226	539	42	-
		14.9	3.9	22.7	54.2	4.2	-
รายได้	ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	148	19	20	657	212	-
		11.8	1.5	17.5	52.3	16.9	-
	1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	20	37	-	-	-
		-	35.1	64.9	-	-	-

จากการศึกษาจำนวนชั่วโมงที่เปิดดูโทรทัศน์ในแต่ละวันของ กลุ่มต่าง ๆ พบว่า ผู้รับสื่อส่วนใหญ่เปิดดูโทรทัศน์วันละ 3-4 ชั่วโมง มากที่สุด ในระดับร้อยละ 36.5-60.3 รองลงมา คือ กลุ่มผู้เปิดดู โทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง ต่อวันในระดับร้อยละ 6.3-34.1 ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้ 1 หมื่นบาทขึ้นไป จะเปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 64 ในกลุ่มที่มีการเปิดดูโทรทัศน์มากที่สุด 3-4 ชั่วโมง ผู้ชายจะเปิดดูมากกว่าผู้หญิง ผู้ที่อยู่กรุงเทพฯ จะเปิดดูใกล้เคียงกับผู้ที่อยู่ต่างจังหวัด ผู้ที่มีอายุ 16-20 ปี จะเปิดดูมากกว่าผู้ที่อายุ 20 ปี ขึ้นไป ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมจะเปิดดูน้อยกว่าผู้ที่ศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ถึงเท่าตัว ส่วนผู้เปิดดูโทรทัศน์ 1 ชั่วโมง มีจำนวนน้อย ในระดับร้อยละ 1.5-35.1 ส่วนที่แตกต่างกันมากที่สุด การเปิดดู โทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมงของรายการหญิง ผู้หญิงเปิดดูมากกว่าผู้ชายถึง 5 เท่า ในขณะที่เปิดดูรายการ 3-4 ชั่วโมง ผู้ชายจะเปิดดูมากกว่าผู้หญิงถึงเท่าตัว แสดงว่าผู้ชายส่วนใหญ่ไม่นิยมเปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง แต่จะเปิดดู 3- 4 ชั่วโมง ในขณะที่ผู้หญิงเปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง ใกล้เคียงกับกับการเปิดดู 3-4 ชั่วโมง

ความแตกต่างอันดับหนึ่งคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 16-20 ปี จะเปิดดูโทรทัศน์ก่อนข้างานาน 3-4 ชั่วโมงและ 5-6 ชั่วโมง มากกว่ากลุ่มผู้เปิดดู 1-2 ชั่วโมง ถึง 30 เท่า และ 15 เท่า แสดงว่าผู้ที่เปิดดูในวัย 16-20 ใช้เวลาเปิดดูจอโทรทัศน์ 3-4 ชั่วโมง และ 5-6 ชั่วโมง รวมกันแล้วเกือบร้อยละ 70 นั่นคือโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อผู้เปิดดูโทรทัศน์มากและเยาวชนให้เวลากับโทรทัศน์ในแต่ละวัน ประมาณครึ่งหนึ่งของเวลาศึกษาในโรงเรียน

การวัดปริมาณสารสนเทศเพื่อการศึกษาอาจทำได้หลายแบบทั้งการรับจากผังรายการ การชอบของผู้รับสื่อ การสัมภาษณ์ จากผู้ส่งสื่อ และการวัดโดยใช้มิเตอร์ สำหรับสู่มวัดการเปิดชมรายการโทรทัศน์ ซึ่งหน่วยงานที่ทำวิจัยด้านนี้จะแสดงข้อมูลให้เห็นทุกปี เพื่อประกอบในการบริหารและการพิจารณาให้โฆษณา

จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ นักนิเทศศาสตร์ นักศึกษาจะเห็นว่าปริมาณสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชนยังมีน้อย

ส่วนผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมาจากสื่อมวลชน จากการสัมภาษณ์ หากเป็นสื่อมวลชนที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา มาก จะมองว่าสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อโทรทัศน์ไทยโดยรวมมีปานกลาง ส่วนสื่อมวลชนที่มีสังกัดในสื่อที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อย จะมองว่า สื่อมวลชนไทยมีสารสนเทศเพื่อศึกษามากพอสมควร ผู้ให้สัมภาษณ์ บางท่านมองว่า ละคร หรือข่าวอาชญากรรม ก็เป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษา เพราะเป็นการสะท้อนชีวิต ให้ความรู้ผู้คน

ตัวอย่างมุมมองด้านปริมาณด้านสารสนเทศเพื่อการศึกษา คือ นักการศึกษาและนักนิเทศศาสตร์ หลายท่านมองว่า โทรทัศน์ไทยมีสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อยที่สุดในขณะที่ผู้ตอบแบบ



สอบถามส่วนใหญ่เห็นว่า เปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษามากที่สุดมากกว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์ ส่วนรายการที่เปิดรับและมีสารสนเทศมากน้อยขึ้นอยู่กับประเภทรายการ คือ

ตารางที่ 4.19 รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ที่เปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
กรองสถานการณ์ ช่อง 11	84	5.9
รัฐสภาของประชาชน ช่อง 11	82	5.8
โปรงใส 360 ช่อง 11	19	1.3
มันนี่ทอล์ค ช่อง 11	96	6.4
สัมมนาทัศน์ ช่อง 11	58	3.9
จับกระแสโลก ITV	166	11.8
โลก 360 ITV	118	8.4
ติดตามเศรษฐกิจ ITV	30	2.1
เปิดโลกธุรกิจ ITV	456	32.3
รัฐบาลหุ่น ITV	194	13.7
เหตุบ้าน การเมือง ช่อง 3	50	3.5
ไม่เคยเปิดดูรายการในหมวดนี้	59	4.2
อื่นๆ ระบุ	-	-

จากการศึกษารายการโทรทัศน์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา กว่า 10 รายการ พบว่า ผู้สนใจศึกษาเปิดดูรายการรัฐบาลหุ่นของ ITV มากกว่ารายการอื่นๆ ประมาณ 4- 10 เท่า รองลงมาคือ เปิดดูรายการเหตุบ้านการเมืองทางช่อง 3 และรายการจับกระแสโลก ITV ตามลำดับ หากเปรียบเทียบกับตารางที่ผ่านมา แม้ ITV จะมีผู้ชม ในปริมาณไม่มากนักแต่รายการเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมือง จะได้รับความนิยมสูง นักการศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่า โทรทัศน์มีอิทธิพลสูง แต่ให้ความรู้น้อย

“โทรทัศน์ไทยเป็นโทรทัศน์ที่เข้าถึงประชาชนได้มากที่สุด แต่เป็นสื่อที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่ต่ำที่สุด ส่วนใหญ่ก็เป็น รายการเดอะเนชั่น รมช. มสธ. มันก็เป็นเพียงกลุ่มคนแคบ ๆ ที่เปิดดู” (สัมภาษณ์ สมพงษ์ จิตระดับ 26 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.20 รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับโลก นานาชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับโลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ท่านเปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
จับกระแสโลก ITV	332	23.5
โลก 360 ITV	42	3.0
วัฒนธรรมสัญจร ช่อง 9	81	5.7
ศิลปะศิลป์บนแผ่นดินไทย ช่อง 9	109	7.7
เส้นทางแห่งภูมิปัญญา ช่อง 5	116	8.2
ธรรมะ 6.20 น. ช่อง 7	-	-
พุทธธรรมสร้างชาติ ช่อง 11	-	-
เวทีธรรม ช่อง 9	89	6.3
อยู่เย็นเป็นสุข พุทธธรรมนำทาง ITV	-	-
พลังจิตที่ 5 ช่อง 5	79	5.6
โปร่งใส 360 ช่อง 11	130	9.2
อื่นๆ	19	1.3
ไม่เคยเปิดดูรายการโทรทัศน์ในหมวดนี้	415	29.4
รวม	1500	100.0

จากการสำรวจ จะพบว่า รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับโลก นานาชาติ ศาสนา วัฒนธรรม จะชมรายการจับกระแสโลกของ ITV สูงสุด ( 23.5 % ) มากกว่ารายการโปร่งใส 360 องศา ช่อง 11 ซึ่งมีผู้ชมรองลงมาถึงเท่าตัว รายการอื่นๆ จะได้รับความนิยมเท่าเทียมกัน แต่ประมาณ 3- 7 %

น่าสังเกตว่ารายการธรรมะ ถึง 3 รายการ ไม่มีผู้นิยมเปิดดู รายการอื่น ๆ ที่มีผู้สนใจ 1.3 % คือ UBC น่าสังเกตว่ามีผู้ไม่เปิดดูรายการโทรทัศน์ในกลุ่มมากกว่ารายการที่เปิดดูรายการอันดับ 1 เสียอีก

ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่องที่ความเป็นกันเองมาก ยอมรับว่าโทรทัศน์ที่มีผู้ชมมากที่สุด จะมีสารสนเทศเพื่อความบันเทิงสูงมาก แต่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา มากหรือน้อยไม่ได้พูดถึง

“อย่างรายการบันเทิง 90 % เป็นของช่อง 7 กับช่อง 3 แต่ช่อง 7 มีบันเทิงเยอะที่สุด แสดงว่าคนชอบบันเทิงอย่างช่อง 3 มีภาษาไทยวันละคำ ก็มีคนเปิดดูเยอะ เพราะเราใช้การ จัดการและคน

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

แม้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่กำกับว่า โทรทัศน์มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเหมาะสมกว่า แต่เมื่อเทียบกับรายการทั้งหมด ส่วนใหญ่จะเห็นว่ามียุทธศาสตร์เป็นความรู้ค่อนข้างน้อย

“โดยภาพรวมทีวีจะให้ความรู้ค่อนข้างน้อยไม่เกิน 20% ทั้งในรูปแบบหรือรายการอื่น ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นบันเทิงและข่าวสาร” (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

ในด้านของนักศึกษาประชาชนที่ตอบแบบสอบถาม จะแสดงการเปิดรับรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา เป็นความรู้น้อยต่างกัน ตามกลุ่มประเภทรายการ คือ

**ตารางที่ 4.21** รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับสุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์เกี่ยวกับ สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย ที่เปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
เอ็กซ์มอนิ่ง ช่อง 5	147	10.4
สรรหามาเล่า ช่อง 9	175	12.4
พลิกฟื้นสุขภาพ ช่อง 9	190	13.5
ซูรัก ซูรส ช่อง 3	654	46.3
อื่น ๆ	-	-
ไม่เคยเปิดดูรายการประเภทนี้	246	17.4
รวม	1412	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามครึ่งหนึ่งเปิดดูรายการ ซูรัก ซูรส ซึ่งเป็นรายการเกี่ยวกับเพศศึกษา และครอบครัวได้รับความนิยมมากกว่ารายการสรรหามาเล่า เพื่อสุขภาพของช่อง 9 ถึง 5 เท่า ข้อสังเกต ผู้ที่ไม่เปิดดูรายการโทรทัศน์ในหมวดนี้มีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับหมวดอื่น ๆ แสดงว่าโทรทัศน์สามารถให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาทางสุขภาพอนามัย เพศศึกษา ได้ดีมากพอสมควร

อย่างไรก็ตามรายการเหล่านี้ส่วนใหญ่จะนำเสนอเด็กเกินไป เด็กและเยาวชนอาจจะมีได้ชมอย่างเต็มที่ ส่วนหนึ่งเพราะช่วงที่ไม่ดี สถานีโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะมีละคร

ข้อสังเกตว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ยังไม่ได้รับความนิยมในรายการหมวดนี้ ในบทที่คนดูช่อง 3 มาก อาจจะเป็นเพราะรายการต่อเนื่องจากรายการละคร สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ช่อง 3

ตารางที่ 4.22 รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับ ทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลปะ ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ ทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลปะ ที่เปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
สปอร์ตทิป ITV	595	42.1
เจาะเกมส์ช่อง 5	296	21.0
อื่นๆ	78	50.5
ไม่เคยเปิดดูรายการโทรทัศน์ในหมวดนี้	443	31.04
รวม	1412	100.0

จากการศึกษา รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลปะ มีผู้นิยมเปิดดูไม่มากนัก จำนวนผู้ไม่เปิดดูมีถึง 31.4 % ยกเว้นรายการสปอร์ตทิป ของ ITV ซึ่งมีผู้เปิดดูเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม อาจเป็นเพราะเคยเป็นรายการของช่อง 7 ที่เคยได้รับความนิยมมาก

หมายเหตุ รายการที่สำรวจเกี่ยวกับกีฬา ไม่ใช่รายการนำเสนอการแข่งขันกีฬา ซึ่งจะมีผู้ชมสูงกว่นี้มาก เพราะการวิจัยนี้จะสำรวจเฉพาะรายการที่เป็นความรู้เฉพาะส่วนหรือเทคนิคทางกีฬาเท่านั้น

ข้อสังเกตรายการความรู้ทางกีฬา มักจะเป็นรายการภาคดึก ซึ่งเด็กและเยาวชนนอนกันแล้ว และกีฬาที่สอนมักจะเป็นกีฬาออกัสฟ ซึ่งคนส่วนใหญ่ไม่ได้มีส่วนร่วม

ตารางที่ 4.23 รายการโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อ การศึกษาเกี่ยวกับ การรักษาสภาพแวดล้อม  
ทรัพยากรธรรมชาติ ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ ด้านการศึกษเกี่ยวกับ การรักษาสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ	จำนวน	ร้อยละ
กลับสู่ธรรมชาติ ช่อง 11	19	1.3
ทุ่งแสงตะวัน ช่อง 3	542	38.4
โลกสิ่งแวดล้อม	338	23.9
อื่น ๆ	59	4.2
ไม่เคยเปิดดูรายการในหมวดนี้	454	32.2
รวม	1412	100.0

รายการเกี่ยวกับธรรมชาติ สภาพแวดล้อม รายการอันดับหนึ่งคือ ทุ่งแสงตะวันของ ช่อง 3  
รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด

ใกล้เคียงกับรายการที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ โลกสิ่งแวดล้อมของ ITV

น่าสังเกตว่า ผู้ศึกษาได้รับความสนใจรายการประเภทนี้น้อย มีผู้ไม่ชมรายการประเภทนี้ถึง  
32.2 %

ตรงกับงานวิจัยสื่อเพื่อ โฆษณาและการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่เห็นว่า

รายการที่มีประโยชน์ต่อโลก เช่นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ จะมีผู้ชมและผู้ให้โฆษณา  
จะมีน้อย

สำหรับรายการทุ่งแสงตะวัน ซึ่งได้รับความนิยมมาก น่าจะเป็นเพราะเป็นรายการเก่าแก่ ที่  
จัดทำมานาน ผู้จัดทำมีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในการทำข่าวโทรทัศน์มาก่อน  
ประกอบกับทำรายการในสถานีโทรทัศน์ที่มีผู้เปิดรับสูง จึงมีอัตราผู้ชมสูง

ตารางที่ 4.24 รับรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
พลังงานสร้างชีวิต ช่อง 11	245	17.4
อีวาไรตี้ ช่อง ITV	544	38.5
ไอ ที โซว์ ช่อง 5	374	26.5
อื่นๆ	8	0.6
ไม่เคยเปิดดูรายการโทรทัศน์ในหมวดนี้	241	17.1
รวม	1412	100.0

จากตารางจะพบว่า จากการศึกษารายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ จะได้รับความนิยมปานกลาง เพราะมีผู้ไม่เปิดรับไม่สูงนัก (17.1 %)

รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ รายการอีวาไรตี้ ITV รองลงมา คือ ไอ ที โซว์ ช่อง 5 ซึ่งเป็นรายการประเภทเดียวกับ 2 รายการ มีผู้ชมรวมกันถึง 3 ใน 4 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ข้อสังเกตรายการในหมวดนี้มีผู้สนใจค่อนข้างมาก มีผู้ที่ไม่เคยดูเพียงร้อยละ 17.1 แสดงว่าสื่อโทรทัศน์น่าจะให้ความรู้กับประชาชนในด้านนี้มาก เพราะสามารถแสดงได้ทั้งภาพและเสียง



ต้นฉบับ หน้าขาดหาย

ตารางที่ 4.26 รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับ ทักษะทางภาษา เช่น ภาษาไทย อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมัน และภาษาอื่น ๆ ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับทักษะทางภาษา เช่น ภาษาไทย อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมัน และภาษาอื่น ๆ ที่ท่านเปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
นิวส์ไลน์ ช่อง 11 (ภาษาอังกฤษ)	146	11.2
มอนิ่ง ทอล์ค ช่อง 11(ภาษาอังกฤษ)	311	13.8
อื่น ๆ	32	2.5
ไม่เคยเปิดดูรายการโทรทัศน์ในหมวดนี้	816	62.5
รวม	1305	100.0

จากตารางจะเห็นว่า มีผู้เปิดดูรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับ ทักษะทางภาษา นอกจากมีผู้ชมนิยมแล้ว ยังมีผู้ที่ไม่ชมรายการโทรทัศน์ในหมวดนี้สูงถึง 62.5 %

นั่นคือ ผู้สนใจการศึกษาในสาขาอื่นมากกว่า แม้รายการเปิดดูรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับทักษะทางภาษา ที่มีผู้ชมมากที่สุด คือ รายการมอนิ่ง ทอล์ค ช่อง 11(ภาษาอังกฤษ) เพียงออกอากาศเป็นภาษาอังกฤษ รับเหมาทำรายการโดยบริษัทเอกชน ก็ยังมีผู้ชมเพียงร้อยละ 13.8

ในทำนองเดียวกับรายการนิวส์ไลน์ ช่อง 11 มีผู้ชมใกล้เคียงกัน

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ส่วนใหญ่เห็นว่ารายการเหล่านี้ผลิตค่อนข้างดี โดยมีกลุ่มเป้าหมายสำหรับชาวต่างประเทศ ทำให้ผู้สนใจการศึกษาสนใจรายการเหล่านี้ค่อนข้างน้อย

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านเห็นว่าน่าจะทำรายการให้ง่ายขึ้น เพื่อเป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษา ด้านภาษาของคนไทยบ้าง

ในอีกด้านหนึ่งผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่า รายการภาคภาษาอังกฤษอาจจะวัดเป็นรายการประเภทบันเทิง เพื่อกลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ ตัวอย่างเช่น สถานีวิทยุและโทรทัศน์ของประเทศลักเซมเบิร์ก หรือโมนาโก ซึ่งมีพลเมือง 4 – 5 ล้านคน แต่สามารถจัดรายการวิทยุและโทรทัศน์ ซึ่งมีผู้ชมกว่า 200 ล้านคน ทั่วยุโรปได้

ตารางที่ 4.27 รายการโทรทัศน์เกี่ยวกับ ความรู้เสริมการศึกษาในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการโทรทัศน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ ความรู้เสริมการศึกษา ในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัยที่ท่านเปิดดูเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของโรงเรียน ไกลกังวล	29	2.0
รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง	59	4.2
รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช	108	7.6
เสริมปัญญา กับ ดร. วิป ช่อง 5	129	9.1
รู้ไว้ใช้ว่า ช่อง 11	104	7.4
ประทีปปริทัศน์ ช่อง 11	-	-
ความรู้คู่สาระ ช่อง ITV	-	-
เกมเศรษฐี ช่อง 3	217	15.4
อื่นๆ	665	47.1
ไม่เคยเปิดดูรายการในหมวดนี้	101	7.2
รวม	1412	100.0

จากตารางจะพบว่ารายการโทรทัศน์ที่ช่วยเสริมความรู้การศึกษาในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ที่ได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน คือ ประมาณ 2-15.4 %

รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ รายการเกมส์เศรษฐี ช่อง 3 เสริมปัญญา กับ ดร. วิป ช่อง 5 รู้ไว้ใช้ว่า ช่อง 11 ตามลำดับ

สำหรับรายการเพื่อการศึกษาโดยตรงได้รับความสนใจค่อนข้างต่ำ

โดยเฉพาะรายการของมหาวิทยาลัยได้รับความนิยมน้อย ไม่ถึง 10 % ทั้งๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา

สอดคล้องกับงานวิจัยของมหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช โดยการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อสังเกต รายการอื่นๆ ในหมวดนี้ ได้รับความนิยมเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด ได้มีตัวอย่างของผู้ตอบคือ รายการเขียนสมองเพชร ช่อง 5 เกมส์พันหน้าช่อง 7 ถอดรหัส ITV เกมส์คนเก่ง LG ช่อง 5 และ UBC ช่อง 12

## 5. วิเคราะห์ปริมาณความถี่ที่เปิดรับรายการที่มีสาระสนเทศ เพื่อการศึกษาของผู้ชมโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 4.28 รายการโทรทัศน์ประเภทสาระสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดดูเป็นประจำ

รายการ 18 โทรทัศน์ช่องที่เปิดดู เป็นประจำ 20	วาไรตี้สนทนา สัมภาษณ์เรื่อง น่ารู้	รายการ สำหรับผู้หญิง แฟชั่นการ แต่งกาย ปพลิเคชัน	รายการ สำหรับเด็ก การ์ตูน	ข่าวบท ความเรื่อง เด่นสารคดี เจาะลึก	วิเคราะห์ สถานการณ์
3	1028	296	109	500	200
	26.9	23.4	15.7	27.4	31.7
5	732	264	109	351	76
	19.2	20.9	15.7	19.2	12.1
7	960	253	129	435	200
	25.1	20.0	18.6	23.8	31.7
9	563	183	87	234	116
	14.1	14.5	12.6	12.8	18.4
11	332	257	111	101	-
	8.7	20.3	16.0	5.5	
ITV	137	10	79	167	38
	3.6	0.8	11.4	9.2	6.0
UBC	69	-	69	37	-
	1.8		10.0	2.0	

จากการเปิดดูโทรทัศน์และรายการต่างๆจะเห็นว่า ผู้ชมจะเปิดดูรายการวาไรตี้ สนทนา ทอล์คโชว์ ที่ช่อง 3 และ 7 มากที่สุด

รองลงมา คือ ช่อง 5 และ 9 ในขณะที่ช่อง 11 และ ITV มีรายการประเภทนี้น้อย สำหรับรายการผู้หญิง แฟชั่น การแต่งกาย ผู้ชมจะเปิดดูช่อง 3 มากที่สุด

รองลงมาคือ ช่อง 5, 7 และ 11, ITV จะมีรายการหมวดแฟชั่นผู้หญิงอยู่น้อย

รายการเด็กผู้ชมจะเปิดดูที่ช่อง 7 มากที่สุด ร้อยละ 18.6 รองลงมาคือช่อง 11 และ 3 และช่อง 5 รายการเด็กและการ์ตูนผู้ชมจะเปิดดูจากช่องต่าง ๆ ใกล้เคียงกัน

รายการข่าว ผู้ชมจะเปิดดูช่อง 3 และช่อง 7 รองลงมาคือช่อง 5 ช่อง 9 และช่อง ITV ในการวิเคราะห์สถานการณ์ ผู้ชมจะเปิดดูช่อง 3 ช่อง 7 ช่อง 9 และ ITV

ปริมาณและลักษณะการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับเนื้อหา ความนิยม ของผู้ชมด้วย

ในรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาด้วยกันก็จะมีควมนิยมต่างกัน ดังผลที่ปรากฏในการศึกษาจากการสำรวจความนิยมของผู้ชม

ผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งด้านการศึกษา นิเทศศาสตร์และสื่อมวลชนทั้งหมดต่างมีความเห็นคล้ายกันว่า

เนื้อหารายการและวิธีการเสนอมีผลต่อปริมาณการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ตัวอย่างเช่น ผู้บริหารผังรายการโทรทัศน์ให้ความเห็นว่า

...ช่อง 3, 5, 7, 9 จะมีรายได้จากการโฆษณาดีมาก ผิดจากช่อง 11 ซึ่งมีรายได้น้อยจึงลงทุนทำรายการน้อย รายการจึงถูกวิจารณ์ว่าเปิดดูแล้วน่าเบื่อ เซย จากความคิดเห็นของประชาชน ว่ารายการที่น่าเบื่อที่สุดเป็นรายการที่มีวิชาการ ไม่มีบันเทิง จากการทำงานนอกสถานที่ สอบถามชาวบ้านว่าเปิดดูช่อง 11 ไหม เขาบอกว่าไม่ค่อยได้เปิดดูระดับชาวบ้านจะเปิดดูแต่ละครกัน ช่วงหลัง ๆ ช่อง 11 เริ่มพัฒนาเมื่อ 5 ปีที่แล้ว ซึ่งช่วงนั้นการแข่งขันทางสื่อมวลชนด้านโทรทัศน์มีมากช่อง 11 เป็นช่องทางหนึ่งที่รัฐมาเผยแพร่ข้อมูล นโยบาย ความรู้ที่ต้องการสื่อสารให้ประชาชนได้รู้ ซึ่งโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ เขาไม่สนใจนัก

โทรทัศน์ช่องอื่นๆถ้าไม่ได้ชื่อเวลารัฐก็ไม่มีโอกาสได้ออกเผยแพร่ ก็หันมาลงที่ช่อง 11...  
(สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 20 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.29 จำนวนชั่วโมงที่เปิดรับสารสนเทศจากโทรทัศน์โดยเฉลี่ยต่อวัน

จำนวนชั่วโมงที่เปิดดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยต่อวัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เปิดดูเลย	148	10.0
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	111	7.5
1-2 ชั่วโมง	257	17.4
3-4 ชั่วโมง	695	46.9
5-6 ชั่วโมง	212	14.3
มากกว่า 6 ชั่วโมง	58	3.9

จากการศึกษาจะเห็นว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ จะเปิดดูโทรทัศน์ประมาณ 3 - 4 ชั่วโมง และหากเปรียบเทียบกับเวลาที่เปิดดูโทรทัศน์ทั้งหมด จะมีเวลาที่เปิดดูโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเป็นเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง

ข้อสังเกตจะเห็นได้ว่า ตัวแทนประชากร นักศึกษา และประชาชนส่วนใหญ่ ดูโทรทัศน์วันละ 3 - 4 ชั่วโมง มากกว่าเวลาดูตำราและรับประทานอาหาร แสดงว่าโทรทัศน์มีอิทธิพลสูงต่อคนรุ่นใหม่ อย่างน้อยก็คือให้เวลากับการดูโทรทัศน์มาก

ตารางที่ 4.30 จำนวนชั่วโมงที่เปิดดูโทรทัศน์ช่องที่มีสาระสนเทศเพื่อการศึกษาสูง

จำนวนเวลาที่เปิดดู ช่องที่เปิดดูโทรทัศน์	ไม่เปิดดู	น้อยกว่า 1	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง
	เลข n %	ชั่วโมง n %	n %	n %
3	-	94 35.1	241 15.5	339 26.2
5	-	20 7.5	148 9.5	275 21.3
7	59 100	94 35.1	324 20.9	177 13.7
9	-	30 11.2	305 19.6	150 11.6
11	-	-	333 21.4	69 5.3
ITV	-	30 11.2	202 13.0	241 18.6
UBC	-	-	-	43 3.3
รวม	59 1.9	268 8.4	1553 48.9	1294 40.8

จากการศึกษาจำนวนชั่วโมงที่เปิดดูโทรทัศน์ช่องที่มีสาระสนเทศเพื่อการศึกษาสูง ในแต่ละวันของ กลุ่มต่าง ๆ พบว่า ผู้รับสื่อส่วนใหญ่เปิดดูโทรทัศน์ช่องที่มีสาระสนเทศเพื่อการศึกษาสูง วันละ 1 – 2 และ 3 – 4 ชั่วโมง ชั่วโมง มากที่สุด ในระดับร้อยละ 3.31 – 26.2

รองลงมา คือกลุ่มผู้เปิดดูโทรทัศน์ช่องที่มีสาระสนเทศเพื่อการศึกษาสูง เป็นเวลากว่า 1 ชั่วโมง ต่อวันในระดับร้อยละ 8.4 โดยเปิดรับช่อง 3 และ 7 มากที่สุดถึงร้อยละ 35.4

ในกลุ่มที่มีการเปิดดูโทรทัศน์ช่องที่มีสาระสนเทศเพื่อการศึกษาสูง เป็นเวลา 1 – 2 ชั่วโมง จะเปิดดูช่อง 7 และช่อง 11 มากกว่าช่องอื่น ๆ โดยช่อง 11 มีผู้เปิดชมมากที่สุด

ในกลุ่มที่มีการเปิดดูโทรทัศน์ช่องที่มีสาระสนเทศเพื่อการศึกษาสูง เป็นเวลา 3 – 4 ชั่วโมง จะเปิดดูช่อง 3 และ 5 มากกว่าช่องอื่น ๆ

ตารางที่ 4.31 จำนวนชั่วโมงที่เปิดดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยต่อวัน

ลักษณะส่วนตัว	จำนวนชั่วโมงที่เปิดดู	ไม่เปิดดู	น้อยกว่า 1	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	5-6 ชั่วโมง	มากกว่า 6
	เลข	น้อยกว่า 1	ชั่วโมง	ชั่วโมง	ชั่วโมง	ชั่วโมง	ชั่วโมง
	n	n	n	n	n	n	n
	%	%	%	%	%	%	%
เพศ	100	91	56	480	107	58	
ชาย	11.2	10.2	6.3	53.8	12.0	6.5	
หญิง	48	20	201	215	105	-	
ภูมิลำเนา	8.1	3.4	34.1	36.5	17.8	-	
กรุงเทพฯ	10	72	-	221	95	58	
ต่างจังหวัด	2.2	15.8	-	48.5	20.8	12.7	
	119	39	250	431	117	-	
อายุ	12.4	4.1	26.2	45.1	12.2	-	
16-20 ปี	22	-	7	188	95	-	
20 ปีขึ้นไป	7.1	-	2.2	60.3	30.4	-	
	105	111	230	448	70	-	
การศึกษา	10.9	11.5	23.9	46.5	7.3	-	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	72	31	156	170	58	
ปริญญาตรีขึ้นไป	-	14.8	6.4	32.0	34.9	11.9	
	145	39	226	539	42	-	
รายได้	14.9	3.9	22.7	54.2	4.2	-	
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	148	19	20	657	212	-	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	11.8	1.5	17.5	52.3	16.9	-	
	-	20	37	-	-	-	
	-	35.1	64.9	-	-	-	

จากการศึกษาจำนวนชั่วโมงที่เปิดดูโทรทัศน์ในแต่ละวันของ กลุ่มต่าง ๆ พบว่า ผู้รับสื่อ ส่วนใหญ่เปิดดูโทรทัศน์วันละ 3-4 ชั่วโมง มากที่สุด ในระดับร้อยละ 36.5-60.3

รองลงมา คือกลุ่มผู้เปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง ต่อวันในระดับร้อยละ 6.3-34.1 ยกเว้นกลุ่มผู้มีรายได้ 1 หมื่นบาทขึ้นไป จะเปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง ร้อยละ 64



ในกลุ่มที่มีการเปิดดูโทรทัศน์มากที่สุด 3-4 ชั่วโมง ผู้ชายจะเปิดดูมากกว่าผู้หญิง ผู้ที่อยู่กรุงเทพฯจะเปิดดูใกล้เคียงกับผู้ที่อยู่ต่างจังหวัด ผู้ที่มีอายุ 16-20 ปี จะเปิดดูมากกว่าผู้ที่อายุ 20 ปี ขึ้นไป

ผู้ที่มีการศึกษาระดับมัธยมจะเปิดดูน้อยกว่าผู้ที่ศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ถึงเท่าตัว ส่วนผู้เปิดดูโทรทัศน์ 1 ชั่วโมง มีจำนวนน้อย ในระดับร้อยละ 1.5-35.1 ส่วนที่แตกต่างกันมากที่สุด การเปิดดู โทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมงของรายการหญิง ผู้หญิงเปิดดูมากกว่าผู้ชายถึง 5 เท่า ในขณะที่เปิดดูรายการ 3-4 ชั่วโมง ผู้ชายจะเปิดดูมากกว่าผู้หญิงถึงเท่าตัว แสดงว่าผู้ชายส่วนใหญ่ไม่นิยมเปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง แต่จะเปิดดู 3-4 ชั่วโมง ในขณะที่ผู้หญิงเปิดดูโทรทัศน์ 1-2 ชั่วโมง ใกล้เคียงกับการเปิดดู 3-4 ชั่วโมง

ความแตกต่างอันดับหนึ่งคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 16-20 ปี จะเปิดดูโทรทัศน์ก่อนข้างนาน 3-4 ชั่วโมงและ 5-6 ชั่วโมง มากกว่ากลุ่มผู้เปิดดู 1-2 ชั่วโมง ถึง 30 เท่า และ 15 เท่า แสดงว่าผู้ที่เปิดดูในวัย 16-20 ใช้เวลาเปิดดูจอโทรทัศน์ 3-4 ชั่วโมง และ 5-6 ชั่วโมง รวมกันแล้วเกือบร้อยละ 70 นั่นคือโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อผู้เปิดดูโทรทัศน์มากและเยาวชนให้เวลากับโทรทัศน์ในแต่ละวัน ประมาณครึ่งหนึ่งของเวลาศึกษาในโรงเรียน

อย่างไรก็ตาม แม้โทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ จะพยายามให้เป็นโทรทัศน์ท้องถิ่นชุมชน แต่การดำเนินงานในระบบราชการก็จะมีลักษณะเช่นเดียวกับสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ซึ่งมีผู้นิยมเปิดชมน้อย

## 6. ปัญหาอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านสื่อโทรทัศน์ไทย

จากการวิจัยพบปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านสื่อโทรทัศน์ไทย จำแนกออกเป็นหลายประการ เช่น ปัญหาช่องว่างและความไม่สมดุล ปัญหา กทม. กับต่างจังหวัด ปัญหาเมืองกับชนบท ปัญหาชนชั้นนำกับมวลชน ปัญหาโครงสร้างหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์ ปัญหาด้านเทคนิคการผลิตรายการ ปัญหาด้านการตลาดได้ขยายเพื่อการศึกษา ปัญหาด้านเทคโนโลยี ปัญหาด้านวัฒนธรรมการรับสื่อโทรทัศน์ของคนไทย ปัญหาด้านกาลเทศะไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.32 ปัญหาและอุปสรรคในเปิดรับรายการโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ปัญหาและอุปสรรคในเปิดดูรายการโทรทัศน์ ที่เป็นความรู้และมีประโยชน์สำหรับท่าน	จำนวน	ร้อยละ
คลื่นส่งไม่ชัดเจน	451	23.0
มีรายการให้เลือกน้อย	877	44.7
รายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการ	467	33.8
รายการที่มีความรู้พื้ันๆ นำไปใช้จริงไม่ได้	-	-
รายการยากเกินไปเปิดดูไม่เข้าใจ	32	1.6
ทำรายการเครียดเกินไป	-	-
เทคนิคการผลิตไม่ดี	58	3.0
ไม่ได้เป็นผู้เลือกช่องเปิดดูโทรทัศน์	78	4.0
อื่น ๆ	-	-
รวม	1963	100.0

จากตาราง จากการศึกษาพบว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาของไทย เกือบครึ่งหนึ่งเห็นว่า รายการโทรทัศน์ไทย มีรายการให้เลือกน้อย เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่า ไม่สามารถเลือกรายการที่ต้องการได้ เช่น ช่วงเวลาที่มีผู้ชมมากที่สุด โทรทัศน์เกือบทุกช่องจะเสนอรายการข่าวตามด้วยละคร หรือ เพลง เหมือนกันเกือบทุกช่อง

