รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

สถานภาพการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

รองศาสตราจารย์ดวงพร ดำนูณวัฒน์
และคณะ

สนับสนุนโดย แผนงานวิจัยและพัฒนาระบบสื่อสารสุขภาพสู่ประชาชน
สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)
เมษายน 2548

สถานภาพการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

Local Media Procedures for Health Communication

รองศาสตราจารย์ดวงพร คำนูณวัฒน์

นางสาวนิยะนันท์ สำเภาเงิน

อาจารย์สุนิดา ศิวปฐมชัย

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท

มหาวิทยาลัยมหิดล

คำนำ

งานวิจัย เรื่อง สถานภาพการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น เป็นการศึกษาเนื้อหา วิธีการนำเสนอเนื้อหา และการดำเนินงานสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี ซึ่งคณะผู้วิจัยได้เรียนรู้ถึงศักยภาพ และข้อจำกัดของการดำเนินงานดังกล่าว อีกทั้งมองเห็นโอกาสในการพัฒนาสื่อท้องถิ่นเหล่านี้ ให้สามารถมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมสุขภาพของคนในท้องถิ่นได้อย่างเต็มศักยภาพ

ขอขอบคุณผู้สนับสนุนงานวิจัยนี้ ได้แก่ ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์เอี่ยม ทองดี และผู้ช่วยศาสตราจารย์ยงยุทธ บุราสิทธิ์ ผู้ประสานงานในพื้นที่ : คุณยาใจ ศรีวิโรจน์ คุณวาณิชชา ชัยวงศ์ คุณสุวิชา จันทร์สุริยกุล คุณสุริยันต์ วันเสน คุณโสมวรรณ เทียมกีรกุล และ คุณดวงพร สาระศาลิน ผู้ช่วยวิจัย คุณสุกัญญา เสรีนนท์ชัย และที่สำคัญขอขอบคุณสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข ที่สนับสนุนให้มีงานวิจัยนี้

คณะผู้วิจัย

บทคัดย่อ

ศึกษาการสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น 5 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และ เคเบิลทีวี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น ลักษณะการดำเนินงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพ การเปิดรับสื่อและความคาดหวังของผู้รับสารในการรับข้อมูลด้านสุขภาพ และแนวโน้มการใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารสุขภาพ ดำเนินงานวิจัยใน 6 จังหวัด ได้แก่ แพร่ นครพนม นครปฐม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ **สื่อท้องถิ่น** ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 16 หัว (95 ฉบับ) วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 14 สถานี วิทยุชุมชน 6 สถานี หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 6 แห่ง และเคเบิลทีวี 5 สถานี **ผู้ทำหน้าที่สื่อสาร** 45 คน แบ่งเป็นทำงานหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 14 คน วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 14 คน วิทยุชุมชน 6 คน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 6 คน และเคเบิลทีวี 5 คน **ผู้รับสารในท้องถิ่น**จาก 6 จังหวัด รวม 643 คน เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสำรวจ และสัมภาษณ์ วิเคราะห์ผลสื่อท้องถิ่นด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และแปรผลในส่วนของผู้ทำหน้าที่สื่อสารและผู้รับสารในท้องถิ่นด้วยวิธีการทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า **วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด**นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพเกี่ยวกับอโรคยามากที่สุด มุ่งให้ผู้รับสารทราบวิธีการป้องกันตนเอง และมีการนำเสนอใน 4 รูปแบบ คือ รายการสุขภาพ สปอต แทรกในรายการข่าวท้องถิ่น และโฆษณา การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของ**วิทยุชุมชน**ส่วนใหญ่มีคณะกรรมการดูแล โดยได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเอกชน นำเสนอด้วยการจัดรายการสุขภาพโดยตรง และ แทรกอยู่ในรายการอื่น ประเด็นมักเกี่ยวข้องกับ อโรคยา และอาหาร เพื่อป้องกัน และสร้างเสริมสุขภาพมากกว่าการรักษาและฟื้นฟู ไม่มีการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในรูปแบบของการจัดเป็นรายการสุขภาพ โดยตรงจาก**หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย** มักเป็นการประกาศข่าวสารให้ทราบหรือให้ไปรับบริการ และเปิดสปอตที่ส่วนราชการผลิต และ**เคเบิลทีวี** ส่วนใหญ่นำเสนอข้อมูลสุขภาพผ่านรายการข่าวท้องถิ่น เพื่อแจ้งให้ทราบหรือรายงานเหตุการณ์ เนื้อหามักเกี่ยวข้องกับ อโรคยา และอาหาร **หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น** ซึ่งเป็นธุรกิจสื่อขนาดเล็ก เผยแพร่เป็นราย 5 วัน – เดือน นำเสนอเนื้อหาสุขภาพทุกประเภท ในรูปแบบของการรายงานข่าว บทวิเคราะห์ และโฆษณา

สำหรับ**ผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ** ส่วนใหญ่เป็นชายและจบศึกษาระดับปริญญาตรี อายุอยู่ระหว่าง 25-55 ปี มีประสบการณ์การทำงาน 1-30 ปี มักทำงานสื่อท้องถิ่นหลายประเภท และมีการทำงานเป็นผู้สื่อข่าวให้กับสื่อส่วนกลาง บางคนทำงานสื่อเป็นอาชีพรอง และมีการใช้แหล่งข่าวในการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพหลายช่องทาง ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ด้านสุขภาพจึงนำเสนอรายการสุขภาพ/บทวิเคราะห์สุขภาพในจำนวนน้อย และต้องอาศัยแหล่งข่าวด้านสุขภาพ **ผู้รับสารในท้องถิ่น** เป็นหญิงมากกว่าชายเล็กน้อย มีอายุอยู่ระหว่าง 31-60 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ต่างมีความต้องการให้สื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท สื่อสารด้านสุขภาพ โดยมีความคาดหวังจากวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมากที่สุด และจากเคเบิลทีวีน้อยที่สุด ต้องการเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอโรคยามากที่สุด มีความต้องการให้ทุกสื่อเพิ่มปริมาณเนื้อหาด้านสุขภาพ โดยนำเสนอเรื่องใกล้ตัว สามารถนำไปปฏิบัติได้ ข้อมูลมีความถูกต้อง เข้าใจง่าย มีความสม่ำเสมอต่อเนื่อง และจริงจัง

แม้ผู้ทำหน้าที่สื่อสารและผู้รับสารต่างมีความต้องการเพิ่มปริมาณเนื้อหาด้านสุขภาพ แต่ด้วยข้อจำกัดด้านความรู้ ข้อมูล แหล่งข่าว และงบประมาณ อีกทั้งสื่อบางประเภทดำเนินงานโดยคำนึงถึงผลประโยชน์ด้านธุรกิจ สื่อท้องถิ่นเหล่านี้จึงยังไม่สามารถทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพได้อย่างเต็มที่เท่าที่ควร

Abstract : Local Media Procedures for Health Communication

This research was aimed to study the health communication of 5 types of local media; local newspapers, provincial broadcasting radios, community radios, news broadcasting towers, and cable televisions. The main objectives of this research were to study health communication content and presentations, health communicators' procedures, audiences' exposure and expectation of receiving health information and the tendency of local media use for health communication. The area of this research included six provinces; Prae, Nakhonpanom, Nakhonpathom, Chantaburi, Kanchanaburi and Stun. The sampling group of this research included five kinds of **local media** (16 titles of local newspapers or 95 pieces, 14 provincial radio broadcasting stations, 6 community radio stations, 6 news broadcasting towers and 5 cable television station), **45 communicators** in 5 fields of media work (14 communicators of local newspapers, 14 communicators of radio broadcasting stations, 6 communicators of community radio stations, 6 communicators of news broadcasting towers, and 5 communicators of cable television stations) and **643 local media audience** from 6 provinces mentioned above. The methodology conducted for this research involved surveys and interviews. The data of local media was analyzed by content analysis methodology and the data of communicators and audiences was analyzed by statistics methodology.

As a result of the study, it was found that the health content presented by provincial radio was mostly related to "disease", with the aim of making the audience know how to protect themselves from getting ill. The content was presented in 4 forms; health programs, radio spots, trifling information inserted into other programs, and advertisements. Regarding the community radio stations, the health communication management was mostly under the control of the station committee, supported by private organizations. The content was presented in the forms of health programs and pieces of information in other programs. The main issues of the content were mostly related to "disease" and "food" with the objectives of disease prevention and health promotion more than disease cure and rehabilitation. In the case of the news broadcasting towers, health content was not presented in the form of health

programs but the announcement of health service and spots from official organizations were found being broadcast instead. Most of the cable television stations presented health information through local news programs to inform or report the events. The content was mostly related to "disease" and "food". While small-size medium local newspapers, published from every five days to monthly, presented every type of health content in the forms of news reports, articles and advertisements.

Regarding **the health communicators**, most of them were male, aged between 25-55, with 1 to 30 years work experience holding Bachelor degrees. They usually worked in many fields of local media and also worked as stingers for the media in Bangkok while some of them do this work as the second job. Most of these communicators had no knowledge of health so health columns and articles were brief with the use of many sources for health information. **The local audiences**, aged between 31 to 60, mostly were female, and graduated from secondary schools. They needed all 5 kinds of local media to communicate health information especially the provincial broadcasting radios. The audiences expected to receive health information from cable televisions least. However, they expected every local medium to increase the presentation of health content especially the continuous practical information which is easy to understand, correct and serious. The most needed content was information about "disease".

Although the communicators and audiences has desired an increase in the quantity of health content presentation, due to the limitation of knowledge, information, sources, budgets and also being attached to business interests of some media, the local media has been still unable to communicate health information with full-efficiency as they should do.

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	ง
สารบัญแผนผัง	จ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาของงานวิจัย	1
1.2 คำถามนำการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.5 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.6 แนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย	4
1.7 นิยามศัพท์	4
1.8 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย	5
1.9 แผนการดำเนินงานวิจัย	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	7
2.1 แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา	7
2.2 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม	12
2.3 แนวคิดสื่อท้องถิ่นเพื่อการพัฒนา	16
2.4 แนวคิดพฤติกรรมการรับสาร	54
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	63

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 73
3.1 กลุ่มตัวอย่างและการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง 73
3.2 การเตรียมงานวิจัย 78
3.3 การรวบรวมข้อมูล : วิธีการและเครื่องมือ 79
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล 82
3.5 สรุปผลและนำเสนอผลการวิจัย 82

บทที่ 4 การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น 83
4.1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 83
4.2 วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 121
4.3 วิทยุชุมชน 158
4.4 หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 176
4.5 เคเบิลทีวี 187

บทที่ 5 การดำเนินงานและแนวโน้มการสื่อสารด้านสุขภาพกับ ความต้องการของคนท้องถิ่น 197
5.1 ผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่น 197
5.2 การเปิดรับสื่อและความคาดหวังของคนท้องถิ่นในการรับ ข้อมูลด้านสุขภาพ 214
5.3 วิเคราะห์เงื่อนไขการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาของสื่อท้องถิ่น 230
5.4 วิเคราะห์แนวโน้มการใช้สื่อท้องถิ่นในการสื่อสารสุขภาพ 239

บทที่ 6 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 245
6.1 สรุปผลการวิจัย 246
6.2 อภิปรายผล 253
6.3 ข้อเสนอแนะ 257

บรรณานุกรม 264

ภาคผนวก

ก แบบสอบถามผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่น I

ข แบบสอบถามการเปิดรับและความคาดหวังของคนท้องถิ่น
ต่อการสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น II

ค รายชื่อผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพผู้ให้ข้อมูล III

ง ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล IV

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 2.1	เปรียบเทียบจำนวนหอกระจายข่าวที่มีอยู่และที่ได้มาตรฐาน พ.ศ.2538, 2540 และ 2542	48
ตารางที่ 3.1	รายชื่อสื่อท้องถิ่นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด	76
ตารางที่ 3.2	จำนวนผู้รับสารกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสื่อและจังหวัด	78
ตารางที่ 4.1	เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	90
ตารางที่ 4.2	เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดแพร่	96
ตารางที่ 4.3	เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดนครพนม	100
ตารางที่ 4.4	เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม	105
ตารางที่ 4.5	เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดจันทบุรี	111
ตารางที่ 4.6	เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดกาญจนบุรี	116
ตารางที่ 4.7	เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดสตูล	120
ตารางที่ 4.8	การดำเนินงานและสัดส่วนการผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	125
ตารางที่ 4.9	รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพผ่านวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	127
ตารางที่ 4.10	รายการสุขภาพที่นำเสนอทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	130
ตารางที่ 4.11	ลักษณะทั่วไปและการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของวิทยุชุมชน	162

ตารางที่ 4.12 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของเคเบิลทีวี 191

ตารางที่ 5.1 ข้อมูลเพศ อายุ และการศึกษาของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ 198

ตารางที่ 5.2 ระยะเวลาในการทำงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ 199

ตารางที่ 5.3 ลักษณะการประกอบอาชีพสื่อท้องถิ่นของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ 202

ตารางที่ 5.4 แหล่งข่าว/ข้อมูลที่ใช้ในการทำงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ 205

ตารางที่ 5.5 ข้อมูลเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ของคนท้องถิ่น 216

ตารางที่ 5.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนส่วนกลางของคนท้องถิ่น 218

ตารางที่ 5.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อท้องถิ่นของคนท้องถิ่น 221

ตารางที่ 5.8 ความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น 224

ตารางที่ 5.9 ความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพเปรียบเทียบระหว่างสื่อแต่ละประเภท 226

ตารางที่ 5.10 ความคาดหวังต่อประเด็นสุขภาพที่สื่อท้องถิ่นควรนำเสนอ 227

ตารางที่ 5.11 เปรียบเทียบความต้องการการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพผ่านสื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อท้องถิ่น 228

ตารางที่ 5.12 ปัจจัยการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาของสื่อท้องถิ่น 238

สารบัญแผนผัง

		หน้า
แผนผังที่ 4.1	การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	87
แผนผังที่ 4.2	การดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	122
แผนผังที่ 4.3	ขั้นตอนการผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	123
แผนผังที่ 4.4	การดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชน	160
แผนผังที่ 4.5	การดำเนินงานของหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	178
แผนผังที่ 4.6	การดำเนินงานของเคเบิลทีวี	189

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาของงานวิจัย

ในสภาวการณ์ปัจจุบัน การมีสุขภาพดีถือเป็นวาระสำคัญระดับชาติที่ทุกประเทศให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง แต่ละประเทศได้จัดตั้งหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งโดยภาครัฐและเอกชน เพื่อทำหน้าที่รองรับงานสร้างสุขภาพให้กับประชาชนของประเทศตน การที่หน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญกับสุขภาพที่ดีของประชาชนนั้นถือเป็นเรื่องดี หากแต่สิ่งสำคัญก็คือ งานสร้างสุขภาพมิใช่เป็นงานที่อยู่ในความรับผิดชอบของใครหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นงานที่ทุกคนและทุกหน่วยของสังคมต้องเข้ามามีส่วนร่วม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อนบ้าน โรงเรียน วัด รวมทั้งสื่อมวลชน

สื่อมวลชนมีบทบาทและหน้าที่ในการคัดกรองข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นในสังคม และจัดลำดับความสำคัญของข่าวสารที่จะนำเสนอต่อประชาชนที่เป็นผู้รับสาร โดยศักยภาพของสื่อมวลชนทั่วไปที่สามารถเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้กว้างขวางและรวดเร็วนั้น ทำให้สื่อมวลชนกลายเป็นช่องทางสำคัญในการนำสารเพื่อสร้างสุขภาพให้แก่ประชาชน และด้วยคุณสมบัติเฉพาะของสื่อมวลชนบางประเภทที่สามารถส่งสารไปยังผู้รับสารโดยส่งทั้งภาพและเสียงประกอบกันนั้น ยิ่งทำให้สื่อมวลชนกลายเป็นเครื่องมือส่งสารที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อผู้รับสารเป็นทวีคูณ หากแต่สื่อมวลชนที่มีประชาชนทั้งประเทศเป็นผู้รับสารหรือที่เรียกว่าสื่อมวลชนส่วนกลางนั้นจำเป็นต้องเสนอสารที่เป็นเรื่องทั่วๆ ไป และด้วยวิธีการที่เป็นกลางทุกคนสามารถเข้าใจได้ ผู้รับสารบางส่วนจึงอาจได้รับประโยชน์ในขณะที่บางส่วนอาจไม่ได้รับประโยชน์ กอปรกับสภาวะกดดันจากการที่สื่อมวลชนส่วนกลางผูกโยงกับองค์กรธุรกิจมากขึ้น ข่าวสารบางอย่าง ซึ่งอาจรวมถึงข่าวสารด้านสุขภาพอาจหดหายไปจากสังคมหรือมีพื้นที่ในการนำเสนอทางสื่อมวลชนกลางน้อยลง

ในขณะที่สื่อมวลชนท้องถิ่นที่ดำเนินการสื่อสารโดยมีคนในท้องถิ่นเป็นผู้รับสาร เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เคเบิลทีวี วิทยุชุมชน ฯลฯ เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับประชาชนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด โดยธรรมชาติของสื่อท้องถิ่นที่เป็นช่องทางที่ประชาชนใน

ชุมชนท้องถิ่นต่างๆ คุ้นเคยนั้น สามารถสื่อสารโดยคัดเลือกเรื่องราวที่เกี่ยวข้อง หรือที่เป็นปัญหา หรือที่ผู้คนท้องถิ่นสนใจใคร่รู้มานำเสนอ ทำให้สื่อมวลชนท้องถิ่นสามารถสื่อสารเรื่องราวที่ตรงกับความต้องการ และสอดคล้องกับสภาพปัญหาและวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในแต่ละชุมชน ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารเรื่องการเมืองท้องถิ่น เกษตรกรรม รวมทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพก็ถูกนำเสนอผ่านสื่อเหล่านี้เช่นกัน จึงกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนท้องถิ่นมีศักยภาพในการสื่อสารเรื่องราวที่สามารถสร้างสุขภาพที่ดีให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี แต่คำถามก็คือ ผู้ที่ใช้สื่อท้องถิ่นได้ใช้ศักยภาพของสื่อเหล่านี้ในการสื่อสารเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพดีแล้วหรือยัง หากมีแล้ว ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่นำเสนอผ่านสื่อท้องถิ่นนี้มีความน่าสนใจเพียงไร น่าเชื่อถือหรือไม่ ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารสุขภาพนั้นมีความเข้าใจหรือมีความรู้ด้านสุขภาพมากน้อยเพียงไร รวมทั้งประชาชนที่เป็นผู้รับสารในท้องถิ่นได้รับข้อมูลด้านสุขภาพจากสื่อท้องถิ่นประเภทใด และมากน้อยเพียงไร

การศึกษาสถานภาพของสื่อท้องถิ่น อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี ในการสื่อสารเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ จะทำให้ทราบถึงสภาพการสื่อสารที่เป็นอยู่จริง ทั้งในด้านเนื้อหาและปริมาณ ทำให้ทราบความคิดเห็น และวิธีดำเนินงานของผู้ทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสาร อีกทั้งความคิดเห็นและความต้องการของผู้รับสาร ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาสื่อท้องถิ่นให้สามารถสื่อสารเพื่อสร้างสุขภาพให้กับคนในท้องถิ่น

1.2 คำถามนำการวิจัย

1.2.1 ปัจจุบันสื่อท้องถิ่นทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพบ้างหรือไม่

1.2.2 เนื้อหามักเป็นลักษณะใด ในปริมาณเท่าใด และนำเสนออย่างไร

1.2.3 สื่อท้องถิ่นได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านสุขภาพมากน้อยเพียงใด และด้วยเหตุผลใด

1.2.4 ข้อจำกัดในการทำงานด้านการสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่นคืออะไร

1.2.5 ปัจจุบันผู้รับสารได้รับสารด้านสุขภาพจากสื่อท้องถิ่นประเภทใด และมากน้อยแค่ไหน

1.2.6 ผู้รับสารมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานการณ์การสื่อสารสุขภาพในปัจจุบัน และต้องการให้เป็นอย่างไรในอนาคต

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 ศึกษาเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

1.3.2 ศึกษาลักษณะการดำเนินงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพ

1.3.3 ศึกษาการเปิดรับสื่อและความคาดหวังของผู้รับสารในการรับข้อมูลด้านสุขภาพ

1.3.4 วิเคราะห์แนวโน้มการใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารสุขภาพ

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานสื่อสารเพื่อสุขภาพของสื่อท้องถิ่น ทั้งในด้านสถานภาพที่เป็นอยู่ ความคิดเห็นของผู้ผลิต และความคิดเห็นของผู้รับสาร

1.4.2 สามารถคาดการณ์การใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อสื่อสารสุขภาพในอนาคต

1.4.3 สามารถใช้ผลการศึกษาเป็นข้อมูลพัฒนาสื่อท้องถิ่นให้สามารถเป็นสื่อเพื่อสร้างสุขภาพได้อย่างแท้จริง

1.5 ขอบเขตงานวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้ศึกษาสื่อท้องถิ่น 5 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงที่มีสถานีจัดการกระจายเสียงในจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี โดยครอบคลุม ผู้ปฏิบัติงาน การดำเนินงาน เนื้อหา และการนำเสนอเนื้อหา ส่วนการศึกษาผู้รับสารจะครอบคลุมพฤติกรรมการรับสาร ความต้องการและความคาดหวังที่มีต่อการรับสารด้านสุขภาพจากสื่อท้องถิ่น

1.5.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ศึกษา 6 จังหวัด จาก 6 ภาค ได้แก่

- จังหวัดแพร่ จาก ภาคเหนือ
- จังหวัดนครพนม จาก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- จังหวัดจันทบุรี จาก ภาคตะวันออก
- จังหวัดนครปฐม จาก ภาคกลาง
- จังหวัดกาญจนบุรี จาก ภาคตะวันตก
- จังหวัดสตูล จาก ภาคใต้

1.6 แนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย

1.6.1 การสื่อสารเพื่อการพัฒนา

1.6.2 การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

1.6.3 สื่อท้องถิ่นเพื่อการพัฒนา

1.6.4 พฤติกรรมการรับสารและความคาดหวังของผู้รับสาร

1.7 นิยามศัพท์

เนื้อหาด้านสุขภาพ หมายถึง ลักษณะเนื้อหา 6 ประเภท (ปรับจากหนังสือ การส่งเสริมสุขภาพสำหรับสมาชิกชมรมสร้างสุขภาพ โดยสำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข) ได้แก่

- ออกกำลังกาย คือ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ ทำให้ร่างกายแข็งแรง สามารถทำงานได้เต็มสมรรถนะ

- อาหาร คือ การส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักการบริโภคอาหารที่ถูกสุขลักษณะ มีคุณค่าทางโภชนาการ รวมทั้งกวดขันและควบคุมอาหารที่จำหน่ายในตลาดให้ปลอดภัยต่อสุขภาพ การพัฒนาคุณภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพของชุมชน

- อารมณ์ คือ การส่งเสริมวิธีควบคุมอารมณ์เพื่อให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตดีขึ้น