ปัญหาอันดับ 2 ที่มีผู้ชมโทรทัศน์ เห็นความสำคัญรองลงมา คือ โทรทัศน์ไทยจัดรายการไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิเกือบทั้งหมดเห็นว่า การจัดสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน มีผู้ยกตัวอย่างว่า สถานีโทรทัศน์ ไอทีวี มีรายการเพื่อการเกษตรถึง 3 รายการ ทั้งๆ ที่กลุ่มผู้ชมเป้าหมายเป็นชนชั้นกลางในเมือง และขณะที่สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่อง 7 มีผู้รับชมในชนบทมากที่สุด

ปัญหาอันดับ 3 คือ คลื่นส่งไม่ชัดเจนก็ยังมีอยู่ 23 % ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่า โทรทัศน์ไทยยังเป็นระบบอนาลอก และกำลังจะเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัลโดยสมบูรณ์อีกไม่นาน ซึ่งปัญหานี้ น่าจะหมดไปในอนาคต

คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษา ทางนิเทศศาสตร์และสื่อมวลชน

คำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาโดยใช้คำถามในแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ หมวด 3 โทรทัศน์ ข้อ 13 ความเป็นว่า

การส่งสารสนเทศ เพื่อการศึกษาผ่านสื่อ โทรทัศน์ในประเด็นดังต่อไปนี้ มีปัจจัยซึ่งอาจเป็น ประโยชน์หรือเป็นปัญหาและอุปสรรค มากน้อยเพียงใด

ปริมาณเวลาที่ให้กับรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง

คุณภาพประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการผลิตและเผยแพร่ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

วัฒนธรรมการเลือกรับสื่อที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของคน ไทย

การแข่งขันของรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

การให้การสนับสนุนรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

การให้การสนับสนุนรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของผู้ให้โฆษณา

เนื้อหาของรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่ตรงกับความต้องการของมวลชน

การจัดสรรคลื่นโทรทัศน์ใหม่ ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยมาตรา 40 ช่วยเพิ่มสารสนเทศเพื่อการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้สัมภาษณ์ทุกกลุ่มตอบปัญหาได้อย่างละเอียด ยกเว้นกลุ่มหนังสือพิมพ์ ที่ให้ความละเอียดน้อยกว่า การตอบสัมภาษณ์ทั้งนักการศึกษา นักนิเทศศาสตร์ สื่อมวลชน จะมี ลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถจัดประเภทต่างๆ ได้ดี

ตารางที่ 4.33 กลุ่มบุคคลกับปัญหาและอุปสรรค ในการเปิดดูรายการโทรทัศน์ที่มีสารสนเทศ เพื่อการศึกษา

ลักษณะส่วนตัว	ปัญหาอุปสรรค	คลื่นส่งไม่ชัดเจน	มีรายการให้เลือกน้อย	รายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการ	รายการยากเกินไป เปิดดูไม่เข้าใจ	เทคนิคการผลิตไม่ดี	ไม่ได้เป็นผู้เลือกช่องเปิดดูโทรทัศน์	รวม
เพศ								
ชาย	292	534	164	-	58	58	1106	
	26.4	48.3	14.8	-	5.2	5.2	56.3	
หญิง	159	343	303	32	-	20	857	
	18.6	40.0	35.4	3.7	-	2.3	43.7	
ภูมิลำเนา								
กรุงเทพฯ	125	273	149	-	-	58	605	
	20.7	45.1	24.6	-	-	9.6	55.9	
ต่างจังหวัด	52	140	207	-	58	20	477	
	10.9	29.4	43.4	-	12.2	4.2	44.1	
อายุ								
16-20 ปี	157	168	143	32	-	-	500	
	31.4	33.6	28.6	5.4	-	-	29.3	
20 ปีขึ้นไป	257	613	277	-	38	20	1205	
	21.3	50.9	23.0	-	3.2	1.7	70.7	
การศึกษา								
ต่ำกว่าปริญญาตรี	162	283	179	32	-	58	714	
	22.7	39.6	25.1	4.5	-	8.1	36.4	
ปริญญาตรีขึ้นไป	289	594	288	-	58	20	1249	
	23.1	47.6	23.1	-	4.6	1.6	63.6	
รายได้								
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	451	737	399	32	20	-	1639	
	27.5	45.0	24.3	2.0	1.2	-	95.3	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	30	30	-	-	20	80	
	-	37.5	37.5	-	-	25.0	4.7	

จากการศึกษา พบว่า มีปัญหาและอุปสรรคทางด้านรายการโทรทัศน์มีให้เลือกน้อย และไม่ตรงกับความต้องการร้อยละ 23-48 ปัญหาเรื่องคลื่นส่งไม่ชัดเจนเป็นปัญหารองลงมาและมีไม่มากนักมีเพียงร้อยละ 10-31 ปัญหาที่มีเพียงเล็กน้อย คือ เนื้อหารายการยากเกินไป เทคนิคการผลิตไม่ดี และไม่ได้เป็นผู้เลือกรายการโทรทัศน์ส่วนที่ไม่เป็นปัญหา คือ การทำรายการเครียดเกินไป และความรู้น้อยเกินไป ความเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามไม่สอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์ในบาง

ประเด็น โดยเฉพาะประเด็นเทคนิคการผลิตรายการ รายการที่ไม่ได้รับความบันเทิง หรือรายการบันเทิงที่ไม่ได้แทรกความรู้ ผู้ทรงคุณวุฒิจะเห็นเป็นปัญหาสำคัญ ส่วนที่ตรงกับผู้ทรงคุณวุฒิคือ ปัญหาที่มีรายการให้เลือกน้อยและไม่ตรงกับความต้องการผู้ทรงคุณวุฒิเห็นว่า เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการผลิตสื่อของโทรทัศน์ไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นของรัฐและให้เอกชนประมูล ในรูปสัมปทานหรือ เช่าเหมาเวลา ทำให้รายการมีลักษณะคล้ายกัน โดยเฉพาะช่วงที่มีผู้ชมมาก จะมีรายการละครและข่าวเกือบทุกช่อง

### 6.1 ปัญหาด้านการผลิตรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาซึ่งมีผลต่อการเปิดรับโทรทัศน์

จากการศึกษาพบว่าปัญหาที่ผู้ทรงคุณวุฒิทุกด้านพูดถึง และให้ความสำคัญมากที่สุดคือปัญหาด้าน โครงสร้าง การตลาด และเทคนิคการผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา

ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับรายการภาคบันเทิงแล้ว รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาจะมีความดึงดูดใจผู้ชมน้อยกว่า ทั้งมีการปรับปรุงน้อย โดยเฉพาะรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่ผลิตโดยสถาบันการศึกษาโดยตรง

รายการโทรทัศน์เพื่อศึกษามีปัญหาเรื่องเทคนิควิธีการผลิตในหลายด้าน นักการศึกษาส่วนใหญ่ เห็นว่ายังต้องปรับปรุงดังมีตัวอย่าง ข้อเสนอแนะของนักการศึกษาเห็นว่า

ธรรมชาติของรายการเพื่อความรู้ของไทยมันมีจุดด้อยหลายประการเช่น

1. โฆษณาน้อย รายการไม่จูงใจทำให้รายการพัฒนาคุณภาพมันเกิดขึ้นยาก
2. ขาดจิตวิทยาสังคม คือ ผู้ผลิตชอบทำรายการที่ตนคิดจะทำมากกว่า แต่ไม่สนใจว่าคน

จะเปิดดูผู้เปิดรับว่าจะเปิดรับหรือไม่

“อย่างบางรายการของรามฯ ของ มสธ.มันก็น่าเบื่อ มันเป็นการให้สื่อให้สาระเพียงด้านเดียวตลอดที่ื่อ ๆ ไม่มีลักษณะของการเคลื่อนไหว ไม่มีความหลากหลายในรายการ แต่มหาวิทยาลัยเหล่านี้ ควรจะมีสถานีโทรทัศน์เป็นของตัวเอง จะดีขึ้นหรือไม่เป็นอีกเรื่องหนึ่ง” (สัมภาษณ์ นักการศึกษา 27 มกราคม 2546)

นักการศึกษาเห็นว่าการผลิตรายการโทรทัศน์เพื่อศึกษามักจะไม่มีการแทรกบันเทิงหรือทำให้ผ่อนคลาย เพราะคิดรูปแบบวิธีสอนในการศึกษาในระบบ ทำให้มีผู้เปิดรับน้อย

“การผลิตรายการอิงแต่เรื่องเนื้อหาวิชาล้วน ๆ มันก็ไม่มีใครเปิดดู พอเรื่องการทำสื่อแล้วมันจะให้คุณค่าแก่คน คือต้องทำให้มีการผ่อนคลาย แต่สื่อเหล่านี้มันไม่เคยทำให้เกิดผ่อนคลายไปในตัว มันเป็นสื่อแบบแห้ง ห้วน หนัก ไม่มีจิตวิญญาณ สื่อมันต้องปรุงแต่งต้องรู้และเข้าใจให้ได้ว่าสื่อมวลชนมันไม่ใช่สื่อบุคคลแล้วนะ” (สัมภาษณ์ นักการศึกษา 27 มกราคม 2546)

ในขณะที่เดียวกันผู้วิจัยได้ สัมภาษณ์ผู้ควบคุมการผลิตรายการโทรทัศน์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ในปัญหาดังกล่าวก็ได้รับคำตอบว่า แม้จะเข้าใจหลักการผลิตสื่อทัศนูปกรณ์แต่ก็ไม่กล้าแนะนำอาจารย์อาวุโสได้

“ไม่มีใครกล้ายุ่ง อธิการยังไม่ยุ่งเลย ยิ่งอาจารย์ชั้นผู้ใหญ่แล้วด้วย ใครจะไปกล้าแนะนำ”  
( สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ ผู้ควบคุมรายการโทรทัศน์ ผ่านดาวเทียม 26 ธันวาคม 2545 )

ปัญหาทางวัฒนธรรม และระบบอาวุโสมีส่วนทำให้โทรทัศน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาขาดชีวิตชีวาเมื่อเทียบกับรายการภาคบันเทิง แต่ต้องเผยแพร่ในสื่อเดียวกับรายการภาคบันเทิง ทำให้มีผู้เปิดรับน้อย

อีกส่วนหนึ่งของปัญหา ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านโทรทัศน์ส่วนใหญ่เห็นว่ารายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาขาดการร่วมมือกับมืออาชีพในภาคเอกชน

...สถานีโทรทัศน์ก็คงอยู่กับส่วนราชการ กรมประชาสัมพันธ์น่าเป็นห่วงเรื่องซอร์ฟแวร์ เรื่องการผลิตรายการ เวลาทำรายการเนื้อหามันจะเป็นเหมือนอยู่ในห้องเรียน ถ้าเป็นไปได้อาจต้องให้จ้างมืออาชีพ หรือให้สถานีผลิตรายการความรู้เป็นองค์กรมหาชน แล้วเขาก็จะหาโฆษณาได้ ไม่ยาก องค์กรมหาชนก็มีโฆษณาได้ หาทุนจากโฆษณานี้ได้ ( สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ มกราคม 2546)

เช่นเดียวกับนักโทรทัศน์ผู้ปฏิบัติงานภาคเอกชนที่เห็นควรปรับปรุงวิธีนำเสนอโดยยกตัวอย่าง เช่น การแทรกความบันเทิงให้คนเปิดดูสนุก ปรับปรุงให้แข่งขันกับภาคบันเทิงได้ ต้องลงทุนและทำวิจัยเพื่อให้ขายได้

การทำรายการเพื่อการศึกษาให้มีคนเปิดดูต้องมีวิธีการที่แตกต่างจากช่อง 11 รมฯ มสธ. ที่ทำแล้วขายไม่ได้ เพราะไม่มีคนซื้อ สิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ วิธีการนำเสนอ ต้องคิด ต้องวิจัยพอสมควร เปิดดูตัวอย่างรายการรายการที่ให้ความรู้อย่าง The Nation Geographic เขาทำเรื่องสัตว์ได้สนุก คนทำชีวิต ทำสารคดีสนุก เป็นสารคดี และถ้าเกิดในช่วงประถม มัธยมแม้เขาจะทำ เหมือนเรียนในห้องเรียน บรรยายภาศในห้องเรียนแต่ก็แทรกสาระ บันเทิงนิดหน่อยคนก็จะเปิดเปิดดูเอง ( สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 26 มกราคม 2546)

นักวิทยุโทรทัศน์ ที่มีประสบการณ์ชี้ให้เห็นปัญหาการบริการของสถานีโทรทัศน์ไทยว่า ...โดยทำเป็นสารคดีหรืออะไรต่าง ๆ ที่เป็นการลงทุนสูงถ้าจะทำให้มองเห็นชัดเจน เขาต้องลงไปเปิดดูงาน เช่นการเลี้ยงปลาตุ๊ก ที่หน่วยพัฒนาทั้งหลายได้ นำสื่อไปยังพื้นที่ แต่ในความคิดของผู้ผลิตรายการแค่ทำออกจากห้องส่ง บางคนเน้นอย่างเดียวคือเน้นเชิญวิทยากรมา ควรหาภาพรีวิวเสริมเข้าไปบ้าง ทีวี ถ่าลงทุนน้อย เอาแต่นั่งพูดกันอย่างเดียวจะน่าเบื่อ ( สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

นักวิทยุโทรทัศน์ให้ข้อมูลว่ารายการ

...รายการเพื่อการศึกษาไม่ควรไป ตั้งคำถามว่า ประชาชนทำไมไม่ชมรายการเขาเพราะรายการเขาดี ให้ตั้งคำถามใหม่ ว่า รายการเขาจะดูอะไรในตัวผู้ชมได้หรือเปล่า และตั้งคำถามกลับ เช่น ผมยกตัวอย่างระบบการศึกษาไทยเอากล้องวีดีโอมาเปิดหน้าจอแล้วเปิดกล้องแล้วผมก็สอนหนังสือปาว ๆ กลับมาคิดใหม่ประชาชนเขาจะสนใจแบบไหน ถ้ารายการนั้นน่าสนใจมันต้องเปิดดูที่เนื้อหาและเทคนิคด้วย การเปลี่ยนแปลงระบบทัศนคติเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ต้องปรับปรุง (สัมภาษณ์ ผู้บริหารวิทยุ, โทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

อีกตัวอย่างหนึ่งนักวิทยุโทรทัศน์ชี้ให้เห็นปัญหาการผลิตรายการของเพื่อการศึกษาโดยตรงว่าควรให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาแก่ประชาชนด้วย

...โทรทัศน์เพื่อการศึกษาควรเรียนรู้เอาระบบการแสดงการละคร เข้ามาใช้ ราคาค่าแรงรู้สึกว่าจะทำเพื่อเสริมในบทเรียนเป็นส่วนมาก ซึ่งเป็นการเสริมเท่านั้นไม่ใช่เป็นการสอนโดยตรง รายการของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชและราคาค่าแรงควรทำเพื่อประชาชนคนอื่นเปิดดูด้วย ทางมหาวิทยาลัยควรจะให้ความสำคัญในการให้ความรู้ประชาชนด้วยไม่ใช่เฉพาะนักศึกษา เช่น NHK ทำรายการความรู้มากรายการของเขาอยู่ในขั้นดี โดยเฉพาะรายการเด็ก ซึ่งส่วนมากเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและเข้าใจปัญหาเด็ก รายการเพื่อการศึกษาส่วนมากจะมีคนพูดหลัก ๆ ที่มีชื่อเสียง มีหลายหน่วยงานให้ความร่วมมือ และนำเรื่องที่ประชาชนทั่วไปสนใจมาเผยแพร่ได้

นักวิทยุโทรทัศน์ซึ่งมีประสบการณ์ ส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นคล้าย ๆ กันว่า สารสนเทศเพื่อการศึกษาเผยแพร่ทางสื่อมวลชนต้องปรับปรุง ในแง่ของรายการความรู้ที่ผลิตค่อนข้างยากใช้เงินทุนในการผลิตสูง จะจัดให้เกิดความน่าสนใจยากโดยยกตัวอย่างว่า ตอนแรกๆรายการของ มสธ. เป็นความรู้ที่น่าสนใจ ไปซื้อมาจากประเทศที่มลายให้เราเปิดดู รายการของรามฯ มสธ. ตอนหลังจะเป็นแบบนั่งพูดน่าจะผลิตใหม่

จากการสังเกตศูนย์ควบคุมรายการโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ได้สัมภาษณ์รูปปฏิบัติงานหลายท่าน ถึงปัญหาและอุปสรรคก็มีลักษณะคล้ายกับที่ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่สรุปไว้คือ

“จุดบกพร่องอาจจะเป็นการนำเสนอรายการบางวิชาซึ่งมีลักษณะเป็น วิชาการมากเกินไป บางทีอาจารย์ที่สอนก็เป็นชั้นผู้ใหญ่ อาจไม่มีเทคนิคให้เด็กสนใจ เราไม่สามารถจะแนะนำอะไรได้ เราเป็นแค่ผู้ปฏิบัติตามที่เคยทำมา เป็นแค่เจ้าหน้าที่ วิชาไหนถ้าทำเป็นละคร ทำเป็นบทสคริปก็จะยุ่งยากขึ้นแต่น่าจะได้ผลดี” (สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่ควบคุมรายการ 26 ธันวาคม 2545)

นักการศึกษาเห็นว่ารายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาของส่วนราชการ ยังมีปัญหาด้านงบประมาณและบุคลากรและการนำความคิดสรรไปใช้ เพราะทีมงานของโทรทัศน์เพื่อการศึกษาโดย

ตรงขาดเสรีภาพที่จะทำอะไรอย่างจริง ๆ จัง ๆ นโยบายของสถานีก็รักษาผลประโยชน์ให้นายทุนขนาดใหญ่ ทุนที่จะลงให้ก็มีน้อย “อย่างสารคดีของ NHK BBC ลงทุนขนาดครึ่งชั่วโมงเป็นล้านของเราประมาณ 4-5 หมื่นบาท ต่อเรื่อง อีกอย่างคนทำที่เป็นมืออาชีพจริง ๆ ก็ยังไม่พอ” (สัมภาษณ์ผู้บริหารการศึกษา 18 ธันวาคม 2545)

## 6.2 ปัญหาด้านการตลาดที่มีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ในส่วนของผู้ทรงคุณวุฒิกลุ่มผู้บริหารหนังสือพิมพ์เชิงปริมาณได้ชี้ให้เห็นปัญหา ทางด้านการตลาดของสารสนเทศทั้งด้านผู้ชมและผู้สนับสนุนรายการมีส่วนอย่างสำคัญ ที่ทำให้การผลิตรายการสารสนเทศเพื่อศึกษามีน้อย

...คนมุ่งเปิดดูแต่ละครช่อง 3 ช่อง 7 ละครต่าง ๆ ก็เป็น ประเภทแม่พ่อลูกสะใภ้ตบตีกัน ซึ่งเป็นข่าวของสังคมชั้นสูงคนเปิดดูทีวีต้องเข้าใจอย่างหนึ่งบางทีกลับจากทำงานเหน็ดเหนื่อยอยากจะพักผ่อนก็จะเปิดดูพวกนี้ เรตติ้งของละครจะเป็นประเภทพันตาชี ละครเบา ๆ บางเรื่องในหนังสือจะเป็นเรื่องที่ดีมากแต่พอมาเป็นทีวีแล้วมันเปลี่ยน ละครช่อง 3 ช่อง 7 จะมีใหม่ที่จะทำละครเกี่ยวกับคนยากจน จิตวิทยาของผู้จัดเขามุ่งเน้นด้านของ 1. สปอนเซอร์ 2. ด้านของผู้ที่กำลังซื้อ เช่นเด็กวัยรุ่นจะเห็นพวก CD VCD เวลานี้เด็กวัยรุ่นซื้อเยอะ กลุ่มเป้าหมายของทีวีช่อง 3 และ 7 ก็เหมือนไทยรัฐเน้นคนที่มีความรู้่น้อยมากกว่า (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์อาวุโส 31 มกราคม 2546)

ตัวอย่างเช่น รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษาทางรายการมีน้อย เช่นรายการเด็ก ซึ่งไม่ใช่ผู้มีอำนาจซื้อสูง ทำให้มีรายการเด็กน้อย เพราะด้านหนึ่งสื่อมวลชนต้องสนองตอบความต้องการของคนที่ทำให้ผลตอบแทนทางธุรกิจสูง โทรทัศน์จะดำเนินการทันที เหมือนรายการเล็ก ๆ อย่างรายการเด็กมีปัญหามากมาย ทีวีควรจะมีรายการเพื่อเด็ก แต่คนที่ทำรายการเพื่อเด็กขาดทุนกันเกือบทุกคน เพราะไม่มีผู้อุปถัมภ์รายการสปอนเซอร์ สถานีก็ไม่ได้ให้เงินอุดหนุน เช่น ช่อง 11 ก็มีรายการเด็กแต่เป็นรายการที่มีเงินลงทุนโดยใช้งบประมาณอย่างจำกัดตามแบบโทรทัศน์ในระบบราชการ

เช่นเดียวกับกลุ่มผู้บริหาร หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพก็ให้มูลตรงกันว่า

“ในส่วนของ ITV ช่อง 3 ช่อง 7 กลุ่มการตลาดของผู้ชมไปประมาณ 80 % ที่เป็นเช่นนี้เพราะว่ามันตอบสนองความบันเทิงต่อประชาชน แต่ที่ช่อง 11 กับช่อง 9 เพิ่มคนเปิดดูไม่ได้ก็เพราะว่าไม่มีละคร เพราะคนส่วนใหญ่ชอบเปิดดูละคร ชอบเปิดดูบันเทิงเป็นหลัก ช่องไหนไม่มีละครก็อยู่ได้แต่อยู่ได้แบบแกน ๆ” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 3 กุมภาพันธ์)

ปัญหาการตลาดของรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ขาดการสนับสนุนจากผู้ให้เงินโฆษณา และผู้มีอำนาจหว่านระแวง นักวิทยุโทรทัศน์ ผู้ทรงคุณวุฒิได้ยกประสบการณ์ของตนเองว่า



“ผมเนี่ยยังถามตัวเองว่า ผมทำสื่อเชิงสาระไปทำไม เพราะบางทีไปทำสื่อประเภทบันเทิง ไม่ปวดหัว ไม่มีใครค่า หาเงินง่ายทำไปเลย หากินง่าย ถ้าไม่นึกถึงจริยธรรมก็สามารถยัดเงินยัดทอง หาเวลา ออกอากาศง่าย ๆ ทำไปเลย หากินมันก็มีเงินหลายสถานี เริ่มต้นเป็นลำไม้ไผ่ ITV ก็ตัวอย่าง สังเกต เปิดดูเปิดใหม่ ๆ ก็มีสาระเดี๋ยวนี้น้อย ๆ เพิ่มบันเทิงสาระน้อยลง สื่อทุกสื่อจะมีลักษณะคล้ายกัน อย่างนั้น เท่าที่จับตาเปิดดู จะไปทางบันเทิงมันหากินง่ายกว่า (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ มกราคม 2546)

ในการแข่งขันประมวลเวลาออกอากาศบางเวลาจะมีการแข่งขันสูงมากโดยเฉพาะรายการบันเทิง ซึ่งได้รับความนิยมมากกว่ารายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงสื่อมวลชนที่ให้สัมภาษณ์และไม่ประสงค์จะออกนามให้สัมภาษณ์ว่า

“รายการบันเทิงบางรายการต้องชิงประมวลกัน บางทีต้องมีได้โต๊ะ ให้ผู้มีอำนาจเป็น 10 ล้าน มันเป็นเรื่องคนพวกนี้เขาไม่สนใจรายการเพื่อความรู้หรอก”

ในขณะที่โทรทัศน์ช่องที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง ในช่วงเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ก็จะมีปัญหาการสนับสนุนของผู้ให้โฆษณา และทำสัมปทานจากรัฐ ดังเช่นการสัมภาษณ์ที่ว่า

...สิ่งที่ทำให้กลุ่มเคเบิลเนชั่นทำเงินไม่ได้มันจริง ๆ แล้ว มันทำได้ แต่ทำได้เท่าไรเราก็เสียค่าสัมปทานหมด มันไม่พอกิน ไม่พอค่าสัมปทานในแต่ละปี เหตุที่รายได้น้อย มันมีข้อจำกัดเยอะ เราไม่สามารถเรียกค่าโฆษณา ค่าเช่าเวลาแพงได้เท่ากับช่อง 3 ช่อง 7 คนจ้องที่จะลงเยอะเขาก็ลงได้ ยิ่งคนลงมากเท่าไรเขาก็โคงราคาได้ อย่างช่วงละครช่อง 7 คิวยาวมาก แต่ของเขาไม่มีรายการเพื่อความรู้ ซึ่งตรงกันข้ามกับ ITV ที่มีความรู้เยอะ แต่ไม่มีเงิน มันมีข้อจำกัด คือ ข่าวกว่าจะขายอย่างไรก็ได้มันมีช่องว่างของมันเอง อย่างข่าวภาคค่ำไอทีวี ถึงแม้จะเป็นเรตติ้งที่ 1 แต่ว่าคนทางสปอนเซอร์ ก็บอกว่ามันแน่น เงินที่จะลงโฆษณาค่าว มันก็หมดแล้ว ข่าวความยาวชั่วโมงครึ่ง - 2 ชั่วโมง มันเต็มที่ได้แค่นั้น มันไม่สามารถจะขยายช่วงเวลา ไม่ว่าข่าวนั้นจะดีแค่ไหน อย่างไรก็ตามแต่คุณมีเวลาออกอากาศแค่ 1 ชั่วโมงครึ่ง ดังนั้นมันจะอัดโฆษณาเต็มที่ได้ก็ไม่ได้ เพราะมีหลักการกฎหมายอีกว่าข่าวนี้นี้มีโฆษณากี่นาที ใน 1 ชั่วโมง ดังนั้นด้วยความที่มันสั้น มันเต็มอยู่ตรงนี้มันก็ไม่สามารถจะขยายฐานช่วงเวลาที่จะเฉลี่ยว่า ตรงนั้นก็ซื้อได้ ตรงนี้ก็ซื้อได้ แต่ช่อง 7 ละครเขาขายได้ก็พาก็ขายดี มันก็ขายเพียบ ดังนั้นรายได้เขาจะมีรายได้เป็นกอบเป็นกำมาก (สัมภาษณ์ นักวิทยุ โทรทัศน์ 26 มกราคม 2546)

ปัญหาการตลาดที่สำคัญคือการสนับสนุนของผู้โฆษณาในธุรกิจโฆษณาจะสนับสนุนช่วงที่มีผู้เปิดรับสูง ซึ่งโดยปกติจะมีการสำรวจข้อมูลโดยบริษัทวัดเรตติ้ง อัตราโฆษณามีส่วนน้อยที่สนับสนุนรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาทำให้เงินทุนในการผลิตรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษา มีน้อย

ตอนนี้เงินโฆษณาโทรทัศน์เมืองไทยถูกช่อง 3 กับช่อง 7 กินไปแล้ว 90 เปอร์เซ็นต์ ตัวเลขในงบโฆษณาต่อปีในขณะนี้ประมาณ 6 หมื่นล้านบาท แล้วสัดส่วนเพิ่มประมาณ 15 % ครั้งหนึ่งเป็นโทรทัศน์ที่ 3 หมื่นล้าน ใน 3 หมื่นล้าน ช่อง 3 ช่อง 7 เอาไปเกือบ 28,000 ล้าน ช่อง 9 800 ล้าน ช่อง 5 ประมาณ 600 ล้าน และ ITV 300 ล้าน นี่ก็คือตัวเลขโดยเฉลี่ยที่เป็นอยู่ขณะนี้ ที่เป็นเช่นนี้ ไม่เกี่ยวกับเทคโนโลยี อยู่ที่คน และผังรายการ ในส่วนของผังรายการ ในส่วนของผังรายการ ไม่สามารถไปเปลี่ยนแปลงได้มากนัก โดยระเบียบข้อบังคับของสถานีโทรทัศน์ของรัฐ เช่น ช่อง 11 ต้องทำรายการที่มีความรู้ ที่ทำรายการได้คือทำรายการที่เป็นสาระ (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 18 มกราคม 2546)

นักวิทยุโทรทัศน์ในภาคราชการ ซึ่งให้เห็นปัญหาของรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางโทรทัศน์ ซึ่งอาจจะมีการเปลี่ยนแปลง ว่าหากเปิดแข่งขันเสรีมาก ๆ ระบบที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงจะอยู่ได้ไม่นาน ถ้าไม่มีการปรับปรุงคุณภาพ นอกจากนั้นควรคำนึงถึงประโยชน์สาธารณะมากกว่าผลประโยชน์การตลาด แต่ต้องปรับปรุงการนำเสนอให้ความสนใจเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้

คนไทยยังมีนิสัยค่อนข้างจะสบาย โดยเฉพาะเรื่องบันเทิง ชอบสนุกสนานทั้งทีวี และวิทยุ รายการที่มีความรู้ค่อนข้างน้อย ทำให้ผลิตรายการและทำการตลาดยาก “เขาก็พยายามทำอยู่ แต่มันก็อยู่กับสัดส่วนประกอบทางการผลิตด้วย การนำเสนอเป็นอย่างไร รายการจะติดตลาดไหม ถ้าโฆษณาไม่ลง 2-3 เดือนเขาก็เลิก และหันไปบันเทิงกันหมด” จากการสัมภาษณ์มีข้อสรุปของรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ข้อจำกัดที่ 1. คือผู้บริหารโคมินิสต์ชอบบันเทิง 2. ผู้ผลิตก็พยายามทำสารสนเทศเพื่อการศึกษา แต่เมื่อไปไม่รอดก็เบี่ยงเบน ปรับอุดมการณ์ ผู้จัดที่พยายามเป็นผลผสมผสานบันเทิงได้มากที่สุดจะอยู่ได้นาน “สื่อมวลชนไม่ควรตื่นเต็นตามตลาด สื่อมวลชนจะต้องมีจรรยาบรรณ มีคุณธรรมกับการวิเคราะห์ก็ต้องบอกให้ชัดเจน มันต้องสมดุลกันไม่ว่า เจ้าของทีวีเป็นใคร ผู้บริหารสื่อจะต้องเป็นกลางให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้” (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 5 กุมภาพันธ์ 2546)

### 6.3 ปัญหาด้านการเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านสื่อโทรทัศน์ไทย

การศึกษาการเผยแพร่รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาในโทรทัศน์พบปัญหาและอุปสรรคหลายด้าน

รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง และมีคุณภาพจากสื่อมวลชนโลกก็มีอยู่มาก แต่อาจจะต้องซื้อราคาแพง หากมีการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากต่างประเทศมาเผยแพร่ต่อ ต้อง

พิจารณาถึงกฎหมายลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งเป็นรายจ่ายอย่างหนึ่ง หากทำการผลิตเองให้มีคุณภาพทัดเทียมต่างประเทศค่าใช้จ่ายก็สูงเช่นกัน

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านโทรทัศน์ โดยเฉพาะโทรทัศน์ในส่วนราชการ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า อีกด้านหนึ่งคือด้านลิขสิทธิ์ และค่าใช้จ่าย

สื่อต่างประเทศมันที่เป็นความรู้มีให้เลือกมาก มีแต่ในการเปิดรับมีปัญหาทางด้านลิขสิทธิ์ เพราะว่าทุกรายการมีของทรัพย์สินทางปัญญา “ทุกอย่างเป็นเพราะเงินหมด เวลาเขาทำในเรื่องของคุณภาพ ค่าใช้จ่ายอีกประการหนึ่ง คือ ค่าใช้จ่ายในการจัดทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานผลิตรายการโทรทัศน์ที่ทุกอย่างมีค่าใช้จ่ายสูง เทป VDO ซึ่งเราซื้อกันม้วนละ 20 บาท แต่เทปโทรทัศน์ 1 ม้วน หนึ่งพันบาท สองพันบาท เทประบบเบต้าหรือว่าเครื่องอัดเทป เราซื้อ VDO เราซื้อได้เครื่องหนึ่ง หัวพันหกพันบาท แต่เครื่องเทประบบเบต้าของงานโทรทัศน์เครื่องหนึ่งเป็นล้าน เปลี่ยนหัวเทปทีละแสนบาท” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 9 ธันวาคม 2545)

สอดคล้องกับ ข้อมูลของนักการศึกษา ซึ่งชี้ให้เห็นปัญหาด้านงบประมาณของส่วนราชการ ในการสื่อสารสนเทศเพื่อการศึกษา สำหรับเผยแพร่ทางโทรทัศน์ว่ามีงบประมาณไม่เพียงพอ

“สารคดีรายการเพื่อการศึกษาดี ๆ จากต่างประเทศมันแพง แม้จะมีการแข่งขันกันมากก็ยังไม่แพง อย่าง มสธ. ก็เคยซื้อจาก BBC เคยได้ฟรีจาก NHK สถาบันของรัฐไม่กล้าลงทุนหรอก การจัดซื้อก็ต้องผ่าน ทบวง กระทรวง มีหน้าที่พิจารณาจัดซื้อทุกอย่างหมด ถ้าใช้ได้ทุกมหาวิทยาลัย” (สัมภาษณ์ นักศึกษา 18 ธันวาคม 2545)

ความคุ้มค่าของการลงทุนซื้อรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากต่างประเทศ ส่วนใหญ่เห็นว่า อยู่ที่การเผยแพร่ หากการเผยแพร่รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงในโทรทัศน์ที่ไม่มีคนที่นิยมเปิดดู หรือในเวลาซึ่งมีคนเปิดดูน้อย ความคุ้มค่าก็จะน้อยลง

ปัญหาด้านการจัดช่วงเวลานำเสนอข่าวสารสนเทศเพื่อการศึกษา

สำหรับช่วงเวลาที่สถานีโทรทัศน์จัดให้กับรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง มักจะเป็นช่วงเวลาที่ประชาชนไม่นิยมเปิดดูโทรทัศน์ ปัญหานี้เกี่ยวข้องกับนโยบาย การจัดผังรายการซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ให้โฆษณา ส่วนใหญ่จะสนับสนุนรายการบันเทิงที่เกิดความสนใจมากกว่ารายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชน กลุ่มหนังสือพิมพ์เห็นว่า

“ที่ไม่ค่อยจัดรายการความรู้ก็เพราะ ต้องหาทางที่จะเอาโฆษณาเข้ามา เขาอ้างว่าค่าใช้จ่ายมันสูง แม้แต่สถานีของรัฐ รัฐจะยอมเสียไหม ถ้าจะให้เพื่อเป็นการศึกษา ซึ่งมันจะครอบคลุมหมดทั้งการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ ให้ชาวบ้านได้รับรู้ทางด้านสุขภาพอนามัย รู้ด้านการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ให้ชาวบ้านได้รับรู้ด้านเศรษฐศาสตร์ แต่จริง ๆ เปอร์เซนต์ มันน้อยมาก ชั่ว

โมงที่คนนิยมเปิดดูมันตายตัว มันกลับเป็นชั่วโมงของบันเทิงเสียหมด หลัง 5 ทุ่ม 2 ยาม ใครจะมาเปิดดูเขากันนอนกันหมด (สัมภาษณ์ นักรับหนังสือพิมพ์ 31 มกราคม 2546)

สอดคล้องกับการสำรวจปริมาณคนเปิดดูของรายการโทรทัศน์ช่องที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงว่า มีคนเปิดดูน้อย เช่นเดียวกับ การสำรวจของ บริษัท A.C. Nielson (Thailand) การสำรวจสถาบันการศึกษา การสำรวจของช่อง 11 และมหาวิทยาลัยที่เช่ารายการเพื่อเผยแพร่สารสนเทศเพื่อการศึกษา ซึ่งมีผลตรงกันว่า

มีนักศึกษาและประชาชนสนใจเปิดเปิดดูไม่มากนัก ทำให้มหาวิทยาลัยบางแห่งต้องยกเลิกรายการหรือถูกลอนรายการจากผังรายการโทรทัศน์หันไปจัดรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีค่าใช้จ่ายถูกกว่าแต่จะมีผู้เปิดดูมากหรือไม่เป็นสิ่งที่น่าทำการศึกษาต่อไป

ระบบการศึกษาไทยมักจะให้ความสำคัญกับการศึกษาในระบบมากกว่าการศึกษาผ่านสื่อมวลชน นักวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า

โทรทัศน์เพื่อการศึกษาโดยตรงของไทยมีปัญหา เนื่องจากระบบการศึกษาซึ่งเน้นการศึกษาจริง ๆ ก็คือมีการศึกษาในห้องเรียน นอกห้องเรียนผ่านจากสื่อมวลชน เช่น ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ของกระทรวงศึกษาธิการ ไม่ได้การสนับสนุนอย่างเพียงพอ ตัวอย่างของมหาวิทยาลัยรามคำแหง ซึ่งต้อง ที่ลอนรายงานออกมาจาก ช่อง 11 เพราะคนเปิดดูน้อยปัญหาก็คือ

- ข้อ 1. ช่องที่ออกอากาศไม่ค่อยมีคนเปิดดู
- ข้อ 2. คลื่นรับไม่ค่อยได้
- ข้อ 3. เวลาที่รับไม่ค่อยสัมพันธ์กับเวลาของคนเปิดดู

#### 6.4 ปัญหาความเป็นราชการ ซึ่งมีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของสื่อโทรทัศน์ไทย

โครงสร้างสื่อวิทยุเป็นของรัฐ ทำให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่ไหลเวียนผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียง อาจถูกแทรกแซงโดยรัฐ นักวิทยุกระจายเสียง ส่วนใหญ่ไม่ออกความเห็นประเด็นนี้มากนักเพราะเป็นข้าราชการ หรือผู้ที่ต้องพึ่งพารัฐ แต่บางท่านแสดงออกว่า

“ทำไมรัฐถึงใหญ่กว่าสื่อ เหมือนสื่อไม่มีอำนาจ ก็เพราะว่าเจ้าของสื่อในเป็นรัฐ ที่มันจะต้องจัดขึ้นกันใหม่ คือ กสทช. ตามมาตรา 40 ทำไมรัฐมันใหญ่เพราะรัฐเป็นเจ้าของสื่อ รัฐเป็นเจ้าของวิทยุและทีวี และรัฐแทรกแซงได้” (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 8 มกราคม 2546)

ในกรณีของสื่อกระจายเสียงของไทยอยู่ภายใต้แนวคิดแบบอำนาจนิยม แม้จะพยายามเป็นเสรีนิยมก็ตาม แต่สื่อยังอยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐด้วยกฎหมายและจารีตอำนาจนิยม

ผู้ทรงคุณวุฒิเกือบทุกคนจะชี้ให้เห็นผลดีและผลเสียของสื่อวิทยุและโทรทัศน์ซึ่งอยู่ในระบบราชการ ส่วนดีคือ ประหยัด ค่าจ้าง ผู้ที่ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นข้าราชการ ส่วนเสียจะมีการชี้ให้เห็นมากกว่า เช่น ขั้นตอน ความล่าช้า ความไร้ชีวิตชีวา ในการผลิตและเผยแพร่สื่อ และการเติบโตช้ากว่าสื่อภาคเอกชน

ปัญหาความเป็นราชการซึ่งมีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของสื่อโทรทัศน์ไทย

ผู้บริหารสื่อมวลชนที่ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่าถ้าสื่อมีความเป็นราชการสูง จะไม่คล่องตัวขาดงบประมาณ ถ้าเป็นองค์กรอิสระน่าจะดีกว่าตัวอย่างที่ยกมา เช่น

ช่อง 11 ไม่เป็นแบบบีบีซี เพราะแหล่งที่มาของทุนบีบีซีเก็บภาษีจากประชาชน ตรงนั้นมันจะเป็นปัญหาเราก็กังไม่ตกลง เราจะใช้งบเท่าไรในการเดินไปถึงจุดนั้นเพราะว่าภาคของรัฐ “สื่อของรัฐที่ผ่านมามันตอบสนองของรัฐ พุดง่าย ๆ ชื่อบอกชัดว่ากรมประชาสัมพันธ์ แต่ว่าสื่อมันทำงานนอกจากงานประชาสัมพันธ์ของรัฐด้วย ให้ความรู้การศึกษาด้วย ทำงานกระทรวงศึกษาธิการด้วย เราทำงานนอกกรอบ คือว่าสมัยก่อนมันผูกขาดมันต่อเนื่องยาวนานมาแต่ผู้เดียว เน้นข่าวสารและมีเพลง พอมีรายได้ให้อยู่บ้าง ขณะนี้งบประมาณประเทศ 1 ล้านล้านบาท แต่บงที่จะใช้ในการประชาสัมพันธ์ แค่ 9 ร้อยล้านบาทเองรวมทั้งกรมประชาสัมพันธ์ไม่ใช่เฉพาะช่อง 11 อย่างเดียว ถ้าเปลี่ยนจากกรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรอิสระมันน่าจะทำให้ระบบการจัดการคล่องตัวขึ้น” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 9 มกราคม 2546)

ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นว่าความเป็นราชการทำให้มีปัญหาทั้งการผลิตและการตลาด คือรูปแบบการผลิตค่อนข้างจะอนุรักษ์นิยม เปลี่ยนแปลงช้า ขาดรสชาติ และมีผลไปถึงการตลาด คือขมน้อย ผู้ให้โฆษณาไม่ร่วมมือ ดังเช่นตัวอย่างข้อมูลที่ว่า

“วิทยุโทรทัศน์ของทางราชการก็จะมีแต่รัฐเท่านั้นที่อุดหนุน เอกชนคงไม่ทำด้วยเพราะผลิตรายการแบบราชการจืดชืดมาก แต่ถ้าให้เอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตด้วยก็น่าจะดี ก็เหมือนกับกรมประชาสัมพันธ์ทำรายการภาษาอังกฤษกับบริษัทเอก” (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 26 มกราคม 2546)

อย่างไรก็ตามในวิทยุโทรทัศน์ของทางราชการมีข้อจำกัด เนื่องจากงบประมาณมีน้อย ซึ่งมีผลถึงคุณภาพรายการ เช่น ผู้บริหารโทรทัศน์ภาครัฐได้ให้ข้อมูล โดยยกตัวอย่างช่อง 11 ว่า

ปัญหาของช่อง 11 ก็คือคุณภาพของผู้ทำรายการและข้อจำกัดในเรื่องงบประมาณในการทำความสามารถในเชิงการผลิตเพื่อแข่งขัน เพราะว่าประชาชนมีสิทธิรับ มีสิทธิที่จะเลือกรับในสิ่งที่ตนเองต้องการ

นักโทรทัศน์ส่วนใหญ่เห็นว่า ช่อง 11 ควรจะเป็นองค์กรอิสระมหาชน แบบบีบีซี แต่ก็มีปัญหาบางอย่างทำให้ต้องเป็นสื่อในระบบราชการด้วยการโดยชี้ให้เห็นว่าเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมการบริหารสื่อแบบราชการ

“ทำไมบีบีซีของรัฐก็เป็นอิสระเสรีได้ คือ วัฒนธรรมของสื่อในต่างประเทศมีอยู่ที่วัฒนธรรมด้วย บีบีซีเข้าแบบองค์กรอิสระมหาชน ซึ่งช่อง 11 ก็ทำทำจะเป็นองค์กรอิสระมหาชนหลายทีแล้ว เหมือนโรงพยาบาลบ้านแพ้ว ไม่ต้องผูกพันเงิน ไม่ต้องผูกพันคน รัฐบาลไม่ได้ใช้การบริหารงานแบบรัฐบาล แต่แล้วก็คนบางคนก็ไม่อยากเปลี่ยนแปลงที่สำคัญก็คือ กรมประชาสัมพันธ์ ไม่อยากปล่อยช่อง 11 ไป ถ้าปล่อยช่อง 11 เป็นองค์กรอิสระมหาชนก็เท่ากับแยก คือ ถ้าออกไปกรมประชาสัมพันธ์ จะเหลือเฉพาะ กรมประชาสัมพันธ์กับประชาสัมพันธ์จังหวัด 76 จังหวัด เขาก็อ้างว่าเขาขาดเครื่องมือประชาสัมพันธ์ (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 8 มกราคม 2546)

ปัญหาด้านการเงินของสื่อในส่วนราชการ ผู้บริหารวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐให้ข้อมูลว่า

ปัญหาอื่น ๆ ตอนนี้อยู่ที่ประสบกับช่อง 11 คือเรตตั้งต่ำ แต่เราทำการสำรวจโดยขอความร่วมมือจากสำนักงานสถิติ การสำรวจจะแยกสำรวจเป็นรายการเช่น รายการข่าว เราก็พบว่า บางรายการไม่น่าสนใจ รายการมันเป็นวิชาการ บางรายการไม่มีเทคนิค ไม่มีลูกเล่นในการนำเสนอ ทอล์คกันไปทั้งวันเป็นรายการที่ใช้งบประมาณต่ำ ผลิตง่าย ๆ เพราะช่อง 11 ไม่ได้ขายโฆษณาดีมาก เราได้งบมาจากรัฐแค่ 20-30 ล้านบาทซึ่งเงินจำนวนนี้ต้องแบ่งเป็นหลายส่วน เราทั้งแบ่งค่าวัสดุ ค่าเงินเดือน ค่าครุภัณฑ์ (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐ 26 มกราคม 2546 )

ในขณะเดียวกันการขาดงบประมาณทำให้เกิดปัญหาด้านการร่วมผลิตกับภาคเอกชนทำได้ไม่ถนัดนัก

“การร่วมผลิตกับภาคเอกชนต้องใช้เงิน เพราะเอกชนต้องมาสนับสนุนเรา รายการบางรายการจ้างคนที่มีชื่อเสียง แต่ช่องเราไม่มีเงินจ้าง หรือเงินน้อยใครจะมาทำ เพราะฉะนั้นข่าวภาคค่ำจะมีผู้ประกาศที่มีชื่อเสียงอย่าง อริสรา เราจ้างเพียง 600 บาทเท่านั้น เขามาทำเพราะเขามีใจรักงานด้านนี้เราก็อยากได้คนที่มีความสามารถ แต่เรื่องปัจจัยที่จะจ้างเราไม่มี” (สัมภาษณ์ ผู้บริหารวิทยุโทรทัศน์ภาครัฐ 26 มกราคม 2546)

ในอนุภาคมตรา 40 ให้สื่อเป็นผู้จัดทำรายการเอง

แต่ในสื่อมันก็มีมาเพื่อยู่หลายกลุ่มมันมีปัญหา เพราะของราชการซึ่งเป็นเจ้าของเขาไม่ได้ทำเวลาเอง เพียงแต่เขาให้เขาเช่าช่วง คนมีเงินก็ซื้อไปทำก็เอาไปขายเช่าช่วงต่อให้คนอื่น ทำเป็นทอด ๆ มันจึงเป็นปัญหา

ปัญหาในการผลิตในอนาคต คือ

ในกรณีมาตรา 40 ที่ระบุให้เจ้าของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ต้องจัดทำรายการเองจะเป็นปัญหาที่ข้าราชการจัดทำได้ยาก เงินบุคลากรไม่พร้อม อย่างของภาคประชาชนก็ต้องจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่ ก็ต้องมีเงิน ทั้งค่าไฟ ค่าแอร์ ค่าอุปกรณ์ ค่าบุคลากร ค่าบริการค่าข้อมูลต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งเป็นเรื่องใหญ่พอสมควร

“ถ้าเจ้าของสถานีต้องทำเองอย่างนี้ อสมท. ก็ต้องปล่อยให้บริษัทกรุงเทพโทรทัศน์ทำไป เพราะตัวเองทำไม่ไหว บริษัทไม่ต้องเสียค่าสัมปทานแต่ต้องเสียให้รัฐแทน ทุกอย่างก็ต้องเริ่มใหม่หมด อย่างช่อง 7 ก็ต้องปล่อยให้บริษัททำ มาตรา 40 ออกมาให้สถานีวิทยุและโทรทัศน์ไม่เป็นของใคร จะเป็นของชาติเป็นของสาธารณะ จะเป็นกติกานี้ใหม่ที่เขียนขึ้น” (สัมภาษณ์นักวิทยุโทรทัศน์ 30 มกราคม 2546)

ปัญหาทางด้านงบประมาณการผลิต สถานีโทรทัศน์ของทางราชการจึงต้องหาความร่วมมือ ตัวอย่างที่ผู้ให้สัมภาษณ์ยกมาเช่น การผลิตรายการสารคดีนอกจากนั้นระเบียบราชการมีส่วนในการผลิตรายการ ตัวอย่างเช่น การปรับอัตราโฆษณาซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ยกตัวอย่างว่า แทนที่จะผลิตในห้องส่งส่วนกลางลงไปต้องคุยกับภูมิภาคโดยตรง คิดร่วมกัน ทำร่วมกันทางหนึ่งในการหาพันธมิตร ถ้าเป็นไปได้ทำกับองค์กรท้องถิ่นอย่าง อบต. ลงสู่ท้องถิ่นใช้วิทยากรและตัวอย่างจากท้องถิ่น อยู่ที่การวางแผนจะเป็นสร้างข้อมูลหลังการเรียนรู้อ่าง ๆ ตัวอย่าง เช่น เราจะทำรายการเพชรบุรี เราไม่จำเป็นต้องหอบเครื่องไม้เครื่องมือจากกรุงเทพฯ ลงไป แต่ต้องประสานงานกับเพชรบุรีหรือทางจังหวัด หรือใช้เวทีประชาชนได้ ยังไม่มีใครทำตรงนี้ (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

...ธุรกิจโทรทัศน์ปัญหาคือเงินหมุนเวียนเป็นแสน ๆ ล้าน เมื่อมีสิ่งเข้าชวน ทำให้เกิดการรับเงินได้ไต่ตะ เพราะระบบวิธีคิดในระบบราชการ คิดตอบแทนต่อหน่วยตรงไปตรงมา เช่น ITV เห็นมีโฆษณาเยอะ นาทีละ 3 แสน แต่ของ ITV ซี่นนาทีแถม 3 นาที ถ้าเป็นของรัฐไม่ได้เลย เพราะมันมีระเบียบของมัน ถ้าจะทำก็ต้องแก้ แต่ก็ไม่กล้าเสี่ยงเพราะถ้าเป็นของรัฐ คงไม่มีใครว่า แดมเขาคงคิดว่ารับได้ไต่ตะ

ตามจริงแล้วระบบธุรกิจมันพลิกแพลงได้ แต่ระบบราชการไม่ยอมทำให้ ระบบธุรกิจค่อนข้างจะเรตติงกันได้ดี แต่ของราชการมันวัดตามเอกสาร หลักฐาน ถ้าไม่มีเอกสารก็ไม่ได้ อย่างมีคนไปแถม ก็จะทำให้เกิดคำถามที่ว่า ใช้อำนาจอะไรไปแถม ทำให้ราชการเสียประโยชน์ วิธีคิดมันคิดคนละอย่าง ITV คิดว่าถ้ามีโฆษณาเข้ามาเยอะ ๆ แสดงว่ารายการดี... (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 มกราคม 2546)

## 6.5 ปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการศึกษากับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อโทรทัศน์

นักเทคโนโลยีในสื่อมวลชนเห็นว่า ปัญหาด้านการแย่งคลื่นความถี่ ประมูลกันสูงๆ ต่ำๆ จะค่อยๆ ลดลง เพราะสื่อมวลชนไทยกำลังเปลี่ยนลักษณะคลื่น จากอนาล็อกเป็นดิจิทัล ซึ่งบีบอัดสัญญาณได้มาก แต่ปัญหาสำคัญคือต้องเปลี่ยนเครื่องรับด้วย ซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง

วิทยุโทรทัศน์ไทยเป็นดิจิทัล อยู่ที่เครื่องรับ เพราะถ้าส่งเป็นดิจิทัลแล้ว ก็ไม่มีเครื่องรับ ก็ไม่มีคนเปิดดู เครื่องรับดิจิทัลซึ่งเปลี่ยนจากอนาล็อกเป็นดิจิทัล แล้วมาที่จัดทำ แต่ตัวเปลี่ยนมีราคาประมาณ 2 หมื่นรวมทั้งเทศมี 18 ล้านเครื่อง ก็ยังแพงอยู่ แต่ตอนนี้ยังทำไม่ได้ ต้องรอเทคโนโลยีก่อนประมาณ 5 ปี ถ้าทำได้ก็จะดีทั้งประเทศ (สัมภาษณ์ ผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ มกราคม 2546)



### หมวด 3 วิทยุกระจายเสียง

#### 1. โครงสร้างของสถานีวิทยุกับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ตารางที่ 4.34 ชื่อรายการวิทยุ / คลื่นสถานีที่เปิดฟังเป็นประจำ ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ชื่อรายการวิทยุ / คลื่นสถานีที่เปิดฟังเป็นประจำ และทำให้ท่าน ได้รับความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้	จำนวน	ร้อยละ
กรีนเวฟ 104.5	915	66.98
จ.ส. 100	167	12.22
คลื่นหญิงพลังหญิง	147	10.76
อื่น ๆ	137	10.02
รวม	1366	100.0

จากตาราง จะเห็นได้ว่า จากตัวอย่างรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาผู้ที่ฟังรายการกรีนเวฟ 104.5 มากกว่าครึ่งหนึ่ง และมีผู้ฟัง จ.ส.100 คลื่นหญิงพลังหญิง ประมาณร้อยละ 10 นอกจากนั้นมีผู้ชมรายการ วิทยุอื่น ๆ แตกต่างกัน กว่า 100 คำตอบ เช่น ฟังวิทยุ อสมท วิทยุจุฬาฯ วิทยุรัฐสภา วิทยุช่อง 5 วิทยุกรมประชาสัมพันธ์ FM 103.5 FM 97.5 FM 99 ร่วมด้วยช่วยกัน 96.5 และมีผู้ตอบจำนวนมากที่จำคลื่นสถานีไม่ได้ หรือ เขียนคลื่นสถานีที่เป็นคลื่นความบันเทิง เช่น เรดิโอ โน Ploblem ,Hot wave ,Sport Radio , Radio Love FM การวัดสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางคลื่นวิทยุ จึงสรุปแน่ชัดไม่ได้ อย่างไรก็ตาม มีสถิติของ เอ ซี เนลสัน และบริษัทโฆษณาว่าวิทยุ คลื่นที่ได้รับความนิยมสูงสุด 5 คลื่นแรก เป็นวิทยุเพื่อความบันเทิง โดยเฉพาะการจัดรายการเพลง รวมทั้งสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก็นิยมจัดรายการเพลง

โครงสร้างวิทยุไทยทั้งหมดกว่า 500 สถานีเป็นของรัฐ อยู่ในความควบคุมของส่วนราชการ มีส่วนใหญ่ออยู่ 3 ส่วน คือ กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงกลาโหม และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท.)

ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์จะมีลักษณะที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา แต่มีผู้นิยมเปิดรับฟังไม่มากเมื่อเทียบกับรายการของภาคเอกชน ในส่วนของกระทรวงกลาโหมและ อสมท. ส่วนใหญ่จะให้เอกชนเช่าเวลา ประมูล จัดทำ

วิทยุกระจายเสียงไทยเคยเป็นเครื่องมืออย่างสำคัญ ในการโฆษณาชวนเชื่อในยุคสงครามเย็นต่อต้านคอมมิวนิสต์ ประเด็นเรื่องความมั่นคงจึงเป็นภารกิจหลักที่ยาวนาน แต่เมื่อสงครามต่อสู้ทางลัทธิยุติ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้สัมภาษณ์จำนวนมากเห็นว่ากองทัพและกรมประชาสัมพันธ์ควรลดบทบาทลง ดังเช่นคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“มาถึงปัจจุบัน ทหารทำไมต้องมีวิทยุมากมาย เหตุผลเกี่ยวกับความมั่นคงอะไรต่าง ๆ ยังมีอยู่หรือ เดียวนี้เขาเลิกกันไปแล้ว ประเทศฮังการี ประเทศนี้มันเป็นคอมมิวนิสต์มานานแล้ว วิทยุโทรทัศน์เป็นของรัฐบาลหมด แต่พอมาเปลี่ยนเป็นประชาธิปไตยปัจจุบันนี้รัฐบาลไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานไหน ทหารไม่มีเลขสักรุ่นเดียว เขาจัดสรรหมดแล้ว” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 8 มกราคม 2546)

ในทำนองเดียวกับกรมประชาสัมพันธ์ โดยภารกิจการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเห็นว่าไม่จำเป็นต้องมีสถานีวิทยุมากเกือบ 200 สถานี เช่นเดียวกับนักวิทยุและนักนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่เห็นว่าบทบาทของกองทัพและกรมประชาสัมพันธ์ควรลดลง โดยให้ความเห็นว่าโครงสร้างวิทยุของหน่วยงานทั้ง 2 ที่คลุมคลืนวิทยุเกือบทั้งหมดของประเทศไทยว่า

โครงสร้างของวิทยุหรือโทรทัศน์มีระบบคลืนที่เป็นของราชการทหาร เช่น กรมประชาสัมพันธ์ อสมท. ทั้งหมดเป็นของราชการทั้งหมด 530 กว่าสถานี ซึ่งอาจเปลี่ยนโครงสร้างเร็ว ๆ นี้ เดิมมาตรา 40 ของรัฐธรรมนูญ หรือ กสช. จัดสรรใหม่ “มองดูว่าในแง่ของหน่วยงานราชการคงมีคลืนให้เขาบ้าง แต่ราชการไม่น่าจะมีหน้าที่ที่จะเอาคลืนความถี่ไปไว้เยอะๆ ทั้งหมด ความรู้สึกที่ว่าไม่จำเป็น ความมั่นคงอย่างเก่าและมีคุณสมบัติถึง 76 จังหวัด วิทยุก็ 76 คลืน แต่สามารถออกหัวประเทศได้ กรมประชาสัมพันธ์ก็มักจะว่ากรมประชาสัมพันธ์ให้รัฐก็เหมือนกันหน่วยงานลักษณะแบบนี้ก็มีลักษณะข้ออ้างแบบเดียวกัน” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 27 มกราคม 2546)

#### ตารางที่ 4.35 ประเภทคลืนวิทยุกระจายเสียง สถานีที่เปิดฟังเป็นประจำ

ประเภทคลืน/ สถานีที่เปิดฟังเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
AM	114	9.4
FM	1097	90.6
SW	-	-
อื่น ๆ	-	-
รวม	1211	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า ผู้ฟังวิทยุส่วนใหญ่ร้อยละ 90.6 ฟังวิทยุ FM มีเพียงร้อยละ 9.4 ฟังวิทยุ AM จากข้อมูลเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การฟังวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงน้อยลง เพราะรายการเหล่านั้นมักจะจัดเป็นคลื่น AM โดยเฉพาะวิทยุเพื่อการศึกษาโดยตรง ข้อมูลเหล่านี้ ตรงกับการวิจัยและการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิในสื่อมวลชนที่สรุปว่า ผู้รับสื่อไทย ฟัง FM มากขึ้น AM น้อยลง และการฟังคลื่นสั้น (SW) น้อยลงมาก ๆ เนื่องจากสามารถใช้เทคโนโลยีอื่น เช่น ส่งผ่านดาวเทียม แทนการส่งคลื่นสั้นได้

จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกองทัพแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง แนวทางหนึ่ง คือ ยังต้องการให้ทหารมีส่วนในคลื่นโดยโอนคลื่นบางส่วนคืน แต่ไม่ใช่ทั้งหมดหรือจำนวนมาก

“ถ้าจะโอนคืนไปให้ กสช. จัดสรรใหม่ก็คงจะได้บางส่วน ถ้าเรือบ้านทั้งหมดคงจะไม่ได้”  
ในทางที่ 2 เห็นว่า ควรจะโอนคลื่นคืนราชการให้หมดแล้วให้จัดสรรใหม่ ตามรัฐธรรมนูญ 2540

“ก็คงต้องโอนไปถ้า กสช. จัดสรรคลื่นทั้งหมด จะให้ทหารทำต่อก็ได้เรามีบุคลากรพร้อมกฎหมายใหม่ก็ให้เจ้าของสถานีทำรายการเองให้เช่า หรือสัมปทานไม่ได้ก็แล้ว” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 5 มกราคม 2546)

ในขณะที่เดียวกันผู้บริหารระดับสูงในกรมประชาสัมพันธ์ก็ตอบเป็น 2 แนว คือ ด้านหนึ่งเห็นว่า น่าจะจัดขอยกคืนให้ถึงลง จะเพิ่มสถานีวิทยุได้อีกมาก และอีกแนวทางหนึ่งคือเมื่อมีการเปลี่ยนเป็นระบบดิจิตอลสามารถบีบอัดคลื่นได้แทบไม่จำกัด จึงไม่ต้องมาแข่งขันเอาคลื่นวิทยุกันอีก

“จัดโครงการต่างๆ เพื่อให้คนที่มีความรู้ด้านต่างๆ มีงาน แต่ตอนหลังมันเริ่มเข้ามาส่วนใหญ่แล้วเป็นบันเทิงเพราะมันขึ้นอยู่กับตลาด สถานีวิทยุกองทัพกตอนนี้มีอยู่ประมาณ 200 กว่าคลื่น สถานีวิทยุส่วนใหญ่จะเหมาะให้เอกชนไปทำ เขาก็ต้องไปหาสปอนเซอร์ไปหารายการมา สถานีก็เปิดประมูลทำสัญญาแต่เราก็มีเวลากันไว้สำหรับตัวเองในทุกสถานีกะกันเวลาไว้ด้วย”  
สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 5 มกราคม 2546)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นว่าสถานีสื่อของรัฐโดยทั่วไปน่าจะให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงกว่าสื่อของบริษัทเอกชน อย่างไรก็ตามวิทยุกระจายเสียงไทยที่เอกชนเป็นเจ้าของปรากฏว่ามีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูง หากเปรียบเทียบกับช่อง 3 และซึ่งเอกชนเช่าเวลาไปทำ นักวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่เห็นว่า

สื่อของรัฐน่าจะให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา มาก รายการของรัฐที่มีสารสนเทศที่ให้ความรู้ ควรจะเพิ่มมากขึ้น เช่น วิทยากรซึ่งเป็นช่วงเวลาที่รัฐมาทำเอง หรือ วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในภาพรวม เพราะฉะนั้นในแต่ละสถานีจะให้ความสำคัญไม่เท่ากัน

“วิทยุ 500 กว่าสถานีของรัฐหมดเลย ที่จริงควรจะกระจายกันไป ประชาชนควรเป็นเจ้าของ เคยดูวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษา มันน่าเบื่อ คนทำไม่ได้นึกถึงคนดูเป็นที่ตั้ง ในต่างประเทศคือคุณจะต้องทำสื่ออินฟอร์เทรนเมนต์ผสมกันไป ทางแก้ไขคือต้องเลิกทำ คนที่คิดจะทำก็ทำได้เหมือน ๆ เดิมแสดงว่าไม่ได้ดูของดี ๆ คล้ายกับวิทยุโทรทัศน์ของส่วนราชการ เขามีระบบที่ชัดเจนในการสนับสนุนนโยบายของรัฐ แก้ไม่ได้เพราะคนไทยต้องการข้อมูลข่าวสารที่มีการถกเถียงที่เป็นอยู่คือพยายามทำให้เป็นสื่อเป็นของรัฐบาล จากสื่อที่เป็นสุนัขเฝ้าบ้าน ซึ่งรัฐบาลเขาไม่ยอมให้ใครมาวิพากษ์วิจารณ์นโยบายของเขา” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 7 มีนาคม 2546)

#### ตารางที่ 4.36 ชื่อรายการวิทยุ / คลื่นสถานีที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ที่เปิดเป็นประจำ

ชื่อรายการวิทยุ / คลื่นสถานีที่เปิดฟังเป็นประจำ และทำให้ท่าน ได้รับความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้	จำนวน	ร้อยละ
กรีนเวฟ 104.5	915	66.98
จ.ศ. 100	167	12.22
คลื่นหญิงพลังหญิง	147	10.76
อื่น ๆ	137	10.02
รวม	1366	100.0

จากตาราง จะเห็นได้ว่า จากตัวอย่างรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาผู้ที่ฟังรายการกรีนเวฟ 104.5 มากกว่าครึ่งหนึ่ง และมีผู้ฟัง จ.ศ.100 คลื่นหญิงพลังหญิง ประมาณร้อยละ 10 นอกจากนั้นก็มีผู้ชมรายการ วิทยุอื่น ๆ แตกต่างกัน กว่า 100 คำตอบ เช่น ฟังวิทยุ อสมท วิทยุจุฬา วิทยุรัฐสภา วิทยุช่อง 5 วิทยุกรมประชาสัมพันธ์ FM 103.5 FM 97.5 FM 99 ร่วมด้วยช่วยกัน 96.5 และมีผู้ตอบจำนวนมากที่จำคลื่นสถานีไม่ได้ หรือ เขียนคลื่นสถานีที่เป็นคลื่นความบันเทิง เช่น เรดิโอ โน Ploblem ,Hot wave ,Sport Radio , Radio Love FM การวัดสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางคลื่นวิทยุ จึงสรุปแน่ชัดไม่ได้ อย่างไรก็ตาม มีสถิติของ เอ ซี เนลซัน และบริษัทโฆษณาว่าวิทยุ คลื่นที่ได้รับความนิยมสูงสุด 5 คลื่นแรก เป็นวิทยุเพื่อความบันเทิง โดยเฉพาะการจัดรายการเพลง รวมทั้งสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก็นิยมจัดรายการเพลง

คำถามซึ่งใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อศึกษาว่าวิทยุกระจายเสียงไทยมีส่วนในการไหลเวียนสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการศึกษาไม่น้อยเพียงใด มีปัญหาและอุปสรรคอย่างไร โดยใช้คำถามในหมวด 4 วิทยุกระจายเสียงข้อ 14. ความว่า

...ในทัศนะของท่านวิทยุไทยมีส่วนในการรับ-ส่ง ให้ประชาชนเปิดรับสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการศึกษาในระบบ นอกกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยอย่างไร มีปริมาณสารสนเทศเพื่อศึกษามากน้อยเพียงใด มีปัญหาอุปสรรคอย่างไร

จากการสอบถามกลุ่มที่ตอบคำถามได้มากที่สุด โดยมีตัวอย่างให้เห็นได้ถึงกลุ่มซึ่งปฏิบัติงานวิทยุกระจายเสียงทางการศึกษา ยกเว้นเรื่องวิทยุชุมชนซึ่งสื่อมวลชนและผู้ทรงคุณวุฒิทุกด้านให้ข้อมูลได้หมดเนื่องจากวิทยุชุมชนซึ่งจัดตั้งโดยภาคประชาชนเป็นของใหม่สำหรับประเทศไทยและกำลังได้รับความสนใจค่อนข้างมาก เนื่องจากจัดตั้งได้ง่าย เครื่องส่งมีราคาถูกลงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ ประกอบกับสามารถแก้ไขปัญหาของผู้ฟังวิทยุได้อย่างตรงจุด

จากการสอบถามเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามผู้ตอบแบบสอบถามตอบปัญหาและอุปสรรคในการรับฟังสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากวิทยุกระจายเสียงว่า มีปัญหามากที่สุดในส่วนของมีรายการให้เลือกน้อย และรายการที่ไม่ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง ดังนั้นวิทยุชุมชนอาจช่วยแก้ปัญหานี้ได้

## 2. การพิจารณาคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาของสถานีวิทยุซึ่งมีผลต่อการเปิดรับฟัง

นักวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่เห็นว่า วิทยุคัดเลือกสารสนเทศซึ่งดูคล้ายๆ จะมีสารเป็นสารสนเทศเพื่อศึกษามากมาย แต่จริงๆ แล้วเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ แต่ก็มีส่วนกระตุ้นให้มีผู้ทำการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาในวิทยุมากขึ้น ดังตัวอย่างประสบการณ์ของนักวิทยุโทรทัศน์ที่ว่า

“ผมเข้ามาทำรายการวิทยุใหม่ๆ เมื่อปี 32 เห็นชัดเจนเลยว่าก่อนหน้านั้นก็มีรายการดูคล้ายมีสาระสนทนาปัญหาบ้านเมืองนั้นไม่มีอะไรที่เป็นสาระ ตั้งแต่ปี 32 เป็นต้นมาทำรายการเกษตรสนทนา วิถีชาวบ้าน มองดวงมูม พอประสบผลสำเร็จก็เริ่มทำรายการสาระมากขึ้น” (สัมภาษณ์นักวิทยุ, โทรทัศน์ 8 มกราคม 2546)

ในปัจจุบันรายการโฆษณาชวนเชื่ออาจจะน้อยลงเพราะการต่อสู้ทางลัทธิการเมืองได้สิ้นสุดลง จะมีบ้างก็เป็นเพียงการประชาสัมพันธ์ผลงานของรัฐบาล อย่างไรก็ตามผู้ให้ข้อมูลสำคัญซึ่งเป็นสื่อมวลชนบางส่วนเห็นว่า สื่อมวลชนของรัฐอย่างวิทยุกระจายเสียงซึ่งถูกแทรกแซงมาก เพื่อสนับสนุนทางการเมือง และการจัดการบริหารสารสนเทศเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง สารสนเทศที่ออกมาจึงอาจไม่ใช่สารสนเทศเพื่อการศึกษาอย่างแท้จริง แต่เป็นสารสนเทศเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับกลุ่มผลประโยชน์บางกลุ่ม ในลักษณะของการ “ปั้นข่าว” สอดคล้องกับ

การให้สัมภาษณ์ของนักนิเทศศาสตร์บางกลุ่มที่ให้ข้อมูลว่า สื่อมวลชนถูกรอปรงำด้วยอำนาจรัฐ และระบบทุนนิยม การรับสารสนเทศจึงต้องขึ้นอยู่กับการจัดวางระของสื่อมวลชน ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับผู้ให้โฆษณาอีกต่อหนึ่ง

ในการคัดเลือกและนำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษา สื่อมวลชนที่อยู่ในวงการวิทยุ เช่น นักจัดรายการวิทยุ ผู้ควบคุมสถานีวิทยุ ส่วนใหญ่เห็นว่าการจัดรายการวิทยุเพื่อการศึกษาเพื่อสอน นั้นมีผู้ให้ความสนใจไม่มาก น่าจะทำวิจัยใหม่ เช่น การให้ตัวอย่างหรือการแนะแนวแทนสอน ตรง ๆ