- อนามัย คือ อนามัยสิ่งแวดล้อมหรืออนามัยชุมชน ส่งเสริมการสร้างและปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เอื้อหรือเหมาะต่อการมีสุขภาพที่ดี ตลอดจนเสริมสร้างให้ประชาชนมีจิตสำนึกที่จะร่วมกันดูแลสภาพแวดล้อมในบ้านของตน ที่ทำงาน โรงเรียน เพื่อลดอุบัติเหตุหรือโรคต่าง ๆ อีกทั้งโรงพยาบาลที่ส่งเสริมสุขภาพ ย่อมช่วยให้ผู้ป่วยหายจากโรคได้อย่างมีความสุข

- อโรคยา คือ โรคภัยไข้เจ็บต่าง ๆ สารเสพติด และอุบัติเหตุ

- แอลกอฮอล์ คือ เครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ คือ เบียร์ สุรา

การนำเสนอเนื้อหา หมายถึง ปริมาณการนำเสนอ และวิธีการนำเสนอเนื้อหา

วัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหา หมายถึง การนำเสนอเพื่อเน้นสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค รักษาโรค ฟื้นฟูสภาพกายและจิตใจ และโน้มน้าวใจให้เกิดพฤติกรรม

ลักษณะการดำเนินงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ หมายถึง ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ วิธีการทำงาน และการให้ความสำคัญแก่ข้อมูลข่าวสารสุขภาพ

การเปิดรับสื่อและความคาดหวังของผู้รับสาร หมายถึง พฤติกรรมการรับสาร และความต้องการของผู้รับสารต่อการนำเสนอสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่นแต่ละประเภท

สื่อมวลชนส่วนกลาง หมายถึง หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง และโทรทัศน์ ที่ผลิตและเผยแพร่โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่กรุงเทพมหานคร

ผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพ หมายถึง ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของสื่อท้องถิ่นที่เป็นกรณีศึกษา

ผู้รับสาร หมายถึง ประชาชนในจังหวัดพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วยผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ฟังวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ฟังวิทยุชุมชน ฟังหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และดูเคเบิลทีวี

1.8 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย

6 เดือน ระหว่าง กันยายน 2547 ถึง กุมภาพันธ์ 2548

1.9 แผนการดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้เวลาดำเนินงานทั้งสิ้น 6 เดือน ระหว่าง กันยายน 2547 ถึง กุมภาพันธ์ 2548 โดยมีขั้นตอนและเวลาดำเนินงาน ดังนี้

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินงาน (พ.ศ. 2547-2548)					
	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	ม.ค.	ก.พ.
1. เตรียมการงานวิจัย	/					
2. ติดต่อผู้ช่วยวิจัยในพื้นที่ศึกษา	/					
3. เดินทางไปแต่ละจังหวัดเพื่อ พบผู้ช่วยวิจัยในพื้นที่และผู้ปฏิบัติงานของสื่อที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง		/				
4. รวบรวมสื่อท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ ผังรายการและสำเนารายการ สื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี		/				
5. เก็บรวบรวมข้อมูลการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อกลุ่มตัวอย่าง		/				
6. ประมวลข้อมูลการนำเสนอสารด้านสุขภาพโดยรวมของทุกสื่อ			/			
7. สร้างเครื่องมือแนวคำถาม ตรวจสอบเครื่องมือและสอบถามผู้ปฏิบัติงานสื่อ			/	/		
8. สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม ตรวจสอบเครื่องมือและเก็บข้อมูลผู้รับสาร				/	/	
9. ประมวลข้อมูลจากผู้ทำหน้าที่ส่งสาร				/	/	
10. ประมวลข้อมูลจากผู้รับสารในท้องถิ่น					/	
11. ประมวลผลและวิเคราะห์ผลการศึกษา					/	
12. สรุปและนำเสนอผลการศึกษา					/	/

บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้ดำเนินงานภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ คือ การสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) สื่อท้องถิ่นเพื่อการพัฒนา (Local Media and Development) และพฤติกรรมการรับสารและความคาดหวังของผู้รับสาร ในบทนี้ นอกจากจะนำเสนอแนวคิดต่าง ๆ เหล่านี้แล้ว ในตอนท้ายยังจะนำเสนอผลการรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภทอีกด้วย

2.1 แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

2.1.1 หน้าที่ของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

คณะกรรมาธิการระหว่างประเทศว่าด้วยปัญหาการสื่อสารอันประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารระดับโลก ได้กล่าวถึงการสื่อสารว่าโดยทั่วไปแล้วอาจเป็นกิจกรรมส่วนบุคคล และส่วนรวมในการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดของบุคคลภายในระบบสังคมใดระบบหนึ่ง โดยหน้าที่สำคัญของการสื่อสารอาจจำแนกได้ดังนี้ (ฌอง แมคไบร์ด, 2528)

1) ด้านข่าวสาร (Information) หมายถึง การเก็บรวบรวมแยกแยะและกระจายข่าวสาร ข้อเท็จจริงและความคิดเห็น ซึ่งจำเป็นต่อปัจเจกชนในการทำความเข้าใจบุคคลอื่น ชุมชนอื่น สถานการณ์ สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจที่เหมาะสม

2) ด้านสังคมประกิต (Socialization) หมายถึง การสร้างสมความรู้ ความคิดเห็นร่วมกัน ซึ่งนำไปสู่ความร่วมมือร่วมใจกันเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม

3) ด้านการกระตุ้น (Motivation) หมายถึง การส่งเสริมสนับสนุนให้ไปสู่จุดมุ่งหมายของสังคมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยกระตุ้นให้บุคคลตระหนักในบทบาทและแสวงหาแนวทางในอันที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายของสังคมร่วมกัน

4) การโต้แย้งและอภิปราย (Debate and Discussion) หมายถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นของบุคคลในกลุ่มต่างๆ เพื่อนำไปสู่การร่วมกันแก้ไขปัญหาของสังคม รวมทั้งก่อให้เกิดความสนใจต่อปัญหาในระดับชุมชน ประเทศ และระหว่างประเทศ

5) ด้านการศึกษา (Education) หมายถึง การสื่อสารเข้ามาช่วยในการถ่ายทอดความรู้ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาสติปัญญา ลักษณะนิสัย และทักษะของบุคคล

6) ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม (Culture Promotion) หมายถึง การเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมเพื่อสงวนมรดกที่ตกทอดมาจากบรรพบุรุษ และการพัฒนาศิลปวัฒนธรรมโดยการส่งเสริมสติปัญญาและจินตนาการของบุคคล รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในทางสุนทรียภาพ

7) ด้านบันเทิง (Entertainment) หมายถึง การเผยแพร่งานทางการละคร วรรณกรรม ดนตรี การละเล่น และศิลปะต่างๆ เพื่อความสนุกสนานรื่นเริงและการพักผ่อนหย่อนใจ

8) ด้านการประสานสามัคคี (Integration) หมายถึง การให้โอกาสผู้คน กลุ่มชน และประชาชาติต่างๆ ได้รับข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย อันจะก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจซึ่งกันและกัน เพื่อการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างสงบสุข

ทั้งนี้บทบาทหน้าที่ของการสื่อสารดังกล่าว ย่อมส่งผลต่อการดำรงอยู่ของสังคม รวมทั้งการพัฒนาสังคมควบคู่กันไป

นอกจากนี้ ปรมะ สตะเวทิน (2538) ได้สรุปหน้าที่ของการสื่อสารต่อการพัฒนาไว้ดังนี้

1) หน้าที่ในการให้ข่าวสาร (Informative Function) กล่าวคือ การที่ประเทศจะพัฒนาได้นั้นประชาชนในประเทศต้องมีความกระตือรือร้น ที่จะพัฒนาตัวเองและสังคมโดยส่วนรวม ดังนั้นหน้าที่ของการสื่อสารจึงเป็นการให้ข่าวสารแก่ประชาชนในลักษณะที่สร้างบรรยากาศแห่งการพัฒนา ด้วยการเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแก่ประชาชน ซึ่งสาระของข่าวสารที่เสนอ ได้แก่ วิถีชีวิตของสังคมที่พัฒนา โครงการพัฒนาต่างๆ ระบบการเมือง สังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ของประเทศตนเองและประเทศที่พัฒนา เป้าหมายและปัญหาของการพัฒนา การเสนอข่าวสารในลักษณะนี้เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจต่อ

การพัฒนา ได้รู้ ได้เห็น สิ่งต่างๆ เพิ่มขึ้น ทำให้หูตากว้างขวางขึ้น และสามารถเปรียบเทียบตนเองกับคนในสังคมอื่น และสังคมอื่นๆ กับสังคมของตนเองได้

2) หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasive Function) กล่าวคือ ในการพัฒนาสังคมหรือประเทศนั้น ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างและหน้าที่ในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน นั่นหมายถึง ประชาชนต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรมของตนเอง เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงอื่นๆ ในสังคม ตลอดจนการที่ประชาชนจะต้องเข้าร่วมในโครงการพัฒนาต่างๆ ดังนั้น การสื่อสารจึงต้องมีหน้าที่ชักจูงใจให้ประชาชนเปลี่ยนวิถีชีวิตของตน และเข้าร่วมในโครงการพัฒนาอย่างจริงจัง ด้วยการแสดงความคิดเห็นสนับสนุนโครงการพัฒนาของรัฐบาลและชี้แนะการตัดสินใจของประชาชน ตลอดจนชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่ประชาชนและสังคมส่วนรวมจะได้รับจากการพัฒนา

3) หน้าที่ในการให้ความรู้ (Educative Function) กล่าวคือ เมื่อประชาชนได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับความจำเป็นของการพัฒนาจนเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น และตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของตนแล้ว สิ่งที่ตามมาก็คือ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ความสามารถในการที่จะปรับตัวเองให้เข้ากับสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปได้ นั่นคือ ทำอย่างไรประชาชนจึงจะมีความรู้ ความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของตนในสังคมใหม่ ซึ่งการสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนสามารถที่จะทำหน้าที่ในการให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งในเรื่องการอ่านออก เขียนได้ การปรับปรุง การกินอยู่ และการประกอบอาชีพ

2.1.2 คุณลักษณะของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

แนวคิดในการพัฒนาที่เคยใช้ในสังคม เช่น ความพยายามทำให้เกิดความทันสมัย และการมุ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นหลักนั้น พบว่า เป็นแนวทางการพัฒนาที่ทำให้เกิดปัญหาสังคมมากขึ้น ไม่ทำให้เกิดการพัฒนาได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ แนวคิดการพัฒนาแบบนี้ไม่ได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ไม่ได้สอบถามความต้องการของประชาชน ดังนั้นผลที่ได้รับจึงไม่ได้เป็นสิ่งประชาชนต้องการ ในปัจจุบันจึงมีการเปลี่ยนแนวคิดในการพัฒนาเป็นแนวใหม่ โดยจะเป็นแนวการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น (People Participation) และเป็นสิ่งที่ประชาชนต้องการ (People need)

แนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแนวใหม่ที่เกิดขึ้น จึงมีความสอดคล้องกับการพัฒนาแนวใหม่ คือเป็นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory communication) และเป็นที่คาดหวังว่าแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนาแบบแนวใหม่นี้ จะทำให้เกิดการพัฒนาได้อย่างแท้จริง ซึ่งได้มีการนำเสนอ**คุณลักษณะสำคัญ ๆ ของการสื่อสารที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาแบบแนวใหม่** นี้ไว้หลากหลาย สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

1) มีลักษณะหลากหลาย (Multiplicity) เป็นการสื่อสารขนาดเล็ก (Smallness of Scale) และ ไม่มีลักษณะแข็งตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่เป็นสถาบัน (Deinstitutionalization)

2) เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two- way Communication) มีการแลกเปลี่ยนบทบาทกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) หรือแนวนอนในทุกระดับของสังคม (D. McQuail, 1983)

3) เป็นการสื่อสารที่มาจากล่างสู่บน (Bottom –up) เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกระดับ (นพรัตน์ มณีรัตน์, 2541)

4) เป็นการสื่อสารที่ให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสาร ประชาชนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งในฐานะผู้รับสารและผู้มีส่วนร่วมในการวางแผนและผลิตเนื้อหาของสื่อ

5) เป็นการสื่อสารที่วางแผนมาจากท้องถิ่น (Singhal and Roger, 1989) สร้างอยู่ในท้องถิ่น (D. McQuail, 1983) ต้องเป็นการผลิตในท้องถิ่น ซึ่งการผลิตสื่อควรใช้วัสดุและเทคโนโลยีจากท้องถิ่น และมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่น เผยแพร่ข้อมูลด้านความรู้ที่เหมาะสมกับท้องถิ่น และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น (นพรัตน์ มณีรัตน์, 2541) ทั้งนี้เพื่อจะทำให้สื่อในแต่ละท้องถิ่นแต่ละชุมชนนั้นมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง และที่สำคัญสามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้

2.1.3 บทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนา

บทบาทของการสื่อสารเพื่อการพัฒนาในแนวใหม่ จะเป็นไปในลักษณะดังนี้ (F. J. Berrigan, 1979)

1) การสื่อสารจะแสดงบทบาทเป็นช่องทางถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารทั้งหมดให้ประชาชนได้รับรู้การวางแผนงานของรัฐ ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสสำรวจทางเลือกแบบต่างๆ ที่จะมีโทษน้อยที่สุดและมีประโยชน์มากที่สุดต่อประชาชนจากทัศนะของประชาชนเอง

2) การสื่อสารจะแสดงบทบาทในการเป็นตัวสร้างรอยเชื่อมต่อของการสื่อสารในแนวนอน (Horizontal decision-making machinery) เช่น การติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนหนึ่งกับอีกชุมชนหนึ่ง

3) มีวิถีทางแห่งการสื่อสาร (Means of communication) ที่จะเปิดรับฟังเสียงสะท้อน (Feedback) ของประชาชนกลุ่มต่างๆ

4) เป็นตลาดเสรีทางความคิดเห็น (Platform) มีการรวบรวมความคิดเห็นของประชาชน (Gathering People's Opinions) เปิดรับฟังทัศนะทางเลือกข้อคิดเห็นใหม่ๆ จากชุมชน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นของบุคคลในกลุ่มต่างๆ ทำให้เกิดการโต้แย้งและอภิปราย (Debate and Discussion)

5) เป็นกลไกในการเร่งกระบวนการพบปะแสดงความคิดเห็น ทำให้เกิดกระบวนการตัดสินใจ (Speeding up) ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น

6) เป็นสื่อกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนทัศนะ ทั้งต่อเรื่องปัญหา วิธีแก้ไข ระหว่างชุมชน หรือระหว่างหมู่บ้านกับหน่วยงานรัฐ และเป็นช่องทางที่หน่วยงานรัฐจะให้ข้อมูลเพิ่มเติม หรือไขข้อข้องใจต่างๆ ให้แก่ประชาชน

7) ช่วยจัดเวทีในการเสนอแผนงานใหม่ๆ ในการพัฒนา ไม่ว่าจะมาจากกลุ่มชาวบ้าน หรือองค์กรรัฐ

2.2 แนวคิดการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication)

จากการเกิดขึ้นของการพัฒนาแนวใหม่ มีผลให้การสื่อสารปรับเปลี่ยนบทบาทไปตามการพัฒนา ทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมซึ่งมีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับการพัฒนาแนวใหม่นี้กล่าวคือ การพัฒนาแนวใหม่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในรูปแบบต่างๆ มากขึ้น และประชาชนไม่ใช่เป็นเพียงเป้าหมายการพัฒนาให้เกิดความทันสมัยเท่านั้น แต่หันมาเน้นการพัฒนาที่ “กระบวนการ” ดังนั้น การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจึงเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการพัฒนายุคปัจจุบัน หลักการของ การสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ตามแนวทางขององค์การยูเนสโก (จุมพล รอดคำดี, 2542) คือ

1) การเข้าถึงสื่อ (Access) หมายถึง การเข้าถึงสื่อที่ให้บริการแก่ชุมชน สื่อย่อมเปิดโอกาสให้ประชาชนเลือกรายการหรือเข้าไปจัดทำในสิ่งที่จะเป็นประโยชน์แก่ตัวเองได้ตราบเท่าที่ไม่ขัดกับกฎหมาย นอกจากนี้ยังเป็นช่องทางที่จะทำให้ประชาชนได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นต่อรายการ รวมทั้งการเสนอให้มีการปรับเปลี่ยนได้ แม้แต่คณะผู้ผลิตรายการหรือผู้ควบคุมการทำงานของสื่อนั้นก็สามารถเปลี่ยนได้

2) การมีส่วนร่วม (Participation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในทุกระดับในระบบการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนการสื่อสารภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มคิดไปจนกระทั่งการผลิต การจัดการ การใช้สื่อในชุมชนต่างๆ ประชาชนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมหรือมีโอกาสเข้าร่วมได้ทุกขั้นตอน

3) การจัดการด้วยตนเอง (Self –management) หมายถึง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วยตนเอง ตามวิถีทางกระบวนการประชาธิปไตยและการตัดสินใจนั้น ประชาชนในชุมชนมีอำนาจตัดสินใจตั้งแต่เริ่มคิด วางแผน ไปจนกระทั่งการกำหนดนโยบาย การบริหารและการลงมือผลิตสื่อด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ยูเนสโก ยอมรับว่า การจัดการด้วยตนเองจะต้องกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป ในขณะที่ การเข้าถึงสื่อ และการมีส่วนร่วมในการสื่อสาร มีความเป็นไปได้มาก และ สามารถทำได้ง่ายกว่า

2.2.1 เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ในระดับชุมชน เป้าหมายของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมมีดังต่อไปนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

1) เพื่อกระตุ้นให้ชุมชนมองเห็นคุณค่าของตนเอง เช่น การนำเอาภูมิปัญญาของชาวบ้านมาเผยแพร่ในวงกว้าง

2) เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชาวบ้านที่เข้ามามีส่วนร่วม และเพื่อให้เห็นคุณค่าความคิดและความเชื่อของเขา ตัวอย่างเช่น เมื่อมีการนำเอาแนวคิดเรื่อง เศรษฐกิจแบบพอเพียงมาเผยแพร่ในวงกว้าง และคนทั่วไปให้การยอมรับผ่านการแสดงทัศนะผ่านสื่อ (เป็น Feedback) ก็จะทำให้ชุมชนมีความมั่นใจในคุณค่าของตนเอง

3) เพื่อพิสูจน์ความเชื่อของชุมชนที่เคยคิดว่าตนเองไม่สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ที่ซับซ้อนได้ การเข้ามาร่วมฝึกฝนอบรมการผลิตสื่อจะพิสูจน์ให้ชาวบ้านเห็นว่า พวกเขาสามารถจะใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ได้หากมีโอกาส

4) เพื่อสร้างทักษะในการสร้างสื่อให้กับชุมชน เพื่อเป็นช่องทางที่ชุมชนจะส่งข่าวสารออกไปจากจุดยืน มุมมองและทัศนะของตนเอง

5) เพื่อให้ชุมชนได้แสดงความรู้สึก ปัญหา วิธีการวิเคราะห์ปัญหา รวมทั้งวิธีการแก้ปัญหาจากทัศนะของชุมชน

6) ผลจากการสื่อสารของชุมชนที่อาจเกิดจากการริเริ่มของบางส่วนของชุมชนหรือจากชุมชนใดชุมชนหนึ่ง จะช่วยยกระดับความมีสติและความรับผิดชอบให้กับทั้งชุมชนหรือชุมชนอื่นๆ เพื่อร่วมแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

7) ช่วยเพิ่มสัดส่วนของการสร้างสื่อที่มีสาระให้แก่ชุมชน ให้มีปริมาณเพิ่มมากขึ้นเพื่อถ่วงดุลกับการสื่อสารที่มุ่งเน้นแต่ความบันเทิงและการหลีกหนีปัญหา (Escapist) ที่สื่อจากภายนอกอัดฉีดเข้าไปในชุมชน

2.2.2 การมีส่วนร่วมในองค์ประกอบของการสื่อสาร

ปัจจัยที่จะเข้ามามีส่วนร่วมกำหนดระดับความมากน้อยของการมีส่วนร่วมนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของการสื่อสารดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

1) เป้าหมายของการสื่อ ได้กำหนดให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับใด เช่น ในระดับเข้าร่วมแสดง ระดับเป็นผู้รับสารที่คอยปฏิกิริยาย้อนกลับ (Feedback)

2) ลักษณะสองทางและ Interactivity ของการสื่อสาร ยิ่งการสื่อสารที่เอื้ออำนวยให้มีการตอบโต้กันอยู่ตลอดเวลามากขึ้นเท่าใด โอกาสที่ชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมก็ยิ่งจะมีมากขึ้นเท่านั้น

3) ใครคือผู้ส่งสาร ในชุมชนเองโอกาสที่คนส่วนใหญ่จะได้เข้ามาเป็นผู้ส่งสารมีมากน้อยและทั่วถึงหรือไม่ หรือเมื่อเปรียบเทียบระหว่างนักสื่อมวลชนอาชีพ เจ้าหน้าที่รัฐ และชาวบ้าน สัดส่วนที่จะเป็นผู้ส่งสารเป็นอย่างไรบ้าง

4) ประเภทของเนื้อหาสาร เป็นเนื้อหาที่เกี่ยวพันกับสภาพความเป็นจริงของชุมชนและมีวิธีการนำเสนอเนื้อหา มีลักษณะของการสนทนาแลกเปลี่ยนทัศนะซึ่งกันและกัน (dialogue) แสวงหาความร่วมมือจากหลายฝ่าย (Collaboration) และก่อให้เกิดการตัดสินใจโดยกลุ่ม (Group decision-Making) ก็จะยิ่งทำให้การมีส่วนร่วมมีโอกาสมากขึ้น

5) ประเภทของช่องทาง / สื่อ โดยหลักการทั่วไปแล้ว สื่อขนาดเล็กเช่นสื่อเฉพาะกิจจะเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อมวลชน สื่อที่ชาวบ้านคุ้นเคยเช่นสื่อประเพณี ก็จะเอื้ออำนวยให้ชาวบ้านเข้าร่วมได้ง่ายกว่าสื่อสมัยใหม่

6) ผู้รับสารและการมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมนั้นจะมีความเชื่อพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสารที่แตกต่างไปจากการสื่อสารเพื่อการพัฒนากระแสหลักคือ กระบวนทัศน์ใหม่เชื่อว่า ผู้รับสารนั้นมิใช่ผู้ว่างเปล่าและไม่รู้อะไรเลยเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่สื่อไป หากแต่ความรู้ที่ผู้รับสารมีนั้น อาจจะเป็นความรู้คนละชุดที่แตกต่างจากผู้ส่งคาดคิดไว้ นอกจากนี้วิธีการรับสารของประชาชนเป็นไปอย่าง active และประชาชนผู้รับสารมักจะมีปฏิกิริยาป้อนกลับ (Feedback) และไม่ว่าชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมกับการสื่อสารในระดับใดก็ตาม การจัดช่องทางสำหรับปฏิกิริยาป้อนกลับก็เป็นปัจจัยที่จำเป็นอย่างขาดไม่ได้ของการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