ส่วนรายการที่ออกอากาศไปแล้ว รายการที่เป็นการศึกษานอกโรงเรียนหรือในโรงเรียนก็ตาม ถ้าโรงเรียนต่าง ๆ ไม่ได้รับคลื่นวิทยุนี้ คือ ไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนจริงๆ แล้ว ควรมีการเปลี่ยนแปลง แต่อย่างน้อยก็ให้เป็นเรื่องการศึกษาอยู่ แต่จะเปลี่ยนจากครูที่สอน เป็นครูแนะแนวแทน

สอดคล้องกับแนวคิดทางการปฏิรูปการศึกษา แนว Constructivism ซึ่งสนับสนุนให้มีการเรียนรู้ร่วมกัน มากกว่าการสอนเพียงฝ่ายเดียวแบบเก่า เช่นเดียวกับนักหนังสือพิมพ์เห็นว่า สื่อมวลชนไม่ควรสอนแบบตรงๆ เพราะผู้ฟังอาจจะเบื่อได้ ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นว่า

รายการเพื่อการศึกษาโดยตรงในสื่อมวลชนไทยชอบนำเสนอแบบสอน ทำให้คนเบื่อเพราะไม่มีใครชอบให้สอนตรง ๆ น่าจะมีวิธีการที่ดีกว่านี้

สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงสำรวจในรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาประเภทใดซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับมากที่สุด ส่วนใหญ่จะเปิดฟังรายการ ไร่ดี สันทนา สัมภาษณ์ ข่าวกว บทความ สารคดีมากที่สุด ส่วนที่สนใจน้อยที่สุด คือ รายการธรรมเทศนา รายการเพื่อการศึกษาของสถาบันการศึกษา โรงเรียน มหาวิทยาลัย แทนที่จะสอนให้จำโดยตรงแต่น่าจะสอนอ้อมให้รู้จักคิดมากกว่า ผู้บริหารโทรทัศน์เห็นว่า ควรทำรายการให้ผู้ฟังคิดมากกว่าสอนความรู้โดยตรง

“แต่ควรทำรายการใหม่ ๆ ทำวิธีให้คนคิด ทำข่าว สารคดี หรือสันทนา ต้องทำให้คนไปคิดต่อให้ได้”

ในการคัดเลือกสารสนเทศต่อประชาชนนักวิทยุโทรทัศน์ส่วนใหญ่เห็นว่า รายการวิทยุไทยเป็นรายการเพลง และคลื่นที่ได้รับความนิยมสูงสุดในลำดับ 14-5 ก็เป็นรายการเพลง FM. ส่วน AM. มีคนฟังน้อย และรายการที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษามากก็มีคนฟังน้อยแม้จะมีรายการให้เลือกมาก

อย่างเช่น นักวิทยุโทรทัศน์ได้ให้ข้อมูลที่เป็นรายละเอียดว่า วิทยุไทยส่วนใหญ่เน้นเพลง เพราะขายได้ เรื่องความรู้ นโยบายองค์กร เราขอให้แทรกเข้าไป ขอให้มีความ ในคลื่นชุมชน 7 ชั่วโมง ใน อสมท. เราผลิตเองบวกทั้งข่าวต้นชั่วโมง ถ้าเทียบกับกรมประชาสัมพันธ์หรือว่าทหาร

ในลักษณะของเรตติ้ง ถ้าถามว่า อสมท. ท้องที่เราสำรวจต่างจังหวัดจะชัด เรามีการวิจัยโดยให้ สวนดุสิตโพลล์เป็นคนสำรวจแต่ละคลื่นแต่ละจังหวัด ถ้าดูส่วนกลางก็ดูจากเรตติ้งของเอซีเนลสัน ถ้าเป็นคลื่นเอฟเอ็ม 95 เรามาเป็นอันดับหนึ่ง ส่วน 96.5 เป็นคลื่นสถานีเศรษฐกิจ บิซซิเนสเรดิโอ ความแตกต่างระหว่างเอซีเนลสัน กับดุสิตโพลล์ อย่างเอซีเนลสันเขาสู่มอันดับ 1.2 ในขณะที่คลื่นร่วมอย่าง 96.5 มันเป็นคลื่นที่ อสมท.ให้เขาเช่าเวลา คือเราจ้างเขาผลิต เอกชนมาทำ ปริมาณคนฟังก็ยังไม่ชัดเจน อย่างคลื่น 99 ผลสำรวจของเอซีเนลสันบอกว่าคนฟังน้อยแต่คนที่เขาผลิตบอกว่ามีคนฟังพอสมควร” (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 20 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.37 กลุ่มบุคคลและประเภทคลื่นสถานีวิทยุกระจายเสียง ที่เปิดฟังเป็นประจำ

คลื่นสถานี ลักษณะส่วนตัว	AM	FM	SW	อื่น ๆ
	n %	n %	n %	n %
เพศ				
ชาย	104 14.4	618 85.6	-	-
หญิง	10 2.0	479 98.0		
ภูมิลำเนา				
กรุงเทพฯ	72 20.9	272 79.1		
ต่างจังหวัด	42 5.0	806 95.5		
อายุ				
16-20 ปี	-	239 100.0		
20 ปีขึ้นไป	114 13.0	762 87.0		
การศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	72 18.7	313 81.3		
ปริญญาตรีขึ้นไป	42 5.1	784 94.9		
รายได้				
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	32 3.0	1019 97.0		
1 หมื่นบาทขึ้นไป	10 20.0	40 80.0		

จากการเปิดรับคลื่นวิทยุจากสื่อต่าง ๆ สอดคล้องกับการสำรวจของสื่อและสถาบันสำรวจ เพื่อการโฆษณา ประกอบการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญว่า ผู้ฟังวิทยุไทยจะฟังวิทยุ FM มากกว่าร้อยละ 80 โดยเฉพาะเพศหญิง จะมีอายุ 16-20 ปี ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และผู้มีรายได้ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท กลุ่มเหล่านี้จะฟังวิทยุ FM เกือบร้อยละ 100 กลุ่มที่ฟัง AM สูงสุด คือ ผู้มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ มีรายได้สูงกว่า 1 หมื่นบาท และผู้มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี กลุ่มเหล่านี้ต้องแสวงหาสารสนเทศจากวิทยุ แต่ก็เปิดรับไม่เกินร้อยละ 20 หากพิจารณาทางด้านเนื้อหา



จะเห็นได้ว่า วิทยุ FM จะมีรายการเพลงและบันเทิงมาก และมีรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาน้อย ขณะที่วิทยุ AM มีสารสนเทศเพื่อการศึกษามากกว่า หากพิจารณาตามวิธีเลือกดูสารสนเทศจากรายการนี้อาจสรุปได้ว่า มีผู้ฟังรายการสารสนเทศเพื่อการบันเทิงประมาณร้อยละ 80 และผู้ฟังรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาร้อยละ 20 ตรงกับการให้สัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญสาขาต่าง ๆ วัตถุประสงค์โดยประมาณจะใกล้เคียงกับโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ไทย

ตารางที่ 4.38 รายการวิทยุประเภทสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุประเภทให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ที่ฟังเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
วาไรตี้ / สนทนา ทอล์คโชว์ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้	884	40.9
รายการสำหรับผู้หญิง แฟชั่น การแต่งกาย ท่องเที่ยว ปกิณกะ	225	10.4
รายการสำหรับเด็ก	209	9.7
ข่าว บทความ เรื่องเด่น สารคดี เจาะลึก	292	13.5
กีฬา อาชญากรรม โฆษณา	239	11.0
วิเคราะห์สถานการณ์	55	2.5
ชีวิต สุขภาพ	32	1.5
ธรรมเทศนา	150	6.9
รายการของมหาวิทยาลัย	-	-
อื่นๆ	78	3.6
รวม	2164	100.0

จากตาราง รายการวิทยุที่มีผู้ฟังมากที่สุด เกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามคือ รายการวาไรตี้ สนทนา ทอล์คโชว์ สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นรายการที่มีมากในรายการวิทยุปัจจุบันรองจากรายการเพลงและบันเทิง นอกจากนี้รายการเหล่านี้จะมีทั้งที่เป็นสาระและบันเทิงปะปนกันอยู่ ทำให้มีผู้ฟังมาก สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่เสนอว่ารายการ สารสนเทศเพื่อการศึกษา การแทรกด้วยรายการบันเทิง หรือเข้าไปแทรกในรายการบันเทิง จึงจะได้มีผู้รับฟังมากขึ้น

สำหรับรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาอื่นๆ จะได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน ประมาณร้อยละ 3-13.5 เช่น รายการข่าว บทความ สารคดี กีฬา อาชญากรรม ผู้หญิง แฟชั่น รายการเด็ก

ซึ่งได้รับความนิยมใกล้เคียงกันแต่จำนวนไม่มากนัก สำหรับรายการอื่น ๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้มาจำนวนมากเป็นรายการเพลง เกม กีฬา ข่าว รายการดนตรี และรายการภาษาอังกฤษ

ตารางที่ 4.39 เหตุผลที่ฟังรายการวิทยุกระจายเสียง

เหตุผลที่ฟังรายการวิทยุในข้อ 36	จำนวน	ร้อยละ
บันเทิงพร้อมทั้งได้ความรู้	672	32.1
มีสาระ รู้เรื่องบ้านเมือง	447	21.3
เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง	634	30.3
นำไปใช้ประโยชน์ได้	304	14.5
เป็นรายการของมหาวิทยาลัย ใช้ประกอบการเรียน	38	1.8
อื่นๆ	-	-
รวม	2095	100.0

จากตาราง รายการเพื่อความบันเทิงพร้อมทั้งได้ความรู้ และรายการที่ให้ความรู้เพื่อพัฒนาตนเองได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน คือร้อยละ 32.1 ร้อยละ 30.3 ตามลำดับ สอดคล้องกับ การวิเคราะห์ในตารางที่ผ่านมา ตลอดจนการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่สนับสนุนรายการ บันเทิงเพื่อการศึกษา

สอดคล้องกับงานวิจัยเชิงสำรวจที่รายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาสำหรับผู้ฟังน้อย โดยเฉพาะเกือบทุกหมวดในรายการ 14 หัวข้อ มีส่วนที่ตอบว่าไม่ได้ฟังรายการเหล่านี้มากกว่าครึ่ง

จากการสัมภาษณ์ นายหนวย นักจัดรายการวิทยุที่ได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะในชนบท หลังการอภิปรายที่คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นายหนวยได้ให้ทัศนะต่อการเลือกนำเสนอข่าวของเขาว่า “จะใช้วิธีเล่าข่าว เลือกข่าวสารที่ไม่ไกลตัวนัก ฟังแล้วไม่เครียด ส่วนใหญ่ก็ให้อ่านจากหนังสือพิมพ์ไม่ได้ค้นคว้าเพิ่มเติมอะไร เพราะทำมากกว่า 20 ปี อยู่ในสมองหมดแล้ว” (สัมภาษณ์ สมชาย ศิลปชัย 28 มกราคม 2543)

แสดงว่าผู้รับสื่อวิทยุไทยในชนบทนิยมฟังรายการกว้างๆ ทั่วๆ ไป ไม่ได้วิเคราะห์เจาะลึกอย่างจริงจังเช่นเดียวกับผู้ฟังวิทยุในเมือง

### 3. ลักษณะการเลือกรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของผู้ฟังวิทยุไทย

ตารางที่ 4.40 รายการวิทยุซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่ฟังเป็นประจำ

ท่านคิดว่า ความรู้ประเภทใดจากรายการวิทยุที่ท่านฟังเป็นประจำ และนำไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา	278	21.3	2
โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ	104	8.0	6
สิทธิมนุษยชน ความเป็นพลเมือง ชลธรรมะ สันติ อหิงสาไม่รุนแรง	-	-	-
สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย	143	11.0	4
ทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลปะ	116	8.9	5
ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาสภาพแวดล้อม	-	-	-
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	461	35.4	1
การเกษตร การช่าง การปรุงอาหาร	-	-	-
การทำธุรกิจ การค้า การตลาด การบริหาร การจัดการ	-	-	-
ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และ ภาษาอื่น ๆ	-	-	-
ความรู้เสริมการศึกษาใน โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	-	-	-
ความรู้ที่ตรงกับการประกอบอาชีพ แนวโน้มหรือช่องทางการทำกินของท่าน	16	1.2	7
ปกิณกะ ความรู้รอบตัว เรื่องน่ารู้ทั่วไป	186	14.3	3
ความรู้อื่น ๆ	-	-	-
รวม	1304	100.0	-

จากตาราง จะเห็นได้ว่า ผู้ฟังรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาประเภทต่าง ๆ เพียงบางประเภทเท่านั้น รายการที่มีการเปิดรับฟังมากที่สุด และได้รับความนิยมนมากที่สุดเป็นอันดับแรก คือ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ ถึง ร้อยละ 35.4 อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นคนที่สนใจวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศเหล่านี้ น่าจะเหมาะแก่การเผยแพร่ทางวิทยุกระจายเสียงด้วย ความสนใจอันดับ 2 คือ เรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ได้รับความนิยมฟังร้อยละ 21.3 ตามมาด้วยรายการปกิณกะ ความรู้รอบ

ตัว ได้รับความนิยม ร้อยละ 14.3 ส่วนที่ได้รับความนิยมน้อย เป็นรายการเกี่ยวกับ การรักษาสภาพแวดล้อม การทำธุรกิจ การสอนภาษา และรายการความรู้เสริมการศึกษาของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.41 ชื่อรายการวิทยุ / คลื่นสถานีที่เปิดฟังเป็นประจำ ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ชื่อรายการวิทยุ / คลื่นสถานีที่เปิดฟังเป็นประจำ และทำให้ท่าน ได้รับความรู้และนำไปใช้ประโยชน์ได้	จำนวน	ร้อยละ
กรีนเวฟ 104.5	915	66.98
จ.ศ. 100	167	12.22
คลื่นหญิงพลังหญิง	147	10.76
อื่น ๆ	137	10.02
รวม	1366	100.0

จากตาราง จะเห็นได้ว่า จากตัวอย่างรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาผู้ที่ฟังรายการกรีนเวฟ 104.5 มากกว่าครึ่งหนึ่ง และมีผู้ฟัง จ.ศ.100 คลื่นหญิงพลังหญิง ประมาณร้อยละ 10 นอกจากนั้นก็มีผู้ชมรายการ วิทยุอื่น ๆ แตกต่างกันไป กว่า 100 คำตอบ เช่น ฟังวิทยุ อสมท วิทยุจุฬาฯ วิทยุรัฐสภา วิทยุช่อง 5 วิทยุกรมประชาสัมพันธ์ FM 103.5 FM 97.5 FM 99 ร่วมด้วยช่วยกัน 96.5 และมีผู้ตอบจำนวนมากที่จำคลื่นสถานีไม่ได้ หรือ เขียนคลื่นสถานีที่เป็นคลื่นความบันเทิง เช่น Radio No Problem ,Hot wave ,Sport Radio , Radio Love FM การวัดสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางคลื่นวิทยุ จึงสรุปแน่ชัดไม่ได้ อย่างไรก็ตาม มีสถิติของ เอ ซี เนลสัน และบริษัทโฆษณาว่าวิทยุ คลื่นที่ได้รับความนิยมสูงสุด 5 คลื่นแรก เป็นวิทยุเพื่อความบันเทิง โดยเฉพาะการจัดรายการเพลง รวมทั้งสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ก็นิยมจัดรายการเพลง

หากมีการสำรวจการเลือกฟังรายการวิทยุกระจายเสียงไทยส่วนใหญ่ก็จะเป็นรายการเพลง แต่จากการศึกษาเฉพาะรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาส่วนใหญ่รายการที่เลือกรับคือ วาไรตี้ สันทนา สัมภาษณ์ ข่าว บทความ สารคดี เรื่องเด่น ที่ฟังน้อยคือ รายการเพื่อการศึกษาโดยตรงของมหาวิทยาลัย รายการเด็ก ผู้หญิง แฟชั่น เนื้อหารายการที่ฟังมักจะเป็นสารสนเทศเกี่ยวกับ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ สุขภาพอนามัย ส่วนที่ฟังน้อยคือรายการเพื่อประกอบการเรียนในมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เช่น การสัมภาษณ์นักวิทยุโทรทัศน์ ผู้ปฏิบัติงานวิทยุใน อสมท. ให้ข้อมูลว่า

“ส่วนใหญ่จะทำวิจัยทางการตลาดแต่ไม่เคยทำเป็นเจาะคลื่น แต่ทำเป็นภาพรวมโดยดูจากคู่แข่งเหมือนอย่าเอซีเนลสัน ก็อาจจะดูว่าเรตติ้งอันไหนคนฟังมากที่สุด ในขณะที่ตัวกันเราก็ไม่ทราบเขาไปทำการสอบถามกลุ่มไหน

สถานีวิทยุของ อสมท. ถ้าในต่างจังหวัด 53 สถานีเป็นเอฟเอ็มหมด เอเอ็มมี 5 คลื่น จะต่างกับกรมประชาสัมพันธ์ เฉพาะรายการวิทยุที่ให้ความรู้ที่มีประมาณ 20 % อสมท. อยู่อันดับ 3,4 อันดับ 1 น่าจะเป็นกรมประชาสัมพันธ์แล้วตามด้วย อสมท. ถ้าแบ่งเป็นซีกความรู้อะไรก็ได้ สุขภาพอนามัย หรือว่าการเกษตร ประมาณสักครึ่งหนึ่งหรือกว่า 20-30 % แต่ไม่ค่อยชัดเจนก็ต้องหักเพลงออก

หรือหักออกจาก 40 สถานีในกรุงเทพฯ ตามหน้าปัดวิทยุ เฉพาะเอฟเอ็ม สถิติคนฟังเอฟเอ็มประมาณ 80-90 % ถ้ามีรายการความรู้ต่างๆ เช่น ข่าว 20 % เป็นความรู้” (สัมภาษณ์นักวิทยุโทรทัศน์ 20 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.42 รายการวิทยุ / คลื่นสถานีสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เปิดฟังเป็นประจำ

คลื่นสถานี	กรีนเวฟ	จ.ส. 100	คลื่นหญิงพลังหญิง 107.5	อื่นๆ
รายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา คลื่นวิทยุที่เปิดฟัง	104.5			
เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา	240	-	-	38
	86.0			13.7
โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม ต่างๆ	-	32	-	72
		30.8		69.2
สุขภาพ อามัช โภชนาการ เพศศึกษา การ ป้องกันโรค การออกกำลังกาย	41	-	58	-
	41.4		58.6	
การเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลปะ	96	58	20	-
	55.2	33.3	11.5	
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	413	40	69	19
	76.3	7.4	12.8	3.5
ความรู้ที่ตรงกับการประกอบอาชีพ แอวโหม้ม หรือช่องทางในการทำกิน	8	-	-	8
	50.0			50.0
ปกิณกะ ความรู้รอบตัว เรื่องน่ารู้ทั่วไป	117	37	-	-
	76.0			

จากการฟังวิทยุรายการต่าง ๆ พบว่า ผู้ฟังรายการวิทยุคลื่นของกรีนเวฟมากที่สุดร้อยละ 50-86 รองลงมาคือรายการของคลื่นหญิงพลังหญิง และ จ.ส. 100 ร้อยละ 7-58 ในรายการของกรีนเวฟ จะมีผู้ฟังเกี่ยวกับ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม ถึงร้อยละ 86 รองลงมาคือ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ ปกิณกะ ความรู้รอบตัว ร้อยละ 76 โดยมีผู้เปิดรับด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร มากที่สุด

ตารางที่ 4.43 รายการวิทยุที่นำไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด

ท่านคิดว่า ความรู้ประเภทใดจากรายการวิทยุที่ท่านฟังเป็นประจำ และนำไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา	278	21.3	2
โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ	104	8.0	6
สิทธิมนุษยชน ความเป็นพลเมือง ชลระมะ สันติ อหิงสาไม่รุนแรง	-	-	-
สุขภาพอนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย	143	11.0	4
ทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลปะ	116	8.9	5
ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาสภาพแวดล้อม	-	-	-
วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	461	35.4	1
การเกษตร การช่าง การปรุงอาหาร	-	-	-
การทำธุรกิจ การค้า การตลาด การบริหาร การจัดการ	-	-	-
ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และ ภาษาอื่น ๆ	-	-	-
ความรู้เสริมการศึกษาในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	-	-	-
ความรู้ที่ตรงกับการประกอบอาชีพ แนวโน้มหรือช่องทางการทำกินของท่าน	16	1.2	7
ปกิณกะ ความรู้รอบตัว เรื่องน่ารู้ทั่วไป	186	14.3	3
ความรู้อื่น ๆ	-	-	-
รวม	1304	100.0	-

จากตาราง จะเห็นได้ว่า ผู้ฟังรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาประเภทต่าง ๆ เพียงบางประเภทเท่านั้น รายการที่มีการเปิดรับฟังมากที่สุด และได้รับความนิยมมากเป็นอันดับแรก คือ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ ถึง ร้อยละ 35.4 อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นคนที่สนใจวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ และสารสนเทศเหล่านี้ น่าจะเหมาะแก่การเผยแพร่ทางวิทยุกระจายเสียงด้วย ความสนใจอันดับ 2 คือ เรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ได้รับความนิยมฟังร้อยละ 21.3 ตามมาด้วยรายการปกิณกะ ความรู้รอบตัว ได้รับความนิยม ร้อยละ 14.3 ส่วนที่ได้รับความนิยมน้อย เป็นรายการเกี่ยวกับ การรักษาสภาพแวดล้อม การทำธุรกิจ การสอนภาษา และรายการความรู้เสริมการศึกษาของมหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.44 รายการวิทยุ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษาที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับเกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ที่ท่านฟังเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
บันทึกสถานการณ์ วปท.	-	-
นายกлубกับประชาชน วปท.	76	5.5
ข่าว BBC 97.0	59	4.3
ข่าว VOA 97.0 FM	141	10.2
เพื่อบ้านเมืองของเรา 97.0 FM	194	14.0
วิทยุเนชั่น 90.5	161	11.6
ซีพจรเศรษฐกิจ 105.5 อสม	-	-
วิทยุผู้จัดการ 97.5	69	5.0
วิทยุรัฐสภา 87.5	-	-
จส 100	98	7.1
เวที 101	-	-
รายการวิทยุอื่น ๆ	68	4.9
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	516	37.3
รวม	1382	100.0

จากตาราง รายการเกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ซึ่งได้รับความนิยมรองมาจาก รายการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ จะมีผู้ไม่สนใจฟังถึงร้อยละ 37.3 ส่วนผู้สนใจฟังจากตัวอย่างรายการกว่า 10 ตัวอย่าง มีผู้สนใจไม่เกินร้อยละ 14 โดยรายการที่ได้รับความสนใจมากที่สุด คือ รายการบ้านเมืองของเรา รายการ FM 97.0 รายการวิทยุเนชั่น 90.5 รายการวิทยุ VOA 97.0 FM ตามลำดับ



ตารางที่ 4.45 กลุ่มการฟังรายการวิทยุที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา เกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ซึ่งฟังเป็นประจำ

ลักษณะส่วนตัว	รายการ	นายกฤษกัน ประชาชน วิทย.	ข่าวBBC 97.0	ข่าว VOA 97.0 FM	เพื่อบ้านเมือง ของเราร 97.0FM	วิทยุเนชั่น 90.5	วิทยุผู้จัด การ 97.5	จส. 100	เวที 101	รายการวิทยุ อื่นๆ
	n	n	n	n	n	n	n	n	n	n
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
เพศ										
ชาย	76	59	80	130	99	38	37	19	30	
หญิง	9.1	7.0	9.5	15.5	11.8	4.5	4.4	2.3	35	
หญิง	-	-	61	64	62	31	61	49	215	
หญิง	-	-	11.2	11.8	11.4	5.7	11.2	9.0	39	
ภูมิลำเนา										
กรุงเทพฯ	38	-	61	130	59	-	51	-	107	
กรุงเทพฯ	8.5	-	13.7	29.1	13.2	-	11.4	-	24.0	
ต่างจังหวัด	38	59	37	64	102	69	47	49	400	
ต่างจังหวัด	4.3	6.8	4.2	7.3	11.7	7.9	5.4	5.6	46	
อายุ										
16-20 ปี	-	-	61	64	-	-	51	-	107	
16-20 ปี	-	-	21.6	22.6	-	-	18.0	-	37.8	
20 ปีขึ้นไป	76	59	43	72	161	69	47	68	36	
20 ปีขึ้นไป	8.0	6.2	4.6	7.6	17.0	7.3	5.0	7.2	37	
การศึกษา										
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-	98	162	-	69	51	-	10	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	-	20.1	33.3	-	14.2	10.5	-	22	
ปริญญาตรีขึ้นไป	76	59	43	32	161	-	47	68	40	
ปริญญาตรีขึ้นไป	8.5	6.6	4.8	3.6	18.0	-	5.3	7.5	45	
รายได้										
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	38	59	141	64	141	69	88	48	51	
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	3.3	5.1	12.1	5.5	12.1	5.9	7.6	4.1	44	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	-	20	-	10	20	-	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

จากรายการที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา จะได้รับความนิยมจากกลุ่มต่างๆ ใกล้เคียงกันผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะให้คำตอบว่าไม่ได้ฟังรายการเหล่านี้เกือบครึ่ง สอดคล้องกับการให้การสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญว่า มีผู้สนใจฟังรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่มากนัก รายการกลุ่มที่มีความสนใจพอสมควร ประมาณร้อยละ 11-20 คือ รายการวิทยุเนชั่น 90.5 ซึ่งกลุ่มผู้มีรายได้ 1 หมื่นบาทขึ้นไปและผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปจะให้ความสนใจมาก

กว่ากลุ่มอื่น ในรายการอีกกลุ่มหนึ่งคือรายการ VOA ได้รับความสนใจจากผู้ที่มีอายุ 16-20 ปีและผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไปร้อยละ 20 มากกว่าผู้ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปและระดับปริญญาตรีขึ้นไปถึง 4 เท่า จส 100ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้ที่มีอายุ 16-20 ปี และกลุ่มผู้มีรายได้ 1 หมื่นบาทขึ้นไป ประมาณร้อยละ 20 เพศหญิงจะฟัง จส. 100 มากกว่าเพศชาย 1 เท่า กรุงเทพฯจะฟังมากกว่าต่างจังหวัด 1 เท่า และผู้ที่มีอายุน้อยจะฟังมากกว่าผู้ที่มีอายุมากกว่า 20 ปี การฟังวิทยุต่างประเทศด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา วิทยุคลื่น 97 FM ของอเมริกามีผู้ฟังอายุ 16-20 ปี และผู้ที่มีศึกษาระดับมัธยมร้อยละ 20 มากกว่าผู้ที่มีศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและผู้ที่มีอายุ 21 ปีขึ้นไป ประมาณ 4 เท่า

ตารางที่ 4.46 รายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับโลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับโลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมต่าง ๆ	จำนวน	ร้อยละ
จับกระแสโลก 105.5	258	18.7
ปาฐกถาธรรมิก 105.5	344	24.9
ธรรมพล ม. 2 AM	-	-
ธรรม พล1รอ. AM	-	-
รายการวิทยุอื่น ๆ	-	-
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	780	56.4
รวม	1382	100.0

จากตาราง จะเห็นได้ว่า รายการวิทยุเกี่ยวกับโลก นานาชาติ ศาสนา จะมีผู้เปิดฟังน้อย

ในขณะที่ผู้ไม่เปิดฟังถึง ร้อยละ 56.4

รายการที่มีการรับฟังสูงสุด คือ รายการปาฐกถาธรรม 105.5 และจับกระแสโลก 105.5 แต่มีผู้รับฟังเพียง ร้อยละ 24.9 และ ร้อยละ 18.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.47 กลุ่มผู้รับฟังรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมต่างๆ ที่ฟังประจำ

ลักษณะส่วนตัว	รายการวิทยุ	จับกระแสโลก	ปรุกถาธรรม 105.5	ไม่เคยฟังรายการวิทยุใน หมวดนี้
		n %	n %	n %
เพศ				
ชาย		180 21.5	302 36.0	357 42.6
หญิง		7.8 14.4	42 7.7	423 77.9
ภูมิลำเนา				
กรุงเทพฯ		59 13.2	168 37.7	219 49.1
ต่างจังหวัด		156 17.8	176 20.1	542 62.0
อายุ				
16-20 ปี		-	52 11.3	251 88.7
20 ปีขึ้นไป		258 27.3	217 32.0	470 49.7
การศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี		31 6.4	167 34.3	289 59.3
ปริญญาตรีขึ้นไป		227 25.4	177 19.8	491 54.3
รายได้				
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท		-	-	73 62.7
1 หมื่นบาทขึ้นไป		258 22.2	176 15.1	50 100.0

รายการเกี่ยวกับโลก นานาชาติ ธรรมะ ความเป็นพลเมือง อหิงสา การไม่นิยมความรุนแรง จะได้รับความนิยมทั้งวิทยุหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ การฟังรายการเหล่านี้ทางวิทยุ ผู้ฟังส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 42-100 ไม่ฟังรายการเหล่านี้ โดยเฉพาะผู้มีรายได้สูงกว่า 1 หมื่นบาท จะไม่ฟัง

รายการเหล่านี้ รองลงมาคือเพศหญิงมีสถิติไม่ฟังถึงร้อยละ 77.9 ในขณะที่ผู้ฟังรายการเหล่านี้จะเป็นเพศชายฟังมากกว่าเพศหญิงประมาณ 4-5 เท่า

ในรายการปฐมกถารธรรม 105.5 รายการนี้คนกรุงเทพฯจะฟังมากกว่าคนต่างจังหวัดเท่าตัว ผู้ที่มีอายุเกิน 20 ปี จะฟังมากกว่าผู้มีอายุ 16-20 ปีถึงเท่าตัว ผู้ที่จบมัธยมจะฟังมากกว่าผู้ที่ศึกษาระดับปริญญาตรีถึงเท่าตัว จักรแสโลก 105.5 มีผู้ฟังร้อยละ 24-27 เพศชายฟังมากกว่าเพศหญิง 2 เท่า คนต่างจังหวัดฟังมากกว่าคนกรุงเทพฯ ผู้มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ฟังมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

**ตารางที่ 4.48** รายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย ที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย ที่ฟังเป็นประจำคือ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อคุณภาพชีวิต 97.0	78	5.6
สปอร์ต เรดิโอ 99.0	491	35.5
คลินิกรัก คลินิกชีวิต 99.5 FM	-	-
คุยเฟื่องเรื่องกีฬา 90.5	110	8.0
ห่วงใยสุขภาพ 99.5	42	3.0
รายการวิทยุอื่น ๆ	-	-
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	661	47.8
รวม	1382	100.0

จากตาราง รายการวิทยุเกี่ยวกับ สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย จะมีผู้ไม่เปิดฟังเกือบ ครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการที่ได้รับความนิยมรับฟังมากที่สุด คือ รายการสปอร์ต เรดิโอ 99.0 ซึ่งได้รับความนิยมถึงร้อยละ 35.5

ที่เหลือเป็นรายการคุยเฟื่องเรื่องกีฬา 90.5 คุณภาพชีวิต 97.0 ห่วงใยสุขภาพ 99.5 ได้รับความนิยมเพียงร้อยละ 3-8

จะเห็นว่า รายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับสุขภาพ อนามัยโดยตรง ได้รับความนิยมน้อย

ตารางที่ 4.49 รายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย ที่ฟังเป็นประจำ

รายการ ลักษณะส่วนตัว	เพื่อคุณภาพชีวิต	สปอร์ต ราดิโอ	คุยเฟื่องเรื่อง กีฬา 90.5	ห่วงใยสุขภาพ	ไม่เคยฟังรายการ ในหมวดนี้
เพศ					
ชาย	59	369	59	-	352
	7.0	44.0	7.0	-	42.0
หญิง	19	122	51	42	309
	3.5	22.5	9.4	7.7	56.9
ภูมิลำเนา					
กรุงเทพฯ	-	185	110	-	151
	-	41.5	24.7	-	33.9
ต่างจังหวัด	59	263	-	42	510
	6.8	30.1	-	4.8	58.4
อายุ					
16-20 ปี	-	49	51	32	151
	-	17.3	18.0	11.3	53.4
20 ปีขึ้นไป	78	347	59	10	451
	8.3	36.7	6.2	1.1	47.7
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	253	51	32	151
	-	52.0	10.5	6.6	31.0
ปริญญาตรีขึ้นไป	78	238	59	10	510
	8.7	26.6	6.6	1.1	7.0
รายได้					
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	78	323	110	42	611
	6.7	27.7	9.5	3.6	52.5
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	-	50
	-	-	-	-	100.0

จากการศึกษาการฟังรายการวิทยุเกี่ยวกับสุขภาพอนามัย เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย พบว่า รายการที่ยกตัวอย่างมาจะมีผู้ฟัง รายการ Sport radio 99 FM มากที่สุด โดยมีผู้ฟัง ร้อยละ 22-52 รองลงมาคือ รายการรับ 99.5 FM และรายการเพื่อคุณภาพชีวิต 97.5 มีผู้ฟังใน

ระดับ ร้อยละ 3.0-11 เพศ ภูมิลำเนา อายุ และการศึกษา มีผลต่อการฟังไม่แตกต่างกัน แต่แนวโน้มส่วนใหญ่ รายการในหมวดนี้ ต่างจังหวัดจะมีมากกว่ากรุงเทพฯ ผู้มีอายุสูงกว่าจะฟังมากกว่าผู้มีอายุน้อย และผู้มีการศึกษาระดับมัธยมจะฟังมากกว่าผู้มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป

ข้อสังเกตในรายการวิทยุหมวดนี้ มีผู้ฟังคลื่นอื่นๆ จำนวนมาก ตั้งแต่ 31-58 คลื่นอื่น ๆ ที่ตอบมาคือ กรีนเวฟ 105.5 คลื่นสายคล้ายทุกซ์ 91.5 พลังชีวิต 100.5 อสมท. สวีท 89.5 วิทยุจุฬาฯ

ตารางที่ 4.50 กลุ่มบุคคลกับการฟังรายการวิทยุที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา เกี่ยวกับ การรักษา สภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ที่ฟังเป็นประจำ

ลักษณะส่วนตัว	รายการ	ชีวิตกับสิ่งแวดล้อม	ชีวนานาสัตว์ 92	รายการวิทยุอื่น ๆ	ไม่เคยฟังรายการ
	100.5 FM				วิทยุในหมวดนี้
	ก	ก	ก	ก	
	%	%	%	%	
เพศ					
ชาย	263	150	58	368	
	31.3	17.9	6.9	43.9	
หญิง	112	-	-	412	
	21.4	-	-	78.6	
ภูมิลำเนา					
กรุงเทพฯ	55	131	58	202	
	12.3	29.4	13.0	45.3	
ต่างจังหวัด	277	19	-	578	
	31.7	2.2	-	66.1	
อายุ					
16-20 ปี	49	-	-	234	
	17.3	-	-	82.7	
20 ปีขึ้นไป	289	150	-	487	
	31.2	16.2	-	52.6	
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	85	72	58	272	
	17.5	14.8	55.9	-	
ปริญญาตรีขึ้นไป	290	78	-	508	
	33.1	8.9	-	58.0	
รายได้					
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	337	78	-	730	
	29.4	6.8	-	63.8	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	50	
	-	-	-	100.0	

รายการเกี่ยวกับชีวิต กับธรรมชาติ ซึ่งมีงานวิจัยและการให้สัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญว่า มีผู้ฟังรายการในหมวดนี้้น้อยมาก โดยมีผู้ไม่ฟังร้อยละ 52-100 ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 1 หมื่น จะไม่ฟังรายการในหมวดนี้ ผู้ที่มีอายุ เกิน 201 และผู้หญิง ก็จะไม่ฟังรายการในหมวดนี้ร้อยละ 12-33 โดยกลุ่มที่ฟังมากที่สุดที่จบปริญญาตรี และมีอายุเกิน 20 ปีจะฟังมากกว่าผู้ที่จบมัธยมห้าตัว ต่างจังหวัดจะฟังมากกว่ากรุงเทพฯเท่าตัว ผู้ชายฟังมากกว่าผู้หญิง ตรงกันข้ามกับรายการนานาชาติ กรุงเทพฯจะฟังมากกว่าต่างจังหวัด ถึง 10 เท่า ผู้มีการศึกษาระดับมัธยม จะฟังมากกว่าผู้ที่จบปริญญาตรี 1 เท่า ส่วนวิทยุรายการอื่น ๆ ที่อยู่ในหมวดนี้ ที่มีผู้ฟังมากพอสมควร คือ กรีนเวฟ 105.5

ตารางที่ 4.51 การเปิดรับฟังรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา เกี่ยวกับ การรักษาสุขภาพ  
แวลด์ล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ จากสื่อวิทยุ 44.1

รายการวิทยุที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ การรักษาสุขภาพแวลด์ล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ที่ท่านฟังเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ชีวิตกับสิ่งแวดล้อม 100.5 FM	375	27.5
ชีวนานาชาติ 92	150	11.0
รายการวิทยุอื่นๆ	58	4.3
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	780	57.2
รวม	1363	100.0

จากตาราง รายการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ สภาพแวดล้อม นอกจากได้รับความนิยมนเป็นอันดับต่ำแล้ว ยังมีผู้ไม่เปิดรับฟังมากถึงร้อยละ 57.2

ส่วนที่รับฟังปานกลาง ร้อยละ 27.5 เป็นรายการชีวิตกับสิ่งแวดล้อม 100.5 FM

ตารางที่ 4.52 รายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ จากสื่อวิทยุ ที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
วิทยาศาสตร์ใกล้ตัว 891AM	-	-
ชีวิตกับวิทยาศาสตร์	375	27.1
โลกสื่อสาร 105	-	-
อินเทอร์เน็ต ไอที ทอล์ค 97.0	176	12.7
คุยเรื่องรถ เครื่องเสียง 99.5	-	-
มอเตอร์เซอร์วิส 90.5	-	-
รายการวิทยุอื่น ๆ	-	-
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	831	60.1
รวม	1832	100.0

จากตาราง รายการเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ มีผู้ไม่เปิดรับฟังมากถึงร้อยละ 60.1

รายการที่มีผู้ที่เปิดรับฟังมาก คือ รายการชีวิตกับวิทยาศาสตร์ และอินเทอร์เน็ต ไอ ที ทอล์ค 97.0



ตารางที่ 4.53 กลุ่มบุคคลกับรายการวิทยุ ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ ที่ฟังเป็นประจำ

ลักษณะส่วนตัว	รายการ	ชีวิตกับวิทยาศาสตร์	อินเทอร์เน็ต ไอที ทอล์ค 97.0	ไม่เคยฟังรายการวิทยุใน หมวดนี้
	n	n	n	n
	%	%	%	%
เพศ				
ชาย	285	176	378	
	34.0	21.0	45.1	
หญิง	90	-	453	
	16.6	-	83.4	
ภูมิลำเนา				
กรุงเทพฯ	206	38	202	
	46.2	8.5	45.3	
ต่างจังหวัด	169	95	610	
	19.3	10.9	69.8	
อายุ				
16-20 ปี	49	-	234	
	17.3	-	82.7	
20 ปีขึ้นไป	231	176	538	
	24.4	18.6	56.9	
การศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	215	-	272	
	44.1	-	55.9	
ปริญญาตรีขึ้นไป	160	176	559	
	17.9	19.7	62.5	
รายได้				
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	245	138	781	
	21.0	11.9	67.1	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	50	
	-	-	100.0	

จากการฟังวิทยุวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ วังมีผู้ฟังมากกว่าด้านอื่น ๆ จะพบว่า คลื่นที่ได้รับจากตัวอย่างและได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน 2 คลื่น ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ รายการชีวิตกับวิทยาศาสตร์ และรายการอินเทอร์เน็ต ไอที ทอล์ค 97.0 โดยมีผู้นิยมตั้งแต่ร้อยละ 109.46 ในรายการหมวดนี้ผู้ชายจะฟังมากกว่าผู้หญิงถึงเท่าตัว คนกรุงเทพฯจะฟังมากกว่าต่าง

จังหวัดเล็กน้อย ส่วนอายุการศึกษาและรายได้ไม่มีผลในการแตกต่างของการตอบแบบสอบถามนี้ น่าสังเกตว่ามีผู้ไม่ฟังรายการในหมวดนี้ค่อนข้างสูงในระดับ ร้อยละ 45.1-100

ตารางที่ 4.54 รายการวิทยุ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ การประกอบอาชีพ เช่น การช่าง การปรุงอาหาร ทำธุรกิจ การค้าที่ท่านฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ การประกอบอาชีพ เช่น การช่าง การปรุงอาหารทำธุรกิจ การค้า	จำนวน	ร้อยละ
เส้นทางทำกิน	149	10.8
คุยกันฉันเกษตร 92.5	39	2.8
ความรู้กฎหมาย 90.5	148	10.7
มอเตอร์ เซอร์วิส 90.5	176	12.7
รายการวิทยุอื่น ๆ	67	4.8
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	803	58.1
รวม	1382	100.0

จากตาราง รายการวิทยุเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่งไม่สนใจฟังรายการวิทยุในหมวดนี้ ส่วนที่สนใจ จะสนใจในระดับใกล้เคียงกัน ประมาณ ร้อยละ 3-12 คือ รายการมอเตอร์เซอร์วิส 90.5 เส้นทางทำกิน และความรู้กฎหมาย ตามลำดับ ความรู้การเกษตรได้รับความสนใจน้อยที่สุด อาจจะเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นเกษตรกร

ตารางที่ 4.55 กลุ่มบุคคลกับรายการวิทยุที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ เช่น เกษตร การช่าง การปรุงอาหาร การทำธุรกิจ การค้า ที่ฟังเป็นประจำ

ลักษณะส่วนตัว	รายการ	เส้นทางทำ	คุยกันเงิน	ความรู้กฎหมาย	มอเตอร์เซอร์	รายการวิทยุ	ไม่เคยฟังรายการ
		กิน	เกษตร 92.5	90.5	วิส 90.5	อื่น ๆ	ในหมวดนี้
เพศ							
ชาย	149	8	148	176	8	650	
	17.8	1.0	17.6	21.0	1.0	41.7	
หญิง	-	31	-	59	453	-	
	-	5.7	-	10.9	83.4	-	
ภูมิลำเนา							
กรุงเทพฯ	-	-	110	117	-	219	
	-	-	24.7	26.2	-	49.1	
ต่างจังหวัด	106	39	38	59	67	565	
	12.1	4.5	4.3	6.8	7.7	64.5	
อายุ							
16-20 ปี	-	-	-	-	-	283	
	-	-	-	-	-	100.0	
20 ปีขึ้นไป	149	39	148	118	8	483	
	15.8	4.1	15.7	12.5	0.8	51.1	
การศึกษา							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	31	72	58	-	326	
	-	6.4	14.8	11.9	-	66.9	
ปริญญาตรีขึ้นไป	149	8	76	118	67	477	
	16.6	0.9	8.5	13.2	7.5	53.3	
รายได้							
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	149	39	38	118	67	753	
	12.8	3.4	3.3	10.1	5.8	64.7	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	-	-	50	
	-	-	-	-	-	100.0	

จากการศึกษารายการวิทยุเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ รายการหมวดนี้ได้รับความนิยม รายการเกี่ยวกับการทำกิน เกือบทุกรายการ ไม่มีความแตกต่างในความนิยม คือ รายการเกือบทั้งหมดได้รับความนิยมน้อย อยู่ในระดับร้อยละ 0.8-26.7 และรายการเหล่านี้ เพศชายฟังมากกว่าเพศหญิง คนกรุงเทพฯฟังมากกว่าคนต่างจังหวัด ผู้ที่มีการศึกษาดำรงระดับปริญญาตรีจะฟังใกล้เคียงกับผู้ที่มีการศึกษาใกล้เคียงกับผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี น่าสังเกตว่า มีผู้ไม่ฟังจำนวนมากตั้งแต่ร้อยละ 41-100

ตารางที่ 4.56 รายการซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะภาษาเช่น ภาษาไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน หรือภาษาอื่นๆ จากสื่อวิทยุ ที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ ทักษะภาษาเช่น ภาษาไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน หรือภาษาอื่นๆ ที่	จำนวน	ร้อยละ
สอนภาษาฝรั่งเศส 1467 AM	31	2.2
BBC 92 FM	59	4.3
ข่าว 10 ภาษา สวท	115	8.3
รายการวิทยุอื่น ๆ	16	1.2
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	1161	84.0
รวม	1382	100.0

จากตาราง รายการเกี่ยวกับวิทยุ ทักษะภาษา เป็นกลุ่มรายการที่มีผู้ที่เปิดรับฟังน้อย คือ มีจำนวนผู้ไม่เปิดฟังมากที่สุดถึงร้อยละ 84.0 มีผู้ฟังสูงสุดเพียงร้อยละ 8.3 คือรายการ ข่าว หลายภาษาของ สวท. รายการสอนภาษาฝรั่งเศส และ BBC 92 FM ได้รับความสนใจน้อยมาก

ตารางที่ 4.57 กลุ่มบุคคลกับรายการวิทยุที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะภาษา เช่น ภาษาไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน หรือภาษาอื่น ๆ ที่ฟังเป็นประจำ

ลักษณะส่วนตัว	รายการ สอนภาษาฝรั่ง เศส 1467 AM	BBC 92 FM	ข่าว 10 ภาษา สวท	รายการวิทยุ อื่น ๆ	อื่น ๆ
	ก %	ก %	ก %	ก %	ก %
เพศ					
ชาย	-	59	115	16	649
	-	7.0	13.7	1.9	77.4
หญิง	31	-	-	-	512
	5.7	-	-	-	94.3
ภูมิลำเนา					
กรุงเทพฯ	-	-	72	-	374
	-	-	16.1	-	83.9
ต่างจังหวัด	31	59	-	16	768
	3.5	6.8	-	1.8	87.9
อายุ					
16-20 ปี	-	-	-	-	283
	-	-	-	-	100.0
20 ปีขึ้นไป	31	59	115	16	724
	3.3	6.2	12.2	1.7	76.6
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31	-	72	-	384
	6.4	-	14.8	-	78.9
ปริญญาตรีขึ้นไป	-	59	43	16	777
	-	6.6	4.8	1.8	86.8
รายได้					
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	31	59	43	16	1015
	2.7	5.1	3.7	1.4	87.2
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	-	50
	-	-	-	-	100.0

จากตารางรายการเกี่ยวกับภาษาต่างประเทศและภาษาไทย ผู้ฟังทั้งหมดไม่ฟังรายการเหล่านี้โดยที่มีผู้ไม่ฟังถึงร้อยละ 77-100 ผู้ที่ไม่ฟังมากที่สุดคือ ผู้มีรายได้เกิน 1 หมื่น และผู้มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัดและเป็นเพศหญิง

สำหรับผู้ที่เปิดฟังรายการเหล่านี้ส่วนใหญ่อยู่ในระดับร้อยละ 3-10 รายการที่มีผู้ฟังมากกว่ารายการอื่นๆ คือรายการข่าว 10 ภาษาของ สวท ซึ่งออกอากาศเป็นภาษาเพื่อนบ้าน รวมทั้งภาษาอังกฤษ กลุ่มที่สนใจรายการเหล่านี้เป็นเพศชายมีอายุเกิน 21 ปี และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา แตกต่างจากสำหรับวิทยุ BBC ซึ่งมีผู้ฟังใกล้เคียงกันเกือบทุกกลุ่ม ในระดับร้อยละ 5-7 ซึ่งมีผู้ฟังภาษาฝรั่งเศส ประมาณร้อยละ 2.7-5.7 มีผู้ฟังน้อยมาก

ตารางที่ 4.58 รายการวิทยุ ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ ความรู้เสริมการศึกษานอกโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ที่ฟังเป็นประจำ

รายการวิทยุซึ่งให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ ความรู้เสริมการศึกษานอกโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	จำนวน	ร้อยละ
วิทยุโรงเรียน 92 ส	17	1.2
วิทยุนอกโรงเรียน 92.5	131	9.5
รายการเพื่อการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ	153	11.15.8
รายการเพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยรามคำแหง 837AM	80	3.7
สวส. เพื่อการศึกษา	51	2.3
รายการเพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช 1467	32	1.4
สวส.		
ก้าวไกลกับราชภัฏ	20	-
รายการวิทยุอื่นๆ	-	65.0
ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้	898	
รวม	1382	100.0

จาดารายการวิทยุเกี่ยวกับความรู้เสริมการศึกษาในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย แม้ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นนักศึกษา แต่ฟังรายการเพื่อเสริมการศึกษาน้อย จำนวนผู้ไม่ฟังมีมากถึงร้อยละ 65.0

ส่วนที่ฟังแต่เป็นจำนวนน้อย คือ รายการ รายการวิทยุของกระทรวงศึกษาธิการ และวิทยุนอก โรงเรียน

ที่รับฟังน้อยที่สุดคือ รายการของสถาบันราชภัฏ รายการของ มสธ. และมหาวิทยาลัย รามคำแหง ตลอดจนวิทยุโรงเรียน

สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทุกด้านที่มองว่า รายการวิทยุเพื่อการศึกษาโดยตรงของสถาบันการศึกษาโดยเฉพาะที่ผลิตในระบบราชการ จะไม่ได้รับความนิยม แม้จากตัวนักศึกษาเอง เนื่องจากปัญหาวิธีการผลิตที่ไม่มีชีวิตชีวา

**ตารางที่ 4.59** กลุ่มบุคคลกับรายการวิทยุซึ่งให้สารสนเทศเพื่อการศึกษา เกี่ยวกับ ความรู้เสริม การศึกษานอกโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ที่ฟังเป็นประจำ

ลักษณะส่วนตัว	รายการวิทยุ	วิทยุออกโรงเรียน	วิทยุออกโรงเรียน 92.5	รายการเพื่อการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ	รายการเพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยรวม 837 AM	สวส เพื่อการศึกษา	รายการเพื่อการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช 1467 สวส	ก้าวไกลกับราชภัฏ	ไม่เคยฟังรายการวิทยุในหมวดนี้
	n	n	n	n	n	n	n	n	n
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
ชาย	-	131	143	80	-	-	20	465	
	-	15.6	17.0	9.5	-	-	2.4	55.4	
หญิง	17	-	10	-	51	32	-	433	
	3.1	-	1.8	-	9.4	5.9	-	79.7	
ภูมิลำเนา									
กรุงเทพฯ	17	72	97	-	-	-	-	260	
	3.8	16.1	21.7	-	-	-	-	58.3	
ต่างจังหวัด	-	59	56	37	51	32	20	619	
	-	6.8	6.4	4.2	5.8	3.7	2.3	70.8	
อายุ									
16-20 ปี	17	-	-	-	-	32	-	234	
	60	-	-	-	-	11.3	-	82.7	
20 ปีขึ้นไป	-	131	153	80	51	-	20	510	
	-	13.9	16.2	8.5	5.4	-	2.1	54.0	
การศึกษา									
ต่ำกว่าปริญญาตรี	17	72	-	-	31	32	-	335	
	3.5	14.8	-	-	6.4	6.6	-	68.8	
ปริญญาตรีขึ้นไป	-	59	153	80	20	-	20	563	
	-	6.6	17.1	8.9	2.2	-	2.2	62.9	
รายได้									
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	17	59	115	80	31	32	20	810	
	1.5	5.1	9.9	6.9	2.7	2.7	1.7	69.6	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	-	20	-	-	30	
	-	-	-	-	40.0	-	-	60.0	

จากตาราง รายการวิทยุเพื่อการศึกษาโดยตรงและวิทยุของมหาวิทยาลัย จะได้รับความสนใจค่อนข้างน้อย เพราะมีผู้ไม่รับฟังตั้งแต่ร้อยละ 55-79 รายการวิทยุในหมวดนี้เกือบทุกแห่งจะมีผู้สนใจฟังใกล้เคียงกัน ในระดับร้อยละ 1.5-21.7 รายการที่ได้รับความสนใจจากผู้มีรายได้ 1 หมื่นบาทขึ้นไป คือ รายการ สวส วิทยุเพื่อศึกษาร้อยละ 40 สำหรับรายการวิทยุเพื่อการศึกษาโดยตรงของมหาวิทยาลัยรามคำแหงจะได้รับความนิยมนใกล้เคียงกับวิทยุของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชทั้งที่ได้รับความนิยมน้อยมีผู้เปิดรับตั้งแต่ร้อยละ 2.7-11.3 รับความสนใจน้อย

ตารางที่ 4.60 จำนวนชั่วโมงที่ฟังวิทยุโดยเฉลี่ยต่อวัน

ลักษณะส่วนตัว	จำนวนชั่วโมง	ไม่ฟังเลย	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง
	n	n	n	n	n
	%	%	%	%	%
เพศ					
ชาย	61	194	385	252	
	6.8	21.7	43.2	28.3	
หญิง	19	69	368	113	
	3.2	11.7	62.5	22.6	
ภูมิลำเนา					
กรุงเทพฯ		117	225	114	
		25.7	49.3	25.0	
ต่างจังหวัด	80	139	485	252	
	8.4	14.5	50.7	26.4	
อายุ					
16-20 ปี	22	39	147	104	
	7.1	12.5	47.1	33.3	
20 ปีขึ้นไป	27	156	510	271	
	2.8	16.2	52.9	28.1	
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	-	58	287	142	
		11.9	58.9	29.2	
ปริญญาตรีขึ้นไป	80	205	466	243	
	8.0	20.6	46.9	24.4	
รายได้					
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	80	150	64	385	
	6.4	11.9	51.0	30.7	
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	17	40	-	
		29.8	70.2	-	



จากจำนวนที่ฟังวิทยุของกลุ่มต่างๆ ส่วนใหญ่จะฟังวิทยุ 1-2 % ต่อวัน ในระดับร้อยละ 43.2 และ 70.2 ผู้มีรายได้สูงและสตรี จะฟังวิทยุ 1-2 ชั่วโมง มากที่สุด คือ ร้อยละ 72.2 และ 62.5 ของผู้ฟังวิทยุน้อยกว่า 1 ชั่วโมง และมากกว่า 3-4 ชั่วโมง มีจำนวนใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 11.7 – 30.7 ส่วนผู้ไม่ฟังวิทยุเลยมีไม่เกินร้อยละ 8.4 ไม่มีผู้ที่ฟังเกินวันละ 3 ชั่วโมงขึ้นไป ภูมิฐานะ อายุ การศึกษา มีการฟังวิทยุไม่แตกต่างกัน

จากการสัมภาษณ์นักวิทยุพบว่า รายการวิทยุเพื่อการศึกษาโดยตรง จะนำเสนอคล้ายๆ กับการสอนในห้องเรียนโดยเฉพาะในช่วงเปิดเทอม ไม่ได้ประยุกต์ให้ใกล้เคียงชีวิตจริง แต่ในช่วงปิดเทอมจะทำได้ดีกว่า โดยยกตัวอย่างว่า

“รายการเพื่อการศึกษาตอนนี้ ถ้าเป็นช่วงเปิดเทอม รายการก็เป็นรายการที่สอนใกล้หลักสูตรคล้ายกับการเอาเทปเก่ามาหมุนเวียนกันเปิดให้ฟัง แต่ถ้าเป็นช่วงปิดเทอมคิดว่ารายการเขาจัดได้ดีทีเดียว มีการปรับเปลี่ยนแล้วจัดได้ดีทันเหตุการณ์ไม่ว่ารายการอะไร เป็นช่วงวิเคราะห์ข่าวอย่างเช่นตอนนั้นที่เครื่องบินชนตึกเวิลด์เทรด เมื่อวันที่ 11 กันยายน วันรุ่งขึ้นก็เชิญนักวิชาการมาพูดคุยถึงเรื่องนี้” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ มกราคม 2546)

นักวิทยุให้ข้อมูลว่า ปัจจุบันมีโทรทัศน์ทางไกลผ่านดาวเทียมจากโรงเรียนไกลกังวล สามารถเปิดดูได้มากกว่าหรือไม่ดูทางอินเทอร์เน็ต เพราะเทคโนโลยีมีมากขึ้น มีทางที่จะรับได้มากกว่าในอดีตวิทยุก็ตกกระดานไป

#### 4. ปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับฟังรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

##### ปัญหานำในการวิจัย

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา ซึ่งอยู่ในแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ หมวด 4 วิทยุกระจายเสียง ข้อ 15 ความว่า

ปัจจัยดังต่อไปนี้ เป็นปัญหาและเป็นอุปสรรคหรือเป็นประโยชน์ต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางวิทยุมากน้อยเพียงใด

- เวลาที่ให้กับรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา
- คุณภาพ ประสิทธิภาพของการผลิตและเผยแพร่รายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา
- วัฒนธรรมการเลือกรับ/สารสนเทศเพื่อการศึกษาของคนไทย
- การแข่งขันกับรายการบันเทิง
- การให้การสนับสนุนรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของผู้ให้โฆษณา

- เนื้อหาสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่ตรงกับความต้องการของผู้ฟัง
- การจัดสรรคลื่นวิทยุใหม่ ตามกฎหมายรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 40 ช่วยเพิ่มสารสนเทศเพื่อการศึกษา

- การเปิดรับฟังวิทยุชุมชน 140 สถานี วิทยุ อบต. 400 สถานี

ในการสอบถามสัมภาษณ์มักจะถามต่อเนื่องในประเด็นต่างๆ เมื่อจบประเด็นจะถามถึงปัญหาอุปสรรค เพราะคำถามเหล่านี้จะครอบคลุมปัญหาและอุปสรรคแทบทุกประเด็นอยู่แล้ว ซึ่งต้องการทราบปัญหาและอุปสรรคที่แท้จริงในด้านผู้ส่งสื่อ ซึ่งผู้ที่อยู่ในวงการวิทยุกระจายเสียงจะตอบได้ดีในทางด้านของผู้รับสื่อ นักนิเทศศาสตร์และนักการศึกษาจะตอบได้มาก ส่วนสื่อมวลชนสาขาหนังสือพิมพ์จะตอบคำถามเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงไม่มากนัก อาจจะเป็นเพราะเปิดฟังน้อย

อย่างไรก็ตามในด้านของผู้รับสื่อได้มีการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม 1,500 ชุด อยู่แล้ว ปัญหาและอุปสรรคของผู้ส่งสื่อและผู้รับสื่อมักจะสอดคล้องสะท้อนปัญหาซึ่งกันและกัน เช่น ปัญหาวิทยุกระจายเสียงของภาครัฐ ซึ่งขาดงบประมาณในการจัดรายการให้ดีเท่าภาคเอกชน จะสอดคล้องคำตอบด้านผู้รับสื่อซึ่งจะรับฟังรายการวิทยุ เช่น กรีนเวฟ ซึ่งเอกชนเช่าเวลาไป ดำเนินรายการมากกว่ารายการซึ่งจัดโดยภาครัฐบาลซึ่งสถาบันการศึกษาเพื่อสอนโดยตรง

#### ตารางที่ 4.61 ปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับฟังรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ปัญหาและอุปสรรคในการฟังรายการวิทยุที่เป็นความรู้และมีประโยชน์สำหรับท่าน	จำนวน	รายการ
คลื่นส่งไม่ชัดเจน	785	60.2
มีรายการให้เลือกน้อย	175	13.4
รายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการ	150	11.5
รายการที่มีให้ความรู้พื้ันๆ นำไปใช้จริงไม่ได้	69	5.3
รายการยากเกินไป ดูไม่เข้าใจ	-	-
เทคนิคการผลิตไม่ดี	-	-
ทำรายการเครียดเกินไป	-	-
ไม่ได้เป็นผู้เลือกช่องฟังรายการวิทยุ	67	5.1
อื่น ๆ	58	4.4
รวม	1304	100.0

จากตาราง ปัญหาของผู้ฟังรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางวิทยุ ที่มีมากเป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 60.2 คือ ปัญหาคลื่นส่งไม่ชัดเจน สอดคล้องกับการวิจัยของกรมประชาสัมพันธ์ และการสัมภาษณ์ของนักวิทยุ โทรทัศน์

อย่างไรก็ตาม ปัญหานี้จะได้รับการแก้ไข อย่างได้ผลเมื่อวิทยุทั้งหมดได้เปลี่ยนเป็นระบบดิจิตอลและการจัดวิทยุชุมชน ซึ่งกระจายเสียงในบริเวณที่ไม่ไกลนัก สำหรับปัญหาอื่น ซึ่งไม่ใช่ปัญหาใหญ่นัก คือ ปัญหา รายการมีให้เลือกน้อย รายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการ ซึ่งไม่ได้เป็นปัญหาใหญ่ของวิทยุ แต่เป็นปัญหาใหญ่ของโทรทัศน์

จากการวิจัยพบปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านสื่อวิทยุ กระจายเสียงจำแนกออกเป็นหลายประการ

ปัญหาด้านโครงสร้างหน้าที่ของสถานีโทรทัศน์

ปัญหาด้านเทคนิคการผลิตรายการ

ปัญหาด้านเทคโนโลยี

ปัญหาด้านวัฒนธรรมการรับสื่อวิทยุของคนไทย

4.1 การส่งออกสารสนเทศเพื่อการศึกษาไปสู่ต่างประเทศผ่านสื่อวิทยุไทย

ปัญหาที่ผู้ทรงคุณวุฒิสาขาต่างๆ ให้ข้อมูลไว้มากถึงความสามารถในการส่งสารสนเทศไปสู่ต่างประเทศของสถานีวิทยุกระจายเสียงไทย ซึ่งผู้รับผิดชอบหลักในปัจจุบันคือกรมประชาสัมพันธ์ สำนักข่าวไทย และสถานีวิทยุชายแดนประเทศต่างๆ

จากการศึกษาพบว่า เทคโนโลยีวิทยุสมัยใหม่ทำให้คลื่นสั้นที่ส่งต่างประเทศได้ไกล ๆ ได้รับความนิยมน้อยลง ปัจจุบันมีการแปลงสัญญาณและมีสถานีถ่ายทอดโดยคลื่นปกติสามารถทำได้ทั่วโลก

“ตั้งแต่วันนี้คุณใช้เครือข่ายเน็ตจะแยกวิทยุจากอะไรก็ได้ตามสบาย วีโอเอ บีบีซี เราก็ฟัง ซึ่งเป็นการถ่ายทอดอีกระบบหนึ่ง เวลาไม่ใช้รับส่งแค่คลื่นสั้น มันเป็นการแปลงสัญญาณมาใช้สัญญาณใหม่ สมัยก่อนเป็นคลื่นสั้น แต่ปัจจุบันเรากำลังจะเปลี่ยนก็จะเปลี่ยนกระบวนการรับส่ง จะไม่มีปัญหาอธิปไตย เขาขอแลกกันได้ อย่างบีบีซีมาเจรจากับกรมประชาสัมพันธ์มาแลกกัน หรือก็เอาความรู้มาพัฒนาบุคลากร มุ่งทางวัฒนธรรม” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 9 มกราคม 2546)

ในอีกด้านหนึ่งนักหนังสือพิมพ์เห็นว่า หากมีการกระจายเสียงไปในประเทศเพื่อนบ้านจะไม่มีคนฟัง เพราะไม่ตรงกับความต้องการของเขา

“แต่ถ้าจะให้ทำอย่าง VOA คือ ทำกระจายเสียงไปรอบบ้าน ภาษาเขมร ลาว พม่า จีน คนเขมรก็ไม่ฟัง ถึงจะให้คนเขมรเป็นคนพูดก็ตาม เพราะมันไม่ได้ตอบสนองความต้องการของเขมร แต่ถ้ามันเกี่ยวกับผลประโยชน์เขาก็ต้องรีบตัดสินใจ คนไทยที่ฟัง VOA ก็เพื่อประโยชน์ของเขา คนไทยก็ตัดสินใจเอง เช่น VOA ไม่สามารถที่จะบอกว่า การนับถือผู้ใหญ่ของคนไทยเป็นวัฒนธรรมที่เลว VOA พูดไม่ได้เพราะมีผลกระทบกับผลประโยชน์ของไทย คนไทยก็ต้องคิด” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 3 กุมภาพันธ์ 2546)

สอดคล้องกับงานวิจัยเชิงสำรวจที่พบว่าคนไทยฟังวิทยุ BBC และ VOA น้อย เมื่อเทียบกับวิทยุท้องถิ่น แม้จะกระจายเสียงเป็นภาษาไทยก็ตาม

#### 4.2 ปัญหาด้านการผลิตรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาซึ่งมีผลต่อการเปิดรับฟัง

นักการศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าวิทยุเพื่อการศึกษาสามารถให้ความรู้ได้ แต่วิธีการถ่ายทอดของสื่อวิทยุไทยยังไม่ดีนัก อาจจะเป็นเพราะขาดหลักการในการทำสื่อให้มีประสิทธิภาพ หรือทำตามความเคยชินในหน้าที่ราชการ ซึ่งยังมีปัญหาทางการผลิตและเผยแพร่ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ที่ว่า

“ปัญหา อุปสรรค คือ กลุ่มคนที่มาจัดรายการเขาเคยพัฒนาตัวเองมาก-น้อยแค่ไหน หลักการเรื่องวิทยุศึกษา สื่อวิทยุมีหรือไม่มี มันไปเน้นเชิงวิชาการแต่ไม่เน้นในหลักการที่จะทำสื่อให้มันดี” (สัมภาษณ์ นักการศึกษา 27 มกราคม 2546)

นั่นคือผู้ที่มีความรู้มากๆ ในสาขาต่างๆ บางท่านไม่สามารถถ่ายทอดความรู้ผ่านสื่อมวลชนได้ดีพอ เนื่องจากขาดหลักการถ่ายทอดในเชิงนิเทศศาสตร์ สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงสำรวจที่ว่า ผู้สนใจการศึกษาจะเปิดรับฟังสารสนเทศเพื่อศึกษาน้อยมาก โดยเฉพาะสารสนเทศเพื่อการศึกษาซึ่งมาจากสถาบันการศึกษาโดยตรง เช่นมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช มหาวิทยาลัยรามคำแหง หรือการศึกษานอกโรงเรียน แม้มหาวิทยาลัยเหล่านี้จะมีนักศึกษาจำนวนมาก มีแหล่งผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ที่ทันสมัย มีบุคลากรหรือผู้บรรยายอาวุโสที่มีความรู้สูง หรือเปิดสอนคณะนิเทศศาสตร์โดยตรงก็ตาม สอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของผู้ประสานงานรายการว่าไม่สามารถให้คำแนะนำผู้บรรยายได้ เพราะไม่กล้าเนื่องจากเป็นผู้อาวุโสมีความรู้สูง

ผู้บริหารสถานีวิทยุเห็นว่า

“วิทยุเพื่อการศึกษาไม่ค่อยให้ความรู้ทางการศึกษามากเท่าใด เป็นรายการแบบแห้งๆ ทุนก็ค่อนข้างน้อย สังคมไทยคือการแข่งขันกันคือจับมือนั้นยาก ประเด็นปัญหาคือหน่วยงานเป็นคนส่งคลื่น และการจัดสรรเวลากับสิ่งที่นำมาเสนออย่างแคบและการจัดสรรเวลาออกอากาศก็น้อย และกำลังประเมินกันว่าถ้าจัดรายการแบบนี้คนฟังจะเบื่อ และในบางพื้นที่เช่นในต่างจังหวัด การรับ

สัญญาณคลื่นก็ไม่ชัดและไม่ค่อยเอาใจใส่คือ ลักษณะบางเรื่องก็ดีบางเรื่องก็เอาแต่พูด พูดอย่างเดียวคนฟังเลยเบื่อเหมือนอย่างรายการวิทยุโรงเรียนได้ระบุไว้ชัดเจนอยู่แล้ว ว่าพูดลักษณะอย่างไรนักเรียนถึงไม่เบื่อและเข้าใจ” (สัมภาษณ์ ผู้บริหารสถานีวิทยุ 20 มกราคม 2546)

อย่างไรก็ตามผลจากการสำรวจผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่ไม่ได้ฟังรายการวิทยุเพื่อการศึกษา โดยมีปัญหาว่ามีรายการให้เลือกน้อยและรายการที่นำเสนอไม่ค่อยตรงกับความต้องการส่วนด้านเทคนิคการผลิต เนื้อหา และวิธีการนำเสนอ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้มองว่าเป็นปัญหาสำคัญ

ตารางที่ 4.62 ปัญหาและอุปสรรคในการฟังรายการวิทยุ ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของผู้เปิดรับฟัง

ปัญหาและอุปสรรคในการฟังรายการวิทยุที่เป็นความรู้และมีประโยชน์สำหรับท่าน	จำนวน	รายการ
คลื่นส่งไม่ชัดเจน	785	60.2
มีรายการให้เลือกน้อย	175	13.4
รายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการ	150	11.5
รายการที่มีให้ความรู้พื้นๆ นำไปใช้จริงไม่ได้	69	5.3
รายการยากเกินไปดูไม่เข้าใจ	-	-
เทคนิคการผลิตไม่ดี	-	-
ทำรายการเครียดเกินไป	-	-
ไม่ได้เป็นผู้เลือกช่องฟังรายการวิทยุ	67	5.1
อื่นๆ	58	4.4
รวม	1304	100.0

จากตาราง ปัญหาของผู้ฟังรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางวิทยุ ที่มีมากเป็นอันดับ 1 ถึงร้อยละ 60.2 คือ ปัญหาคลื่นส่งไม่ชัดเจน สอดคล้องกับการวิจัยของกรมประชาสัมพันธ์ และการสัมภาษณ์ของนักวิทยุ โทรทัศน์

อย่างไรก็ตาม ปัญหานี้จะได้รับการแก้ไข อย่างไรก็ดีผลเมื่อวิทยุทั้งหมดได้เปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัลและการจัดวิทยุชุมชน ซึ่งกระจายเสียงในบริเวณที่ไม่ไกลนัก สำหรับปัญหาอื่น ซึ่งไม่ใช่

ปัญหาใหญ่นัก คือ ปัญหา รายการมีให้เลือกน้อย รายการที่มีไม่ตรงกับความต้องการ ซึ่งไม่ได้เป็นปัญหาใหญ่ของวิทยุ แต่เป็นปัญหาใหญ่ของโทรทัศน์