2.2.3 ระดับการมีส่วนร่วม

ระดับของการมีส่วนร่วมกระทำได้ในหลายระดับ ได้มีนักวิชาการหลายท่านจัดระดับการมีส่วนร่วมเอาไว้หลายๆ แบบ ดังตัวอย่าง การแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนไว้ 3 ระดับ โดยเรียงลำดับจากระดับที่น้อยที่สุดไปจนถึงมากที่สุด ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543)

1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร / ผู้ใช้สาร (Audience / Receiver / Users)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในฐานะระดับล่างที่สุด กล่าวคือ ในกระบวนการสื่อสารตั้งแต่ต้นยังอยู่ในการกำหนดของผู้ส่งสาร ไม่ว่าจะเป็นการเลือกประเด็นเนื้อหา การเลือกวิธีการนำเสนอ ไปจนกระทั่งการเลือกช่องทางสื่อที่จะใช้เผยแพร่ และผู้รับสารก็ยังคงมีฐานะเป็นเพียงผู้รับสารแต่เพียงอย่างเดียว ในระดับผู้รับสารนี้ คนในชุมชนทุกคนสามารถมีส่วนร่วมได้

2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง / ผู้ผลิต / ผู้ร่วมผลิต / ผู้ร่วมแสดง (Sender /Producer / Co-producer / Performance)

เป็นขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในระดับที่สูงขึ้นมาและจำเป็นต้องสร้างเงื่อนไขใหม่ๆ เพิ่มเติม หรือต้องมีการปฏิรูปเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเก่าๆ ที่มีอยู่ การเข้ามามีส่วนร่วมในระดับนี้ อาจจะมีคนบางกลุ่มในชุมชนเท่านั้นที่จะเข้าร่วม และ การเข้ามามีส่วนร่วมในฐานะผู้ผลิตหรือผู้ร่วมผลิตนั้น ยังแบ่งออกได้เป็นหลายขั้นตอนตามหลักแนวคิดของการผลิตสื่อ คือ

2.1) ขั้นก่อนการผลิต (Pre – production Stage) อันได้แก่ ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิตสื่อ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วยการเลือกประเด็นหัวข้อ การเลือกแง่มุมที่จะนำเสนอ การรวบรวมข้อเท็จจริงที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุดิบ

2.2) ขั้นการผลิต (Production Stage) ได้แก่ ขั้นตอนการลงมือผลิต เช่น การเข้าห้องจัดรายการในกรณีของวิทยุ การลงมือถ่ายทำในกรณีของวีดีโอ

2.3) ขั้นหลังการผลิต (Post-production Stage) ได้แก่ ขั้นตอนหลังการถ่ายทำเสร็จแล้ว ก็ต้องมีการตัดต่อ การอัดเสียงประกอบ การเพิ่มเติมด้านเทคนิคต่างๆ ฯลฯ

3) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบาย (Policy Maker / Planner)

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและกำหนดนโยบายนั้น ถือว่าเป็นรูปแบบสูงสุดของการมีส่วนร่วม และยิ่งระดับของการมีส่วนร่วมสูงขึ้นมากเท่าใด สัดส่วนของชุมชนที่จะเข้า

มามีส่วนร่วมก็จะเล็กลง การเข้าร่วมของชุมชนก็จะมีตัวแทนบางคนเท่านั้นจากชุมชนที่จะเข้ามาดำเนินกิจกรรมในระดับนี้

การมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผน และกำหนดนโยบายการใช้สื่อของชุมชนนั้น หมายถึง การวางแผนและนโยบายดำเนินการใช้สื่อที่รวมอาชุมชนเข้ามาอยู่ในโครงสร้างการสื่อสารของชุมชน กล่าวใน **ระดับกว้าง** อาจจะหมายถึง การวางแผนและกำหนดนโยบายของการสื่อสารทุกประเภทที่มีอยู่ในชุมชน นำมาเชื่อมโยงระหว่างสื่อแต่ละประเภทเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้ ส่วนในระดับที่แคบลงมา อาจหมายถึง การมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนและนโยบายของสื่อบางประเภทที่จะเข้ามาในชุมชน ตัวอย่างเช่น การทำวิทยุชุมชนที่ในโครงสร้างของการดำเนินงานจะมีตัวแทนชาวบ้านเข้าไปอยู่ทุกขั้นตอน คือ ทั้งระดับคณะกรรมการบริหารวิทยุ ทั้งระดับการผลิต กล่าวคือ เป็นการรับผิดชอบร่วมกัน ชุมชนเองก็ต้องรับผิดชอบการดำเนินงานของสื่อ ซึ่งรวมทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ บุคลากร ฯลฯ ส่วนสื่อนั้นก็ต้องตอบสนองความต้องการของชุมชน

2.3 แนวคิดสื่อท้องถิ่นเพื่อการพัฒนา

ตามที่สื่อท้องถิ่นซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี เป็นสื่อมวลชนที่เผยแพร่อยู่ในพื้นที่เฉพาะภายในท้องถิ่น (จังหวัด อำเภอ เทศบาล ตำบล และหมู่บ้าน) ล้วนมีคุณสมบัติของการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนา และเป็นสื่อที่คนในท้องถิ่นได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท มีลักษณะแตกต่างกัน จึงขอเสนอแนวคิดโดยแยกเป็นสื่อท้องถิ่นแต่ละประเภทดังนี้

2.3.1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (Local Newspaper) มุ่งเสนอเนื้อหาเน้นหนักเกี่ยวกับท้องถิ่น เกี่ยวกับท้องถิ่นและชุมชน มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะท้องถิ่นที่หนังสือพิมพ์นั้นวางจำหน่าย มีความแตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ระดับชาติ (National Newspaper) ที่มุ่งเสนอเนื้อหาและมีกลุ่มผู้อ่านทั่วประเทศ และแตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ระดับนานาชาติ (International Newspaper) ที่มุ่งเสนอเนื้อหาและมีกลุ่มผู้อ่านทั่วโลกหรือหลายประเทศ

1) คุณลักษณะของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

โดยทั่วไปหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จะมีหลักการ วิธีการ และลักษณะ เหมือนกับหนังสือพิมพ์ระดับชาติ เช่น หลักการหาข่าวหรือเขียนข่าวและวิธีการเขียนบทความ/สารคดี การบรรณาธิกรณ์ การจัดหน้า จัดภาพ การพิมพ์ เป็นต้น แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากหนังสือพิมพ์ระดับชาติ คือ กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายของหนังสือพิมพ์ มีลักษณะดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2536)

1. มีความคล้ายคลึงกันทางลักษณะภูมิศาสตร์ ลักษณะประชากร ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคม
2. มักอยู่เป็นที่ มีบ้านเรือนเป็นหลักแหล่ง
3. มีความสนใจในเรื่องต่างๆ ไม่ผิดแผกกันนัก
4. ใช้ชีวิตร่วมกันในกิจกรรมสังคมของท้องถิ่น
5. มีความภูมิใจในท้องถิ่นหรือชุมชน ต้องการเห็นความสำเร็จหรือเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่น
6. สนใจในเรื่องท้องถิ่น คนในท้องถิ่น เพื่อนบ้าน ญาติ ครอบครัว และสถานที่ในท้องถิ่น

ลักษณะพิเศษของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอีกประการก็คือ ความใกล้ชิด (Nearness) ระหว่างผู้จัดทำกับผู้อ่าน ซึ่งลักษณะเช่นนี้ไม่มีในหนังสือพิมพ์ระดับชาติ นักข่าวหรือนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมักจะรู้จักผู้อ่านดี รู้จักสถานที่ รู้จักท้องถิ่นดีกว่า เข้าใจปัญหาและความเป็นในท้องถิ่นดีกว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงได้เปรียบและสามารถเสนอเรื่องราว หรือประเด็นปัญหาในท้องถิ่นได้ดีกว่าหนังสือพิมพ์ระดับชาติหรือหนังสือพิมพ์ในส่วนกลาง

นอกจากผู้จัดทำจะรู้จักและใกล้ชิดกับผู้อ่านในท้องถิ่นแล้ว ผู้อ่านเองก็อาจรู้จักและใกล้ชิดกับผู้จัดทำเช่นเดียวกัน สามารถที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนอง (Feedback) ต่อข่าวสารที่เสนอได้โดยตรงและไม่ล่าช้า ทำให้ผู้จัดสามารถปรับปรุงข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของผู้อ่านได้ถูกต้อง และสามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้ทันที อย่างไรก็ดี ข้อได้เปรียบเรื่องความใกล้ชิดและการรู้จักของนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับผู้อ่าน ก็มีผลในทางลบได้เช่นกัน คือ การสร้างศัตรูโดยตรง ระหว่างผู้เป็นข่าวหรือผู้มีอิทธิพลเสียผลประโยชน์ ดังมีนักข่าวหนังสือพิมพ์ต่างจังหวัดถูกลอบสังหาร ทำร้ายและข่มขู่อยู่บ่อยๆ

เมื่อพูดถึงลักษณะของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่จำเป็นต้องพูดควบคู่กันไปด้วย ก็คือ ขนาดของกิจการ สำหรับกิจการของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น อาจวัดได้คร่าวๆ โดยดูจาก 2 องค์ประกอบ คือ การเป็นเจ้าของแท่นพิมพ์เองหรือไม่ และจากจำนวนบุคลากรในสำนักพิมพ์ ทั้งนี้ จากการตอบแบบสอบถามที่สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ส่งออกไปทั่วประเทศนั้นสรุปได้ว่า มากกว่าครึ่งหนึ่งของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีแท่นพิมพ์และโรงพิมพ์เป็นของตนเอง นอกจากนี้บรรณาธิการอาวุโสบางแห่ง ยังได้เคยให้ข้อแนะนำแก่นักหนังสือพิมพ์รุ่นน้องว่าถ้าต้องการให้กิจการอยู่รอด ควรจะมีแท่นพิมพ์เป็นของตนเอง เพราะสามารถรับงานพิมพ์อื่นๆ ช่วยได้ ส่วนการวัดขนาดของกิจการโดยดูจากจำนวนบุคลากรนั้น จากแบบสอบถามพบว่าส่วนใหญ่มักมีพนักงานอยู่ประมาณ 3-4 คน ซึ่งในจำนวนนี้อาจเป็นช่างเรียงเสีย 2 คน และอยู่ในกองบรรณาธิการอีก 2 คน แต่สำหรับในหนังสือพิมพ์ที่จ้างโรงพิมพ์อื่นๆ นั้น บุคลากรทั้งหมดจะอยู่ในกองบรรณาธิการและอีกหลายฉบับอาศัยวิธีจ้างนักเขียนพิเศษเป็นผู้เขียนบทความหรือบทวิเคราะห์ต่างๆ ให้ (ดนยา ธัชชนก, 2538)

วิลาสินี พิพิธกุล (2530) ศึกษาเนื้อหาของข่าว ซึ่งเป็นที่นิยมในการนำเสนอในหน้าแรกของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมากที่สุด (ซึ่งถือเป็นข่าวเด่น) คือ ข่าวอาชญากรรม-อุบัติเหตุ รองลงมาคือ ข่าวการเมือง การบริหารท้องถิ่น และข่าวสังคมตามลำดับ

นอกจากนี้ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (อ้างใน พีระ จิรโสภณ, 2536) ได้สำรวจการเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ซึ่งผลการสำรวจแยกตามรายภาคได้ดังนี้

ภาคเหนือ เนื้อหาที่เสนอเป็นอันดับ 1 คือ ประกาศแจ้งความหรือโฆษณา (44%) รองลงมาคือ คอลัมน์ซุบซิบ (25%) อันดับ 3 คือ ข่าว (15%) โดยเน้นข่าวอาชญากรรมมากที่สุด แล้วจึงต่อด้วยข่าวปุถุชนสนใจ (Human Interest) ข่าวกีฬา และข่าวสาธารณะ ส่วนประเภทของเนื้อหาที่เสนอรองลงมาในอันดับที่ 4 คือการแสดงความคิดเห็น (9%) ซึ่งมักจะออกมาในรูปของบทวิจารณ์มากที่สุด

ภาคใต้ เนื้อหาที่เสนอเป็นอันดับแรกก็เช่นเดียวกับภาคอื่นๆ คือ โฆษณาและประกาศแจ้งความ รองลงมาคือ คอลัมน์ซุบซิบ (29%) และต่อด้วยประเภทของข่าวและการแสดงความคิดเห็น ซึ่งเสนอในปริมาณที่เท่ากันคือ 11% สำหรับข่าวนั้นเน้นที่ข่าวอาชญากรรมเป็นหลัก รองลงมาคือข่าวปุถุชนสนใจ ข่าวการบริหารงานราชการและข่าวในวงราชการ

ภาคตะวันออก นอกจากเนื้อหาด้านโฆษณาและประกาศแจ้งความที่มากที่สุด (40%) แล้ว เนื้อหาที่รองลงไปคือ คอลัมน์ซุบซิบ (21%) และต่อด้วยข่าว แต่เป็นที่น่าสังเกตว่านอกเหนือจากข่าวอาชญากรรมที่เสนอเป็นหลักแล้ว รองลงไปกลับเป็นข่าวการเมืองในท้องถิ่น ข่าวในวงราชการและข่าวเศรษฐกิจ

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แม้ว่าจุดเด่นของเนื้อหายังเป็นโฆษณา แต่ยังนับว่ามีเปอร์เซ็นต์การเสนอน้อยกว่าทุกภาค คือ เพียง 28% รองลงไปคือคอลัมน์ซุบซิบ คอลัมน์แสดงความคิดเห็น และต่อด้วยข่าวตามลำดับ สำหรับข่าวที่นำเสนอมากที่สุดนั้น กลับเป็นข่าวในวงการบริหารราชการ รองลงไปจึงเป็นข่าวอาชญากรรมและข่าวที่คนสนใจ หนังสือพิมพ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนี้ค่อนข้างเน้นคุณภาพ

ภาคกลาง ที่เด่นที่สุด คือ โฆษณา ซึ่งเมื่อเทียบกับทุกภาคแล้วยังมีปริมาณมากที่สุดด้วย (55%) อันดับรองลงมา คือ ข่าว แต่กลับเป็นข่าวนอกปริมณฑล คือ เป็นข่าวของส่วนกลางและเน้นหนักที่ข่าวการเกษตรถึง 60% รองลงไปจึงเป็นข่าวศาสนา และการศึกษา ส่วนข่าวในปริมณฑลที่เสนอนั้นก็เช่นกัน คือ เน้นที่อาชญากรรมเป็นหลัก

อย่างไรก็ตาม ในช่วงระยะ 2-3 ปีมานี้ การขยายตัวของเศรษฐกิจไปสู่ระดับภูมิภาค ได้ส่งผลให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหลายฉบับเริ่มเบนเข็มการเสนอข่าวของตนเองมาเป็นหนังสือพิมพ์แนวเศรษฐกิจมากขึ้น และบางฉบับได้เปลี่ยนชื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ทะเล ในจังหวัดภูเก็ตเปลี่ยนเป็นหนังสือพิมพ์ปริทัศน์ หนังสือพิมพ์โคราชรายวัน เปลี่ยนเป็นหนังสือพิมพ์ยุคข่าวอีสาน หนังสือพิมพ์บางแสน เปลี่ยนเป็นหนังสือพิมพ์บางแสนธุรกิจ ฯลฯ

กระแสของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้ส่งผลให้เกิดการตื่นตัวในหมู่ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอย่างรวดเร็วมาก มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแนวเศรษฐกิจที่เจาะเฉพาะกลุ่มออกมาปรากฏมากขึ้น การจัดทำรูปเล่มและการให้สีสันก็เริ่มกลายเป็นตัวต่อรองในการแข่งขันมากขึ้น นั่นคือหนังสือพิมพ์ฉบับใดที่มีรูปเล่มสวยงามน่าจับต้องมากกว่า ก็จะมีโอกาสทำยอดขายได้สูงกว่าหนังสือพิมพ์ที่ยังคงไม่พัฒนารูปร่างหน้าของตนเอง ในจำนวนการพัฒนารูปร่างหน้าตาที่ว่านี้ ได้แก่ การหันไปใช้กระดาษปอนด์ การขยับขยายขนาดและเพิ่มจำนวนหน้าการพิมพ์สี่สีในคู่แรก การนำระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในการจัดหน้า ตลอดจนการแบ่งหนังสือออกเป็นส่วนๆ เช่น ส่วนข่าวท้องถิ่น ส่วนข่าวเศรษฐกิจ ส่วนการตลาด ส่วนสตรีและส่วนบันเทิง เป็นต้น เรียกว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้เริ่มขยับขยายมาตรฐานเข้ามาใกล้หนังสือพิมพ์ในกรุงเทพฯ แล้วทุกขณะ (พีระ จิรโสภณ, 2536)

ในขณะเดียวกันจากการที่กระแสความเปลี่ยนแปลง ได้ทำให้ธุรกิจหนังสือพิมพ์ส่วนกลางมีอัตราการเติบโตที่สูงมาก จนหนังสือพิมพ์หลายฉบับยกระดับฐานะเป็นธุรกิจระดับพันล้าน มีการนำเทคโนโลยีระดับสูงเข้ามาใช้อย่างมหาศาล มีการขยายฐานธุรกิจหนังสือพิมพ์โดยการแตกลูกแตกหลานเป็นหนังสือพิมพ์ในเครือ และมีการขยายตัวไปสู่ตลาดในส่วนภูมิภาคอย่างจริงจัง โดยในระยะแรกมีการพัฒนาระบบการขนส่งให้รวดเร็วขึ้น จนบัดนี้ได้มีการพัฒนาถึงขั้นใช้ระบบดาวเทียมในการผลิตข่าวสู่ภูมิภาคต่างๆ ที่เป็นหัวเมืองหลัก อันเป็นการทำให้ช่องว่างการรับรู้ข่าวสารข้อมูลของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ที่เคยรับรู้ช้ากว่าคนกรุงเทพฯ หมดไป ต่อไปนี้คนต่างจังหวัดจะสามารถรับรู้ข่าวสารข้อมูลได้พร้อมๆ กันกับคนกรุงเทพฯ (อัมพา สันติเมทนีดล และ นาตยา เชษฐโชติรส, 2536)

การขยายตัวเข้าสู่ตลาดหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ของหนังสือพิมพ์ในเครือหนังสือพิมพ์ส่วนกลางนี้ ได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ที่ยังคงดำรงตนเป็นธุรกิจขนาดย่อมและระบบครอบครัวเป็นอย่างมาก ดังนั้นหนทางอยู่รอดของหนังสือพิมพ์

ท้องถิ่นในยุคโลกานุวัตรนี้ จึงต้องมีการพัฒนาทั้งรูปแบบและเนื้อหา รวมทั้งการบริหารและจัดการด้านธุรกิจ (พีระ จิรโสภณ, 2536)

โดยเฉพาะการพัฒนาด้านการเสนอเนื้อหาข่าวสาร ซึ่งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นได้เปรียบหนังสือพิมพ์จากส่วนกลางในแง่ของความใกล้ชิด ต่อแหล่งข่าวและเหตุการณ์ข่าวในท้องถิ่นมากกว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงควรให้ความสำคัญต่อการเสนอข่าวสารในท้องถิ่นเจาะลึกและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาท้องถิ่น ในปริมาณที่มากกว่าและมีคุณภาพสูงกว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจากส่วนกลาง ทั้งนี้เพื่อเป็นการทำหน้าที่ของการเป็นหนังสือพิมพ์เพื่อการพัฒนาที่เสนอข่าวสารการพัฒนาอย่างแท้จริง อันเป็นภาระหน้าที่สำคัญหน้าที่หนึ่งของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

2) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นกับการพัฒนา

บทบาท หน้าที่ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในแง่กระบวนการสื่อสาร (พีระ จิรโสภณ, 2536) มีดังนี้

1. เป็นผู้ควบคุมข่าวสาร (Gatekeeper) คือ ทำหน้าที่คัดเลือก เลือกสรร ปรุงแต่ง ตัดทอน ตีความ ขยายความ เน้นความสำคัญของข่าวสารเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นก่อนถ่ายทอดยังผู้อ่าน
2. เป็นเครือข่ายของข่าวสาร (Communication Network) ทำหน้าที่รับหรือแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ แล้วถ่ายทอดไปยังผู้รับสารคนอื่นๆ
3. ทำหน้าที่เป็นผู้นำความคิดเห็นในชุมชน (Opinion Leader) เป็นคนคอยชี้แนะ ชี้นำ ความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ เป็นแหล่งความคิดเห็นและการชักจูงใจในชุมชน
4. ทำหน้าที่เป็น Change Agent คือ ผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำแนวความคิดหรือวิธีปฏิบัติใหม่ๆ มาแนะนำชุมชนให้เกิดความรู้ ความสนใจ การยอมรับและการปฏิบัติตาม
5. เผยแพร่เรื่องราวเกี่ยวกับบุคคลผู้รับผิดชอบหรือมีส่วนร่วม ในโครงการต่างๆ ของชุมชนเพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้รับรู้และมีส่วนในการสนับสนุนและกำลังใจ
6. สร้างความสนใจต่อการเมือง การปกครองท้องถิ่น และการเลือกตั้ง
7. กระตุ้นให้เกิดความสำนึกในปัญหาท้องถิ่นและโครงการต่างๆ
8. ให้การศึกษา ให้ความบันเทิง และแจ้งข่าวสาร

9. เป็นหน่วยพลังของชุมชน สร้างความสามัคคีและความเป็นปึกแผ่น สร้างกองทุนสงเคราะห์ เป็นต้น

10. จิปาถะอื่นๆ

ชวลิต ปัญญาลักษณ์ และคณะ (2528) ได้ให้ความเห็นว่า โดยธรรมชาติของหนังสือพิมพ์นั้นเป็นสื่อที่มีความคล่องตัวสามารถให้ข่าวสารความรู้และความบันเทิงแก่ผู้อ่าน สามารถใช้เป็นสื่อพัฒนาประเทศได้ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาได้ 2 ทาง คือ

1. ด้านความคิด หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องเป็นสื่อกลางในการระดมความคิด หาเป้าหมายขอบเขต และช่องทางที่เหมาะสมในการพัฒนาท้องถิ่น

2. ด้านการปฏิบัติ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ข่าวสารแก่ประชาชนในท้องถิ่น เป็นการให้ความรู้และให้แนวทางปฏิบัติแก่ประชาชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในที่สุด

แม้ว่าขอบเขตของการพัฒนานั้นจะกว้างขวาง และมองได้หลายจุด หนังสือพิมพ์ไม่สามารถจะมีส่วนร่วมได้หมดก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็ควรจะเลือกพัฒนาในส่วนที่เห็นว่ามีความสำคัญและจำเป็นต่อท้องถิ่นก่อน ซึ่งสิ่งสำคัญที่จะต้องพัฒนา (ชวลิต ปัญญาลักษณ์ และคณะ, 2528) คือ

1. พัฒนาด้านเศรษฐกิจ เรื่องปากท้องของประชาชนในท้องถิ่น

2. พัฒนาด้านการเมืองการปกครองท้องถิ่น กระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงสิทธิและเสรีภาพ ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์ต้องปกป้องสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ไม่ให้ถูกละเมิดด้วย