ตารางที่ 4.63 ปัญหาและอุปสรรคในการฟังรายการวิทยุ ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ปัญหา ลักษณะ ส่วนตัว	คลื่นส่งไม่ชัด เจน	มีรายการให้ เลือกน้อย	รายการไม่ตรง กับความ ต้องการ	รายการที่มีความรู้ พินๆ นำไปใช้จริงไม่ ได้	ไม่ได้เป็นผู้เลือก ช่องฟังรายการ วิทยุ	อื่นๆ
เพศ						
ชาย	478	80	19	59	67	58
	62.8	10.5	2.5	7.8	8.8	7.6
หญิง	307	95	131	10	-	-
	56.5	17.5	24.1	1.8	-	-
ภูมิลำเนา						
กรุงเทพฯ	170	115	44	-	59	58
	38.1	25.8	9.9	-	13.2	13.0
ต่างจังหวัด	553	60	106	69	8	-
	69.5	7.5	13.3	8.7	1.0	-
อายุ						
16-20 ปี	196	43	44	-	-	-
	69.3	15.2	15.5	-	-	-
20 ปีขึ้นไป	493	132	106	69	67	-
	56.9	15.2	12.2	8.0	8.2	-
การศึกษา						
ต่ำกว่าปริญญาตรี	270	115	44	-	-	58
	55.4	23.6	9.0	-	-	11.9
ปริญญาตรีขึ้นไป	515	60	106	69	67	-
	63.0	7.3	13.0	8.4	8.2	-
รายได้						
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	747	83	130	59	67	-
	68.8	7.6	12.0	5.4	6.2	-
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	20	20	10	-	-
	-	40.0	40.0	20.0	-	-

ปัญหาและอุปสรรคในการรับฟัง ต่อสถานีวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของกลุ่มต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า ส่วนใหญ่จะพบปัญหาทางด้านคลื่นส่งไม่ชัดเจนตั้งแต่ร้อยละ 38-69 รองลงมาคือ ปัญหาที่มีรายการให้เลือกน้อย ใกล้เคียงกับปัญหาที่มีรายการไม่ตรงกับความต้องการ ร้อยละ 9-40 ปัญหาที่มีมากที่สุด คือ คลื่นส่งไม่ชัดเจน เพราะวิทยุไทยส่วนใหญ่ส่งจากส่วนกลางหรือในตัวจังหวัด เพิ่งจะเริ่มมีรายการวิทยุชุมชน ในท้องถิ่นประมาณ 200 สถานี การส่งระยะไกลผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยุ โทรทัศน์ การส่งวิทยุทางไกล อาจมีปัญหา คลื่นส่งไม่ชัดเจน เพราะต้องผ่านภูเขา มุมอับ หรือส่วนโค้ง ที่วิทยุส่งไม่ถึง แต่ในอนาคต ปัญหาเหล่านี้จะแก้ไขโดย การเปลี่ยนระบบทั้งวิทยุ โทรทัศน์เป็นระบบดิจิทัลผ่านดาวเทียมจากข้อมูลจะเห็นว่า ปัญหาคลื่นส่งไม่ชัดเจน ต่างจังหวัดมากกว่า กรุงเทพฯถึงเท่าตัว

ปัญหาเกี่ยวกับการมีรายการให้เลือกน้อย กลุ่มที่พบปัญหานี้มากที่สุดคือ ผู้มีรายได้เกินกว่า 1 หมื่นบาท มีผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 40 มีผู้ตอบใกล้เคียงกันในระดับร้อยละ 7-25 คน กรุงเทพฯจะเห็นว่ารายการวิทยุมีให้เลือกน้อยกว่า ต่างจังหวัดถึง 3 เท่า คนมีการศึกษาปริญญาตรี เห็นว่า รายการวิทยุมีให้เลือกน้อยกว่ามากกว่า ผู้มีการศึกษาระดับมัธยมถึง 3 เท่า เช่นกัน

#### 4.3 ปัญหาด้านการตลาดของสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านรายการวิทยุไทย

จากการศึกษาสัมภาษณ์นักวิทยุโทรทัศน์พบว่า วิทยุกระจายเสียงไทยทั้งหมดเป็นของรัฐ โดยเฉพาะรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงจะทำงานอยู่ในระบบราชการ ขาดการแข่งขันทั้งการผลิตและการตลาด ในอนาคตจะมีวิทยุที่เข้ามาแข่งขันมาก เช่น วิทยุภาคเอกชน ภาคชุมชน ภาคประชาชน และวิทยุต่างประเทศ ตัวอย่างผู้บริหารวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ชี้ว่า กรมประชาสัมพันธ์สมัยก่อนเขาจะเป็นที่ได้รับการยกย่องนับหน้าถือตามากที่สุด เพราะกรมประชาสัมพันธ์คือข่าว ข่าวคือข่าว ตอนนี้เป็นผู้ให้ถ่ายทอดอยู่คนเดียว แต่ก็ต้องรับข่าวจากกรมประชาสัมพันธ์มันเป็นเรื่องเบียด แล้วสื่อค่อนข้างแข่งขันน้อยเพราะตอนนั้นมันยังไม่ค่อยมีช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ดังนั้นเขาก็ทำงานด้วยความภูมิใจ สามารถที่จะเข้าถึงประชาชนได้มาก ได้รับการยกย่องเขาทำงานอะไรก็ตามคนจะได้รับข้อมูลจากเขาตลอด มันก็ติดจนถึงทุกวันนี้ วันแห่งโลกเปิดฉากการแข่งขันในระบบการสื่อสาร ประชาชนมีสิทธิเลือก รับในสิ่งที่ตัวเองต้องการ มีลักษณะเฉพาะในการรับรู้ข่าวสารมีความต้องการที่หลากหลาย” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 9 มกราคม 2546)

การแข่งขันที่เห็นจะมี 2 ส่วนคือ ราชการและเอกชนแล้วมีของต่างประเทศ คือเขามีสิทธิเลือกรับ ประเด็นสำคัญอยู่ที่ที่คนเลือกรับในสิ่งที่ตัวเองต้องการ ประกอบกับวิวัฒนาการของเทคโนโลยีเข้ามาทำให้การสื่อสารเร็วขึ้น

ถึงแม้ผู้ทรงคุณวุฒิจะเห็นว่าสื่อมวลชนไทยมีการแข่งขันและมีทางเลือกมากพอสมควรก็ตาม แต่ผลจากการสำรวจผู้สนใจการศึกษาซึ่งเป็นผู้รับสื่อ พบว่ารายการเพื่อสารสนเทศเพื่อการศึกษามีปัญหาทางด้านความหลากหลาย คือไม่มีรายการให้เลือกหรือมีรายการที่มีเนื้อหาไม่ตรงความต้องการของผู้รับสื่อเป็นสำคัญทั้งวิทยุและโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ แสดงว่าโครงสร้างของระบบการแข่งขันกันนำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษายังมีน้อย นอกจากนั้นผู้รับสื่อส่วนใหญ่ยังสะท้อนวิธีแก้ปัญหาที่ทำได้มากที่สุดคือการเปลี่ยนคลื่นสถานี โดยเฉพาะสถานีที่นำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาโดยตรงของสถาบันการศึกษาต่างๆ ผู้ฟังจะเปลี่ยนคลื่นสถานีมากที่สุด

“แรงจูงใจในการจัดรายการต่างกัน ถ้าเป็นรายการที่ฟังโฆษณา คือ เป็นรายการที่ต้องหาเลี้ยงตัวเอง รายการความรู้ค่อนข้างจะน้อยสปอนเซอร์ไม่ค่อยเอาใจใส่ ความรู้ไม่เกิน 10-15 % นอกนั้นเป็นความบันเทิงเป็นตัวจูงหรือไม่ก็เป็นข่าวสารเป็นตัวจูงมากกว่า” (สัมภาษณ์ นักวิทยุ, โทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

#### 4.4 ปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศกับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา ในรายการวิทยุ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีทำให้การส่งสารสนเทศเพื่อการศึกษาทางคลื่นสั้นได้รับความนิยมน้อยลง เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นโยบายการส่งออกสารสนเทศไปยังต่างประเทศต้องพิจารณานาน

เหตุผลที่วิทยุไทยไม่มีการกระจายเสียงไปต่างประเทศมาก ๆ เพราะกระบวนการการส่งภาษาไปต่างประเทศต้องใช้คลื่นสั้น สมัยก่อนข้อจำกัดในการรับส่งมีข้อจำกัดด้านเทคนิคเยอะ แต่เดี๋ยวนี้กระบวนการมันง่ายแล้วเครื่องรับราคาไม่แพง กลายเป็นว่าจะรับฟังคลื่นสั้นต้องไปซื้อเครื่องรับราคาแพงกว่าหายากด้วยเข้าไปความนิยมก็น้อยไปและออกแบบเครื่องรับ “แต่ทุกวันนี้ก็ยังทำคลื่นสั้นอยู่ จะส่งเป็นเอเอ็ม เอฟเอ็ม มันไม่ถึงแต่ว่าขณะนี้ผมกำลังทบทวนอยู่ว่ากลุ่มผู้รับคือใคร ซึ่งถามว่าวิทยุปักกิ่งคนของเขาจะรับไหม” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 9 มกราคม 2546)

สอดคล้องกับผลจากการศึกษาเชิงสำรวจซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเกือบทั้งหมดไม่ได้เปิดรับคลื่นสั้นเลย ส่วนใหญ่จะเปิดรับ เอฟเอ็มกว่าร้อยละ 80 และเอเอ็มประมาณร้อยละ 20 และความนิยมเอฟเอ็มก็เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะปัญหาการฟังได้ไม่ชัดเจนของเอเอ็มและวิทยุคลื่นสั้น

#### 4.5 ปัญหาโครงสร้างหน้าที่วิทยุไทย

“โดยทั่วไปสื่อที่เป็นของรัฐบาลไม่น่าจะเคิบโต เพราะมันถูกขัดเขียด คนรับไม่ได้รับด้วยใจแต่รับด้วยความจำเป็นบางอย่าง ผลิตแบบพหุนิยมแบบอเมริกามันเล่นระดับโลกได้ ของเราไม่



ค่อยมีออกไปเพราะติดในเรื่องของภาษาและอะไรๆ อีกหลายๆ อย่างที่ยังเป็นอุปสรรคอยู่ในขณะนี้” (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 27 พฤศจิกายน 2545)

สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงสำรวจที่ว่าวิทยุกระจายเสียงเพื่อการศึกษา ซึ่งผลิตโดยภาครัฐบาลในระบบราชการได้รับความนิยมน้อย เมื่อเทียบกับรายการวิทยุซึ่งผลิตโดยภาคเอกชน ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการความหลากหลายของรายการที่เป็นแบบพหุนิยม แบบในสังคมอเมริกันมากที่สุด เพราะต้องการมีรายการให้เลือกและเปรียบเทียบมากๆ ซึ่งอาจจะทำให้วิทยุกระจายเสียงบางสถานีมีสารสนเทศตรงกับความต้องการของเขา

ส่วนหนึ่งที่เป็นจุดบกพร่องของวิทยุของทางราชการ โดยเฉพาะวิทยุของกรมประชาสัมพันธ์ คือขาดการประชาสัมพันธ์ผังรายการ ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ทราบรายการที่ควรที่จะเลือก จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เสนอปัญหาขาดทางเลือกกว่าเป็นปัญหาสำคัญที่สุด

จากการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานคอมพิวเตอร์ในกรมประชาสัมพันธ์ว่าเหตุใดจึงไม่นำผังรายการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต คำตอบคือ ผู้ใหญ่ยังไม่ได้สั่งมา เมื่อสัมภาษณ์ผู้บริหารก็บอกว่านายกรัฐมนตรีมีนโยบายให้จัดทำโดยเร็วแต่ผู้ปฏิบัติงานยังไม่ได้ทำ

4.6 ปัญหาเชิงระบบในความเป็นราชการและเอกชน ซึ่งมีผลต่อการเปิดรับฟังสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อวิทยุกระจายเสียงไทย

จากการศึกษาผู้บริหารสื่อวิทยุโทรทัศน์ของกรมประชาสัมพันธ์ได้ให้ข้อมูลว่า

ในเชิงนโยบายต้องพิจารณาถึงวัฒนธรรมขององค์กร เช่นกรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ถูกกำหนดในลักษณะหน่วยงานปฏิบัติ คือหน่วยงานรับคำสั่ง ที่มอบหมายให้ปฏิบัติ เช่น ให้ไปตั้งวิทยุ ให้ไปตั้งโทรทัศน์เพื่อพัฒนาเอาข่าวสาร สารคดี ความรู้ทางการเกษตรไปสู่ประชาชน ฯลฯ มานาน

ปัจจุบันนี้กรมประชาสัมพันธ์มีวิทยุชาวเขา วิทยุคลื่นสั้น วิทยุภาษาต่างประเทศ มี 10 ภาษา ซึ่งเจตนาเดิมโดยภาพรวมของมันมันมุ่งไปในด้านความมั่นคง “สมัยก่อนเรามีด้านความคิดที่แตกต่างกัน มีความหมายของคอมมิวนิสต์ของสถาบันพระมหากษัตริย์ มันก็ถูกเร้าขึ้นมาให้ไปทำหน้าที่เพื่อดูแลสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ พวกนี้ก็ทำไปเหตุผลใหญ่ๆ เพื่อความมั่นคง ทีนี้ปัจจุบันนี้สภาวะที่แปรเปลี่ยนไปคอมมิวนิสต์ต่างๆ ก็สลายไป วัฒนธรรมต่างๆ ก็เปลี่ยนไป คนมีความรู้มากขึ้น เทคโนโลยีการสื่อสารมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว คนที่สามารถที่จะรับรู้ข่าวสาร ได้หลากหลายวิธี กรมประชาสัมพันธ์กลายเป็นกรมที่ปรับตัวไม่ทัน ซึ่งภาครัฐเองก็ยังไม่ปรับตัวไม่ทันแล้วผมว่าผู้ปฏิบัติหลายๆ คนไม่คิดจะปรับตัว รับสภาพไม่ได้กับการเปลี่ยนแปลง” (สัมภาษณ์ ผู้บริหารวิทยุโทรทัศน์ 9 มกราคม 2546)

ในอดีตมีการต่อสู้กับพรรคคอมมิวนิสต์ วิทยุจึงต้องปรับตัวตลอดเวลา ต่อมาเมื่อสิ้นสุดลงมายันกับคอมมิวนิสต์ การแข่งขันด้านการตลาดทั้งภายในประเทศและจากต่างประเทศมีมากขึ้น โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงให้คลื่นไอออนเป็นของประชาชน และการเปิดเสรีการไหลเวียนของสารสนเทศ สิ่งที่ควบคุมผลิตและเผยแพร่โดยระบบราชการจะปรับตัวไม่ทันเพราะเป็นการเปลี่ยนแปลงใหม่เกือบทุกระบบ

สอดคล้องกับการศึกษาเชิงสำรวจ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่นิยมฟังรายการซึ่งจัดโดยเจ้าหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์โดยตรง โดยเฉพาะคลื่นวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา และได้รับความนิยมสูง เช่น กรีนเวฟ คลื่นหนึ่งหลายตัว ส่วนใหญ่ก็ดำเนินรายการโดยภาคเอกชน แม้ภาคราชการจะมีหน้าที่ในการทำประโยชน์สาธารณะ โดยเฉพาะทางการจัดรายการสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้กับสังคม แต่นักวิทยุโทรทัศน์ในภาคราชการก็ให้ข้อมูลว่ายังมีนโยบายของรัฐบางอย่างกลายเป็นปัญหาและอุปสรรคในการจัดรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

การรับส่งสารสนเทศเพื่อการศึกษาในสื่อมวลชนนั้นแล้วแต่นโยบายเป็นตัวกำหนดว่าจะให้มีรายการทางการศึกษามากน้อยเพียงใด นอกจากนั้นส่วนที่เป็นการกำหนดคือ ผู้จัดรายการ เพราะรายการประเภทนี้หาความนิยมได้ยากไม่เหมือนรายการเพลง ที่คนจะให้ความนิยมน้อยกว่า ยังมีนโยบายของรัฐที่ยังไม่เอื้อต่อการให้คนมาจัดรายการประเภทนี้ ถ้าได้รับอนุมัติมาจัดรายการประเภทนี้จะเป็นแรงจูงใจ เช่น ค่าเช่าเวลาน้อยลง “ส่วนใหญ่จะเน้นจัดรายการความรู้ที่เป็นไปในทางบันเทิงมากกว่ารายการที่จะให้ความรู้จริงๆ เช่น รายการเพลงก็พอมีสาระอยู่บ้าง ตรงนี้คือว่าเป็นการศึกษานอกรูปแบบ” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์ 18 ธันวาคม 2545)

ตัวอย่างเช่น นโยบายการให้เช่าเวลาหรือรับสัมปทานในการผลิตและเผยแพร่รายการ โดยการแข่งขันแบบทุนนิยม จะทำให้ผู้ประมูลหรือเช่าเวลาได้ไม่นิยมจัดรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ซึ่งมีปัญหาอยู่มากแม้จะดำเนินการได้ดีในบางรายการ แต่ยังไม่สามารถสร้างความนิยมได้มากกว่ารายการเพลงและภาคบันเทิง ซึ่งเป็นรายการส่วนใหญ่ที่ได้รับความนิยมนิยมสูงสุด

สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงสำรวจที่ผู้รับสื่อให้ความนิยมนายการสารสนเทศเพื่อการศึกษา ซึ่งมีบันเทิงและสาระอยู่ด้วยกันสูงสุด ส่วนรายการที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาล้วนๆ จะได้รับความนิยมต่ำ

#### 4.7 ปัญหาทางเทคโนโลยีการสื่อสารทางวิทยุที่มีผลต่อสารสนเทศเพื่อการศึกษา

แม้ปัจจุบันวิทยุกระจายเสียงไทยจะมีพัฒนาการมายาวนาน แต่ปัญหาด้านคลื่นความถี่ฟังได้ไม่ชัดเจนก็ยังมีอยู่ โดยเฉพาะรายการวิทยุที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงจะมีปัญหาทางเทคโนโลยีมากกว่า ดังเช่นนักนิเทศศาสตร์ให้ข้อมูลว่า

“รายการเพื่อการศึกษาโดยตรงในแง่ของเทคโนโลยี ศูนย์การศึกษาและกระทรวงศึกษาคิดว่าตอนนี้ล้ำหลังที่สุดทั้งเทคโนโลยี คือ คลื่นกึ่งไม่ชัด เช่น 92 FM ไม่ได้ยินเลยถูกเบียดจนหาไม่เจอและการที่จะพัฒนาปรับปรุงหรือคิดการปฏิรูปเข้ายุคใหม่ ทั้งหมดไม่เห็นชัดเจน ไม่เห็นความไม่ใส่ใจ ไม่ทราบเหมือนกันว่าตรงนี้นั้นพร่องไปมันหายไป” (สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ 18 พฤศจิกายน 2545)

## หมวด 4 หนังสือพิมพ์

### 1. บทบาทโครงสร้างหนังสือพิมพ์ไทยกับการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ในสังคมเสรีนิยมหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่เป็นเอกชนทั้งหมด เพราะต้องมีความเป็นอิสระสูง สำหรับประเทศไทย รัฐเคยมีการจัดทำหนังสือพิมพ์แต่ไม่ประสบความสำเร็จแม้หนังสือพิมพ์ที่ฝึกฝนพรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ก็ไม่ประสบความสำเร็จและต้องปิดตัวไปหลายฉบับแต่ในสภาพปัจจุบันผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นนักหนังสือพิมพ์ชี้ว่า หนังสือพิมพ์เริ่มมีกลุ่มผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้อง หรือตัวหนังสือพิมพ์กลายเป็นกลุ่มผลประโยชน์เสียเอง

“แต่ก่อนหนังสือพิมพ์เป็นระบบเพื่อนอย่างมดชื่น เป็นเครือข่ายครอบครัว อย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ ทุกวันนี้หนังสือพิมพ์ใหญ่ๆ เริ่มเปลี่ยนเป็นธุรกิจกลุ่มผลประโยชน์” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 7 มีนาคม 2546)

อย่างไรก็ตามแม้หนังสือพิมพ์จะเป็นธุรกิจเอกชนเป็นกลุ่มผลประโยชน์ หรือแม้บางกลุ่มจะมองว่าเป็นสินค้า แต่หนังสือพิมพ์ก็เป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้า สารสนเทศทั่วไป เพราะมีเกียรติและศักดิ์ศรีเทียบกับการเป็นฐานันดรที่ 4 คือเป็นเสาหลักของบ้านเมืองในลักษณะเดียวกับฐานันดร ที่ 1-3 เช่น อำนาจนิติบัญญัติ บริหาร และตุลาการ

กลุ่มหนังสือพิมพ์ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นว่า แม้หนังสือพิมพ์จะต้องเกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์แต่จะมีจิตสำนึกที่จะเสนอสารสนเทศเพื่อประโยชน์ของมหาชน ในหนังสือพิมพ์ สื่อมวลชนในนามของเอกชน เช่นเดียวกับสื่อวิทยุหรือสื่อโทรทัศน์ มักกลายเป็นธุรกิจที่แข่งขันกันด้วยวิธีการเน้นความรวดเร็วของข่าวสาร การสนองต่อกลุ่มผู้ฟัง ตลอดจนการสนองรับผู้ให้การอุปถัมภ์โฆษณา

เมื่อสนองต่อกลุ่มเหล่านี้สารสนเทศต่าง ๆ มักจะเป็นสารสนเทศที่เกิดขึ้นที่กลุ่มเดียวกันกับกลุ่มผลประโยชน์ สารสนเทศของบุคคลชั้นสูงก็สนองรับต่อบุคคลชั้นสูง สารสนเทศที่เกี่ยวกับความตื่นเต้น หรือสารสนเทศที่ต้องการสนองรับกับความบันเทิง ก็จะเป็นสารสนเทศที่สนองรับกับกลุ่มผู้ฟังผู้ชมและผู้อ่านในกลุ่มนั้น ๆ

“แต่สารสนเทศที่จะเกิดให้ผลต่อความเป็นธรรมในสังคม สารสนเทศที่จะไปชูผู้ที่เสียเปรียบทางสังคมเช่น คนยากไร้ แม้แต่สารสนเทศข่าวของการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพที่อยู่ในระดับล่างลงไปมักจะถูกละเลย เพราะกลุ่มเหล่านี้ไม่ใช่กลุ่มผู้ซื้อ กลุ่มผู้ซื้อคือกลุ่มที่กำลังทรัพย์ มีกำลังเงิน มีกำลังที่จะผลักดันความรู้อะไรต่าง ๆ ” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 31 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.64 หนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่อ่านเป็นประจำ

หนังสือพิมพ์ที่อ่านเป็นประจำและทำให้ท่านได้รับความรู้ และนำไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวสด	275	7.8
คม ชัด ลึก	860	24.3
เดลินิวส์	956	27.1
ไทยรัฐ	1048	29.7
บ้านเมือง	52	1.5
สยามรัฐ	58	1.6
แนวหน้า	39	1.1
มติชน	102	2.9
ไทยโพสต์	10	0.3
อาทิตย์	32	0.9
The Nation	-	-
Bangkok Post	-	-
ฐานเศรษฐกิจ	-	-
เส้นทางเศรษฐกิจ	30	0.8
ประชาชาติธุรกิจ	52	1.5
กรุงเทพธุรกิจ	10	0.3
ผู้จัดการ	10	0.3
รวม	3534	100.0

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่อ่านหนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเป็นประจำ จะอ่านหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมากที่สุด เดลินิวส์ และ คม ชัด ลึก รองลงมา ตามลำดับ โดยมีอัตราการนิยมนอ่านใกล้เคียงกันคือ ร้อยละ 29.7 ,27.1 และ 24.3 ตามลำดับ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ที่ได้รับความนิยมนเป็นอันดับที่ 4 คือ ข่าวสด มีผู้อ่านเพียงร้อยละ 7.8

การศึกษานี้พบความแตกต่างจากการวิจัยส่วนใหญ่ที่ผ่านมา แม้แต่การวิจัยของ เอชี เนลสันซึ่งมีผู้อ่านใกล้เคียงกับการศึกษานี้

ส่วนที่แตกต่างมากที่สุดคือ จำนวนความนิยมในการอ่านหนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก ซึ่งเปิดตัวเพียงประมาณ 2 ปี สามารถทำยอดความนิยมได้สูงกว่าหนังสือพิมพ์ ข่าวสด ซึ่งเคยได้รับความนิยมเป็นอันดับ 3 ใกล้เคียงกับหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สอดคล้องกับการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ในกลุ่มหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่เห็นว่า หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก ของกลุ่ม The Nation มีลักษณะเช่นเดียวกับไทยรัฐ เดลินิวส์ สามารถทำยอดจำหน่าย ได้สูงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้อ่านหนังสือพิมพ์ไทยนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ประเภทข่าวเบา นำเสนอประเด็นที่เร้าความสนใจของคนอ่าน ในรูปสารคดีเชิงลึก ได้เป็นประจำเกือบทุกวัน ทั้งได้รับความเชื่อถือ แม้เพิ่งเปิดตัวใหม่ ๆ เนื่องจากอยู่ในเครือข่ายของหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพของกลุ่ม The Nation

ลักษณะทำนองนี้ได้เกิดขึ้นกับหนังสือพิมพ์ข่าวสดในเครือมติชนเมื่อ 10 ปีก่อน ซึ่งสามารถทำยอดขายได้อย่างรวดเร็ว แม้จะเปิดไม่นานด้วยการนำเสนอข่าวเบาเชิงสืบสวน สอบสวน และอีกด้านหนึ่งหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพ ซึ่งนำเสนอ สารสนเทศเพื่อการศึกษาอย่างมาจะได้รับคามนิยมน้อยที่สุด โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ในเชิงธุรกิจและการเมืองแบบลึก สอดคล้องกับงานวิจัย สถิติของ เอ ซี เนลสัน และสถิติการพิมพ์หนังสือพิมพ์ตลอดจนการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นนักหนังสือพิมพ์

อย่างไรก็ตามแม้หนังสือพิมพ์ต้องดำรงตนให้อยู่รอดทางธุรกิจ แต่จะเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้กับประชาชน มากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับนโยบาย

แนวคิดและอิทธิพลทางการตลาดซึ่งผลักดันให้หนังสือพิมพ์บางฉบับต้องนำเสนอสารสนเทศ ซึ่งเป็นที่เร้าความสนใจของประชาชนมากกว่าสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ในขณะที่เดียวกับหนังสือพิมพ์จะมีลักษณะเฉพาะและกลุ่มลูกค้าของตน ในลักษณะหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาแบบเข้มข้น หรือที่เรียกว่าหนังสือพิมพ์ข่าวหนัก แต่ยอดจำหน่ายในสังคมไทยจะต่ำ ในขณะที่ข่าวเบาได้รับความนิยมมากกว่า หนังสือพิมพ์บางฉบับจึงเปลี่ยนทิศทาง เช่น ที่นักหนังสือพิมพ์ชี้ให้เห็นตัวอย่างเช่น

...หนังสือพิมพ์สยามรัฐ แม้ไม่มีพื้นฐานหนังสือพิมพ์ข่าวเบามาก่อน แล้วมาเลียนแบบหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ มาเพิ่มข่าวอาชญากรรม เพิ่มรูปเข้าไป แต่ ชัช เคาปูน ก็ไม่ใช่ กำพล วัชรพล กำพล เป็นนักลงทุนที่รู้จักใช้คน เขาลงทุนอย่างจริงจัง จึงได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจนไทยรัฐกลายเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ธุรกิจขึ้นมา สามารถสร้างอาณาจักรตัวเองขึ้นมาได้ไม่ขาดทุนไม่ว่าเศรษฐกิจจะตกหรือไม่ตกก็อยู่ได้ นักการเมืองอยู่ไหนก็ไม่โดนปิด เวลาการเมืองมีปัญหาที่รู้จักหลบเอาตัวรอด รักษาธุรกิจรอด แต่ก็ไม่ตีใคร เป็นธุรกิจ มีตึกก็แคเขียนข่าวสำนักการเมืองที่โก่งกินบ้านเมือง อาชญากรรมที่พ่อฆ่าลูก ผัวฆ่าเมีย เมียฆ่าผัว พวกนี้จะเขียนค่าเต็มที เพราะค่าพวกนี้เขาปลอดภัยไม่โดนปิดแน่... (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์อาวุโส, 3 กุมภาพันธ์ 2546)

นั่นคือ นโยบายของเจ้าของและแนวคิดของกองบรรณาธิการมีส่วนในการกำหนดรูปแบบของสารสนเทศเพื่อการศึกษา ตามลักษณะ โครงสร้าง

สอดคล้องกับการศึกษาเชิงสำรวจที่ได้ผลว่าหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอสารสนเทศประเภทข่าวเบา จะได้รับความนิยมมากกว่า

หนังสือพิมพ์ข่าวหนักหรือแม่แต่คอลัมน์ในหนังสือพิมพ์หากมีการประยุกต์ให้อ่านเข้าใจง่าย แม้จะเป็นเรื่องเข้าใจยาก หนังสือพิมพ์ก็จะมีผู้อ่านสูงขึ้น หรือยอดผู้อ่านไม่ตกลงมา เว้นแต่มีการเปิดหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่มาเป็นส่วนแบ่งตลาด เช่น กลุ่ม เดอะเนชั่น เปิดคมชัดลึก ขึ้นมา ซึ่งมีลักษณะเป็นหนังสือพิมพ์ข่าวเบา ก็สามารถทำตลาดได้สูง โดยเข้าไปมีส่วนแบ่งการตลาดในกลุ่มข่าวเบา เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด

บทบาทโครงสร้างหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ อาจเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะของเศรษฐกิจสังคม การเมือง สภาพแวดล้อมภายนอกมีส่วนกำหนดทิศทางการให้สารสนเทศของหนังสือพิมพ์ เช่น นักหนังสือพิมพ์เชื่อว่าสมัยก่อนหนังสือพิมพ์มีกลุ่มเดียวในด้านความคิด “สมัยบรรณาการ, ชาวลิตร, คุณชวน หนังสือพิมพ์เห็นพ้องเหมือนกันไม่มีการแตก คือเป็นลายม้ายลายไปไหนไปด้วยกัน ตอนนี้อยู่ทำลายไปหมดแล้ว” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 7 มีนาคม 2546)

...ตั้งแต่ปี 1997 เศรษฐกิจทำให้รากเหง้า องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เข้มแข็งของหนังสือพิมพ์ไทย อ่อนไปหมด สมัยก่อนหลังปี 1997 - 2000 หนังสือพิมพ์ทุกฉบับพยายามจะฟื้นฟูต่อสู้กับวิกฤติ เศรษฐกิจภายในโรงพิมพ์ไม่มีโฆษณา กระดาษแพง ไม่มีสี ตัดคนงาน หนังสือพิมพ์ 12 ฉบับพบวิกฤติ ล้มเลิกจ้างพนักงาน 3000 คนทำงานเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ตกงาน ในขณะที่กำลังพยายามฟื้นตัว รัฐบาล ทยอยเข้ามา แบ่งแยกปกครอง ใช้วิธีการ 5, 6, 7 ชนิดมาจนทำให้หนังสือพิมพ์ที่ถูกวิกฤติเศรษฐกิจ อ่อนแอลงอีก

เมื่อไม่มีเงินลงทุนต้องเอาเงินลงทุนจากต่างประเทศ หนังสือพิมพ์สมัยก่อนเป็นพวกที่มาจาก ครอบครัวอย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ พวกบรรดา บ.ก. อาชีพทั้งหลายอย่าง สุทธิชัย หยุ่น, สนธิ ลิ้มทองกุล ไม่มี ตอนนี้นักการเมือง กลุ่ม สุรา กลุ่มสมาชิกรัฐสภา เขามาใช้หนังสือพิมพ์เป็นฐาน... (สัมภาษณ์ ผู้บริหารงานหนังสือพิมพ์, 28 กุมภาพันธ์ 2546)

การเปลี่ยนแปลงของหนังสือพิมพ์จะเปลี่ยนจากระบบครอบครัว เพื่อนฝูงนักเขียนมาเป็นระบบ มีอาชีพมากขึ้น แต่การแทรกแซงจากกลุ่มผลประโยชน์ภายนอกยังมีอยู่

โดยทั่วไปโครงสร้างหน้าที่ภายในตัวหนังสือพิมพ์จะมีลักษณะคล้ายๆ กันทุกฉบับ คือ มี บรรณาธิการ กองบรรณาธิการ และโต๊ะข่าวซึ่งรับผิดชอบหน้าที่ต่างๆ ของหนังสือพิมพ์ ดังเช่น การสรุป เส้นทางของสารสนเทศในหนังสือพิมพ์ที่ว่า

โดยทั่วไปหนังสือพิมพ์จะมีการจัดองค์กรเป็นบรรณาธิการ, บรรณาธิการบริหาร, บรรณาธิการข่าว ฝ่ายจัดพิมพ์ ฝ่ายการตลาดเผยแพร่ และกองบรรณาธิการ

กองบรรณาธิการจะประกอบด้วยโต๊ะข่าวต่างประเทศ การเมือง เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา บันเทิง กีฬา สตรี อาชญากรรม

ในขณะที่บางฉบับอาจมีโต๊ะข่าวชื่อแปลกๆ ตามประเภทงานหรือกิจกรรมพิเศษ เช่น โต๊ะข่าวคนรุ่นใหม่ (มติชน) โต๊ะข่าวอินโดจีน (ผู้จัดการ) จุดประกาย (กรุงเทพธุรกิจ) Out look (Bangkok Post)

กองบรรณาธิการ และโต๊ะข่าวด้านต่างๆ เหล่านี้จะเป็นผู้ผลิตและคัดเลือกส่งสารสนเทศให้ประชาชน

### คำถามสำหรับการวิจัย

คำถามซึ่งใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อศึกษาปริมาณสารสนเทศเพื่อการศึกษาในหนังสือพิมพ์ไทย คือ คำถามใน หมวด 5 หนังสือพิมพ์ที่ว่า

...ในทัศนะของท่านหนังสือพิมพ์ไทย มีส่วนในการให้สารสนเทศเพื่อสนับสนุนการศึกษาในระบบ นอกกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอย่างไร มีปริมาณสารสนเทศเพื่อศึกษามากน้อยเพียงใด มีปัญหา อุปสรรค อย่างไร ? ...

จากการสัมภาษณ์ในหมวดหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบคำถามได้ละเอียดทุกแง่มุมมักจะเป็นนักหนังสือพิมพ์ด้วยกันเองส่วนนักนิเทศศาสตร์ หรือ นักการศึกษาจะตอบจากนโยบายและ ปรัชญาการณจากการได้อ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งคำตอบในส่วนของ การนำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาจะมีลักษณะใกล้เคียงกับสื่อมวลชนอื่น ๆ แต่ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นว่าหนังสือพิมพ์จะเป็นที่ให้สารสนเทศเพื่อศึกษามาก เมื่อเทียบกับวิทยุและโทรทัศน์

ในส่วนของนักหนังสือพิมพ์เองมองว่าสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่นำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์ บางส่วนอาจไม่ใช่ความรู้ที่แท้จริง การนำเสนอสารสนเทศเพื่อศึกษานั้นอาจเกิดจากการตีความเพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มที่สนับสนุนหนังสือพิมพ์หรือผู้มีอำนาจอิทธิพลก็เป็นได้

ในส่วนของผู้ทรงคุณวุฒิที่เห็นว่าหนังสือพิมพ์ให้สารสนเทศเพื่อศึกษาน้อยนั้น ส่วนใหญ่ให้เหตุผลทางการตลาดหนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษามาก ๆ มักจะมีปัญหาไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้ให้โฆษณาและผู้ซื้อเพียงพอทำให้ต้องมีการแทรกส่วนซึ่งไม่ใช่สารสนเทศเพื่อศึกษาลงในหนังสือพิมพ์มากขึ้น เพื่อสร้างสีสันและเร้าความสนใจของผู้ซื้อ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ที่



เสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาอย่างเข้มข้นจะได้รับความนิยมจากผู้อ่านน้อย เพราะคนไทยไม่ได้ปลูกฝังให้รักการอ่านมากเพียงพอและไม่ชอบอ่านส่วนที่ค่อนข้างมีสาระจริงจัง

สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามพบว่า คอรัลมัน์สารสนเทศเพื่อการศึกษาซึ่งอ่านเข้าใจง่ายในหนังสือพิมพ์ข่าวเขา จะได้รับความนิยมสูงสุดในทุก ๆ หมวดความรู้ ทั้งนิยมอ่านคอรัลมัน์ของคอรัลมัน์ประจำด้วย คอรัลมัน์เกี่ยวกับเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและ และปกิณกะ จะได้รับความนิยมสูง คอรัลมัน์วิเคราะห์เชิงลึกสันติธรรม อหิงสา อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และคอรัลมัน์เสริมการศึกษาในโรงเรียนมหาวิทยาลัย ได้รับความนิยมต่ำ

ในขณะที่ผู้อ่านชี้ให้เห็นปัญหาที่สำคัญของการอ่านหนังสือพิมพ์คือ การมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้เลือกน้อยและที่มีก็ไม่ตรงกับความต้องการ อย่างไรก็ตามในข้อเท็จจริง แม้จะมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งมีคอรัลมัน์ตรงกับความต้องการมากกว่า ก็ไม่ได้รับความนิยมเชื่อถือ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมียอดขายน้อยมากเมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางอย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ คมชัดลึก ข่าวสด ซึ่งมียอดพิมพ์จำหน่ายสูงสุดในอันดับแรกสอดคล้องกับความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นน่าจะเสนอการวิเคราะห์ในระดับชาติเพิ่มมากขึ้น

## 2. การคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาของนักหนังสือพิมพ์ไทย

ความเห็นของนักการศึกษาส่วนใหญ่เห็นว่าหนังสือพิมพ์ไทยที่ได้รับความนิยมจะคัดเลือกสารสนเทศตามลักษณะของรสนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม และยังเห็นว่าสื่อมวลชนเป็นตัวสะท้อนความคิดของสังคมได้อย่างหนึ่งเช่น ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่เห็นว่า หนังสือพิมพ์จำเป็นต้องทำตามตลาดเพื่อความอยู่รอด

“ความมหัศจรรย์ โสยศาสตร์ต่างๆ คนไทยสนใจเช่นนั้น แล้วหนังสือพิมพ์ที่ไม่ลงเรื่องเหล่านี้ก็แทบจะขายไม่ได้เลย สื่อมันก็เป็นตัวดัชนีบ่งชี้คุณภาพของคนในสังคมว่าเขาคิดอะไรต้องการอะไรมันไม่ใช่เรื่องตลาดอย่างเดียว ซึ่งปัญหาของสื่อมวลชนไทยเป็นเช่นนี้มานาน สื่อมันไม่คิดเปลี่ยนแปลง” (สัมภาษณ์ นักการศึกษา , 27 มกราคม 2546)

สื่อมวลชนเห็นว่าสารสนเทศที่หนังสือพิมพ์เลือกสรร ก็เป็นไปตามความต้องการของคนอ่าน ซึ่งบางอย่างเป็นความรุนแรง เรื่องทางเพศ เรื่องส่วนตัว ดังคำสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิในสื่อมวลชนว่า

“...หนังสือพิมพ์ไทย คนอ่านก็ไม่ชอบสาระเยอะๆ และจะต้องมีโป๊มี 2 อย่าง เขกสกับความรุนแรงขายได้ดี เมื่อคนทั่วๆ ไปยังอยู่ตรงนั้น จะบอกได้ว่าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับก็เลยไปเน้นในทางเซ็กส์

กับความรุนแรง ในตลาดหนังสือพิมพ์ต่างๆ จะเป็นอย่างไร ” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์, 18 มกราคม 2546)

ปัญหาเกิดจากระบบการศึกษาในสังคมไทย ซึ่งไม่ใช่สังคมในการอ่าน วิเคราะห์ “หนังสือพิมพ์แนวไทยรัฐ จะเห็นได้ว่าเขียนได้ง่าย ไม่ลงลึก แต่มีรูปเยอะๆ มีเรื่องรุนแรงฆ่ากัน ตีกัน ข่าวยุทธรุนแรง ฟุ้งๆ เรื่องเซ็กซ์เขียนสนุกเลย เหมือนไปนอนอยู่ใต้เตียงเห็นเขาข่มขืนกัน เขียนลำดับเรื่องราวมันพื้นๆ พลิกหนังสือพิมพ์แนวไทยรัฐ ไม่กี่ทีก็จบแล้ว คอลัมน์ก็จบได้ว่ามีอยู่ประเด็นเดียว แต่ลากเสียถ้าจะยืดขาด เขียนนิดเดียวก็ได้จบไม่ซับซ้อน ” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์, 18 มกราคม 2546)

สอดคล้องกับนักหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เห็นว่า

สื่อจำเป็นต้องเลือกสารสนเทศตามความต้องการของสังคม จึงจะสามารถอยู่รอดได้ดี ทำไมหนังสือพิมพ์ในสังคมไทยมันถึงเป็นอย่างนี้ เพราะว่าคนไทยเป็นอย่างนี้แบบนี้ มันทำไม่ได้จริงๆ มันก็ต้องปรับตัวมันเอง จะไปเล่นข่าวใครแต่งงานกับใคร คนของประเทศที่มีการศึกษาดี ๆ

“เมื่อบอกว่าทำเพื่อกำไร ก็คือสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อมคืออะไรมันก็คือคน คนมันอยู่ในเกรดไหนระดับไหน เพราะฉะนั้นจึงขง อันนี้เพื่อนำไปสู่กำไร สังคมโดยรวมเป็นอย่างไหน สื่อโดยรวมก็พัฒนาไปอย่างนั้น...

เพราะฉะนั้นมันมีคำพูดเตือนกันในเรื่องวลชนว่า สื่ออย่านำสังคมและอย่าล้ำหลังสังคม คือมันจะมีคำพูดอย่างนี้ อย่าเดินนำสังคมไปมากและอย่าล้ำหลังมาก ที่จะวิเคราะห์ไป 9 ปี จะไปนำสังคมมากเกินไป ถ้าสื่อล้ำหลังกว่าสังคมมากคนก็ไม่ซื้ออีก ก็ต้องวัดกระแสปรับตัวเขาตลอดเวลา... (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 18 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.65 คอลัมน์หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ที่อ่านเป็นประจำ

จากหนังสือพิมพ์ที่อ่านเป็นประจำ จะอ่านเกี่ยวกับ	จำนวน	ร้อยละ
วาไรตี้ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้	597	23.8
ผู้หญิง แฟชั่น การแต่งกาย	364	14.5
ท่องเที่ยว ปกตินะ	434	17.3
เด็ก การ์ตูน	311	12.4
ข่าว บทความ เรื่องเด่น สารคดี เจาะลึก	558	22.2
วิเคราะห์สถานการณ์	136	5.4
ธุรกิจ ชีวิต สุขภาพ ศาสนา	109	4.3
อื่น ๆ	-	-
รวม	2509	100.0

จากการศึกษารูปแบบของคอลัมน์ สกู๊ป ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาจะได้รับความนิยมใกล้เคียงกัน คือ ประมาณร้อยละ 4-23.8 โดยสกู๊ปที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ เรื่องเกี่ยวกับวาไรตี้ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้ ได้รับความนิยมใกล้เคียงกับ ข่าว บทความ สารคดี เรื่องเด่น และการท่องเที่ยว ปกตินะ คอลัมน์ผู้หญิง แฟชั่น

แสดงว่า สารสนเทศเพื่อการศึกษาที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ จะเป็นเรื่องเบา ๆ ในขณะที่เรื่องหนัก เช่น วิเคราะห์สถานการณ์ ศาสนา ได้รับความนิยมน้อย สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ

...เช่น ผู้จัดการ ไม่ใช่แค่หนังสือพิมพ์รายวันธรรมดา แต่ยังอาจหากไปทำธุรกิจข้อมูลเกี่ยวกับเรียลไทม์และพยายามเอาข้อมูลจากรีลไทม์พวกนี้มาใช้ประโยชน์ในหนังสือพิมพ์อย่างมาก เช่น ไปเปิดหน้าซื้อขายหุ้นรายงานหุ้นตั้ง 2 หน้ากระดาษ เนชั่นโพสต์ กรุงเทพธุรกิจ ก็มีเหมือนกันหมด มติชนก็เคยมี เป็นเพราะว่าเอาไว้ขายหุ้นบริการนัด แต่กลุ่มนี้เป็นกลุ่มไม่ใหญ่แทนที่จะเป็นหนังสือพิมพ์รายวันธรรมดา ซึ่งรายงานข่าวทั่วไป ก็กลายเป็นพยายามไปวิเคราะห์ตลาด ก็เลยเป็นการทำหน้าที่เกินหน้าที่หนังสือพิมพ์รายวันไป... (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์อาวุโส 3 กุมภาพันธ์ 2546)

ในขณะเดียวกันการสร้างสีสันให้กับหนังสือพิมพ์โดยการคัดเลือกสารสนเทศพาดหัวข่าวที่สร้างความสนใจอาจทำให้ยอดขายหนังสือพิมพ์เพิ่มขึ้น แต่ประโยชน์ในการให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาแก่ประชาชนอาจจะน้อยลงเพราะความเป็นธรรมชาติ และความเป็นจริงน้อยลงสื่อมวลชนบางส่วนชี้ให้

เห็นว่า เวลาคัดเลือกสารสนเทศก็ใช้หลักการของ การเร้าความสนใจมนุษย์ “เราก็ค้นเคยกับการพาดหัวข่าวก็จะไปเอานักข่าวเก่ง ๆ มาคุมในการพาดหัวข่าวเพราะว่าเข้าใจว่าเมื่อเรานำเสนอแบบนี้แล้วประชาชนจะสนใจซื้อ ประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับมันนำไปสมประสงค์ ในหน้าที่ของสื่อสารมวลชนที่ควรจะให้เขามีความรู้ด้วยต้องแก้ที่ตัวบุคลากรของสื่อ เสริมความรู้ความเข้าใจในจุดนี้ให้เหมาะสมกับสื่อ...” (สัมภาษณ์ นักวิทยุโทรทัศน์, 20 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.66 กลุ่มกับการอ่านหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

เรื่องที่อ่าน ลักษณะ ส่วนตัว	วาไรตี้ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้	ผู้หญิง แฟชั่น แต่งกาย	ท่องเที่ยว ปิกนิก	เด็ก การ์ตูน	ข่าว บทความ เรื่องเด่น สาร คดี เจาะลึก	วิเคราะห์ สถานการณ์	ธุรกิจ ชีวิต สุขภาพ ศาสนา
เพศ							
ชาย	421 29.1	20 1.4	219 15.1	203 14.0	423 29.0	53 3.7	109 7.5
หญิง	176 16.6	344 32.4	215 20.3	108 10.2	135 12.7	83 7.8	- -
ภูมิลำเนา							
กรุงเทพฯ	190 20.6	155 16.8	204 22.1	163 17.7	96 10.4	43 4.7	72 7.8
ต่างจังหวัด	407 27.1	209 13.9	187 12.5	105 7.0	462 30.8	93 6.2	37 2.5
อายุ							
16-20 ปี	94 14.5	219 38.6	87 15.3	125 22.0	- -	43 7.6	- -
20 ปีขึ้นไป	445 27.6	86 5.3	289 17.9	186 11.6	404 25.1	93 5.8	109 6.8
การศึกษา							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	152 17.7	187 21.8	145 16.9	125 14.6	133 15.5	43 5.0	72 8.4
ปริญญาตรีขึ้นไป	445 26.9	177 10.7	289 17.5	186 11.3	425 25.7	93 5.6	37 2.2
รายได้							
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	471 22.8	364 17.6	356 17.2	273 13.2	462 22.3	106 5.1	37 1.8
1 หมื่นบาทขึ้นไป	30 -	- -	20 25.0	- -	- -	30 37.5	- -

การศึกษาการเลือกอ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ สารสนเทศเพื่อการศึกษาในกลุ่มบุคคลต่าง ๆ พบว่า คอลัมน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในกลุ่มต่าง ๆ คือคอลัมน์เกี่ยวกับวาไรตี้ สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้ มีผู้อ่านในระดับร้อยละ 16.6-37.5 ใกล้เคียงกับคอลัมน์ผู้หญิง แฟชั่นการแต่งกาย ซึ่งมีผู้อ่านในระดับร้อยละ 10.7-38.6 กลุ่มต่าง ๆ จะมีความนิยมอ่านในคอลัมน์ต่างๆ แตกต่างกัน ยกเว้นกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 1 หมื่นขึ้นไป นิยมอ่านคอลัมน์ วาไรตี้สัมภาษณ์ เรื่องน่ารู้ และวิเคราะห์สถานการณ์ถึงร้อยละ 37.5 ผู้มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด ข่าว บทความ เรื่องเด่น สารคดี ถึงร้อยละ 30.8

การพิจารณาคัดเลือกสาร สนเทศเพื่อการศึกษาอาจจะเกี่ยวข้องกับสิทธิและโครงสร้างหน้าที่ และปัจจัยที่มีอิทธิพลภายนอก เข้ามาแทรกแซง จัดการโดยอาศัยการเพิ่มเพื่อตัดการให้โฆษณาความ สัมพันธ์ส่วนตัวและวางแผนเปลี่ยนทิศทางการเปิดรับของสารสนเทศ สื่อมวลชนบางท่านคิดว่าเป็น เช่นนั้น

นักหนังสือพิมพ์ให้ข้อมูลว่า “นักข่าวมองตัวเองว่าเป็นสุนัขเฝ้าบ้านอย่างคุณสุทธิชัย หยุ่น เป็นต้น ผมว่าตอนนี้สุนัขเฝ้าบ้านหมดแล้วเหลือแต่ละครสัตว์ก็คือว่า ยังไม่ทันชี้เลยติลังกาแล้ว”

(สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์อาวุโส 28 กุมภาพันธ์ 2546)

สื่อเป็นกระจกสะท้อนความเป็นจริง ความมีศีลธรรมและภาพที่สะท้อนออกมาเป็นภาพ หนังสือพิมพ์เมื่ออ่านแล้วมันจะสะท้อนออกมา

“ตอนนี้ทักษิณก็เข้ามา หัวหน้าข่าวก็มีการติดต่อเชื่อมโยง แล้วทุกคนออกมาเหมือนกันการทำ ข่าวตอนนี้พูดลำบากเพราะว่ามันถูกแบ่งแยกสมัยก่อนสู้กันเอง สมัยนี้ไม่มีแล้วทุกคนออกมาเหมือนกันหมดมีการจัดแจงจากอิทธิพลภายนอก”(สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์อาวุโส 28 กุมภาพันธ์ 2546)

การคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษามีตั้งแต่การเลือกจากสื่อมวลชน โลกถึงไทย สื่อมวลชน แต่ละฉบับจะมีแนวคิด ค่านิยม มุมมอง มีผลต่อการคัดเลือกข่าวต่างประเทศ และการคัดเลือกข่าวลง หน้าหนึ่ง ข่าวเดียวกันก็ลงไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่นการเข้าไปสังเกตแล้วสัมภาษณ์โต๊ะข่าวต่างประเทศของมติชน ได้ข้อมูลโดยการยกตัวอย่างว่า

มติชน มีนักข่าวต่างประเทศ 6 อีก 7 คนประจำอยู่ที่กระทรวงการต่างประเทศ หรือสมาคมนัก ข่าวต่างประเทศ อาคารมณียา ช่วงมีเหตุการณ์คึกคัก เช่น ข่าวสงครามอ่าว นอกจากจะแบ่งสายกันไป ทำแล้วเราก็ต้องร่วมกับโต๊ะข่าวสายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน

เช่นเมื่อมีการประชุมระหว่างประเทศจะมีหลายกลุ่มทั้งสนับสนุนและต่อต้านด้วย จะมีการ นัด และโต๊ะข่าวอื่นๆ เช่นโต๊ะข่าวสภาพแวดล้อม การศึกษา การเมือง เศรษฐกิจ ต้องแลกเปลี่ยน ข้อมูลกัน และฝากไปทำข่าวในบางประเด็นที่คนของหนังสือพิมพ์ก็ยังมีปัญหาคุณภาพคนไม่ได้ไป

“ประเด็นสำหรับการวิเคราะห์ในประเทศที่ลึกซึ้งบางเรื่อง นักข่าวที่รู้มาก ๆ ที่สุดในไทยทั้ง ประเทศมีเพียง 10-20 คนเท่านั้น ส่วนใหญ่แต่ละคนก็เป็นนักข่าวธรรมดา ไม่ได้มีพื้นฐานในแต่ละเรื่อง ที่เลือกลึกซึ้งนัก การเลือกข่าวจึงใช้อัตตาของแต่ละคนเป็นหลัก” (สัมภาษณ์ ผู้ปฏิบัติงานในหนังสือ พิมพ์ กุมภาพันธ์ 2543)

ในส่วนของผู้อ่านหรือผู้รับสื่อ ก็มีเหตุผลในการเลือกรับสื่อหนังสือพิมพ์แตกต่างกันออกไป คือ

ตารางที่ 4.67 เหตุผลที่อ่านหนังสือพิมพ์

เหตุผลที่อ่านหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
รับข่าวสารข้อมูล	342	15.8
ชอบคอลัมน์ลิสต์	356	16.5
บันเทิงพร้อมทั้งได้ความรู้	525	24.3
มีสาระ รู้เรื่องบ้านเมือง	373	17.3
เพิ่มความรู้ พัฒนาตนเอง	240	11.1
นำไปใช้ประโยชน์ได้	246	11.4
เป็นรายการของมหาวิทยาลัย ใช้ประกอบการเรียน	76	3.5
อื่นๆ	-	-
รวม	2158	100.0

จากตารางเหตุผลที่อ่านหนังสือพิมพ์ หรือคอลัมน์ที่มีสาระสนทนาศึกษาจะสอดคล้องและมีลักษณะใกล้เคียงกับประเภทคอลัมน์คือ มีเหตุผลในความนิยมใกล้เคียงกัน ตั้งแต่ ร้อยละ 3.5-24.3 โดยเหตุผลทางการบันเทิง พร้อมทั้งได้ความรู้ มีสาระ จนเป็นเหตุผลสำคัญที่สุดในการอ่านหนังสือพิมพ์ ในขณะที่อ่านเพื่อนำไปใช้ประกอบการเรียนในมหาวิทยาลัยมีน้อย สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิทางการศึกษาซึ่งส่วนใหญ่เห็นว่า การศึกษาไทย เน้นการศึกษาในระบบมานาน การศึกษานอกระบบ และตามอัธยาศัยได้รับความสนใจน้อย ในขณะที่การศึกษาในระบบแยกจากสื่อมวลชน และสื่อมวลชนก็แยกจากการศึกษา ผู้ทรงคุณวุฒิให้การแนะนำ ให้มีการบูรณาการ การศึกษาและสื่อมวลชนเข้าด้วยกัน

ผู้บริหารหนังสือพิมพ์ให้นโยบายการเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาต่างกัน แต่ส่วนใหญ่จะให้อิสระแก่นักข่าวและกองบรรณาธิการ กองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ให้ข้อมูลว่า

“นักข่าวจะมีการเลือกข่าวประเด็นคล้ายๆ กัน แต่มีมุมมองแตกต่างกัน เขาก็เลือกตามมุมมองของแต่ละสำนักข่าวที่ไม่เหมือนกัน ถ้ามองว่าเรื่องไหนใหญ่ สำคัญ ก็จะมีการคัดเลือกไปลงหน้าหนึ่ง ส่วนประชาชาติธุรกิจก็จะลงละเอียดแบบวิเคราะห์เจาะลึก” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์อาวุโส 18 กุมภาพันธ์ 2543)

ในส่วนของการทำงานในการเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาจะใช้หลักการคัดเลือกสารสนเทศต่างๆ ไปโดยการเข้าพบแหล่งสารสนเทศ และมีคอมพิวเตอร์ในการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้ปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์อธิบายว่า

“การเลือกข่าวจะแบ่งเวรกันดูในแต่ละวัน วันละ 1-2 คน ทำหน้าที่คัดเลือกข่าวไหนใหญ่ เล็ก เอาไม่เอา โกลด์ตัว หรือ ไกลด์ตัว”

โดยทั่วไปนักข่าวไม่สามารถนั่งประจำในสำนักงานได้ มักจะถูกมอบหมายหรือวางแผนเองเพื่อทำข่าวสัมภาษณ์ติดต่อภายนอก ผู้ที่อยู่ในสำนักงานก็จะทำหน้าที่ตรวจดูข่าวที่ส่งมาเป็นระยะๆ เกณฑ์การคัดเลือกข่าวมักจะดูจากโกลด์ตัวมีผลกระทบ ให้ความรู้สึกแปลกใหม่ สด สำคัญ มีบุคคลที่น่าสนใจอยู่ด้วย เร้าความรู้สึก เรื่องเกี่ยวกับเพศ มีเงื่อนไข ขัดแย้ง ก้าวหน้า สะเทือนอารมณ์

“ข่าวจะเข้ามาทุก ๆ นาฬิกา นาฬิกาละ 2 – 3 ข่าว เครื่องคอมพิวเตอร์ก็จะเก็บไว้ให้เราดูทั้งหมด ประมาณ 3 – 4 วัน ถ้าข่าวไหนสำคัญ ก็จะเก็บไว้นานกว่านั้น ถ้าเป็นข่าวธรรมดา 4 วัน ก็ลบทิ้งไป” นั่นคือ ข่าวสารจากระบบโลกที่เข้ามาสู่หนังสือพิมพ์นั้นจะมีมากมายทุกทิศทาง ในขณะที่ผู้ที่ทำหน้าที่คัดเลือกข่าวเหล่านั้นให้คนไทยอ่าน จะมีเพียงฉบับละ 3 – 4 คนเท่านั้น และในจำนวนนี้ต้องออกไปทำข่าวข้างนอก ผู้ที่อยู่เลือกข่าวอาจมีเพียงคนเดียวนั่นคือผู้ที่คัดเลือกข่าวต่างประเทศให้คนอ่าน” (สัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานหนังสือพิมพ์ 18 กุมภาพันธ์ 2546)

ในทางปฏิบัติจะมีการลอกข่าวกันหรือไม่ ผู้วิจัยได้สังเกตและสัมภาษณ์กรอบแนวคิดหนังสือพิมพ์ข่าวสด ซึ่งอยู่ในเครือมติชน และมีที่ทำงานใกล้ ๆ กัน แบ่งข่าวกันได้

เมื่อไปดูข่าวบางส่วนจากมติชน จะไม่เป็นการไปลอกกันหรือ ทำให้ข่าวซ้ำกันหรือไม่ หัวหน้ากองบรรณาธิการต่างประเทศของข่าวสด กล่าวว่า

“เราไปดูข่าวรอยเตอร์กับ AFP ที่มติชน เราเดินไปเลือกเอาเอง เราไม่เคยไปถามว่า มติชนเลือกข่าวอะไรไปแล้ว ใช่ว่าที่อาจเป็นเรื่องเดียวกัน แต่ก็จะเป็นประเด็นที่แตกต่างกันออกไป เรามีวิธีคัดเลือกข่าวแตกต่างกัน”

ในด้านวิธีการคัดเลือกข่าวของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะมีด้านอาชญากรรมด้วย ดังเช่น โดยบรรณาธิการโต๊ะข่าวต่างประเทศข่าวสด อธิบายว่า

“ก็ดูสถานการณ์ข่าวที่คนสนใจ ความก้าวหน้าทางวิชาการ อาชญากรรม เราก็เน้น แม้จะดูโกลด์ตัว ก็ทำให้ประชาชนได้รู้ บางทีก็น่าตกใจเหมือนกัน ว่าประเทศที่ดูเจริญๆ แล้วแต่ก็มีอาชญากรรมแปลกๆ มีเด็กควงปืนไปยิงเพื่อในสหรัฐฯ ขนาดในสวิส ก็ยังมีคนควงปืนยิงกราดเอาคนทั่วไปเหมือนกัน”



หากเป็นไปตามหลักการคัดเลือกข้างต้นก็จะเป็นเรื่องไกลตัว แต่หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณถือว่าเป็นเรื่องน่าสนใจ เพราะมีด้านของความรุนแรงที่ผู้อ่านสนใจ

“ความใกล้ไกลนี้ก็คิดไม่เหมือนกันนะ ตะวันออกกับตะวันตก อย่างคนดังมีชื่อเสียงนี้ บ้านเราเงินหลง จะดังกว่า แบบพิท ทั้งๆ ที่ในสหรัฐแบบพิทดังกว่า เพราะเราเป็นเอเชีย แม้จะดูเป็นข่าวนิดๆ แต่เงินหลงก็ดูไกลตัวเรามากกว่า” (สัมภาษณ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 18 มกราคม 2546)

สำหรับวิธีการคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการข่าวต่างประเทศของหนังสือพิมพ์มติชน ผู้ช่วยกองบรรณาธิการโต๊ะข่าวต่างประเทศหนังสือพิมพ์มติชน กล่าวในขณะที่กำลังปฏิบัติงานข่าวโดยยังเปิดจอคอมพิวเตอร์คาอยู่ เรื่องการตัดต่อทางพันธุกรรมว่า

“ดูจากข่าวใหญ่ ๆ แล้วก็ข่าวต่อเนื่อง อย่างข่าวสงครามความขัดแย้ง ต้องติดตามต่อจากวันก่อนๆ เพราะสถานการณ์เปลี่ยนทุกวัน

“อย่างเรื่องพันธุกรรม การคิดแต่งพันธุกรรมใหม่ มันมีผลกระทบต่อเรา โดยเฉพาะเกษตรกร เราก็เอาแต่ต้องรู้ว่ามียะไรคืบหน้าหรือไม่ ถ้าเป็นประเด็นซ้ำๆ กับเรื่องเก่าก็ไม่เอา เป็นเรื่องสั้น ๆ ทั่ว ๆ ไป ไม่ค่อยมีประโยชน์ มีผลกระทบน้อยก็ไม่เอา” (สัมภาษณ์ อิศระคะ อวาแล 19 กุมภาพันธ์ 2546)

ในส่วนหนังสือพิมพ์ข่าวสด จะมีลักษณะการนำเสนอข่าวแบบ เช่นเดียวกับไทยรัฐ เดลินิวส์ บ้านเมือง ในการคัดเลือกข่าวจากต่างประเทศ บรรณาธิการโต๊ะข่าวต่างประเทศข่าวสด กล่าวว่า

“ข่าวสดจะมีเนื้อหาเน้นข่าวหนักครั้งหนึ่ง ข่าวเบาครั้งหนึ่ง การคัดเลือกข่าวส่วนใหญ่จะเป็นข่าวเบา เช่น ข่าวผู้หญิงสวมรองเท้าส้นตึก เพลง นักร้องดัง แม่เลี้ยงช่วยเด็กที่ตกลงไปในที่อยู่ของฝูงลิงไม่ให้ถูกลิงอื่นทำร้าย ส่วนข่าวหนักก็มีบ้างเฉพาะกรณีสำคัญๆ เช่น เมื่อเกิดรัฐประหาร สงคราม หรือมีฉนวนก็เป็นข่าวกึ่งหนักกึ่งเบา เช่น การตายของเลดี ไดอานา การมีความสัมพันธ์แบบฉาวโฉ่ของ คลินตัน กับ ลูวินสกี พิจารณาปลดมิสยูนิเวิร์สคนหนึ่ง โดยมีสาเหตุเพราะปล่อยตัวจนอ้วนเกินไป (สัมภาษณ์ บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ 18 กุมภาพันธ์ 2546)

### 3. ลักษณะเลือกอ่านสารสนเทศเพื่อการศึกษาจาก นสพ. ของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ไทย

ลักษณะการเลือกอ่านหนังสือพิมพ์จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิพบว่า ส่วนใหญ่ผู้อ่านจะเลือกคอลัมน์หรือข่าวที่สร้างความสนใจมากกว่าการวิเคราะห์เชิงลึก

หนังสือพิมพ์ที่มีภาพหรือเรื่องเกี่ยวกับความรุนแรง อาชญากรรม ภาพเปลือย หรือเรื่องส่วนตัวของบุคคลยังได้รับความนิยมสูง เปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว สิ่งเหล่านี้ก็มีแต่หนังสือพิมพ์เชิงวิเคราะห์นำเสนอข่าวหนักจะได้รับความนิยมใกล้เคียงกับเนื้อหาเบาเหล่านี้ หรือได้รับความนิยม

มากกว่าในขณะที่สังคมไทย ความนิยมในข่าวเบา ข่าวดังสารคดี จะได้รับความนิยมสูงมากกว่าข่าวหนักหลายเท่า

ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้บริหารสื่อมวลชนมีแนวคิดคล้าย ๆ กันว่า หนังสือพิมพ์อาจจะเป็นกลุ่มสุดท้ายที่ยังไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น มาตรฐานหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันนี้มันเป็นมาตรฐานที่นำเอาผลงานหรือสิ่งตีพิมพ์ที่เป็นผลประโยชน์ บางกลุ่มทั้งตั้งใจและไม่ตั้งใจ

กระบวนการข่าวสารของหนังสือพิมพ์วันนี้มันกลายเป็นลักษณะที่เรียกว่า ข่าวดังสารคดี มันมีบทวิเคราะห์ บทบรรยาย บทความเห็นต่าง ๆ ค่อนข้างมาก แต่เรตติ้งความนิยมก็ยังต่ำ คล้ายๆวิทยุโทรทัศน์ แต่หนังสือพิมพ์สามารถทำซ้ำ มันโน้มน้าวความลึกเพราะอ่านซ้ำได้ สามารถที่จะถูกถ่ายทอดไปในระบบสื่ออื่นๆได้

“เอาหนังสือพิมพ์มาอ่านทางวิทยุ ทางโทรทัศน์ได้ มันถูกทำซ้ำได้ ทำให้กระบวนการรับข่าวมันแพร่กระจายไปเลย กลายเป็นอิทธิพลจากตรงนี้เกิดขึ้นมา เพราะฉะนั้นเป็นกระบวนการที่อันตราย มันทำให้หนังสือพิมพ์แพร่กระจายและบทความความคิดเห็นเป็นภาพลบอย่างยิ่ง เพราะว่ามันผูกติดกับคนเขียนและมันก็กลายเป็นวัฒนธรรม แต่มันมีเนื้อหาไม่มากนัก ยิ่งวิทยุ โทรทัศน์ แข่งขันกันในด้านความเร็ว ความคิดในเนื้อหาขี้บ่นขี้ยล” (สัมภาษณ์ ผู้บริหารสื่อมวลชน 18 มกราคม 2546)

สอดคล้องกับการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามคือ ผู้อ่านให้ความสำคัญที่สุดในหนังสือพิมพ์ลักษณะงานเขียนที่ คือ บทสนทนา บทสัมภาษณ์ วิจารณ์ ในระดับที่ใกล้เคียงกับข่าว บทความ สารคดี สกู๊ปพิเศษ ส่วนที่ให้ความสำคัญน้อยคือ บทวิเคราะห์ คอลัมน์ที่ใช้ประกอบการศึกษาในโรงเรียน มหาวิทยาลัย แสดงว่าวัฒนธรรมการรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของผู้อ่านก็มีลักษณะคล้ายๆ วิทยุ และโทรทัศน์ คือสนใจประเด็นฉาบฉวย สั้นๆ ไม่ลึกมาก แม้มีเพื่อนไม่มากนักก็ตาม

ตารางที่ 4.68 คอลัมน์ของหนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาที่อ่านเป็นประจำ

ความรู้ประเภทใดจากหนังสือพิมพ์ที่อ่านเป็นประจำและนำไปใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
- เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา	386	29.0	1
- โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลป วัฒนธรรมต่าง ๆ	64	4.8	7
- สิทธิมนุษยชน ความเป็นพลเมือง ชลธรรมะ สันติ อหิงสาไม่รุนแรง	-	-	-
- สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกาย	69	5.2	6
- ทักษะการเล่นกีฬา ดนตรี การสร้างงานศิลป์	99	7.4	4
- ทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาสภาพแวดล้อม	-	-	-
- วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์	258	19.4	3
- การเกษตร การช่าง การปรุงอาหาร	-	-	-
- การทำธุรกิจ การค้า การตลาด การบริหาร การจัดการ	-	-	-
- ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส และ ภาษาอื่น ๆ	10	0.8	8
- ความรู้เสริมการศึกษาใน โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย	-	-	-
- ความรู้ที่ตรงกับการประกอบอาชีพ แนวโน้มหรือช่องทางการทำกินของท่าน	-	-	-
- ปกฉะ ความรู้รอบตัว เรื่องน่ารู้ทั่วไป	368	27.6	2
- อื่น ๆ	78	5.9	5
- รวม	<b>1332</b>	<b>100.0</b>	-

จากตาราง คอลัมน์ที่อ่านในหนังสือพิมพ์ จะมีความนิยมไม่แตกต่างกันมาก คอลัมน์ที่ได้รับ ความนิยมมากที่สุด คือ คอลัมน์เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ใกล้เคียงกับความรู้ทั่วไป ปกฉะ คือมีผู้อ่านเป็นประจำร้อยละ 29 และร้อยละ 27.6 ตามลำดับ สำหรับคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ ที่ ผู้อ่านไม่นิยมอ่าน คือรายการเกี่ยวกับธรรมะ สิทธิมนุษยชน การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การช่าง การเกษตร การทำธุรกิจ การค้า ภาษาต่างประเทศ ความรู้ในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย สอดคล้อง กับสถิติการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ที่ขายดีจะมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาไม่มากนัก และ สารสนเทศเพื่อการศึกษา ที่คนไม่นิยมอ่านเหล่านั้นจะมีน้อยที่สุด

นักนิเทศศาสตร์ เห็นว่า คนอ่านไทยจะเลือกสารสนเทศที่เบา ๆ ผิวเฟิน ตื่นเต้น ไม่ชอบลักษณะลึกซึ้งจริงจัง หากเป็นปัญหาก็ต้องแก้ที่การศึกษา และหนังสือพิมพ์ปรับตัวเอง ตัวอย่างเช่น