3. พัฒนาด้านจริยธรรมและคุณธรรม ปลูกฝังค่านิยมที่ถูกต้องแก่ประชาชนและชุมชน

ชวลิต ปัญญาลักษณ์ และคณะ (2528) ได้ให้ความเห็นว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีบทบาทในการพัฒนาประเทศโดยการแสดงออกทางด้านเนื้อหาที่เป็นข่าวและบทวิพากษ์วิจารณ์ โดยที่เนื้อหาข่าวนั้น เกี่ยวกับการพัฒนาคนในท้องถิ่นทั้งทางร่างกายและทาง

จิตใจ พัฒนาอาชีพและพัฒนาทางด้านการเมือง ส่วนเนื้อหาในบทวิพากษ์วิจารณ์นั้น นอกจากจะเป็นปากเป็นเสียงให้คนในท้องถิ่นแล้ว ควรจะเป็นตัวกลางรับร้องทุกข์ของประชาชนในท้องถิ่นด้วย เช่น มีคอลัมน์จดหมายจากผู้อ่าน เป็นต้น ถ้าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสามารถทำหน้าที่ดังกล่าวได้ บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจะต้องเพิ่มมากขึ้นและมีความสำคัญต่อประชาชนในท้องถิ่นมากขึ้นตามไปด้วย

สุภา ศิริมานนท์ (2528) กล่าวถึง การทำงานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นว่า มีหลักในการทำงาน 3 ประการที่จะต้องยึดถือปฏิบัติควบคู่กัน ดังนี้

1. มีหลักในการบรรณาธิการ คือ เนื้อหาข่าวสารทั้งหลายต้องสอดคล้อง และรับใช้ท้องถิ่น
2. มีหลักในการผลิต คือ การผลิตจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น
3. มีหลักในการบริหารจัดการ ซึ่งต้องการความเชี่ยวชาญในการจัดการให้เหมาะสมกับท้องถิ่น

ชวลิต ปัญญาลักษณ์ และคณะ (2528) มีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นสื่อที่ได้เปรียบกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น เพราะเป็นรูปธรรม สามารถจับต้องได้ มาจากการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น หนังสือพิมพ์ส่วนมากทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสังคมในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านแนวความคิด หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสามารถเป็นผู้นำความคิดได้ โดยการนำเสนอความคิดต่างๆ เพื่อให้เกิดความคิดคล้อยตามหรือโต้แย้ง อันจะนำไปสู่ความคิดที่หลากหลาย และได้ความคิดที่ดีที่สุด เพื่อสร้างสรรค์สังคมให้เจริญขึ้น

2. ด้านการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น ได้แก่ บทบาทในการเสนอแนะเรื่องราวต่างๆ ที่สลับซับซ้อนให้ประชาชนเข้าใจ เพื่อเปลี่ยนแปลงความเป็นอยู่ บทบาทและการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

3. การสร้างความภูมิใจให้เกิดขึ้นในสังคม โดยการเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผู้ที่สร้างชื่อเสียงให้แก่ท้องถิ่น

4. ด้านการรณรงค์สร้างความเปลี่ยนแปลงในท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์คนเมืองของจังหวัดเชียงใหม่ (ปัจจุบันเลิกกิจการไปแล้ว) ได้รณรงค์เรียกร้องให้มีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

5. การทำหน้าที่เป็นสุนัขเฝ้ายาม (Watch dog) ดูแล วิพากษ์วิจารณ์สิ่งที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น เพื่อทำให้มีแต่สิ่งที่ถูกต้องเหมาะสม

2.3.2 วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

1) คุณลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดถือเป็นสื่อมวลชนที่มีประสิทธิภาพสูง มีคุณลักษณะหลากหลาย สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้สะดวกรวดเร็ว ไม่ว่าจะอยู่ที่ใด หรือไม่ว่าจะเป็นผู้รู้หนังสือหรือไม่ ก็สามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดได้อย่างทันท่วงที ด้วยเหตุนี้รัฐบาลหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย จึงได้นำเอาวิทยุไปใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ แต่อย่างไรก็ดี ในการใช้วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเพื่อการพัฒนาให้บรรลุผลตามความมุ่งหมายนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงธรรมชาติของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด รวมทั้งคุณลักษณะเฉพาะในด้านต่างๆ ของสื่อชนิดนี้อย่างถ่องแท้เสียก่อน

Robert McLeish (อ้างใน ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2542) ได้สรุปคำอธิบายคุณลักษณะเฉพาะ 10 ประการของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ซึ่งมีทั้งข้อดี และข้อจำกัด ดังนี้

1. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีความรวดเร็ว (The speed of radio)

ด้วยเทคโนโลยีของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดที่มีความรวดเร็ว ทำให้เหมาะสมในการเสนอข่าวได้ทันท่วงที โดยไม่ทำให้รายการอื่นชะงักงัน ความรวดเร็วดังกล่าวถือเป็นข้อได้เปรียบสื่ออื่นๆ ที่มีกระบวนการในการนำเสนอซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์ก็ตาม วิทยุกระจายเสียงจึงเป็นสื่อที่สามารถส่งข่าวสารถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว ได้เปรียบสื่ออื่นๆ

2. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเป็นสื่อราคาถูก (Radio is cheap)

ปัจจุบันเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีราคาถูกมาก มีหลายประเภท หลายขนาด และยังหาซื้อง่าย ผู้ฟังสามารถเลือกซื้อตามความพอใจ และตามฐานะทางเศรษฐกิจของตน และในการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนั้น ผู้ฟังไม่ต้องจ่ายเงินเหมือนกับซื้อหนังสือพิมพ์หรือชมภาพยนตร์ และเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่นๆ ในเรื่องต้นทุนการผลิต และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เห็นได้ชัดเจนว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีต้นทุนที่น้อยกว่าสื่ออื่นๆ สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดในประเทศไทยส่วนมากได้รับเงินจากการเช่าประมูลสถานีโดยเอกชน และได้รับรายได้จากการโฆษณาเป็นหลัก ซึ่งค่าเช่าเวลาต่ำมากเมื่อเทียบกับสื่อวิทยุโทรทัศน์ จึงทำให้วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดถือเป็นสื่อในอุดมคติซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่ไม่ใช่มืออาชีพ หรือผู้ที่มีต้นทุนไม่มากนัก มาใช้สื่อผลิตรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการที่มีประโยชน์ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น

3. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดสร้างภาพ (Radio makes pictures)

แม้ว่าวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจะเป็นสื่อที่ไร้ภาพ แต่ก็สามารถสร้างจินตนาการให้ผู้ฟังเกิดภาพได้ด้วยเสียงที่ออกอากาศ โดยผู้ฟังจะพยายามสร้างภาพให้เกิดขึ้นในใจจากสิ่งที่ได้ยิน ไม่ว่าจะเป็นเหตุการณ์ที่สนุกสนาน หรือเหตุการณ์โศกเศร้าเสียใจก็ตาม วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดถือเป็นสื่อที่ก่อให้เกิดจินตนาการแก่ผู้ฟังซึ่งจะแตกต่างกันออกไปตามพื้นความรู้ ประสบการณ์ สภาพแวดล้อม และองค์ประกอบอื่นๆ ในตัวผู้ฟัง

4. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีลักษณะส่งไปถึงผู้ฟังแต่ละคนได้โดยตรง (The directness of radio)

การฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดส่วนใหญ่นั้น ผู้ฟังจะฟังคนเดียว ทำให้เกิดความรู้สึกว่าผู้ดำเนินรายการส่งสารมาถึงตัวผู้ฟังโดยตรง ผู้ฟังจะสร้างภาพในใจจากเสียงที่ได้ยินส่วนตัว ต่างจากการรับชมวิทยุโทรทัศน์ที่มักจะชมกันเป็นกลุ่ม ในครอบครัว ซึ่งจะพูดคุย สนทนา วิพากษ์วิจารณ์ให้เกิดความเข้าใจตรงกัน

5. รายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดไม่สามารถกลับมาฟังซ้ำได้ (The transient nature of radio)

ด้วยข้อจำกัดของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดที่เมื่อนำเสนอรายการออกไปแล้ว ไม่สามารถกลับมาฟังซ้ำได้ หากผู้รับสารฟังรายการทัน ก็ต้องผ่านเลยไป ต่างจาก

หนังสือพิมพ์ ที่ผู้อ่านสามารถอ่านค้างไว้ แล้วไปทำอย่างอื่นก่อน จึงกลับมาอ่านต่อ หรืออ่านซ้ำทบทวนได้ ผู้ผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจึงจำเป็นจะต้องพยายามนำเสนอรายการอย่างสมเหตุสมผล เรียงลำดับขั้นตอนของความคิดไม่ให้ซับซ้อน ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและชัดเจน

6. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีความเรียบง่าย (The simplicity of radio)

กระบวนการผลิตและการดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนั้นเรียบง่าย และซับซ้อนน้อยกว่าสื่ออื่นๆ ผู้ทำงานด้านวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดต้องใช้ประโยชน์จากความเรียบง่ายของเครื่องมือในการวางผังรายการให้ยืดหยุ่นตามความสำคัญของสารที่จะต้องส่งให้ถึงผู้ฟังด้วยความรวดเร็ว ทันท่วงที

7. รายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเป็นการเลือกจากฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Radio is selective)

ในการดำเนินการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนั้น ถือเป็นการเลือกจากทั้งผู้ดำเนินรายการและผู้รับฟังรายการ ในด้านของผู้ดำเนินรายการต้องเลือกสรรสารที่แน่นอนส่งกระจายเสียงให้แก่ผู้ฟัง ซึ่งจะเลือกเปิดรับฟังรายการใดรายการหนึ่งได้เพียงคราวละรายการเดียวในแต่ละครั้งที่ฟังเท่านั้น ส่วนการเลือกของผู้ฟังจะเกิดขึ้นในอีกลักษณะของการเลือกที่จะปิดเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด หรือเปลี่ยนคลื่นไปฟังรายการอื่นๆ ดังนั้นเรื่องที่นำเสนอทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจึงต้องเป็นเรื่องที่จับความสนใจผู้ฟังจึงจะทำให้ผู้ฟังเลือกที่จะฟังรายการที่นำเสนอทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนั้นๆ ต่อไป

8. บุคลิกลักษณะของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด (The personality of radio)

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดใช้เสียงของมนุษย์เป็นลักษณะสำคัญในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งเสียงสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจสิ่งต่างๆได้มากกว่าถ้อยคำที่ตีพิมพ์ ทั้งสำเนียง น้ำเสียง การเน้นจังหวะ ลีลาของผู้พูดซึ่งมีความสำคัญไม่น้อยกว่าเนื้อหาสาระที่นำเสนอ ความมีชีวิตชีวาของรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดขึ้นอยู่กับความหลากหลายของน้ำเสียงที่ใช้ นอกจากจะทำให้สิ่งที่พูดมีสีสันแล้ว ยังสามารถแสดงถึงสำนวนภาษาที่ใช้ในท้องถิ่นหนึ่งๆ ได้ ซึ่งก่อให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดคุ้นเคยกันได้อีกทางหนึ่ง

9. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดขาดพื้นที่ (Radio lacks space)

รายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีเวลาน้อย ไม่สามารถนำเสนอรายละเอียดของข่าวได้มากเท่าหนังสือพิมพ์ ดังนั้นการเลือกและการใช้ภาพูดให้รัดกุมเหมาะสม และชัดเจนจึงมีความสำคัญมาก นอกจากนั้นสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีข้อจำกัดด้านการบ่งชี้ความสำคัญของเรื่องที่จะนำเสนอ จะไม่มีลักษณะของพาดหัวข่าว (Headline) ไม่มีเนื้อที่คอลัมน์เหมือนหนังสือพิมพ์ แต่การนำเสนอข่าวทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดอาจเป็นลักษณะของการนำเสนอเนื้อข่าวแล้วตามด้วยการสัมภาษณ์ และการรายงานสดจากผู้สื่อข่าว ความสำคัญของเรื่องราวที่นำเสนอไม่ได้วัดกันด้วยความยาวของรายการ ดังนั้นการเรียงลำดับความคิดต้องสมเหตุสมผล กะทัดรัด ชัดเจน เนื่องจากไม่มีพื้นที่มาบรรจุรายละเอียดและบ่งบอกความสำคัญ

10. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีดนตรี (Radio has music)

องค์ประกอบสำคัญของรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดอย่างหนึ่งคือเพลง เพลงนั้นจะแทรกทุกรายการซึ่งล้วนแล้วแต่วัตถุประสงค์ว่าจะใช้เพลงนำรายการ คั่นรายการ เชื่อมรายการ สร้างเสริมอารมณ์หรือบรรยากาศรายการ รวมถึงใช้แนะนำสถานที่ เวลา เพลงที่ใช้ในรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีหลายประเภททั้งคลาสสิก แจ๊ส เพลงบรรเลง เพลงเด็ก เพลงลูกทุ่ง เพลงลูกกรุง ฯลฯ เพลงที่นำมาคั่นรายการสามารถเปลี่ยนอารมณ์ผู้ฟังหรือก่อให้เกิดจินตนาการกว้างไกล แม้กระทั่งรายการข่าวยังจำเป็นต้องมีเพลงนำรายการเพื่อแสดงความเข้มแข็ง จริงจัง ความน่าเชื่อถือ และเป็นสัญลักษณ์ของรายการ

จากคุณลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดข้างต้น ทั้งด้านความรวดเร็ว ราคาถูก ผู้ฟังทุกกลุ่มสามารถรับฟังได้ทุกหนทุกแห่ง ทำให้สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดยังคงเป็นสื่อที่มีความสำคัญด้วยลักษณะพิเศษของตัวสื่อประเภทนี้เอง ถึงแม้ว่าวิทยุจะมีข้อจำกัดในตัวของมันเอง แต่ถ้าผู้ที่จะใช้วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดได้เลือกวิธีการดำเนินการในงานกระจายเสียงได้อย่างเหมาะสม สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดก็จะเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง การนำเอาสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมาใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อสนับสนุนงานพัฒนาประเทศ จะสัมฤทธิ์ผลเพียงใดหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการใช้เป็นสำคัญ การเลือกใช้วิธีใดวิธีหนึ่ง ย่อมต้องคำนึงความเหมาะสมในด้านกลุ่มเป้าหมาย และวัตถุประสงค์

2) บทบาทหน้าที่ของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดถือเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งตั้งแต่อดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ด้วยคุณสมบัติของเทคโนโลยีที่เข้าถึงผู้คนได้ครั้งละจำนวนมากๆ ทำให้สื่อวิทยุกลายเป็นสื่อสารมวลชนยอดนิยม ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ (2542) ได้กล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดไว้ 4 ข้อ ดังนี้

1. หน้าที่ในการนำเสนอข่าว/ ข่าวสาร คือ การรายงานเหตุการณ์สภาพแวดล้อมให้ประชาชนได้รับทราบอย่างตรงไปตรงมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งให้ทราบ เตือนภัยหรือสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของผู้ฟัง

2. หน้าที่ในการเสนอความคิดเห็น นอกจากวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจะนำเสนอข่าวตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว การเสนอความคิดเห็นโดยการให้คำอธิบายความหมายเกี่ยวกับ เหตุการณ์ ข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจเหตุการณ์อย่างถูกต้องเป็นหน้าที่สำคัญอีกหน้าที่หนึ่งเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างสมาชิกในสังคม ช่วยยุติแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งเพื่อช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างสมาชิกในสังคม ช่วยยุติแก้ไขปัญหาข้อขัดแย้งอันจะเกิดขึ้นได้

3. หน้าที่ในการให้การศึกษา วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีหน้าที่ในการให้การศึกษา ทั้ง*การศึกษาเพื่อประชาชนทั่วไป* ที่มุ่งให้ความรู้ อธิบาย กระตุ้นให้เกิดความคิดในด้านต่างๆ ซึ่งอาจเป็นรูปแบบการให้ความรู้โดยตรง หรือการให้ความรู้แทรกในรายการอื่นๆ *การศึกษาในระบบโรงเรียน* คือการใช้วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเพื่อการศึกษาให้สอดคล้องกับหลักสูตรโดยตรง เช่น รายการวิทยุศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ รายการประกอบชุดวิชาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช เป็นต้น และ*การศึกษานอกระบบโรงเรียน* คือการให้ความรู้แก่ผู้ฟังที่อยู่นอกระบบโรงเรียนโดยให้การศึกษาตามหลักสูตรการศึกษาในระบบและการศึกษาแบบกลุ่มสนใจเฉพาะเรื่อง เช่น รายการเพื่อการศึกษาของกรมการศึกษานอกโรงเรียน ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคล หรือการนำความรู้ที่ได้ฟังไปช่วยในการตัดสินใจและประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

4. หน้าที่ในการให้ความบันเทิง วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจะช่วยทำหน้าที่ให้ความเพลิดเพลิน สนุกสนาน และผ่อนคลายความตึงเครียด โดยเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น รายการเพลง ละครวิทยุ สารคดี นิตยสารทางอากาศ เป็นต้น

จากบทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดทั้ง 4 ด้านที่ได้กล่าวไปข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดที่มีต่อผู้คนในสังคมทั้งในแง่การดำเนินชีวิตประจำวัน การศึกษา รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตอีกด้วย ทั้งนี้จึงส่งผลต่อการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และความเจริญของประเทศชาติอย่างยิ่ง

3) ผลกระทบของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

ด้วยลักษณะธรรมชาติของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด เช่น การสื่อสารด้วยเสียงเพียงอย่างเดียว เข้าถึงผู้ฟังได้ง่าย การแพร่กระจายสู่ผู้ฟังอย่างรวดเร็ว การเป็นสื่อที่มีราคาถูก การสร้างจินตนาการต่อผู้ฟัง เหล่านี้ล้วนเป็นคุณสมบัติที่ทำให้วิทยุเป็นสื่อที่ยังคงอิทธิพลต่อผู้ฟังมาเป็นระยะเวลานาน ดังนั้น วิทยุจึงมีผลกระทบต่อผู้ฟังในหลายด้าน ตามที่ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2547) ได้กล่าวไว้ ดังนี้

ผลกระทบของวิทยุกับปัจเจกบุคคล

1. วิทยุหันเหผู้ฟังจากปัญหาและความวิตกกังวลต่างๆ ด้วยเรื่องผ่อนคลายและความบันเทิง อีกทั้งยังช่วยคลายเหงา และเป็นเพื่อนกับผู้ฟังตลอดเวลา
2. วิทยุตอบสนองความกระหายใคร่รู้ของผู้ฟังด้วยการนำเสนอเรื่องน่าสนใจต่างๆ ทั้งที่เป็นข่าวท้องถิ่น ข่าวในประเทศ และข่าวต่างประเทศ
3. วิทยุช่วยสร้างความหวังและแรงบันดาลใจให้กับผู้ฟังที่รู้สึกหดหู่และพร้อมจะมีวิทยุเป็นเพื่อน
4. วิทยุแก้ปัญหาให้กับผู้ฟังที่ต้องการข่าวสารหรือคำแนะนำ ทั้งการให้ข้อมูลทางตรงและทางอ้อม
5. วิทยุเสริมสร้างประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ฟังด้วยการเสนอเรื่องราวแปลกใหม่และสนองความต้องการในเรื่องการศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบ
6. วิทยุสะท้อนให้เห็นถึงสภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้ฟังด้วยกัน และสานสัมพันธ์ให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น
7. วิทยุกำหนดพฤติกรรมทางสังคม สร้างมาตรฐานการดำเนินชีวิตต่างๆ รวมถึงแบบแผนทางสังคมให้สำหรับผู้ฟัง
8. วิทยุเสนอทางเลือกสำหรับการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ปราศจากอคติ เช่น รายการวิเคราะห์เจาะลึกต่างๆ

ผลกระทบของวิทยุกับสังคม

1. วิทยุเป็นเสมือนตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสู่ผู้ฟัง กระตุ้นเร้าให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน และเพิ่มความตระหนักในประเด็นทางสังคมต่างๆ

2. วิทยุให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับงาน สินค้า และบริการ แก่ผู้ฟัง

3. วิทยุแสดงบทบาทเฝ้าระวังสังคม รูปแบบรายการข่าว วิเคราะห์ข่าว สารคดี และสนทนา เป็นลักษณะหนึ่งในการทำหน้าที่ต่อสังคมของวิทยุ

4. วิทยุช่วยให้ข้อตกลงและเงื่อนไขทางการเมืองต่างๆ สามารถพัฒนาต่อไป วิทยุยังช่วยกำหนดประเด็นโต้แย้งทางสังคมและการเมือง โดยการเสนอวาระและทางเลือกสำหรับการปฏิบัติต่างๆ

5. วิทยุช่วยกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลในการสร้างสำนึกร่วมกัน การรณรงค์สร้างจิตสำนึกการมีส่วนร่วมในประชาธิปไตย

6. วิทยุมีส่วนช่วยธำรงไว้ซึ่งงานศิลปวัฒนธรรม ด้วยการเป็นเวทีให้กับผู้สร้างสรรค์ผลงานต่างๆ

7. วิทยุสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับกลุ่มคนในการพัฒนาความตระหนักถึงการเป็นส่วนร่วมของสังคม

8. วิทยุระดมพลังจากสาธารณะและบุคคลในการแก้วิกฤตต่างๆ

สรุปได้ว่า สื่อวิทยุเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ชิดกับผู้ฟัง สามารถตอบสนองผู้ฟังทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับสังคม สื่อวิทยุจึงคงมีความสำคัญและมีผลกระทบอย่างลึกซึ้งต่อผู้ฟังในท่ามกลางปริบทสังคมที่สื่อสารมวลชนมีการแข่งขันกันมากและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

4) วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดกับการพัฒนา

สำหรับประเทศไทยมีการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเพื่อการพัฒนามานานแล้วเช่นกัน ทั้งนี้เพราะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เริ่มตั้งแต่แผนฉบับที่ 4 นั้นที่ได้เน้นการกระจายอำนาจไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น ซึ่งสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดสามารถทำหน้าที่สนับสนุนแผนงานนี้ได้ดี ทั้งนี้พิจารณาได้จากโครงสร้างของระบบการกระจายเสียงและเนื้อหาสาระของการกระจายเสียง ในประเทศไทย โดย อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์

(2522) ได้แบ่งการใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเพื่อการพัฒนาในประเทศไทยไว้ 3 ประเภท กล่าวคือ

1. การใช้สื่อการกระจายเสียงของรัฐบาล ซึ่งหมายถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกระจายเสียงโดยตรง คือ กรมประชาสัมพันธ์ อสมท เป็นหน่วยงานที่มีควบคุมดูแลการกระจายเสียงในระดับชาติมีเครือข่ายวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดและโทรทัศน์ครอบคลุมทั่วประเทศ

2. การใช้สื่อกระจายเสียงของหน่วยราชการต่างๆ รวมทั้งรัฐวิสาหกิจ กล่าวคือในกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ มีส่วนงานทางด้านเผยแพร่เพื่อวัตถุประสงค์ในการพัฒนา หรือการจัดรายการแล้วกระจายเสียงผ่านของกรมประชาสัมพันธ์ และ อสมท เป็นต้นว่าของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีการใช้สื่อในการเผยแพร่ความรู้และเทคโนโลยีแก่เกษตรกรไทย กระทรวงสาธารณสุขมีโครงการวางแผนครอบครัว โครงการเพื่อสุขภาพอนามัยต่างๆ ซึ่งรณรงค์ไปยังประชาชนทั้งในเมืองและในเขตชนบท หรือกระทรวงศึกษาธิการ มีศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษาในการผลิตรายการทางการศึกษาออกสู่ประชาชน นอกจากนี้ยังได้มีการนำเสนอโครงการต่างๆ เช่น โครงการเครือข่ายวิทยุเพื่อการศึกษาแห่งชาติ โครงการมหาวิทยาลัยเปิดการฝึกอบรมนักสื่อมวลชน เป็นต้น

3. การใช้สื่อกระจายเสียงในภาคเอกชน แม้ว่าในทางกฎหมาย สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดและโทรทัศน์จะเป็นของรัฐทุกแห่งก็ตาม ภาคเอกชนก็ได้เข้าร่วมในการใช้สื่อนี้เพื่อการพัฒนาประเทศโดยเสนอรายการต่างๆ จากการเช่าเวลาของสถานี เช่น รายการทางด้านศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ที่เสนอโดยธนาคารหลายแห่ง รายการของสถาบันหรือองค์การกุศลต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2522) ยังกล่าวถึงบทบาทและหน้าที่อันพึงปรารถนาของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดในการพัฒนา ดังนี้

สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด สามารถมีบทบาทในการสนับสนุนในการพัฒนาประเทศ และสามารถกระตุ้นให้ประชาชนในสังคมนั้นเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาได้ ฉะนั้น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด จึงควรมีบทบาท และหน้าที่ต่อการพัฒนาประเทศด้วยการ

1. เป็นสื่อในการพัฒนาการศึกษาของประชาชน ทั้งในระบบและนอกระบบโรงเรียน บทบาทนี้มีความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจากการพัฒนาตนให้มีการศึกษา ก็คือการทำให้มีความคิด ความสามารถของตนเองในการตัดสินใจในการประกอบกิจการต่างๆ ในสังคม อันเป็นพื้นฐานของการพัฒนาสังคม เมื่อทรัพยากรคนมีคุณภาพ การพัฒนาก็สามารถดำเนินไปได้ตามความมุ่งหมาย

2. เป็นสื่อในการสร้างความสำนึกของประชาชนให้มีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาสังคม รัฐบาลไม่อาจพัฒนาประเทศโดยปราศจากความร่วมมือของประชาชนส่วนใหญ่ ดังนั้นการกระจายเสียงจึงควรมีบทบาทโดยตรงในการช่วยกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามาส่วนร่วมทางเศรษฐกิจการเมืองและสังคม อันเป็นวิถีทางไปสู่การปกครองระบอบประชาธิปไตยอย่างแท้จริง

3. เป็นสื่อในการแสวงหาเอกลักษณ์ของสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือศิลปวัฒนธรรม เพื่อให้สังคมไทยมีความเป็นตัวของตัวเอง ไม่ถูกครอบงำโดยอิทธิพลของสังคมอื่นทางด้านแนวความคิดทางการเมือง พัฒนาการทางเศรษฐกิจ ศิลปวัฒนธรรม ทั้งนี้เพราะสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดทำหน้าที่เป็นนายทวาร ของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นรอบโลก การกลั่นกรองสิ่งที่นำมาเสนอต่อประชาชนอย่างมีวิจารณญาณจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

จุมพล รอดคำดี (2522) ให้ความเห็นว่า หน้าที่ของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเพื่อการพัฒนา ได้แก่

1. ให้การศึกษาแก่ประชาชน เนื่องจากในการพัฒนาประเทศนั้นต้องเริ่มต้นพัฒนาจุดแรกที่ตัวบุคคลในสังคมเสียก่อน นั่นคือ จะต้องให้การศึกษาแก่ประชาชน วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดควรเป็นสื่อในการขยายทัศนคติส่งเสริมความรู้ และเพิ่มพูนทักษะให้แก่ประชาชนในหลายๆด้าน เช่น การส่งเสริมพัฒนาอาชีพ แนะนำประชาชนให้ประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับความถนัดและอัตภาพแห่งตน แนะแนวทางใหม่ ในการพัฒนาอาชีพให้ก้าวหน้า

2. เป็นสื่อเพื่อระดมกำลังของสังคม เพื่อการพัฒนาประเทศโดยทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง เป็นสายใยเชื่อมโยงระหว่างผู้บริหารประเทศกับประชาชน เพื่อก่อให้เกิดการกระตุ้นการตื่นตัว เพื่อช่วยให้สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่ เสริมสร้างความเข้าใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในการสร้างสรรค์ความเจริญให้แก่สังคม

3. เป็นสื่อเพื่อการแสวงหาเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมของสังคม ประเทศไทยเป็นสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมจึงมีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ค่านิยมจึงไม่หยุดนิ่ง ส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงมีผลมาจากสื่อมวลชน วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดและวิทยุโทรทัศน์ นับว่ามีส่วนสำคัญในการสร้างแม่แบบทางวัฒนธรรมในสังคมปัจจุบันกล่าวคือ ประชาชนจะเรียนรู้และมีพฤติกรรมเลียนแบบจากสิ่งที่ได้ยินได้เห็น ดังนั้นหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดก็คือ จะต้องพยายามรักษาและดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมพร้อมกันนั้น ยังอาจทำหน้าที่ในการปรับหรือประสานระหว่างวัฒนธรรมเดิมและวัฒนธรรมใหม่เพื่อความสอดคล้องภายในสังคม

2.3.3 วิทยุชุมชน

1) ความหมายของคำว่า วิทยุชุมชน (Community Radio)

เมื่อมีการนำเอาแนวคิดวิทยุชุมชนมาใช้ จึงมีผู้ให้คำนิยามและความหมายของวิทยุชุมชนกันอย่างหลากหลาย ทั้งนี้เพื่อเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของตน แต่โดยเจตนารมณ์แล้วมีลักษณะที่คล้ายๆ กัน เช่น

คำนิยามที่ระบุในแผนพัฒนาสื่อสารมวลชน เทคโนโลยี และโทรคมนาคม เพื่อการพัฒนาคนและสังคม พ.ศ. 2542 -2551 ว่า หมายถึง การแพร่เสียงรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดที่เสนอเนื้อหาสาระสำคัญสำหรับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่มีลักษณะพิเศษด้านเชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมและศาสนา มีเขตครอบคลุมในวงจำกัด โดยแพร่เสียงผ่านช่องทางที่เหมาะสมทั้งที่เป็นการออกอากาศการส่งตามสายและผ่านดาวเทียม

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (อ้างใน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2542) ผู้เคยนำเสนอแนวคิดสื่อวิทยุชุมชน กล่าวถึง วิทยุชุมชน โดยขยายแนวคิดนี้ว่า วิทยุชุมชน คือ วิทยุภาคประชาชนมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีสิทธิในการเข้าร่วมใช้คลื่นในการจัดรายการวิทยุเพื่อผลแพร่ข่าวสารภายในชุมชนมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอันจะเป็นประโยชน์ต่อชาวบ้านมากกว่าที่จะมารับฟังข่าวสารที่เป็นชีวิตความเป็นอยู่ของคนเมือง ซึ่งไม่เป็นประโยชน์สำหรับเขา

จากนิยามข้างต้นจะเห็นว่าวิทยุชุมชนมีบทบาทสำคัญมากต่อสังคมหน่วยย่อยในประเทศไทย ซึ่งในโครงการวิทยุชุมชนขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ได้กล่าว

ไว้ในหลักการและเหตุผลดังนี้ วิทยุชุมชน (Community Radio) เป็นการจัดการดำเนินการและสั่งการกระจายเสียงที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของชุมชนนั้นๆ เป็นสำคัญ โดยไม่ได้เน้นการแสวงหากำไร แต่มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ ควบคู่ความบันเทิงตามรสนิยมแต่ละท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นโดยมีการใช้ภาษาถิ่นเป็นหลัก มีรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น ข่าวสารที่เกิดขึ้นในชุมชน รายการความรู้ (การเกษตร การทำนา ทำสวน ทำไร่ การประมง การเลี้ยงสัตว์ ศิลปวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย กฎหมายที่จำเป็นสำหรับชาวบ้าน ความรู้เกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาชีวิตประจำวัน การพัฒนาคุณภาพ ฯลฯ)

สรุปความหมายของวิทยุชุมชนได้ดังนี้ (วาณิชชา ชัยวงศ์, 2545) วิทยุชุมชน คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงที่ให้บริการเฉพาะเจาะจงในพื้นที่ เกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนในการ ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหารจัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้ พร้อมกับเสนอเนื้อหาและรูปแบบรายการที่สอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น มุ่งเน้นการให้ข่าวสาร ความรู้ ควบคู่ความบันเทิง ตามรสนิยมของท้องถิ่น ไม่มุ่งเน้นการแสวงหาผลกำไร เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น โดยใช้ภาษาถิ่นเป็นหลัก

2) หลักการและแนวคิดของวิทยุชุมชน

จุมพล รอดคำดี (2540) สรุปแนวคิดของวิทยุชุมชนว่ามีหลักการดังนี้

1. ต้องเกิดขึ้นจากความต้องการของชุมชน โดยถือหลักว่าคนส่วนใหญ่แสดงความคิดความต้องการร่วมกัน
2. วิทยุชุมชนต้องได้รับการยอมรับของกลุ่มต่างๆในชุนชน
3. วิทยุชุมชนย่อมไม่มีการแบ่งแยกเชื้อชาติ ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรมของคนในชุมชน
4. วิทยุชุมชนต้องยึดถือแนวทางการเสนอรายการและข่าวสารของชุมชนเป็นหลัก ภายใต้แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์ในท้องถิ่น เป็นหัวใจของการนำเสนอข่าวสารและรายการ
5. วิทยุชุมชนจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมจัดรายการ และสามารถเข้าไปบริหารจัดการ หรือเป็นผู้ปฏิบัติในสถานีได้ ยูเนสโกได้เน้นว่า

"Participatory radio means a station that self-managed by those participating in it" นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงใดๆ ในสื่อวิทยุชุมชนให้เป็นไปตามแนวคิดและความต้องการของของประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักกระบวนการทางประชาธิปไตย

6. วิทยุชุมชนเป็นสถานีวิทยุที่มีรัศมีการออกอากาศครอบคลุมเฉพาะพื้นที่เท่านั้น (มีลักษณะเป็น Narrowcasting ไม่ใช่ Broadcasting) กำลังส่งไม่เกิน 1 กิโลวัตต์

7. วิทยุชุมชนถือเป็นสื่อมวลชนตามแนวคิดประชาธิปไตย (Democratic Media) เพื่อประชาชน โดยประชาชน ของประชาชน

3) บทบาทวิทยุชุมชน

จากการศึกษาของ AIBD เรื่อง Radio Management in the Small Community (อ้างใน เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2542) ได้เสนอเรื่อง บทบาทวิทยุชุมชนในฐานะของสื่อไว้ คือ

1. นำเสนอข้อมูล ทั้งที่เป็นข่าว ข้อเท็จจริง ความคิดเห็นที่ทำให้คนในชุมชนมีความเข้าใจในผู้คน ผู้ร่วมสังคมโลกและสภาพแวดล้อม ทั้งในระดับชุมชน ประเทศ และต่างประเทศ

2. สร้างการเรียนรู้และหล่อหลอมทางสังคม ทำให้สมาชิกชุมชนเป็นผู้ที่กระตือรือร้นในการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในชุมชน

3. กระตุ้น ส่งเสริม สนับสนุน ให้ชุมชนบรรลุจุดมุ่งหมายหลักของชุมชน สำหรับในส่วนของบุคคล วิทยุชุมชนก็กระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจ และความมานะพยายามที่จะหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพที่ดีของชีวิต

4. เป็นเวทีของการโต้แย้ง แลกเปลี่ยน ข้อมูล และความคิดเห็น รวมทั้งเอื้ออำนวยให้เกิดข้อตกลง หลังจากการสร้างความชัดเจนของความแตกต่างทางความคิดเห็น

5. สนับสนุนให้เกิดความสนใจและความมีส่วนร่วมในประเด็น / ปัญหาสาธารณะ การร่วมสร้างเป้าหมายของชุมชน การร่วมเรียนรู้กับสังคมนอกชุมชน ทั้งในระดับในและต่างประเทศ

6. ถ่ายทอดความรู้เพื่อผลในการพัฒนาภูมิปัญญา การมีบุคลิกลักษณะและความคิดที่มั่นคง ด้วยการมีทักษะและความสามารถ ที่เหมาะสมกับพัฒนาการในแต่ละขั้นตอนของชีวิต

7. สร้างเสริม พัฒนา ถ่ายทอดมรดก และศักยภาพทางวัฒนธรรม ซึ่งหมายถึงทั้งผลผลิต กิจกรรม กระบวนการของชุมชน กระตุ้น ความคิด จินตนาการ จิตวิญญาณท้องถิ่น /

ชุมชน เพื่อสร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า และความหมายเพื่อเป็นมรดกและความภูมิใจร่วมกันของชุมชน

8. ให้ความบันเทิงด้วยเนื้อหาและรูปแบบต่างๆ เช่นเพลง ละคร การเล่นของชุมชน กีฬา เกม เรื่องเล่า เรื่องตลก โดยมีจุดมุ่งหมายหลัก คือ การสร้าง / การชดเชย อารมณ์ความรู้สึกต่างๆ เพื่อการผ่อนคลาย เพื่อความสุขใจ ความพอใจ

นอกจากนี้ยังมีการสรุปบทบาทและหน้าที่ของวิทยุชุมชน จากการประชุม แกนนำสื่อเพื่อประชาสังคม ซึ่งได้สรุปต่อคำถามที่ว่า "วิทยุชุมชนตอบสนองอะไร" โดยตัวแทนนักวิทยุภาคประชาชน ดังนี้ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2544)

1. เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งชุมชน พัฒนาประชาสังคม เป็นทุนทางสังคม
2. เป็นการพัฒนาประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง
3. เป็นสื่อกลางและช่องทางการพัฒนาและเผยแพร่ ปัญญา ความภาคภูมิใจ ความพึงพอใจ ความต้องการ
4. เป็นช่องทางการพัฒนาสู่แนวคิดใหม่ อนาคตใหม่ เป็นจุดคานงัดต่อกระแสหลัก ต่างๆ
5. เป็นการบูรณาการส่วนต่างๆ ของชุมชน
6. เป็นพัฒนาการอย่างยั่งยืน เป็นความเจริญรุ่งเรืองของประเทศ

4) ลักษณะของวิทยุชุมชน

การพิจารณาระดับของการเป็น "วิทยุชมชน" มีอยู่ 6 ระดับ (จุมพล รอดคำดี, 2540)

♦ **ระดับแรก** ผู้จัดรายการของ/ในสถานี นำข้อมูลที่สมาชิกชุมชนแจ้ง มานำเสนอในลักษณะการประกาศสาธารณะหรือการบริการชุมชน

♦ **ระดับสอง** สถานียังคงเป็นเจ้าของ ดูแลการจัด การผลิต และการนำเสนอ แต่กำหนดกรอบและเปิดโอกาสให้ประชาชน มีส่วนร่วมในการกำหนดและ/หรือการนำเสนอเนื้อหาในบางรายการ เช่น การรายงานสภาพจราจร

♦ **ระดับสาม** ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในระดับ การเป็นเจ้าของรายการ การบริหารรายการ การกำหนดเนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการ โดยการทำงานในรูป

คณะกรรมการ ส่วนสถานียังเป็นของหน่วยงานที่เป็นเจ้าของ บุคลากรสถานี ทำหน้าที่ดูแล ให้คำปรึกษา ด้านระเบียบ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง และอำนวยความสะดวกในการผลิต และการออกอากาศ

♦ **ระดับสี่** สถานียังคงเป็นของหน่วยงานรัฐ งบประมาณมาจากรัฐและการบริจาค แต่ตัวแทนกลุ่มต่างๆในชุมชนที่เข้ามาเป็นอาสาสมัคร เข้ามาบริหารสถานี และดำเนินการด้านรายการ โดยมีเจ้าหน้าที่สถานี คอยให้คำแนะนำและช่วยเหลือ

♦ **ระดับห้า** ประชาชนในชุมชนรวมตัวกัน ยื่นขอคลื่นความถี่จากรัฐ และลงทุนจัดตั้งสถานีวิทยุเป็นของชุมชน มีการบริหารในรูปคณะกรรมการ ทำหน้าที่กำหนดนโยบายและควบคุมการบริหาร จ้างมืออาชีพทำงานในการจัดการสถานี การจัดและการผลิตรายการ ส่วนงานธุรการ มีทั้งที่เป็นพนักงานและอาสาสมัคร

♦ **ระดับหก** ประชาชนรวมตัวกันจัดตั้ง และยื่นขอใบอนุญาตเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ เช่นเดียวกับระดับห้า แต่การดำเนินงานของสถานี ตั้งแต่ระดับกรรมการไปจนถึงเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน ล้วนเป็นอาสาสมัครทั้งสิ้น แต่ได้รับความช่วยเหลือหรือร่วมมือในการพัฒนาทักษะจาก หน่วยงานรัฐ หรือ หน่วยงานวิชาการ

นอกจากนี้ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์, 2544) ยังแบ่งระดับของวิทยุชุมชนในอีกลักษณะหนึ่ง ดังนี้

♦ **ระดับเนื้อหา** คือ เรื่องของประชาชนถูกนำเสนอ หรือ ประชาชนได้เข้าไปมีส่วนร่วมในรายการ โดยมีเงื่อนไขคือ การเลือกเรื่องที่จะเสนอ และเลือกคนร่วมรายการเป็นอำนาจตัดสินของผู้ผลิตรายการ

♦ **ระดับรายการ** คือ ประชาชนได้เข้าไปจัดและผลิตรายการ โดยมีเงื่อนไข คือ สถานีจะให้หยุดหรือ เลิกการผลิตเมื่อไรก็ได้ จึงเหมาะสำหรับผู้จัดที่พร้อมจะเสนอเนื้อหาที่สถานีพอใจ

♦ **ระดับสถานี** คือ สิทธิอำนาจในสถานีในรายการเป็นของประชาชน ของชุมชนโดยแท้ ทั้งนี้ภายใต้เงื่อนไข และข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณ ความรับผิดชอบ และกติการ่วมกันของชุมชน

5) รูปแบบวิทยุชุมชนและรายการวิทยุชุมชน

รูปแบบวิทยุชุมชน

ตามความเห็นของ (สากล ไพเราะ , 2542) วิทยุชุมชนแบ่งเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบวิทยุชุมชนในอุดมคติ ในรูปแบบนี้จะต้องทำเต็มรูปแบบ คือ

♦ มีคณะกรรมการบริหารสถานีวิทยุโดยคัดเลือกจากผู้นำชุมชนนั้นๆ เข้ามาเป็นกรรมการบริหารสถานี โดยแบ่งเป็นคณะกรรมการรายการคณะกรรมการจัดหาเงินทุนสนับสนุน

♦ มีการระดมจัดหาสมาชิกของสถานี อาจแยกเป็นรายการก็ได้

♦ มีคณะกรรมการในรูปของรายการต่างๆ ที่สรรหาโดยสมาชิกในชุมชนหรือที่ปรึกษาที่เลือกมาจากผู้ทรงคุณวุฒิ

♦ สถานีวิทยุมีเอกเทศ ไม่มุ่งแสวงหารายได้ แต่จะระดมทุนจากการบริจาคและเงินงบประมาณสนับสนุนจากท้องถิ่น

♦ สถานีวิทยุไม่มีการโฆษณาสินค้าหรือบริการใดๆ

♦ มีระบบอาสาสมัครเป็นผู้สื่อข่าว

2. รูปแบบกึ่งอุดมคติและกึ่งความเป็นจริง

รูปแบบของสถานีวิทยุเพื่อชุมชนนี้ต้องคำนึงถึงความเป็นจริงที่เป็นอยู่ในชุมชนนั้นภายใต้ข้อสมมติฐานที่ว่า

♦ สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจะดำเนินการได้ดี ต้องมีค่าใช้จ่ายการลงทุน

♦ สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดอาจมีการโฆษณาได้จากการกลั่นกรองของคณะกรรมการฯ

♦ สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดอาจปรับนโยบายให้เหมาะสมกับความเป็นจริง เช่น อาจมีรายการที่เหมาะสมอื่นๆ อาจเป็นเรื่องราวที่ไม่ใช่เรื่องราวของชุมชนก็ได้

♦ สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดอาจมีคณะกรรมการที่ปรึกษาได้ แต่ระบบนโยบายหรือการบริหารหลักต้องได้รับอนุมัติจากนายสถานีฯ หรือองค์กรที่รับผิดชอบในการดำเนินการสถานีวิทยุแห่งนั้นๆ

3. รูปแบบในความเป็นจริงตามเงื่อนไขขององค์กรที่รับผิดชอบในการดำเนินการสถานีวิทยุฯ นั้น ๆ

- สถานีวิทยุนั้นๆ มีกรรมการบริหารในรูปของสถานีดำเนินการเอง แต่มีคณะกรรมการที่ปรึกษาคัดเลือกมาจากชุมชนนั้นๆ คือให้แต่คำปรึกษา ไม่มีส่วนในการกำกับนโยบาย
- มีการจัดตั้งคณะกรรมการประจำรายการขึ้นมาเพื่อดำเนินการได้
- เนื้อหาของรายการสามารถยืดหยุ่น แต่เนื้อหาหลักต้องเป็นเนื้อหาที่สนองตอบต่อชุมชนนั้นๆ แต่อาจยืดหยุ่นได้
- ให้มีรูปของอาสาสมัครในชุมชนช่วยงานวิทยุอาจเป็นผู้สื่อข่าวเอง
- การหารายได้มาจากการบริจาค มาจากการโฆษณาได้
- ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในรายการ
- อาจไม่ต้องจัดในรูปสมาชิกก็ได้เพราะจะต้องมีการบริหารเข้ามาเกี่ยวข้อง

รูปแบบรายการวิทยุชุมชน

คณะกรรมการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ได้เสนอถึง รูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดชุมชน (อ้างใน นิตยา จันฤาไชย, 2542) ไว้ว่า

เป็นรูปแบบที่ไม่ตายตัวเพราะขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้ฟัง เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจผลิตรายการ แต่อย่างไรก็ตามจะมีลักษณะเป็นรายการนิตยสารทางอากาศเพราะเสนอข่าวสารท้องถิ่นที่หลากหลาย รวมทั้งเพลงและศิลปินพื้นเมือง ซึ่งสอดคล้องกับผู้ฟังเป้าหมายสนใจจะฟังรูปแบบของรายการจะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดชุมชนที่จะตัดสินใจแม้กระทั่งการที่จะเสนอรายการหรืออาสาสมัคร เข้าร่วมดำเนินรายการหรือมีส่วนในการผลิตข้อมูลต่างๆ อย่างไรก็ตามรูปแบบของรายการอาจจะประกอบด้วย