กรณีคนไทยอ่านไทยรัฐมาก ๆ มันไม่เหมือนประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งไม่จำเป็นต้องเหมือนแต่ มันสะท้อนปกติหนังสือต่างประเทศที่ขายดีและเล่นข่าว มันก็มีแต่เป็นหนังสือประเภทแทปลอยด์ ซึ่งใน อเมริกา ทำให้เห็นหนังสือพิมพ์ขนาดครึ่ง ของหนังสือพิมพ์ปกติ เช่น The sun ไทยเรา หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เป็นหนังสือพิมพ์ระดับใหญ่ ซึ่งมันเหมือนกับเป็นสื่อที่ให้ข่าวสารหลักกับสินค้า มันก็เลยทำให้น่าเป็นห่วงว่าถ้าหลักของสินค้ามันมีแต่เนื้อหาเหล่านี้มันจะเป็นการให้ความรู้หรือให้พินัยต่อประชาชน

หากดูจากยอดพิมพ์แล้ว ผู้จัดการฐานเศรษฐกิจ กรุงเทพธุรกิจ ที่เข้มๆ มียอดผู้อ่านน้อยมากๆ เป็นเพียง 1-2% แต่มีแนวโน้มที่น่าดีใจอยู่บ้างมันก็จะมียกกลุ่มคนที่เริ่มบริโภคข่าวสารในลักษณะที่มีความเป็นห่วงบ้านเมืองมากขึ้นกว่าเดิม พวกนี้นอกจากบริโภคสื่อแล้วยังมีบทบาทในการตรวจสอบสื่อเพิ่มขึ้นอีกด้วย แต่ก็ยังอยู่ในปริมาณที่น้อย “การแก้ไขในส่วนของคนทำทำได้ก็คือ การให้การศึกษามากๆ ด้าน ในส่วนของสื่อเองก็ควรมีบทบาทในการให้การศึกษากับผู้อ่านด้วย ไทยรัฐก็จะสามารถปรับบทบาทตรงนี้ได้”(สัมภาษณ์ นักนิเทศศาสตร์ , พฤศจิกายน 2545)

#### 4. ปริมาณสารสนเทศเพื่อการศึกษาในหนังสือพิมพ์ไทย

นักการศึกษาเห็นว่า ปริมาณคนอ่านหนังสือพิมพ์เมืองไทยยังน้อย มีความสัมพันธ์กับการศึกษา พื้นฐานของประชาชนยังน้อย ต่อไปเมื่อการศึกษาดีขึ้นปริมาณการอ่านก็จะสูงขึ้น โดยยกตัวอย่างเปรียบเทียบต่างประเทศต่างประเทศว่าสถิติของการอ่านหนังสือพิมพ์วันละประมาณ 2 ล้านฉบับก็ออกจะน้อยถ้าเทียบกับญี่ปุ่นหรือประเทศที่พัฒนาแล้วอื่นๆ

“เหตุผลก็ต้องดูฐานทางเศรษฐกิจด้วยสำหรับระบบการศึกษา เขาสามารถได้สื่ออื่น ๆ แทนหนังสือพิมพ์ได้เช่น โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์มันช้า บ้านเราเฉลี่ยการศึกษาระดับสูงประมาณ 5% เอง จะได้อ่านหนังสือพิมพ์หนักๆ คงเป็นไปได้ อย่างคนอเมริกาส่วนใหญ่จบชั้นมัธยมปลาย แต่ในอนาคตคนไทยจะมีอัตราการศึกษามากขึ้น การอ่านหนังสือพิมพ์ก็น่าจะเพิ่มขึ้น” (สัมภาษณ์ นักการศึกษา 27 มกราคม 2546)

ตารางที่ 4.69 คอลัมน์ที่มีสารสนเทศเกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ที่อ่านเป็นประจำ

ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ในหมวดนี้	144	10.8
เหาะ พาที ไทยรัฐ	47	3.5
หมายเหตุประเทศไทย ไทยรัฐ	63	4.7
ไฟเหลืองประชาชน มติชน	-	-
เล่นนอกสภา คม ชัด ลึก	160	12.0
สัปดาห์หน้า 1 ไทยรัฐ	676	50.8
สัปดาห์หน้า 1 เคลินิวส์	129	9.7
คนปลายซอย ไทยโพสต์	76	5.7
อื่น ๆ	37	2.8
รวม	1332	100.0

จากตาราง พบว่า

คอลัมน์ที่มีคนอ่านมากที่สุด คือ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่งอ่านสัปดาห์หน้า 1 ของไทยรัฐ แต่อ่านสัปดาห์หน้า 1 ของเคลินิวส์ไม่ถึงร้อยละ 10 ทั้งๆที่ เคลินิวส์มียอดขายประมาณครึ่งหนึ่งของไทยรัฐ

แสดงว่าสัปดาห์หน้า 1 ของไทยรัฐ ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน มากกว่าทุกคอลัมน์แม้แต่ คอลัมน์ที่เป็นสัปดาห์ข่าว เรื่องเด่น ของหนังสือพิมพ์อื่น ๆ ก็ไม่ได้รับความนิยมมากกว่า

น่าสังเกตว่า สถิติของผู้ไม่อ่าน คอลัมน์เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา มีเพียงร้อยละ 10.8 แตกต่างจากวิทยุและโทรทัศน์เป็นอย่างมาก

ตารางที่ 4.70 กลุ่มคอลัมน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา ที่อ่านประจำ

ลักษณะ / คอลัมน์	ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์	เกาะ พาที ไทยรัฐ	หมายเหตุประเทศไทยไทยรัฐ	เล่นนอกสภา คมชัดลึก	สฎีปหน้า 1 ไทยรัฐ	สฎีปหน้า 1 เดลินิวส์	คนปลายซอย ไทยโพสต์
เพศ							
ชาย	38	-	43	101	464	97	96
	4.5	-	5.1	12.0	55.3	11.6	11.6
หญิง	106	47	20	59	212	32	17
	21.5	9.5	4.1	12.0	43.0	6.5	3.4
ภูมิลำเนา							
กรุงเทพฯ	44	-	-	64	283	-	55
	9.9	-	-	14.3	63.5	-	12.3
ต่างจังหวัด	100	47	20	96	393	129	58
	11.9	5.6	2.4	11.4	46.6	15.3	6.9
อายุ							
16-20 ปี	44	-	-	64	126	32	17
	15.5	-	-	22.6	44.5	11.3	6.0
20 ปีขึ้นไป	100	47	63	37	455	97	96
	14.2	5.3	7.0	4.1	50.8	10.8	10.7
การศึกษา							
ต่ำกว่าปริญญาตรี	82	-	-	64	261	32	17
	18.2	-	-	14.0	57.2	7.0	3.7
ปริญญาตรีขึ้นไป	62	47	63	96	415	97	86
	7.1	5.4	7.2	11.0	47.4	11.1	11.0
รายได้							
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	114	47	43	160	546	129	75
	10.2	4.2	3.9	14.4	49.0	11.6	6.7
1 หมื่นบาทขึ้นไป	30	-	20	-	-	-	-
	60.0	-	40.0	-	-	-	-

จากศึกษาการอ่านหนังสือพิมพ์ เกี่ยวกับเศรษฐกิจ การเมือง สังคม พบว่ากลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่ นิยมอ่าน สฎีปหน้า 1 ของรัฐ ตั้งแต่ร้อยละ 43-63.5 ส่วน คอลัมน์อื่น ๆ มีผู้อ่านน้อยคือ อ่านเพียงร้อยละ 3.4-22.6 ในคอลัมน์ เกาะพาทีไทยรัฐ หมายเหตุประเทศไทย ไทยรัฐ เล่นนอกสภา คมชัดลึก และสฎีปหน้า 1 เดลินิวส์ส่วนที่น่าที่สังเกต คือ สฎีปหน้า 1 เดลินิวส์ และสฎีปหน้า 1 ไทยรัฐ ผู้ชมจะอ่านมากกว่าผู้หญิง คนกรุงเทพฯอ่านมากกว่าคนต่างจังหวัด ผู้ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จะอ่านมากกว่าผู้ที่มีอายุ 16-

20 การศึกษาระดับมัธยมจะอ่านมากกว่าระดับปริญญาตรีขึ้นไป แต่การอ่านของแต่ละกลุ่มก็ไม่แตกต่างกันมากนัก

สำหรับผู้อ่านคอลัมน์อื่น ๆ ในหมวดนี้จะมีไม่มากนัก ยกเว้นผู้ที่มิวายได้เกิน 1 หมื่นบาทจะอ่านคอลัมน์ในหมวดนี้ถึงร้อยละ 70 คอลัมน์อื่น ๆ ที่ผู้กรอแบบสอบถามนิยมนำมาอ่าน คือ ลมเปลี่ยนทิศ และชุมชนของไทยรัฐ คอลัมน์ลึกลับหน้า 1 มติชน ปลายนิ้วนายคำแหง

ตารางที่ 4.71 คอลัมน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา เกี่ยวกับ โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลป วัฒนธรรม ต่างๆ ที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ เกี่ยวกับ โลก นานาชาติ ศาสนา ศิลป วัฒนธรรมต่างๆ ที่อ่านเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ส่องโลก นิติภูมิ ไทยรัฐ	329	24.1
หมุนตามโลก เดลินิวส์	114	8.1
เกร็ดต่างแดน มติชน	84	6.2
จุดประกาย กรุงเทพมหานคร เดลินิวส์วาไรตี้	75	5.5
เดลินิวส์วาไรตี้	225	16.5
อื่น ๆ	45	3.3
ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ในหมวดนี้	494	36.2
รวม	1363	100.0

จากตารางจะเห็นได้ว่า เรื่องเกี่ยวกับโลกนานาชาติ ศาสนา ศิลป วัฒนธรรม ในแง่ของหน้าต่างประเทศ จะมีผู้ไม่อ่านมาก ถึงร้อยละ 36.2 แตกต่างอย่างมากกับคอลัมน์เศรษฐกิจ สังคม การเมือง การศึกษา คอลัมน์ที่นิยมนำมาอ่านก็ยังเป็นของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ คือ คอลัมน์ส่องโลก นิติภูมิ เนาวรัตน์ มีผู้อ่านถึงร้อยละ 24.1 รองลงมาคือ เดลินิวส์ วาไรตี้ มีผู้อ่านร้อยละ 16.5 ส่วน คอลัมน์อื่น ๆ จะได้รับความนิยมน้อย ไม่ถึงร้อยละ 10 สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ที่ว่า คอลัมน์ของนิติภูมิ เนาวรัตน์ สามารถเขียนเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย ประกอบกับอยู่ใน หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ ซึ่งมียอดจำหน่ายมากที่สุด ถึงวันละกว่าล้านฉบับ ทำให้จำนวนผู้อ่านคอลัมน์ต่างๆ มากไปด้วย

ตารางที่ 4.72 คอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ สุขภาพ อนามัย โภชนาการ  
เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกายที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ สุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออกกำลังกายที่อ่านเป็น ประจำคือ	จำนวน	ร้อยละ
เสพสม บัมิสม เคลินิวส์	893	69.5
อื่น ๆ ระบุ	47	3.7
ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ในหมวดนี้	345	26.9
รวม	1285	100.0

จากตารางจะเห็นว่า

คอลัมน์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพ อนามัย โภชนาการ เพศศึกษา การป้องกันโรค การออก  
กำลังกาย

คอลัมน์เสพสม บัมิสม ของ เคลินิวส์ จะได้รับความนิยมสูงมากถึงร้อยละ 69.5

อาจเป็นเพราะเนื่องจากเป็นคอลัมน์ที่มีมานาน และหนังสือพิมพ์อื่น มักไม่มีคอลัมน์ประจำ  
ทางด้านนี้มากนัก

คอลัมน์อื่น ๆ ที่ผู้ตอบกล่าวถึง คือ คอลัมน์สุขภาพ ของมติชน มวลัยไทยรัฐ สุขภาพ  
ไทยรัฐ ดร. สาธิต วันอาทิตย์ไทยรัฐ ชีวจิต ยาสมุนไพรร



ตารางที่ 4.73 คอลัมน์หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การสื่อสาร คอมพิวเตอร์ ที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ ที่อ่านเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
เดลินิวส์ เดลินิวส์	642	47.1
ชีวิตดิจิทัล ไทยรัฐ	427	31.3
อื่น ๆ	32	2.3
ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ในหมวดนี้	262	19.2
รวม	1363	100.0

จากตาราง คอลัมน์เกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการสื่อสาร คอมพิวเตอร์ เป็นคอลัมน์ที่มี คนนิยมอ่านสูง คือมีผู้ไม่อ่านเพียง ร้อยละ 19.

คอลัมน์เดลินิวส์ ของเดลินิวส์ และชีวิตดิจิทัล ของไทยรัฐ ได้รับความนิยมอ่านร้อยละ 47.1 และ ร้อยละ 31.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.74 คอลัมน์หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ กาประกอบอาชีพ เช่น การเกษตร การช่าง การปรุงอาหาร การทำธุรกิจ การค้าที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ กาประกอบอาชีพ เช่น การเกษตร การช่าง การปรุงอาหาร การทำธุรกิจ การค้าที่อ่านเป็นประจำคือ	จำนวน	ร้อยละ
มุมข้าราชการ ไทยรัฐ	157	11.5
คลินิกครู ไทยรัฐ	226	16.6
มุมภาษี เดลินิวส์	89	6.5
เกษตรบนแผ่นกระดาษ เดลินิวส์	262	19.2
อื่น ๆ	142	10.4
ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ในหมวดนี้	487	35.7
รวม	1316	100.0

จากตาราง คอลัมน์ที่ได้รับความนิยมอ่านปานกลาง คือ คอลัมน์เกี่ยวกับการประกอบอาชีพ โดยแต่ละคอลัมน์ จะมีผู้นิยมอ่านใกล้เคียงกัน ความสนใจของอาชีพซึ่งแตกต่างกัน โดย คอลัมน์เกษตรบนแผ่นดินกระดาษของเดลินิวส์ และคลินิกของไทยรัฐ ได้รับความนิยมอ่านร้อยละ 19.2 และร้อยละ 16.6

ตารางที่ 4.75 คอลัมน์หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเกี่ยวกับทักษะภาษาที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์เกี่ยวกับ ทักษะภาษา เช่น ภาษาไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และภาษาอื่นๆ ที่อ่านเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ฟุต ฟิต ฟอ ไฟ	622	45.6
เปิดฟ้าภาษาโลก ไทยรัฐ	142	10.4
สนุกกับภาษาอังกฤษ มติชน	47	3.4
อื่นๆ	-	-
ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ในหมวดนี้	552	40.5
<b>รวม</b>	<b>1363</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง คอลัมน์ที่มีสารสนเทศเกี่ยวกับทักษะภาษา เป็นคอลัมน์ที่มีผู้ไม่อ่านเกือบครึ่งของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในขณะที่ คอลัมน์ฟุต ฟิต ฟอ ไฟ ได้รับความนิยมถึงร้อยละ 45.6

แตกต่างจากคอลัมน์เปิดฟ้าภาษาโลก ไทยรัฐ และ สนุกกับภาษาอังกฤษ มติชน ที่ผู้อ่านร้อยละ 10.4 และร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.76 กลุ่มกับการอ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ ทักษะ ภาษาเช่น ภาษาไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และภาษาอื่น ๆ

คอลัมน์ ลักษณะส่วนตัว	ฟุต ฟิต ฟอ ไฟ	เปิดฟ้าภาษาโลก ไทย รัฐ	สนุกกับภาษาอังกฤษ มติชน	ไม่เคยอ่านหนังสือ พิมพ์ในหมวดนี้
เพศ				
ชาย	366	142	-	331
	43.6	16.9	-	39.5
หญิง	256	-	47	221
	48.9	-	9.0	42.2
ภูมิลำเนา				
กรุงเทพฯ	178	64	-	204
	39.9	14.3	-	45.7
ต่างจังหวัด	444	78	47	305
	50.8	8.9	5.4	34.9
อายุ				
16-20 ปี	68	64	-	151
	24.0	22.6	-	53.4
20 ปีขึ้นไป	495	78	47	306
	53.5	8.4	5.1	33.0
การศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	171	64	-	252
	35.1	13.1	-	51.7
ปริญญาตรีขึ้นไป	451	78	47	300
	51.5	8.9	5.4	34.2
รายได้				
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	512	142	47	444
	44.7	124	4.1	38.8
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	-	50
	-	-	-	100.0

คอลัมน์เกี่ยวกับทักษะภาษาต่างประเทศและภาษาไทยในหนังสือพิมพ์ที่มีผู้อ่านประจำมากที่สุด คือ คอลัมน์ ฟุต ฟิต ฟอ ไฟ ระดับร้อยละ 24-53 และสนใจอ่านคอลัมน์สนุกกับภาษาอังกฤษ ในหนังสือพิมพ์มติชน ร้อยละ 33-53 ที่ได้รับความนิยมน้อยคือ เปิดฟ้า ภาษาโลกของไทยรัฐ เพศและภูมิลำเนา อ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์เกี่ยวกับภาษาต่างประเทศไม่ต่างกันนัก ส่วนที่แตกต่างกัน คือ อายุและการศึกษา

ตารางที่ 4.77 คอลัมน์หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษา เกี่ยวกับความรู้เสริมการศึกษาใน โรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์ที่ให้ความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์ เกี่ยวกับความรู้เสริม การศึกษาในโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ที่อ่านเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
ประชาชน มติชน	155	11.4
จุดประกายกรุงเทพธุรกิจ	130	9.5
เดลินิวส์ วาไรตี้	474	34.8
อื่นๆ	-	-
ไม่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ในหมวดนี้	603	44.3
<b>รวม</b>	<b>1363</b>	<b>100.0</b>

จากตาราง ความเสริมการศึกษาจะเห็นว่าคอลัมน์ที่มีความรู้หลากหลาย คือ คอลัมน์เดลินิวส์ วาไรตี้ ได้รับความนิยมนานกลาง ในขณะที่คอลัมน์ประชาชนของ มติชน และจุดประกายของ กรุงเทพธุรกิจ มีผู้อ่านเพียงร้อยละ 11.4 และ ร้อยละ 9.5 มีผู้ตอบการอ่านคอลัมน์ส่วนใหญ่จะอ่านของภาครัฐ เป็นคอลัมน์ของอาจารย์แม้ คอลัมน์เหล่านี้จะมีผู้อ่านมากพอสมควร เพราะการเขียนอ่านง่าย

ข้อสังเกตว่า คอลัมน์เกี่ยวกับ วิชาการที่เสริมการศึกษามีผู้ไม่อ่านถึง ร้อยละ 44.3

ตารางที่ 4.78 กลุ่มกับการอ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ ซึ่งมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ ความรู้ เสริมการศึกษานอกโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย ที่อ่านเป็นประจำ

คอลัมน์ ลักษณะส่วนตัว	ประชาชน มติชน	จุดประกาย กรุงเทพมหานคร	เดลินิวส์ ไร่ไค้	อื่นๆ	ไม่เคยอ่านหนังสือ พิมพ์ในหมวดนี้
เพศ					
ชาย	87	110	119	-	443
	10.4	13.1	23.7	-	52.8
หญิง	68	20	275	-	161
	13.0	3.8	52.5	-	30.7
ภูมิภาค					
กรุงเทพฯ	17	64	89	-	276
	3.8	14.3	20.0	-	61.9
ต่างจังหวัด	138	66	385	-	285
	15.8	7.6	44.1	-	32.6
อายุ					
16-20 ปี	17	64	83	-	119
	6.0	22.6	29.3	-	42.0
20 ปีขึ้นไป	138	66	322	-	390
	14.9	7.1	35.9	-	42.1
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48	102	83	-	254
	9.9	20.9	17.0	-	52.2
ปริญญาตรีขึ้นไป	107	28	391	-	350
	12.2	3.2	44.6	-	40.0
รายได้					
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	135	110	436	-	464
	11.8	9.6	38.1	-	40.5
1 หมื่นบาทขึ้นไป	20	20	-	-	10
	10.0	40.0	-	-	20.0

จากการศึกษาพบว่า คอลัมน์ที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษาเกี่ยวกับ ความรู้เสริมการศึกษานอกโรงเรียน วิทยาลัย มหาวิทยาลัย เพศหญิงจะอ่านรายการวาไรตี้ของ เดลินิวส์ มากกว่าเพศชายถึงเท่าตัว เช่นเดียวกับผู้ที่อยู่ต่างจังหวัด จะอ่านมากกว่าคนกรุงเทพฯ ถึงเท่าตัว

คอลัมน์เกี่ยวกับปณิกะ เดลินิวส์จะได้รับความนิยมมากที่สุด

“นอกจากจะเพิ่มการศึกษาคนอ่านแล้ว คนทำหนังสือพิมพ์ก็ต้องปรับตัวนะ เขียนอย่างไรให้คนอ่านได้มีอรรถรส ดูพ็อกเก็ตบุ๊ก เป็นตัวอย่างบางเล่มอย่างของอุดม แต่พานิช พิมพ์ได้เกือบ 20 ครั้ง ครั้งละเป็นหมื่นเป็นแสน อย่างคู่สร้างคู่สมก็ยอดพิมพ์สูง คนอ่านมาก สาระก็มี มากพอสมควร” (สัมภาษณ์ นักหนังสือพิมพ์ 7 มีนาคม 2546)

นักวิทยุโทรทัศน์มองว่า หนังสือพิมพ์ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษามากที่สุด แต่มีปัญหาที่จำนวนผู้อ่าน หนังสือพิมพ์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสูงขายได้ไม่มาก สื่อมวลชนที่ทำให้หน้าที่ให้สารสนเทศเพื่อการศึกษามากที่สุด คือหนังสือพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ เช่น มติชน ฐานเศรษฐกิจ แต่ขายได้ไม่ค่อยดี เพราะประชาชนเน้นด้านสาระบันเทิงมากกว่า เพราะสื่อเราไม่ตรงกับความต้องการของประชาชน และอีกอย่างวัฒนธรรมการอ่านของเด็ก ไทยมีน้อย ทางแก้กระทรวงศึกษาธิการต้องวางหลักสูตรให้ตรงกับพื้นฐานของประชาชน

สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามที่ผู้อ่านจะนิยมอ่านมติชนน้อย หนังสือพิมพ์ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ เส้นทางเศรษฐกิจ Bangkok Post The Nation มีผู้อ่านน้อยที่สุด แม้จะมีสารสนเทศเพื่อการศึกษามากที่สุด สอดคล้องกับสถิติการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ ซึ่งหนังสือพิมพ์เหล่านี้มียอดจำหน่ายอยู่ในลำดับท้ายๆ ทำนองเดียวกับนักวิทยุโทรทัศน์ว่าหนังสือพิมพ์ก็ต้องพึ่งปัจจัยการตลาด และรสนิยมของผู้อ่าน ทำให้การอ่านคอลัมน์ที่มีสารสนเทศเพื่อศึกษามีน้อย (สัมภาษณ์ แผลงขายหนังสือพิมพ์หน้าซอยรามอินทรา 5)

สถิติที่ออกมาจะคล้ายคลึงกับโทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งมีบันเทิง มากกว่าความรู้ คนไทยชอบความสบายสนุกสนานประเภทที่เครียด ถ้าไม่ถึงตัวจะไม่อ่าน การแก้ไขไม่ต้องพูดถึง ควรจะคิดมาทำอย่างไรจึงจะอ่าน ยิ่งหนังสือพิมพ์ ยิ่งสมควรจะอ่านเพราะมันมีทุกรส มันขึ้นอยู่กับที่คนอ่านและขอให้มีความพร้อมที่ให้เราได้อ่าน ผู้สอนก็ต้องผสมผสานด้วย

หนังสือพิมพ์ก็พยายามพัฒนาปรับปรุงการนำเสนอในบางฉบับ มีคอลัมน์ที่เป็นประโยชน์มากขึ้น เช่น สังคม เศรษฐกิจ การเกษตรตัวอย่างคนดี แต่มักจะอยู่บนน้ำในไม่อยู่บนน้ำหนึ่งคือไม่เด่นนักเพราะหนังสือพิมพ์ ต้องอิงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักคล้ายกับวิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งต้องเอาใจ ตลาด ผู้บริโภคต้องนำเสนอสารสนเทศที่ผู้อ่านสนใจก่อนสารสนเทศเพื่อการศึกษา

## 5. ปริมาณความถี่ในการอ่านคอลัมน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากหนังสือพิมพ์

ตารางที่ 4.79 จำนวนสารสนเทศที่รับจากหนังสือพิมพ์

อ่านหนังสือพิมพ์โดยเฉลี่ยวันละกี่ฉบับ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่อ่านเลย	129	8.7
น้อยกว่า 1 ฉบับ	576	38.9
2 - 3 ฉบับ	731	49.4
3 - 4 ฉบับ	7	0.5
4 - 5 ฉบับ	-	-
5 - 6 ฉบับ	-	-
มากกว่า 6 ฉบับ	-	-
อื่น ๆ	38	2.4

จากตารางจะเห็นได้ว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณครึ่งหนึ่ง อ่านหนังสือพิมพ์ประมาณ 2-3 ฉบับ ใกล้เคียงกับการอ่านหนังสือพิมพ์ ประมาณ 1 ฉบับ ซึ่งมีจำนวนร้อยละ 38.9

จะเห็นว่าผู้ที่ไม่อ่าน หนังสือพิมพ์ หรืออ่านเกิน 3 ฉบับ มีน้อยมาก

สอดคล้องกับการให้สัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ และการแสดงปัญหาในการอ่านหนังสือพิมพ์ว่าหนังสือพิมพ์ไทย อาจจะมีความแตกต่างให้เลือกไม่มาก คนจึงเลือกอ่านน้อยลงในช่วงเศรษฐกิจไม่ดี คนจึงรับหนังสือพิมพ์ไม่กี่ฉบับ

ตารางที่ 4.80 จำนวนฉบับของการอ่านหนังสือพิมพ์ที่อ่านโดยเฉลี่ยต่อวัน

การอ่านหนังสือพิมพ์	ไม่อ่านเลย	น้อยกว่า 1 ฉบับ	2-3 ฉบับ	3-4 ฉบับ	อื่นๆ
ลักษณะส่วนตัว	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
เพศ					
ชาย	91 (10.2)	330 (37.0)	433 (48.5)	-	38 (4.3)
หญิง	38 (6.5)	246 (41.8)	298 (50.6)	7 (1.2)	-
ภูมิลำเนา					
กรุงเทพฯ	-	224 (49.1)	232 (50.9)	-	-
ต่างจังหวัด	110 (11.5)	352 (36.8)	456 (47.7)	-	38 (4.0)
อายุ					
16-20 ปี	22 (7.1)	136 (43.6)	147 (47.1)	7 (2.2)	-
20 ปีขึ้นไป	76 (7.9)	324 (33.6)	526 (54.6)	-	38 (3.9)
การศึกษา					
ต่ำกว่าปริญญาตรี	38 (7.8)	244 (50.1)	205 (42.1)	-	-
ปริญญาตรีขึ้นไป	91 (9.2)	332 (33.4)	528 (52.9)	7 (0.7)	38 (3.8)
รายได้					
ต่ำกว่า 1 หมื่นบาท	129 (10.3)	504 (40.1)	623 (49.6)	-	-
1 หมื่นบาทขึ้นไป	-	-	50 (87.7)	7 (12.3)	-
การศึกษาในระบบ	89(69.0)	400(69.4)	460(62.9)	7(100.0)	27(71.1)
ศึกษานอกระบบ	18(14.0)	79(13.7)	109(14.9)	-	5(13.2)
ศึกษาตามอัธยาศัย	22(17.1)	97(16.8)	162(22.2)	-	6(15.8)

จำนวนหนังสือพิมพ์ที่อ่านแต่ละวันของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ทุกกลุ่มจะอ่านหนังสือพิมพ์ 2-3 ฉบับมากที่สุด แต่ใกล้เคียงกับที่อ่านหนังสือพิมพ์ 1 ฉบับ หรือน้อยกว่า ยกเว้นผู้ที่มีรายได้สูงกว่า 1 หมื่นบาท จะอ่านหนังสือพิมพ์ 2-3 ฉบับมากที่สุด ถึงร้อยละ 87.7 อาจเป็นเพราะคนกลุ่มนี้อ่านหนังสือพิมพ์ทั้งที่ทำงานและที่บ้าน ส่วน เพศ ภูมิลำเนา อายุ และการศึกษาที่แตกต่างกันจะอ่านหนังสือพิมพ์ไม่แตกต่างกันนัก



## ปัญหาที่ใช้ในการวิจัย

ถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อศึกษา ปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาของหนังสือพิมพ์ไทย ในหมวด 5 ข้อ 17 ความว่า

ปัจจัยดังต่อไปนี้ เป็นปัจจัยเกื้อหนุนหรือเป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการนำเสนอสารสนเทศเพื่อการศึกษาในหนังสือพิมพ์มากน้อยเพียงใด

- เนื้อหาที่ให้กับสารสนเทศเพื่อการศึกษา
- ความกว้างขวางลึกซึ้งของคอลัมน์ที่เป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษา
- วัฒนธรรมการอ่านคอลัมน์ที่เป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษาของคนไทย
- การแข่งขันกับสารสนเทศประเภทเร้าอารมณ์
- การสนับสนุนของผู้ให้โฆษณา
- การคัดเลือกสารสนเทศเพื่อการศึกษาของนักหนังสือพิมพ์...

การให้ข้อมูล ผู้ตอบปัญหาเหล่านี้ได้ค่อนข้างครบถ้วนคือ ผู้ที่ปฏิบัติงานในหนังสือพิมพ์มานาน ผู้บริหาร มักจะตอบในเชิงนโยบาย ผู้ปฏิบัติงานมักจะตอบในรายละเอียดมีการวิพากษ์ วิเคราะห์ หนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆ เป็นส่วนใหญ่

บางส่วนก็ขอร้องไม่ให้เปิดเผย เพราะนักหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่รู้จักคุ้นเคยกัน แต่ข้อมูลลับเหล่านั้นก็มีผลต่อการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาด้วยเช่นกัน

สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิทางนิเทศศาสตร์และทางการศึกษา มักจะตอบปัญหาในเชิงนโยบาย ลงลึกในรายละเอียดน้อยมาก และคำตอบส่วนใหญ่มักจะมองในมุมมองของผู้อ่าน ปัญหาและอุปสรรคจึงไม่ได้ตอบมากนัก แต่จะเน้นแนวทางที่หนังสือพิมพ์ควรจะเป็นมากกว่า

คำตอบจึงมักจะสอดคล้องกับผู้ตอบแบบสอบถามเชิงสำรวจที่ส่วนใหญ่เห็นว่าหนังสือพิมพ์มีคอลัมน์ที่เป็นสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้เลือกน้อยและคอลัมน์ที่มียังไม่ตรงกับความต้องการมากเพียงพอ ส่วนเนื้อหาความยากง่ายของหนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก

## 6. ปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านหนังสือพิมพ์ไทย

จากการวิจัยทางปัญหาและอุปสรรคในการเปิดรับของสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านหนังสือพิมพ์ จำแนกออกเป็นหลายประการ คือ

ปัญหาด้านโครงสร้างหน้าที่ของหนังสือพิมพ์

ปัญหาด้านเทคนิคการนำเสนอ

ปัญหาด้านเทคโนโลยี

ปัญหาวัฒนธรรมอ่านของคนไทย

6.1 ปัญหาความแตกต่างช่องว่างและความไม่สมดุล ของการเปิดรับของสารสนเทศเพื่อการศึกษาผ่านหนังสือพิมพ์ไทย

จากการศึกษาพบว่าหนังสือพิมพ์ไทยความเติบโตแตกต่างกันมาก ระหว่างกรุงเทพ ต่างจังหวัดและชนบท

หนังสือพิมพ์จากส่วนกลางมียอดจำหน่ายสูงมากเมื่อเทียบกับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มียอดพิมพ์น้อยมีสารสนเทศเพื่อการศึกษาจำกัด อยู่ในวงแคบสารสนเทศให้ระดับประเทศ และระดับโลกมีน้อย

ในด้านของผู้อ่าน กรุงเทพจะมีผู้ว่างมากเมื่อเทียบกับต่างจังหวัด หนังสือพิมพ์เชิงประมาณข่าวเบาจะได้รับความนิยมทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดในขณะที่หนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพได้รับความนิยมในกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ๆ ต่างจังหวัดมีผู้อ่านน้อย

6.1.1 ช่องว่างและความไม่สมดุล ในการอ่านคอลัมน์สารสนเทศเพื่อการศึกษาของชาวเมืองกับชาวชนบท

6.1.2 การไหลทิศทางเดียวของสารสนเทศเพื่อการศึกษา จากหนังสือพิมพ์ไทย

ในส่วนของผู้รับสื่อหรือหนังสือพิมพ์จะมีปัญหาและอุปสรรคในการอ่านที่สำคัญ คือ

**ตารางที่ 4.81** ปัญหาและอุปสรรคในการอ่านคอลัมน์ที่มีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ปัญหาและอุปสรรคในการอ่านคอลัมน์หนังสือพิมพ์ที่มีเป็นความรู้และเป็นประโยชน์สำหรับ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ชอบอ่าน	112	5.0
มีคอลัมน์ให้เลือกน้อย	760	34.0
คอลัมน์ไม่ตรงกับความต้องการ	182	8.1
คอลัมน์ที่มีพินๆ นำไปใช้จริงไม่ได้	289	13.3
คอลัมน์ยากเกินไป อ่านไม่เข้าใจ	301	13.5
คอลัมน์ที่มีเกรียดเกินไป	99	4.4
เทคนิคการเขียนไม่ดี	59	2.6
ไม่ได้เป็นผู้เลือกซื้อหนังสือพิมพ์	373	16.7
อื่นๆ	51	2.3
รวม	2235	100.0

จากตารางปัญหาและอุปสรรคในการอ่านหนังสือพิมพ์จะคล้ายกับสื่อมวลชนอื่นๆ คือ มีคอลัมน์ให้เลือกน้อย เนื่องจากหนังสือพิมพ์ไทยมีประมาณ 20 ฉบับ และฉบับที่มียอดจำหน่ายสูง จะเป็นหนังสือพิมพ์จากส่วนกลาง การจัดคอลัมน์ให้ตรงกับความต้องการของผู้อ่านทั่วประเทศจึงทำได้ยาก ปัญหาอื่น ๆ ซึ่งมีไม่มากนัก คือ การที่เนื้อหายากเกินไป เกรียดเกินไป และไม่ได้เป็นผู้เลือกซื้อหนังสือพิมพ์เอง ประมาณร้อยละ 13-17

สำหรับปัญหาที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้ความเห็นไว้มาก คือการไม่ชอบอ่าน หากพิจารณาตามสถิติยอดขายหนังสือพิมพ์ที่มีประมาณ 2 ล้าน ฉบับต่อวัน เปรียบเทียบกับพลเมือง 60 ล้านคน จัดว่าค่อนข้างต่ำ แต่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าไม่ใช่ปัญหาสำคัญเพราะมีผู้มองเห็นว่าเป็นปัญหาและอุปสรรคเพียงร้อยละ 5

ปัญหาและอุปสรรคอื่นๆ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้มาคือ มีเวลาอ่านน้อย ไม่เชื่อถือหนังสือพิมพ์ ข่าวหนังสือพิมพ์มีประโยชน์น้อย เกินความจริงไม่กลั่นกรอง มีโฆษณาเกินไป ซ้ำกว่าโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ต ตัวหนังสือเล็กและไม่มีเงินซื้อ