1. ข่าว ควรจะเสนอข่าวสารที่สำคัญที่สุดในวันนั้นด้วย แต่จะให้ความสำคัญที่ข่าวท้องถิ่นในจังหวัดและชุมชนหมู่บ้านเป้าหมาย รวมถึงข่าวบริการชาวบ้าน

2. ความรู้ ด้านการเกษตร สุขภาพอนามัย ภูมิปัญญาชาวบ้าน รวมทั้งศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งเป็นองค์ความรู้ในท้องถิ่นจริงๆ มิใช่เรื่องทั่วๆ ไป

3. ความคิดเห็น เกี่ยวกับปัญหาท้องถิ่น และข้อเสนอแนะในการแก้ไขซึ่งอาจจะสะท้อนปัญหาจากชาวบ้านสู่ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง และใช้รายการเป็นส่วนกลางในการแก้ไขปัญหาให้ชาวบ้าน รวมทั้งการชี้แจงตามความเข้าใจด้วย

4. เพลง อาจจะเป็นเพลงพื้นเมือง เพลงลูกทุ่งเก่าๆ หรือเพลงดังในอดีต หากมีการบอกที่มาที่ไปของเพลงด้วยก็จะดี เพราะกลุ่มเป้าหมายจะเน้นที่ผู้ใหญ่วัยทำมาหากินเป็นหลัก

5. สปอตและการเชื่อมโยงรายการ สถานีจะเป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง โดยผู้จัดรายการจะช่วยดำเนินรายการในลักษณะพื้นเมือง ใช้ภาษาพื้นเมือง เพื่อความใกล้ชิดกับผู้ฟัง อาจจะช่วยจัดทำ สปอตบริการชาวบ้านในงานบุญที่สำคัญๆ หรือรณรงค์ร่วมกัน อาจจะมี Jingle รายการโดยชาวบ้านช่วยผลิตเป็นเพลงพื้นเมืองให้ หรือแม้แต่ไตเติ้ลรายการอาจจะใช้เพลงพื้นเมืองที่คณะกรรมการบริหารวิทยุชุมชนร่วมกับสถานีช่วยกันผลิตขึ้นก็ได้

2.3.4 หอกระจายข่าว / เสียงตามสาย

1) ความหมาย มีผู้ให้คำนิยามคำว่าหอกระจายข่าวหมู่บ้านหรือหอกระจายข่าวดังต่อไปนี้

วาสนา จันทร์สว่าง (2534) กล่าวไว้ว่า เสียงตามสายและหอกระจายข่าว เป็นเครื่องมือการสื่อสารเฉพาะกิจโดยการกระจายเสียงเผยแพร่ข่าวสารและความรู้เพื่อประโยชน์ในงานเฉพาะกิจ ดำเนินงานโดยการพูดผ่านเครื่องขยายเสียงไปออกลำโพง ถ้าเป็นเสียงตามสายจะมีลำโพงตามจุดต่างๆ แต่ถ้าเป็นหอกระจายข่าวจะมีลำโพงติดไว้ที่ยอดเสา ลักษณะเป็นเสาเสาเดียวหรือหลายเสาในแห่งเดียวกัน ซึ่งอาจจะมีลำโพงติดปลายเสาหลายๆ ตัวเพื่อให้กระจายเสียงไปได้รอบทิศ เสียงตามสายและหอกระจายข่าวถือเป็นสื่อประเภทสื่อสาธารณชน ไม่ใช่สื่อมวลชน แต่มีลักษณะคล้ายกับสื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด โดยมีลักษณะเฉพาะต่างออกไป ดังนี้คือ จำกัดกลุ่มผู้ฟังเฉพาะพื้นที่ เช่น ภายในหน่วยงานหรือภายในชุมชน เวลาจำกัดและไม่แน่นอน เป็นการกระจายเสียงต่อสาธารณชน บรรยากาศไม่ดี มีเสียงอื่นๆ รบกวนมาก ไม่สามารถเลือกเปิดรับได้ จะได้ยินแม้ไม่อยากฟังหรือไม่ต้องการฟัง ใช้

การฟังอย่างเดียวแต่ต้องตั้งใจมากกว่าการฟังวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจึงจะเข้าใจและจับประเด็นได้ รับฟังเป็นกลุ่มในหน่วยงานหรือในชุมชน เป็นเรื่องเฉพาะของหน่วยงานหรือท้องถิ่น การดำเนินรายการจำกัด ส่งข่าวสารได้มากตามต้องการ มีความรวดเร็วและสดมากกว่าวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ลงทุนส่วนรวม ไม่แพง ใช้ได้นาน

รุ่งอรุณ อุดมศิลป์ (2535) กล่าวถึงหอกระจายข่าวและเสียงตามสายว่า โดยทั่วไปมีลักษณะดังนี้ เสียงตามสาย ประกอบด้วยเครื่องขยายเสียงและเสาติดลำโพงหลายๆ จุด บางพื้นที่จะติดตั้งรอบๆ หมู่บ้าน บางพื้นที่จะติดตั้งเป็นจุดๆ แล้วแต่ลักษณะของหมู่บ้าน ส่วนหอกระจายข่าวมีลักษณะเป็นเสาๆ เดียว มีลำโพงติดตั้งที่ปลายเสา 2-4 ตัว กระจายเสียงด้วยเครื่องขยายเสียง ส่วนมากจะอยู่กลางหมู่บ้านหรือบริเวณที่มีบ้านเรือนอยู่หนาแน่น บริเวณที่คนสัญจรไปมาหรือจุดใดจุดหนึ่งที่ชาวบ้านสามารถฟังได้ทั่วถึง

กองสุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุข (2543) ให้คำจำกัดความว่า “หอกระจายข่าว คือ ระบบการกระจายเสียงโดยผ่านลำโพงที่ติดไว้ปลายเสา จะมีจำนวนลำโพงหรือเสาเท่าไรก็ได้ ถ้ามีหลายเสาและลำโพงแยกติดตั้งไว้ตามที่ต่าง ๆ ออกไป มักเรียกว่าเสียงตามสาย” หอกระจายข่าวหมู่บ้านเป็นสื่อเผยแพร่ของท้องถิ่นที่ชาวบ้านช่วยกันบริจาคหรือตั้งขึ้น หรือได้รับการบริจาคจากบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และบางแห่งได้รับเงินจากการทำแผนพัฒนาตำบล ซึ่งจัดทำโดยองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์ของส่วนราชการและข่าวของหมู่บ้านเป็นหลัก โดยที่หอกระจายข่าวหมู่บ้านเป็นสื่อหนึ่งที่ได้จัดตั้งเป็น “ศูนย์เผยแพร่ความรู้ข่าวสารหมู่บ้าน” อันประกอบด้วยหอกระจายข่าวหมู่บ้าน ที่อ่านหนังสือประจำหมู่บ้าน ศูนย์สาธารณสุขมูลฐานชุมชน (ศสมช.) และสถานที่อื่นๆ เช่น วัด โรงเรียน การจัดตั้งศูนย์เผยแพร่ฯ นี้ เป็นการใช้สื่อที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นนำมาพัฒนาให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีระบบ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน ให้ชาวบ้านสามารถพึ่งตนเองได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่าหอกระจายข่าวหมู่บ้านเป็นรูปแบบการกระจายเสียงเฉพาะกิจที่ใช้ในหมู่บ้านหรือชุมชนโดยใช้เทคโนโลยีง่ายๆ และราคาไม่แพง มีจุดหมายเพื่อให้ข่าวสารความรู้แก่ประชาชนในชุมชนนั้น

2) ความเป็นมาและการเข้ามาขององค์กรต่าง ๆ

หอกระจายข่าวเกิดขึ้นจากแนวคิดการจัดทำวิทยุสาธารณะ ของ จอมพล ป. พิบูลสงคราม ที่ต้องการให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด แต่ขณะนั้นประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่มีเครื่องรับวิทยุ จึงให้มีการติดตั้งลำโพงเพื่อกระจายเสียงวิทยุไว้ที่ยอดเสาสูง ซึ่งแนวคิดนี้หายไปเมื่อวิทยุมีราคาถูกลง (สุมน โมรากุล อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

นอกจากนั้นในอดีตการตี กลอง ฆ้อง หรือการตีเกราะเคาะไม้ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ใช้กันแพร่หลายในหมู่บ้าน เพื่อเป็นสัญญาณนัดหมายในงานศาสนา และงานประเพณีต่างๆ ต่อมาได้มีการพัฒนาโดยมีการใช้เครื่องขยายเสียงแทน เครื่องขยายเสียงมักติดตั้งที่ที่เป็นศูนย์รวมของชาวบ้าน เช่น โรงเรียน มัสยิด และบ้านผู้นำชาวบ้านนั้นมาพัฒนาเป็นหอกระจายข่าวหมู่บ้าน ในระยะหลังมีหน่วยงานราชการเข้ามาสนับสนุนให้มีการตั้งหอกระจายข่าวในหมู่บ้าน ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย ผ่านกรมการพัฒนาชุมชนและกรมการปกครอง กระทรวงสาธารณสุข (โดยจัดตั้งหอกระจายข่าวที่สถานีอนามัย) กระทรวงศึกษาธิการผ่านกรมการศึกษานอกโรงเรียน และสำนักงานการประถมศึกษาแห่งชาติจัดหอกระจายข่าวในโรงเรียน และงบประมาณพัฒนาวัดของกรมการศาสนาจัดตั้งหอกระจายข่าวในวัด กระทรวงกลาโหม โดยจัดตั้งหอกระจายข่าวในหมู่บ้านอาสาป้องกันตนเองชายแดนและหมู่บ้านตามโครงการพระราชดำริ และเอกชน โดยชาวบ้านร่วมกันจัดตั้งขึ้นโดยการกระตุ้นจากเจ้าหน้าที่ของรัฐที่อยู่ในชุมชนนั้น (สุมน โมรากุล, 2539)

ในปัจจุบันมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานหอกระจายข่าวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

กระทรวงสาธารณสุข โดยการริเริ่มของกองสุขศึกษา จัดตั้งโครงการพัฒนาสาธิตการดำเนินงานสุขศึกษาผ่านสื่อมวลชน (วิทยุ และหอกระจายข่าว) เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน เมื่อ พ.ศ. 2526 (ประสงค์ ธีรพงศ์นภาลัย อ้างใน สมพร พรจันทร์, 2537) ต่อมามีการสนับสนุนการดำเนินงานหอกระจายข่าวอีกหลายรูปแบบ เช่น จัดทำข้อมูลข่าวสารทางด้านสุขภาพอนามัยเพื่อเผยแพร่ผ่านหอกระจายข่าว จัดฝึกอบรมผู้รับผิดชอบ จัดทำเอกสารคู่มือ

ปฏิบัติงานหอกระจายข่าว นอกจากนี้ยังได้จัดแบ่งการดำเนินงานหอกระจายข่าวออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ (ไพชยนต์ ชนะกาญจน์, 2542)

หอกระจายข่าวระดับที่ 1 ประกอบด้วย

- มีคณะทำงานรับผิดชอบดำเนินการ
- มีการแบ่งหน้าที่ในการดำเนินงานของคณะทำงาน
- มีตารางออกอากาศที่แน่นอน
- มีการออกอากาศเป็นประจำตามตาราง
- มีบันทึกรายงานการออกอากาศทุกครั้ง
- มีการเผยแพร่ความรู้ในการแก้ปัญหาท้องถิ่นหรือส่งเสริมการพัฒนาหมู่บ้านที่ สอดคล้องกันอย่างน้อย 4 กระทรวงหลัก
- มีการจัดรายการในการออกอากาศหลายรูปแบบ
- มีการจัดหาทุนเพื่อดำเนินการและบำรุงรักษาอุปกรณ์

หอกระจายข่าวระดับที่ 2 ประกอบด้วย

- มีคณะกรรมการรับผิดชอบดำเนินการ
- มีตารางออกอากาศที่แน่นอน
- มีการออกอากาศเป็นประจำตามตาราง
- มีการเผยแพร่ความรู้ในการแก้ปัญหาท้องถิ่น หรือส่งเสริมการพัฒนาหมู่บ้าน

หอกระจายข่าวระดับที่ 3 ประกอบด้วย

- มีอุปกรณ์หอกระจายข่าว
- มีผู้ดำเนินการหอกระจายข่าวเพียงคนเดียว
- ออกอากาศไม่สม่ำเสมอ

พร้อมทั้งได้กำหนดว่าหอกระจายข่าวที่ได้เกณฑ์มาตรฐานคือ หอกระจายข่าวที่มีการดำเนินงานอยู่ในระดับที่ 1 ส่วนหอกระจายข่าวที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน คือ หอกระจายข่าวที่มีการดำเนินงานอยู่ในระดับที่ 2 และ 3

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์โดยกรมส่งเสริมการเกษตร สนับสนุนด้านข้อมูลด้วยการจัดทำแผ่นบันทึกเสียงความรู้ทางการเกษตรส่งเผยแพร่ตามหอกระจายข่าวในหมู่บ้านและจัดทำเอกสารข่าวแจก เป็นต้น

กรมประชาสัมพันธ์ โดยคณะกรรมการประชาสัมพันธ์แห่งชาติ ให้การสนับสนุนงานหอกระจายข่าว ด้วยการกำหนดให้ดำเนินการ

- ♦ สำรวจสถานภาพของหอกระจายข่าว
- ♦ วางแผนการดำเนินงานการใช้หอกระจายข่าว
- ♦ วางแผนการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่หอกระจายข่าวในด้านการประชาสัมพันธ์และการบำรุงรักษา
- ♦ ให้พิจารณาว่าหมู่บ้านที่ยังไม่มีหอกระจายข่าวจะมีทางสนับสนุนอย่างไรบ้าง

กระทรวงมหาดไทยโดยกรมการพัฒนาชุมชน มีการจัดทำข้อมูลสนับสนุน เช่น วารสารพัฒนาชุมชน หนังสือพัฒนาหมู่บ้านทุกเดือน จัดส่งผ่านองค์การบริหารส่วนตำบล จัดประกวดหอกระจายข่าว เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีองค์กรเอกชนเข้ามามีส่วนสนับสนุนการดำเนินงานหอกระจายข่าวด้วย เช่น สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน กองทุนชุมชน คณะกรรมการการเลือกตั้ง เป็นต้น

2) ข้อดีและข้อจำกัดของหอกระจายข่าว

ดวงพร คำนูณวัฒน์ (2544) กล่าวถึงคุณสมบัติของหอกระจายข่าวที่ทำให้หอกระจายข่าวเป็นสื่อที่มีศักยภาพในการเป็นสื่อที่ใช้เพื่อการพัฒนาชุนชนได้ ดังนี้

1. เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ง่ายต่อการใช้ และประกอบด้วยอุปกรณ์เพียง 5 ชิ้น คือ วิทยุ เทป ไมโครโฟน เครื่องขยายเสียง ลำโพง และเสาอากาศ

2. มีค่าใช้จ่ายน้อย เฉลี่ยเดือนละ 397.15 บาท (ชลธิรา ซึ้งจิตตวิสุทธิ และวิภา ไชยณรงค์, 2542)

3. เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ภายในหมู่บ้าน จึงทำให้ทราบลักษณะของผู้รับฟังชัดเจน ทั้งจำนวน เพศ อายุ การใช้ชีวิตประจำวัน ความต้องการ ข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ ซึ่งทำให้สามารถจัดการสื่อสารให้สอดคล้องกับความต้องการได้ง่าย

4. ผู้รับผิดชอบดูแลการส่งสารเป็นสมาชิกในหมู่บ้าน ซึ่งไม่เพียงแต่ใกล้ชิดกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น หรือสภาพสังคมและวัฒนธรรมเท่านั้น แต่เป็นส่วนหนึ่งและร่วมอยู่ในปัญหาหรือสังคมวัฒนธรรมด้วย ดังนั้นย่อมมีความเข้าใจถึงความต้องการของชาวบ้านอย่างแท้จริง จึงทราบได้ว่าสมควรจัดการสื่อสารอย่างไรจึงจะเกิดประโยชน์

5. เป็นการสื่อสารที่ผู้รับสารหรือผู้ฟังสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้โดยง่าย ไม่ต้องขวนขวายหรือใช้ความพยายามในการรับฟัง นั่นคือ ชาวบ้านมีโอกาสในการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) ได้ง่าย นั่งอยู่ในบ้านก็สามารถรับฟังหรือสามารถทำกิจกรรมอื่นควบคู่ไปกับการรับฟังได้

6. สามารถใช้วิธีการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ในการจัดการสื่อสาร ซึ่งจะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสื่อสาร เช่น มีโอกาสร่วมแสดงความคิดเห็น รวมทั้งสามารถเข้าไปมีบทบาทของผู้ส่งสารได้

7. เป็นการสื่อสารที่ประชาชนมีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ตั้งแต่การร่วมกำหนดนโยบาย เป้าหมายและวิธีการดำเนินงานหอกระจายข่าว รวมทั้งการผลิตและการกระจายเสียง

8. เป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับประชาชน ในขณะเดียวกันเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนด้วยกันเองด้วย

9. เป็นการสื่อสารประจำหมู่บ้านที่สามารถปรับให้มีความเชื่อมโยงกับสื่อประเภทอื่นได้ เช่น สื่อพื้นบ้าน สื่อมวลชนท้องถิ่น เป็นต้น

สมพร พรจันทร์ (2536) ได้ชี้ให้เห็นข้อดีและข้อจำกัดของหอกระจายข่าว ดังนี้

ข้อดีของหอกระจายข่าวหมู่บ้าน

1. สื่อสารได้รวดเร็ว ครอบคลุม และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น

2. เป็นสื่อที่มีราคาถูก เสียค่าใช้จ่ายน้อย ใช้ง่าย

3. การรับฟังหอกระจายข่าวหมู่บ้านไม่ต้องอาศัยทักษะในการอ่าน ดังนั้นผู้ฟังทั่วๆ ไป ทุกระดับ ทุกเพศ ทุกวัย ก็สามารถฟังเข้าใจได้

4. สามารถเร้า และจูงใจผู้ฟังให้มีความรู้สึก ได้มีส่วนร่วมในรายการนั้นๆ

5. ลดภาระของผู้ส่งข่าวสาร ผู้เผยแพร่ในการเดินทางไปส่งข่าวสาร หรือไปเผยแพร่ความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย

6. สามารถนำผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีความรู้ในด้านต่างๆ มาให้ความรู้แก่ผู้ฟังได้

7. ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ตามนโยบายการพัฒนางานสาธารณสุขมูลฐาน

8. มีความยืดหยุ่นในการจัดเนื้อหา ข่าวสาร และจัดกำหนดเวลาในการกระจายเสียงได้ตามความต้องการ

ข้อจำกัดของหอกระจายข่าวหมู่บ้าน

1. หอกระจายข่าวหมู่บ้านเป็นสื่อประเภทเสียง ผู้รับต้องใช้หูเพื่อรับฟังด้านเดียว ดังนั้นจึงต้องอาศัยความตั้งใจประกอบความคิด จึงจะทำให้เกิดความเข้าใจได้ นอกจากนี้ถ้าหากผู้ดำเนินรายการพูดหรืออธิบายไม่ชัดเจน การผลิตรายการไม่มีคุณภาพ ไม่ตรงกับความต้องการ

ของผู้รับฟัง หรืออุปกรณ์ในการกระจายเสียงไม่มีคุณภาพแล้ว ผู้รับอาจจะเข้าใจผิด หรือเกิดความเบื่อหน่ายได้

2. มีเสียงรบกวนมาก ไม่เหมาะสำหรับการฟังที่เน้นคุณภาพ หรือความไพเราะของเสียง

3. เป็นการสื่อสารทางเดียว (One-way Communication) ผู้รับสามารถรับฟังเรื่องราวข่าวสาร ความรู้ต่างๆ แต่ฝ่ายเดียวเท่านั้น ผู้รับไม่สามารถซักถามข้อสงสัยใดๆ และผู้ส่งสารหรือดำเนินรายการไม่สามารถรับข้อมูลย้อนกลับจากผู้รับได้ ทำให้ผู้รับไม่มีโอกาสได้รับคำแนะนำหรือคำอธิบายได้ทันทีทันใด

3) บทบาทและหน้าที่ของหอกระจายข่าว

กาญจนา แก้วเทพ (2543) กล่าวถึงบทบาทของหอกระจายข่าวไว้ว่า “หอกระจายข่าวสามารถจะทำหน้าที่เช่นเดียวกับที่สื่อมวลชนโดยทั่วๆ ไป ดำเนินอยู่ได้ คือ การให้ข่าวสาร การให้ความรู้ การให้ความบันเทิง ตลอดจนการใช้เป็นเครื่องมือโฆษณาประชาสัมพันธ์บริการและสินค้าต่างๆ และเนื่องจากเป็นสื่อขนาดเล็ก ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่าย จึงมีศักยภาพที่จะทำหน้าที่สำหรับการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) และใช้เป็นเครื่องมือประสานงานระหว่างชาวบ้าน หรือชาวบ้านกับเจ้าหน้าที่”

4) สถานภาพหอกระจายข่าว

จากการศึกษาผลการสำรวจของกองสุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุข เมื่อ พ.ศ. 2542 (กองสุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุข, 2542) พบว่า ประเทศไทยมีหอกระจายข่าวทั้งสิ้น 63,989 หอ ในขณะที่มีจำนวนหมู่บ้าน 63,000 กว่าหมู่บ้าน ดังนั้นหอกระจายข่าว จึงเป็นสื่อที่มีอยู่ทั่วประเทศ และเป็นสื่อที่ชาวบ้านทั่วไปคุ้นเคยกันอยู่แล้ว หากแต่ในจำนวนนี้มีหอกระจายข่าวประมาณ 25% เท่านั้นที่ได้มาตรฐาน และจากการสำรวจของกองสุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุขที่ทำการสำรวจเมื่อ พ.ศ. 2538 พ.ศ. 2540 และ พ.ศ. 2542 ทำให้ทราบว่าในแต่ละปีมีหอกระจายข่าวเพิ่มขึ้น แต่จำนวนหอกระจายข่าวที่ได้มาตรฐานยังคงมีปริมาณเท่าเดิม คือ 25% ของจำนวนหอกระจายข่าวทั้งหมด รายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบจำนวนหอกระจายข่าวที่มีอยู่และที่ได้มาตรฐาน พ.ศ.2538, 2540 และ 2542

ปีที่สำรวจ / จำนวนหอ	พ.ศ.		
	2538	**2540**	**2542**
จำนวนหอฯ ทั้งหมด	51,737	57,293	63,989
จำนวนหอฯ ที่ได้มาตรฐาน	13,133	14,609	16,009
จำนวน % หอฯ ที่ได้มาตรฐาน	25.38	25.49	25.02

ที่มา : *ข้อมูลหอกระจายข่าวหมู่บ้าน ปีงบประมาณ 2542 กองสุขศึกษา กระทรวงสาธารณสุข 2542 หน้า 4 และปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานหอกระจายข่าวหมู่บ้าน ชลธิรา ซึ้งจิตตวิสุทธิ และวิภา ไชยณรงค์, 2542 หน้า 3*

สำหรับการใช้งานนั้น จากการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับหอกระจายข่าวพบตรงกันว่าหอกระจายข่าวส่วนใหญ่ถูกใช้งานใน 3 ลักษณะ คือ ถ่ายทอดข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดแห่งประเทศไทย ของกรมประชาสัมพันธ์ เปิดเทปรายการที่ส่งมาจากหน่วยงานราชการต่างๆ ที่ผลิตมาเพื่อเผยแพร่ความรู้ในบางเรื่องที่หน่วยราชการนั้นคิดว่าน่าจะเป็นประโยชน์หรือผลิตเพราะเป็นนโยบายของหน่วยงาน และอ่านประกาศที่หน่วยงานราชการส่งมาให้ มี 2 ลักษณะ คือ การดำเนินงานอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของบุคคลที่อาจมี 1 หรือ 2 คน ซึ่งส่วนใหญ่ คือผู้ใหญ่บ้านและผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน และบางแห่งมีคณะกรรมการรับผิดชอบดูแล พบว่าส่วนใหญ่การดำเนินงานหอกระจายข่าวมักมีผู้รับผิดชอบเป็นบุคคลมากกว่าเป็นคณะกรรมการ บุคคลมักเป็นผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน ที่ทำหน้าที่ทั้งประกาศ ควบคุมการเปิด-ปิดเครื่องเสียง และรักษาซ่อมแซมเมื่ออุปกรณ์ชำรุด

ดวงพร คำนูณวัฒน์ (2544) ประมวลสภาพการและปัญหาดำเนินงานหอกระจายข่าว ดังนี้

1. ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบการจัดการกระจายเสียงที่มีทั้งที่เป็นคณะกรรมการและบุคคลเดียว มักเป็นคณะกรรมการประจำหมู่บ้าน และผู้ใหญ่บ้าน บุคคลเหล่านี้ต้องดูแลทั้งการบริหารงานหอกระจายข่าว และการจัดการกระจายเสียง ในขณะที่มีภารกิจอื่นที่ต้องรับผิดชอบทั้งการทำมาหากิน และงานส่วนรวมอื่นของชุมชน จึงไม่สามารถจัดสรรเวลาในการดำเนินงานหอกระจายข่าวอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ความรู้และความสามารถในการจัดการสื่อสารมีจำกัด เพราะการจัดการส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของเทคโนโลยี ที่ถึงแม้หอกระจายข่าวจะประกอบด้วยอุปกรณ์ใช้งานง่าย แต่ก็จะเกิดความยุ่งยากเมื่ออุปกรณ์เกิดขัดข้อง ทั้งนี้เนื่องจากไม่สามารถแก้ไขได้เอง หรือแม้กระทั่งความรู้ความสามารถในวิธีการจัดการกระจายเสียง ที่ต้องอาศัยความรู้และความชำนาญเฉพาะเรื่องเช่นกัน

2. สถานที่ตั้งเครื่องมือหรืออุปกรณ์ในการกระจายเสียงมักอยู่ที่บ้านผู้ใหญ่บ้าน การที่เครื่องเหล่านี้ตั้งอยู่ที่บ้านใครคนใดคนหนึ่ง อาจก่อให้เกิดปัญหาการผูกขาดการใช้และการจัดการ รวมถึงไม่มีใครกล้าเข้าไปใช้หรือใช้อย่างไม่สะดวก ซึ่งทำให้ความรู้สึกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานหอกระจายข่าวของชาวบ้านส่วนใหญ่ไม่เกิดขึ้น

3. ประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีส่วนร่วมการดำเนินงานหอกระจายข่าว ตั้งแต่ในขั้นตอนของการก่อตั้งหรือการได้มา การร่วมคิดถึงเป้าหมายของการใช้หอกระจายข่าว การบริหารหอกระจายข่าว ตลอดจนการผลิตข่าวสารและเผยแพร่กระจายเสียง ประชาชนส่วนใหญ่ตกอยู่ในฐานะของผู้รับฟังเท่านั้น

4. ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เห็นถึงคุณค่าของหอกระจายข่าว ไม่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ จึงไม่มีการสนับสนุนให้มีการใช้หอกระจายข่าวอย่างจริงจัง

5. อุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการกระจายเสียงมีลักษณะที่เป็นปัญหา เช่น จำนวนไม่เพียงพอ อยู่ในสภาพชำรุด ขาดการดูแลรักษาและซ่อมแซม และคุณภาพไม่ดี

6. ค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น เช่น ค่าไฟ ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ เป็นต้น ที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนไม่มีผู้ใดรับผิดชอบ

7. รูปแบบวิธีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านหอกระจายข่าวไม่น่าสนใจ ดังที่กล่าวมาแล้ว หอกระจายข่าวทำหน้าที่หลักคือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารของราชการที่ส่งมาให้เผยแพร่ในลักษณะสื่อสำเร็จรูป ดังนั้นเมื่อถามถึงปัญหาที่พบจากผู้รับผิดชอบหอกระจายข่าวในปัจจุบันจึงได้รับคำตอบว่ามีข้อมูลในการเผยแพร่ไม่เพียงพอ

2.3.5 เคเบิลทีวี

1) ความเป็นมา

เคเบิลทีวีเกิดมานานกว่าห้าสิบปี เริ่มดำเนินงานเมื่อ ค.ศ. 1948 ในเมือง Landsford ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยช่างซ่อมวิทยุโทรทัศน์ ชื่อ Robert J. Tarton ทั้งนี้เพราะเมือง Landsford อยู่ห่างจากเมือง Philadelphia ประมาณ 65 ไมล์ แต่รับสัญญาณภาพไม่ได้ เพราะเมืองล้อมรอบไปด้วยภูเขา เขาจึงคิดแก้ปัญหาโดยการนำเอาเสาอากาศไปติดตั้งบนยอดเขา แล้วต่อเสาอากาศเข้าเครื่องรับสัญญาณ จากนั้นส่งสัญญาณทางสายเคเบิลไปยังเครื่องรับโทรทัศน์ตามบ้านสมาชิกและเก็บค่าสมาชิกรายเดือน เดือนละ 3 เหรียญ (Ralph Smith อ้างในเมธี มีมุข, 2536) เคเบิลทีวีจึงเป็นสื่อทางเลือกของชุมชนห่างไกล ที่ไม่สามารถรับทีวีได้ชัดเจน และจากการใช้วิธีการต่อสายเคเบิลจากเสาอากาศเข้ามายังสถานีก่อนส่งไปยังครัวเรือนในชุมชน จึงเรียกกันในสมัยนั้นว่า CATV ซึ่งย่อมาจาก Community Antenna Television เคเบิลทีวีในยุคเริ่มแรกเป็นเพียงการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์ ปัจจุบันเคเบิลทีวีได้กลายเป็นสื่อมวลชนประเภทโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก ที่มีช่องรายการและประเภทรายการให้เลือกมากมาย จากธุรกิจเล็กๆ ปัจจุบันได้กลายเป็นธุรกิจใหญ่โตที่มีมูลค่าตลาดมหาศาล

สำหรับ**เคเบิลทีวีในประเทศไทย** เริ่มดำเนินการจากฐานคิดเดียวกัน คือ เพื่อแก้ปัญหารับสัญญาณโทรทัศน์ได้ไม่ชัดเจน เริ่มดำเนินงานในต่างจังหวัดก่อน โดยเริ่มเป็นครั้งแรกที่จังหวัดนครสวรรค์ เมื่อเดือน ธันวาคม 2525 (เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์, 2534) ในขณะที่จังหวัดจันทบุรีเริ่มดำเนินงานในเวลาใกล้เคียงกัน โดยคุณฉลาด วรฉัตร ประธานที่ปรึกษา

กิตติมศักดิ์ ของสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทยเป็นผู้ก่อตั้ง ระยะต่อมาจึงมีการดำเนินการในอีกหลายจังหวัด เช่น เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา นครสวรรค์ แม่ฮ่องสอน เป็นต้น (http://www.catvthai.org/catvthai_news_PR_catv_001.html) ปัจจุบันมีบริษัทดำเนินกิจการเคเบิลทีวีทั่วประเทศ ประมาณ 40 บริษัท รายการที่เปิดให้บริการมักเป็นวิดีโอเทปภาพยนตร์ประเภทต่างๆ ส่วนใหญ่มีการกำหนดช่องท้องถิ่นเพื่อนำเสนอข่าวสารข้อมูลของจังหวัด และบางแห่งมีการผลิตรายการเอง

2) คุณสมบัติของเคเบิลทีวี

จากแหล่งข้อมูลเดียวกัน คือ สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของสื่อเคเบิลทีวีไว้ ดังนี้

1. มีความใกล้ชิด และสามารถสนองความต้องการของชุมชน ทั้งนี้เนื่องจากผู้ดำเนินกิจการเคเบิลทีวี และประชาชนผู้รับชมเป็นคนที่อยู่ในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน จึงทำให้มีความใกล้ชิด ผู้ดำเนินกิจการทราบปัญหา ความคิด ความรู้สึก และความต้องการของชุมชนสามารถนำเสนอข้อมูล/รายการที่เป็นที่ต้องการ ซึ่งเป็นข้อดีที่สื่อมวลชนจากส่วนกลางไม่สามารถปฏิบัติได้

2. มีความรวดเร็วและคล่องตัว เคเบิลทีวีสามารถนำเสนอเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชุมชนของตน หรือชุมชนใกล้เคียง ได้อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์

นอกจากนี้ นครปฐมเคเบิลทีวี (http://www.nctv.co.th/about.html) ยังแสดงให้เห็นว่าเคเบิลทีวีเป็นสื่อที่มีประโยชน์ ดังนี้

1. รับชมสถานีโทรทัศน์พื้นฐาน (ช่อง 3, 5, 7, 9, 11, ITV) ได้คมชัด
2. ทุกจุดรับชมทีวีสามารถเลือกชมรายการได้หลากหลายเหมือนกัน
3. เยาวชนในท้องถิ่นพัฒนาการศึกษาความรู้ได้เท่าเทียมถิ่นอื่น เพราะสามารถรับรายการ โทรทัศน์ช่องการศึกษาทางไกล
4. ก้าวทันโลกไม่ตกข่าวสำคัญๆ ของทุกประเทศ ทุกทวีป โดยข่าวสารผ่านดาวเทียมจากทั่วโลก ซึ่งแน่นอนว่าต้นทุนในการรับข่าวสารย่อมต่ำกว่าการที่ลูกค้าจะติดตั้งจานดาวเทียมรับสัญญาณเอง

5. เพิ่มความสะดวก และรวดเร็วในการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆจากผู้นำชุมชนถึงสมาชิกทุกคน โดยผ่านระบบทีวีรวม ทำให้แผนงานและผลงานขององค์กรในท้องถิ่นมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ

6. สมาชิกในชุมชนไม่พลาดกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนแม้จะไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ เนื่องจากระบบเคเบิ้ลทีวี สามารถถ่ายทอดสดกิจกรรมต่างๆ ผ่านกล้องวิดีโอ และส่งตรงถึงสมาชิกในชุมชนถึงบ้าน

7. เปิดโอกาสให้สมาชิกชุมชน มีส่วนร่วมในการส่งความบันเทิง และสื่อสารกับทุกคนด้วยการจัดรายการเสียงตามสายได้เช่นเดียวกับดีเจของสถานีวิทยุต่างๆ แต่พิเศษกว่าตรงที่สามารถรับฟังผ่านโทรทัศน์ได้

8. ความบันเทิงที่เลือกได้อย่างอิสระ สามารถทำ TV on Demand ภายในชุมชนได้ โดยการจัดผังภาพยนตร์จาก VDO/VCD ที่ท่านสามารถเลือกเรื่อง ประเภทได้ตามความต้องการของคนในชุมชน

9. ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในชุมชน เพราะสามารถเป็นทีวีวงจรปิดได้ นอกจากประโยชน์ที่ได้รับโดยตรงจากระบบเคเบิ้ลทีวีแล้ว การติดตั้งระบบนี้ ยังได้ประโยชน์ทางอ้อมอีกมากมาย เช่น

- ทัศนียภาพของชุมชนดูสวยงาม เป็นระเบียบ เป็นหน้าตาของชุมชนเพราะไม่จำเป็นต้องใช้เสาอากาศเพื่อรับสัญญาณอีกต่อไป
- ความน่าสนใจ และความรู้ของรายการผ่านระบบเคเบิ้ลทีวี ทำให้เยาวชนได้ใช้เวลาอย่างเป็นประโยชน์
- ผู้นำชุมชนสามารถเข้าถึงสมาชิก อันนำไปสู่การสร้างความสามัคคีในชุมชน เนื่องจากสามารถสื่อสารถึงกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ง่ายดาย และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
- เปิดโลกทัศน์ให้แก่ชุมชน โดยชุมชนจะได้รับชมรายการอันเป็นประโยชน์ ทั้งข่าวสาร สาระ ความบันเทิง จากทั่วทุกมุมโลก ทำให้ชุมชนสามารถยกระดับความสามารถเพิ่มขึ้น
- ระบบเคเบิ้ลทีวี เป็นเหมือนแหล่งกระจายความรู้ของสมาชิก ทำให้ชุมชนพัฒนาความรู้ความสามารถนั้นๆ จนเป็นเอกลักษณ์ประจำชุมชนได้ เช่น โครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”

3) แนวทางการพัฒนาเคเบิลทีวี

สมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย (http://www.catvthai.org/catvthai_news_PR_catv_001.html) ได้เสนอแนวทางพัฒนาการให้บริการเคเบิลทีวี ไว้ดังนี้

1. เคเบิลสามารถให้บริการด้านการศึกษาได้ หากได้รับสนับสนุนจากหน่วยงานด้านการศึกษาของรัฐ หรือได้รับการสนับสนุนจากกองทุนของ กสช. ส่วนเนื้อหารายการนั้นอาจร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและองค์กรท้องถิ่น รวมถึงภาคประชาสังคม ภาคประชาชน ซึ่งสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทยได้เคยมีการเซ็นสัญญาข้อตกลงความร่วมมือการขยายเครือข่ายผู้รับชมรายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา สถานีวิทยุโทรทัศน์เพื่อการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ ระหว่างกรมการศึกษานอกโรงเรียน กับสมาคมเคเบิลทีวีแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2544

2. เคเบิลทีวีสามารถเข้ามาร่วมจัดตั้งโทรทัศน์ชุมชน โดยเคเบิลทีวีมีความพร้อมในด้านอาคารสถานที่ ห้องส่ง และอุปกรณ์ ซึ่งเป็นงบประมาณจำนวนมากหากรัฐจะลงทุนอาจเป็นความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน โดยทดลองจัดรายการ หรือ ในระยะเริ่มแรกเจ้าของช่องอาจเป็นนิติบุคคลชุมชนที่ขอเช่าช่องออกอากาศ หรือผู้ประกอบการเคเบิลทีวีอาจดำเนินงานเอง โดยรายการอาจเป็นเรื่องของวัฒนธรรม ครอบครัว การอาชีพ มาตรฐานความเป็นอยู่ของชุมชน เป็นต้น

3. เคเบิลทีวีควรพัฒนาช่องบริการธุรกิจท้องถิ่นขึ้น การขยายการบริการด้านธุรกิจและการพาณิชย์ให้กับธุรกิจท้องถิ่น ถือเป็นการสร้างประโยชน์อย่างหนึ่งให้แก่ชุมชน เป็นการให้ความสะดวกแก่ระบบการค้าและช่วยให้ธุรกิจท้องถิ่นบริการประชาชนได้ดีขึ้น ประชาชนเข้าถึงข่าวสารด้านการค้า เกิดความสะดวกในการหาซื้อบริการที่สนองความต้องการของตนเอง

4. สร้างประโยชน์โดยการสร้างพันธมิตรกับผู้ผลิตรายการอิสระ การแพร่ภาพโทรทัศน์เป็นกิจกรรมที่ต้องดำเนินต่อเนื่อง ดังนั้น การหารายการคุณภาพมาเติมให้เต็มตามเวลาเป็นหน้าที่หนึ่งที่จะต้องดูแลอย่างดี การเป็นพันธมิตรกับผู้ผลิตรายการ เคเบิลทีวีท้องถิ่นสามารถเป็นแกนในการสร้างหรือร่วมกับสถาบันการศึกษาเช่นสถาบันราชภัฏ หรือร่วมกับผู้ผลิตรายการ ในการสร้างบุคลากรใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกาศ นักแสดง และผู้อยู่เบื้องหลังการผลิตต่างๆ หากทำได้ดี เคเบิลทีวีจะสามารถมีรายการที่หลากหลายบริการผู้ชม และสามารถยกระดับมาตรฐานและคุณภาพรายการได้ อันจะเป็นประโยชน์โดยรวมกับสังคม

5. การแพร่ภาพโดยรับสัญญาณจากสถานีโทรทัศน์ส่วนกลาง หรือ ที่เรียกกันว่า free T.V. ยังคงต้องดำเนินต่อไปขาดไม่ได้ เนื่องจาก มูลค่าในการติดตั้งเสาอากาศตามบ้านราคาสูง จึงเป็นเหตุที่ทำให้ผู้ชมทางบ้านหันมาสมัครเป็นสมาชิกของผู้ประกอบกิจการเคเบิลทีวี เสาอากาศเหล่านี้มักประสบปัญหา ดังเช่น พื้นที่ติดชายทะเล จะพบปัญหาเรื่องลมมรสุม ทำให้อายุการใช้งานโดยทั่วไปจะอยู่ประมาณ 1 ปี ไม่เกิน 3 ปี เป็นต้น นอกจากนี้ ในบางพื้นที่เป็นจุดอับสัญญาณ หรือมีปัญหาทางเทคนิค เช่น สัญญาณภาพซ้อน เป็นต้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้เคเบิลทีวีท้องถิ่นยังคงต้องให้บริการถ่ายทอดสัญญาณจากโทรทัศน์ส่วนกลาง

6. เคเบิลทีวีท้องถิ่นสามารถร่วมเป็นพันธมิตรกับสถานีเคเบิลอื่นๆ จากต่างถิ่น รวมทั้งเป็นพันธมิตรกับสถานีเคเบิลระดับชาติ และสถานีโทรทัศน์ต่างประเทศ เพื่อให้เกิดความร่วมมือ ซื้อขาย แลกเปลี่ยนรายการ ทั้งนี้จะทำให้ผู้ชมรายการได้รับประโยชน์ ได้มีโอกาสชมรายการที่มีความหลากหลาย

7. ให้ความร่วมมือกับภาครัฐและประชาสังคม ในการเป็นสื่อกลางระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับประชาชน

อย่างไรก็ดี เคเบิลทีวีเป็นกิจการที่ภาคเอกชนเป็นผู้ลงทุน และดำเนินงานด้วยระบบธุรกิจ จึงอาจไม่สามารถแสดงบทบาทในการเป็นสื่อท้องถิ่น ที่มุ่งพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง เพราะอย่างไรก็ตามบริษัทยังคงต้องคำนึงถึงการดำเนินงานที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรแก่องค์กรเป็นประการสำคัญ

2.4 แนวคิดพฤติกรรมการรับสาร

พฤติกรรมของผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสิ่งหนึ่งในการศึกษากระบวนการสื่อสาร ทำให้ผู้ส่งสารเกิดความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้รับสาร และสามารถปรับปรุงการสื่อสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์การสื่อสาร จึงจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารด้วยการทำความเข้าใจแนวคิดและทฤษฎีการเปิดรับสื่อและแนวคิดการเลือกรับสารดังต่อไปนี้

2.4.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ข่าวสารเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ข่าวสารจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น (วุฒิชัย จำนง, 2523)

นอกจากข่าวสารจะช่วยลดความไม่แน่ใจและช่วยให้การตัดสินใจของมนุษย์มีประสิทธิภาพมากขึ้นแล้ว ยังเป็นสิ่งที่ช่วยให้บุคคลที่เปิดรับมีความทันสมัย เข้ากับโลกของปัจจุบันได้มากยิ่งขึ้น ดังที่ Charles k. Atkin (1973) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย

Colin Cherry (อ้างใน จริมา ทองสวัสดิ์, 2545) ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารของมนุษย์กระทำเพื่อแบ่งปันข่าวสารกันนั่นเอง และการแบ่งปันข่าวสารระหว่างกันนี้ จะก่อเกิดความเข้าใจร่วมกัน ซึ่งจะนำไปสู่การตัดสินใจและกระทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกัน

Lerner (อ้างใน สมควร เจริญสุข, 2539) ได้ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชน ในประเทศตะวันออกกลาง ในปี ค.ศ. 1958 พบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชน จนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้การพัฒนาด้านความรู้หนังสือและระดับการเรียนรู้ที่สูงขึ้น จะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกัน เมื่อชุมชนมีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชน และการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เอง จะช่วยยกระดับการรู้หนังสือมากขึ้นอีกด้วย

Roger and Svenning (1969) ศึกษาและขยายแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชนให้กว้างขวางออกไปอีกโดยให้คำนิยามว่า “สื่อมวลชนนั้น คลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ นิตยสาร และโทรทัศน์ เหตุนี้ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาทั้งสอง จึงต้องประกอบด้วยจำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่นๆ”

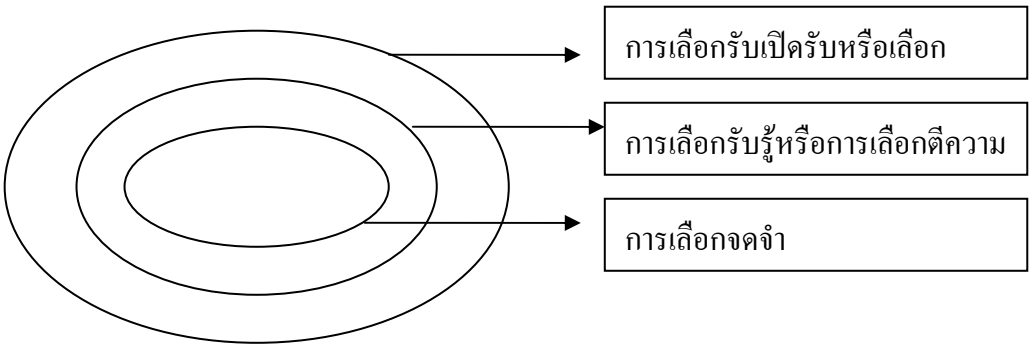
2.4.2 ทฤษฎีและแนวคิดการเลือกรับข่าวสาร

สำหรับแนวความคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารที่สามารถนำมาประกอบการศึกษาครั้งนี้ คือ ทฤษฎีของ Joseph T. Klapper (อ้างใน จริมา ทองสวัสดิ์, 2545) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการเลือกรับสารของมนุษย์ว่า บุคคลมีกระบวนการเลือกรับสารของตนเอง (Selectivity process) คือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสาร (Selective Exposures) ที่ตรงกับความเห็นที่มีอยู่ และเลือกรับรู้ (Selective perception) เฉพาะข่าวสารที่มีความหมายสอดคล้องกับความคิดเห็น รวมทั้งเลือกที่จะจดจำข่าวสาร (Selective Retention) ที่สอดคล้องกับความคิดมากกว่าสิ่งที่ไม่เห็นด้วย

หากมองในแง่ผู้รับสาร Berlo (อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2533) กล่าวถึง ปัจจัยของผู้รับสารและผู้ส่งสารในการที่จะสื่อสารให้มีประสิทธิผลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้ คือ ทักษะในการสื่อสาร ทัศนคติ ความรู้ ระบบสังคม วัฒนธรรม บุคคลเป็นสมาชิกของสังคมและมีวัฒนธรรมของตน มีตำแหน่ง บทบาท ศักดิ์ศรี ความเชื่อ พฤติกรรมที่พึงปฏิบัติ ค่านิยม ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการรับสารและการตีความหมายของผู้รับสารด้วย

กล่าวโดยสรุป คือ การเปิดรับสื่อมวลชนแต่ละชนิดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความต้องการ ความสนใจ หรือแรงจูงใจ ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองเพื่อเหตุผลต่างๆ กัน โดยไม่ขัดแย้งกับความเชื่อหรือทัศนคติเดิม และการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อมวลชน แต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างในด้านต่างๆ รวมทั้งวัฒนธรรมที่ต่างกัน จึงสามารถนำการเปิดรับสื่อมวลชนนี้ไปใช้อธิบายพฤติกรรมด้านอื่นๆ ของสังคมได้ (มณฑาวดี พูลเกิด, 2539)

Joseph T. Klapper (อ้างใน จริมา ทองสวัสดิ์, 2545) กล่าวว่า กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสาร ในการรับรู้ของมนุษย์ซึ่งประกอบด้วยการกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้ คือ



1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposures) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ทฤษฎีนี้พบว่าบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้ เพราะการรับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้วจะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุล หรือมีความไม่สบายใจ ดังนั้น การที่จะลด หรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ ก็ต้องแสวงหาข่าวสารเลือกเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน และเมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องหนึ่งเรื่องใดที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่แสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่ทำลงไป

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) กระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมาเมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชิ้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปจึงไม่ได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพหรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้ หรือเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามทัศนคติ ตามประสบการณ์ความเชื่อ ตามความต้องการตามคาดหวัง หรือตามแรงจูงใจ เป็นต้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง โดยมักจะลืมในสิ่งที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่ได้เห็นดีด้วยได้ง่าย

นอกจากผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสาร ซึ่งมี 3 ขั้นตอนดังกล่าว การเลือกรับข่าวสารยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารเลือกรับหรือเลือกที่จะไม่รับข่าวสารนั้น ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ ความคิด ทัศนคติ พฤติกรรม ปัจจัยต่างๆ เหล่านั้น ได้แก่

♦ Individual Behavior บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อเพื่อสนองความต้องการของตนเองที่แตกต่างกัน Atkin (อ้างใน ผนุรัตน์ โกศัย, 2545) กล่าวว่า การที่บุคคลเลือกรับสื่อใดนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) ที่จะตามมา นั่นคือ ถ้าผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมที่จะแสวงหาสื่อนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่จะได้รับน้อยกว่า บุคคลก็จะเพิกเฉยต่อข้อมูลข่าวสารจากสื่อนั้น (Information Ignoring) หรือในกรณีที่บุคคลเห็นว่าสื่อนั้นจะก่อให้เกิดภาวะผูกพัน บุคคลก็จะหลีกเลี่ยงการรับสื่อนั้น (Information Avoidance) และในบางครั้งบุคคลอาจต้องยอมรับสื่อนั้นทั้งๆ ที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงในการลงทุนลงแรงในการรับสื่ออื่นๆ

♦ Social Behavior บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อใดๆ หรือเลือกรับข้อมูลจากสื่อใดๆ นั้น ย่อมเป็นไปตามสถานภาพและบทบาททางสังคม ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องหรือตรงตามสถานภาพและบทบาททางสังคมที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่

♦ Social Relation ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลแต่ละคนจะมีความเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่เกี่ยวข้องด้วยเสมอ กลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกและมีความสัมพันธ์นั้นแบ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิ และกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่บุคคลมีความใกล้ชิดด้วยมากเพราะเป็นกลุ่มของครอบครัว เพื่อนสนิท จะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในการเป็นตัวแทรกหรือตัวกำหนดมากกว่ากลุ่มทุติภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า เช่น การที่บุคคลจะเชื่อในข้อมูลข่าวสารใดๆ หรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากคนใกล้ชิดที่สนิมสนมโดยการปรึกษาหารือ และการไต่ถามความคิดเห็น ซึ่งอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal influence)

ในกระบวนการติดต่อสื่อสาร ต้องอาศัยขอบเขตแห่งความรู้หรือขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารและผู้ส่งสาร ในการรับข่าวสารของบุคคลในอันที่จะเข้าใจข่าวสารได้มากน้อยเพียงใด ก็ย่อมขึ้นอยู่กับขอบเขตแห่งประสบการณ์ของผู้รับสารด้วย (Wilbur Schramm อ้างใน จริมา ทองสวัสดิ์, 2545)

สำหรับขอบเขตแห่งประสบการณ์นี้ย่อมขึ้นกับระบบสังคม และวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิหลังต่างๆ ซึ่งแยกเป็นปัจจัยต่างๆ ได้ดังนี้

1. ทักษะหรือความชำนาญ อันเป็นทักษะในการอ่านและฟังของผู้รับสาร เช่น การอ่านหนังสือของบุคคลแต่ละวัน หรือระดับการศึกษาต่างกันยอมมีความสามารถ ความเร็วในการอ่าน ตลอดจนการเข้าใจในสาระข่าวสารนั้นต่างกันด้วย

2. ทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งจะมีต่อข่าวสาร เรื่องราวที่ได้รับ และทัศนคติที่มีต่อผู้ส่งสาร ตัวอย่างเช่น ผู้รับสารมีทัศนคติไม่ดีต่อหน่วยงานที่เป็นผู้ส่งสาร ผู้รับก็ย่อมมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อข่าวสาร และปฏิเสธการรับข่าวสาร

3. ระดับความรู้ของผู้รับสาร การที่จะทำความเข้าใจข่าวสาร เรื่องราวที่จะรับหรือทำความเข้าใจต่อสิ่งที่ได้พบเห็น ผู้ที่มีความรู้มาก ย่อมเข้าใจ ข่าวสารเรื่องราวต่างๆ ได้เร็วกว่าผู้มีความรู้น้อย

4. ระบบสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งจะมีผลต่อการแปลหรือการตีความของผู้รับสาร ที่คนเรามาจากสังคมที่ต่างกัน หรือภูมิหลังวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ย่อมตีความเรื่องราวข่าวสารที่ได้รับมาแตกต่างกันไปด้วย ตามระบบสังคม และวัฒนธรรมที่เขาเป็นอยู่

5. ความต้องการของผู้รับสาร เนื่องจากในสังคมปัจจุบันมีการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ต่างๆ แก่กัน ข่าวสารนั้นมีมากมายหลากหลายประเภท ผู้รับสารแต่ละบุคคลหรือกลุ่ม จะเลือกรับเฉพาะข่าวสารที่มีสาระตรงกับความสนใจ ความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ที่เป็นเป้าหมายของแต่ละคน และสนใจจดจำส่วนนั้นมากเป็นพิเศษ

ผู้รับข่าวสารแต่ละคน ต่างก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนเองซึ่งแตกต่างกันไป Merrill and Lowenstein (อ้างใน ชวรัตน์ เชิดชัย, 2527) ได้สรุปแรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อว่า เกิดจากพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา เมื่อบุคคลจะต้องอยู่ตามลำพัง ไม่สามารถที่จะติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ สิ่งที่ดีที่สุดก็คือ การอยู่กับสื่อ สื่อมวลชนจึงเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ และบางทีบางคนก็พอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนา หรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

2. ความอยากรู้ อยากเห็น มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆ อยู่แล้วตามธรรมชาติ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาจุดนี้เป็นหลักสำคัญในการเสนอข่าวสาร โดยเริ่มจากสิ่งใกล้ตัวก่อน ไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองออกไป

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์แสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ของตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนบรรลุ เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มาเสริมบารมี ให้ความบันเทิงแก่ตนเอง โดยจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least Effort) และได้ผลประโยชน์ตอบแทนที่ดีที่สุด (Promise of Reward)

4. ลักษณะเฉพาะ ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง มีส่วนทำให้ผู้รับสารแสวงหาและได้ประโยชน์ไม่เหมือนกัน ผู้รับสารแต่ละคนย่อมจะเข้าใจในลักษณะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจการเปิดรับสื่อ เป็นความจำเป็นของชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพื่อการรับรู้ข่าวสารรอบตัวและเพื่อการตัดสินใจการใดการหนึ่ง โดยอาจรับจากสื่อมวลชนชนิดต่างๆ ที่มีอยู่ ซึ่งมีความบ่อยครั้งในการเปิดรับระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับเป็นตัวแปรที่สำคัญ ทั้งนี้การเปิดรับสื่อของแต่ละอาจส่งผลที่เหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแปรทางจิตวิทยาของผู้รับสาร

นอกจากนี้ Jay G.Blumler (1985) ยังได้พยายามหาเหตุผลหรือแรงจูงใจที่ทำให้คนบริโภคสื่อ โดยได้สร้างเป็นชุดตัวแปรความพึงพอใจ ซึ่ง Blumler ได้จำแนกออกเป็น4 กลุ่ม ดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ปรากฏในรูปของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกหนีจากงานประจำและผ่อนคลายอารมณ์

2. มนุษย์สัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น เพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกันกับคนในครอบครัว

3. เอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน

4. การติดตามข่าวสาร (Surveillance) เช่น ติดตามการรายงานความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ในสังคม โลกภายนอกจากสื่อมวลชน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า บุคคลจะมีการเลือกเปิดรับข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการ และสอดคล้องกับความมีทัศนคติดั้งเดิมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามขอบเขตแห่งประสบการณ์

Todd Hunt and Brent d. Ruben (อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน, 2541) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสารไว้ดังนี้

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกายและทางใจ ทั้งความต้องการระดับสูงและความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสาร เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ ฯลฯ

2. ทัศนคติและค่านิยม (Attitude and Values) ทัศนคติคือ ความชอบและมีใจโน้มเอียง(Preferencef5nv and Predispositions) ต่อเรื่องต่างๆ ส่วนค่านิยมคือ หลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรการมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและคน ซึ่งทั้งทัศนคติและค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกความหมายและการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรมต่างๆที่เรากำหนดขึ้นนี้จะมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาของข่าวนั้นไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจและใช้ความพยายามในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับลีลาในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ ฯลฯ

7. สภาวะ (Context) สภาวะในที่นี้ หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกสรรของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วยมีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อและข่าวสาร การเลือกตีความหมายและการเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็นอย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไร และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไรล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกที่จะใช้สื่อชนิดชนิดหนึ่ง สนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

Willber Schramn (1973) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่างๆ ในการเลือกรับสารไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์ที่เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุสิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่ง การประเมินสารประโยชน์จากข่าวสารจะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ว่าข่าวสารแต่ละอย่างมีประโยชน์ต่างกัน จึงก่อให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน เนื่องจากธรรมชาติของมนุษย์มักจะสนใจสิ่งที่ตนไม่เคยพบมาก่อนรวมทั้งสนใจความแตกต่างหรือการเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่เป็นอยู่ขณะนั้นไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางวัตถุหรือสิ่งของหรือเรื่องราวต่างๆ

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม นับเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ก่อให้เกิดประสบการณ์ขึ้นในตัวบุคคล และเป็นตัวชี้พฤติกรรมสื่อสารของผู้นั้น ทั้งพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล สภาพร่างกายที่สมบูรณ์ยังมีส่วนสัมพันธ์กับสติปัญญา การเปลี่ยนแปลงทางอายุและระยะเวลาที่ได้รับการศึกษารวมทั้งการเจริญเติบโตทางความคิดย่อมมีความสัมพันธ์ทางบวกและทางลบต่อการโน้มน้าวใจ

6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการเปิดรับสาร

7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจจะเป็นอุปสรรคของเข้าใจความหมายของข่าวสารก็ได้

8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือข่าวสารที่พบ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5.1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ขนิษฐา สมร่าง (2532) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของกองบรรณาธิการเนื้อหาข่าวและความต้องการของผู้อ่าน ในด้านการเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายวัน “ไทยนิมิต” จังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า แนวความคิดของกองบรรณาธิการมีการให้ความสำคัญต่อการเสนอข่าวแต่ละประเภท มีความสำคัญกับปริมาณข่าวสารแต่ละประเภท ที่นำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ค่อนข้างสูง แต่มีความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้อ่านค่อนข้างน้อย หมายความว่า แนวความคิดของกองบรรณาธิการ มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับ

เนื้อหาข่าวที่นำเสนอ แต่ไม่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับความต้องการของผู้อ่านและความต้องการของผู้อ่านไม่มีความสอดคล้องสัมพันธ์กับเนื้อหาข่าวที่นำเสนอเช่นเดียวกัน สำหรับข่าวที่กองบรรณาธิการให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ข่าวอาชญากรรม รองลงมาได้แก่ ข่าวสังคม ข่าวบุคคลและข่าวพัฒนาท้องถิ่น อันดับสุดท้าย คือ ข่าวต่างประเทศ ส่วนผู้อ่านนั้นมีความต้องการเนื้อหาข่าวด้านการปกครองท้องถิ่นมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ข่าวเศรษฐกิจและข่าวการพัฒนาท้องถิ่น ส่วนอันดับสุดท้าย ได้แก่ ข่าวศาสนา-วัฒนธรรม

พิทยา พัฒนธัญญา (2535) ทำการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเขตภาคเหนือตอนล่าง ต่อบทบาทที่หนังสือพิมพ์ควรจะเป็นและที่กำลังเป็นอยู่ในการเสนอข่าวเพื่อการพัฒนา โดยการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยพบว่า นักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น มีความคิดเห็นต่อบทบาทที่ควรจะเป็นและบทบาทที่กำลังเป็นอยู่ในการเสนอข่าวเพื่อการพัฒนาแตกต่างกันว่า บทบาทที่นักหนังสือพิมพ์กำลังเป็นอยู่น้อยกว่าบทบาทที่ควรจะเป็น ตำแหน่งหน้าที่ ระยะเวลาการทำงาน และการเข้ารับการอบรมวิชาชีพหนังสือพิมพ์ มีผลทำให้ความเห็นของนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต่อบทบาทในการนำเสนอข่าวเพื่อการพัฒนาแตกต่างกัน คือ ผู้ที่ได้รับการอบรมจะเห็นความสำคัญมากกว่า และนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ให้ความสำคัญในลำดับสูงกับบทบาทการต่อสู้เพื่อความเป็นธรรมในสังคมส่งเสริมระบอบประชาธิปไตย วิพากษ์วิจารณ์เพื่อแก้ไขสิ่งไม่ดีในสังคม สอดส่องความทุกข์ยากของประชาชนและสนับสนุนการพัฒนาชนบท นอกจากนั้น ปัญหาสำคัญที่ทำให้ไม่สามารถเสนอข่าวเพื่อการพัฒนาคือ การขาดประสบการณ์และการฝึกอบรมในวิชาชีพนี้

Hitchcock, David I (1976) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศมาเลเซียและฟิลิปปินส์ที่มีต่อการพัฒนาประเทศ มีอยู่น้อยกว่าที่นักการสื่อสารมวลชนคาดหวังไว้ ผู้วิจัยได้ผลสรุปความคาดหวังต่อบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาประเทศไว้จำนวน 10 ลักษณะ และได้ใช้หลักเกณฑ์เหล่านี้มาวัดบทบาทของหนังสือพิมพ์ในประเทศมาเลเซียและฟิลิปปินส์ ดังนี้

1. เป็นแหล่งในการรายงานข่าวสารทั่วไป
2. เป็นแหล่งในการรายงานข่าวเกี่ยวกับความก้าวหน้าของการพัฒนาประเทศในระดับท้องถิ่นหรือระดับชาติ
3. เป็นแหล่งความรู้ทักษะใหม่ๆและวิธีการปฏิบัติในงานสนับสนุนการพัฒนา

4. มีบทบาทในการจัดให้มีวิเคราะห์ อภิปรายเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา

5. มีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาที่สำคัญ เพื่อสร้างทัศนคติที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา

6. มีบทบาทในการจัดการให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ ที่สร้างสรรค์และทำตนเป็นผู้ดูแลผลประโยชน์ของสาธารณะ

7. มีบทบาทในการเป็นช่องทาง “การสื่อสารกลับ” ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร

8. มีบทบาทในการนำเสนอข่าวสาร ที่เป็นข้อมูลในการสร้างเสริมให้ผู้อ่านมีความรู้ในเรื่องภายนอกมากขึ้น

9. มีบทบาทในการกระตุ้นผู้อ่านให้มีทัศนคติที่สนับสนุนการพัฒนา โดยการยกย่องและให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมที่เอื้อต่อการพัฒนา

10. มีบทบาทในการสร้างภาพพจน์ และค่านิยมใหม่ที่แสดงถึงการสนับสนุนการพัฒนาประเทศ

Blandinn T. Lansang (1976) ได้วิเคราะห์เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของฟิลิปปินส์ 4 ฉบับ คือ The Courier The Mindanao Star, Monday Post และ The Country Post เพื่อให้ทราบถึงปริมาณเนื้อที่ของข่าวสารเพื่อการพัฒนาที่เสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ ตลอดจนเพื่อวิเคราะห์รูปแบบการจัดวางหน้า ผลการวิจัยสรุปว่าประเภทข่าวที่จัดลำดับตามปริมาณเนื้อที่ในการนำเสนอ 5 อันดับแรก ได้แก่ ข่าวการเมือง ข่าวองค์กรท้องถิ่น ข่าวเหตุการณ์สำคัญ ข่าวการเกษตร และข่าวโภชนาการ

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ยังพบว่า การจัดวางหน้าข่าวสารเพื่อการพัฒนามีแนวโน้มไปในทางเดียวกัน คือ หน้าในและครึ่งหน้าด้านบนของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่เป็นข่าวพัฒนา ซึ่งนำเสนอเพื่อโน้มน้าวให้ผู้อ่านเกิดการสร้างสรรค์ชุมชนให้ดีขึ้น โดยที่เนื้อหาของข่าวเป็นลักษณะแนะแนวทางปฏิบัติให้แก่ผู้อ่าน

2.5.2 วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และ วิทยุชุมชน

สุรินทร์ แปลงประสบโชค (2534) ได้ศึกษาเรื่อง การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชุมชนชนบทในเขตชานเมือง จังหวัดจันทบุรี ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า มีความเป็นไปได้ในการจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนในประเทศไทย โดยพิจารณา **ในด้านนโยบาย** วิทยุกระจายเสียงชุมชนสามารถใช้เป็นศูนย์กลางข่าวสารท้องถิ่นของชุมชน **ในด้านสถานี** สามารถใช้ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งของการกระจายเสียงปกติ มิใช่เป็นการใช้เวลาทั้งหมดของสถานี และ **คณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงชุมชน** ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด เพราะเป็นผู้กำหนดรูปแบบและการดำเนินงานวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดชุมชน ในการดำเนินงานระยะแรกจำเป็นที่จะต้องมีที่ปรึกษาที่มีความรู้ความสามารถ ทั้งในส่วนของการจัดและบริหารวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดชุมชน จะต้องมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการให้ชัดเจน รวมทั้งมีวาระการปรับเปลี่ยนที่เหมาะสม **แหล่งข้อมูล** และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นนั้นคือ ชาวบ้าน จากการทดลองพบว่า **ทางด้านผู้ฟัง** ผู้ฟังเห็นด้วยกับหลักการของวิทยุชุมชน ผู้ฟังให้ความนิยมฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนมากกว่ารายการเดิมที่จัดในช่วงเวลาเดียวกันและมีความพึงพอใจในการรับฟัง

อุษา จันทร์ประกาศ (2534) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ฟังมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการคือ ฟังรายการค่อนข้างบ่อย สาเหตุที่ฟังเพราะรูปแบบรายการมีความน่าสนใจและผู้ฟังมีความสนใจฟังเนื้อหาเกี่ยวกับเกษตรกรรมมากที่สุด ในส่วนของการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจพบว่า ผู้ฟังมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในระดับมาก **เฉพาะเรื่องที่เป็นสาระของรายการ** เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ คือรายการที่มีหลักการที่เป็นรายการของประชาชนบริหารรายการโดยตัวแทนของประชาชน รายการที่ให้ความรู้ รายการที่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการงานอาชีพและการดำเนินชีวิตประจำวัน รายการที่เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชน วิธีแก้ปัญหาต่างๆ ข่าวสาร และ รายการที่ให้ข้อมูลเพื่อใช้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อื่น

สุดฤทัย เลิศเกษม (2535) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ "ข่าวท้องถิ่น" ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวิเคราะห์ข่าวท้องถิ่นของสถานีวิทยุ กระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาการผลิตข่าวนั้น แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต ผู้สื่อข่าวเป็นเสมือนผู้ปิดเปิดประตูสาร (Gatekeeper) ทำหน้าที่กลั่นกรองและกำหนด (Set) ประเด็นปัญหาต่าง ๆ โดยอิงหลักการขององค์กร (Frame) ได้แก่ นโยบายในการเผยแพร่ข่าวสารทางราชการของกรมประชาสัมพันธ์ และ กรอบจากตัวบุคคล ข่าวท้องถิ่นทำหน้าที่ในฐานะสื่อมวลชนท้องถิ่นของจังหวัดที่มีบทบาทในการพัฒนาประเทศตามแนวนโยบายการจัดตั้งสถานีใน 4 ประการ ได้แก่ หน้าที่ในการให้ข่าวสาร หน้าที่ชี้แจงนโยบาย หน้าที่ให้การศึกษา และหน้าที่เปลี่ยนแปลงทัศนะ

อุษณีย์ จินาพงษ์ (2535) ศึกษาเรื่อง ทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร เพื่อศึกษาพฤติกรรมของสมาชิกทัศนคติ และความคิดเห็นของสมาชิกที่มีต่อรายการ พฤติกรรมของสมาชิกในส่วนของการนำความรู้กับพฤติกรรมการรับฟังไปใช้ประโยชน์ในการประกอบอาชีพ นอกจากนี้ยังเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะด้านประชากร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยอาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ระดับการศึกษาค่อนข้างต่ำ มีพฤติกรรมการรับฟังรายการมากถึงร้อยละ 79.9 ฟังรายการพร้อมกับดูหนังสือประกอบการเรียนคนเดียวที่บ้าน จำนวนเกือบครึ่งเคยมีการติดต่อกับผู้จัดรายการทางจดหมาย ร้อยละ 95.2 มีทัศนคติและความคิดเห็นโน้มเอียงในทางบวกต่อภาพรวมของรายการ ส่วนใหญ่นำความรู้จากรายการไปใช้ประโยชน์ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 71.5

ทิวาพร แสนเมืองชิน (2543) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนโดยผ่านรายการวิทยุชุมชน สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดและโครงสร้างการดำเนินงานโครงการวิทยุชุมชน การเข้าถึงสื่อวิทยุชุมชนของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนและการบริหารจัดการด้วยตนเองของประชาชนในการดำเนินงานรายการวิทยุชุมชนของคนโคราช พบว่า แนวคิดของรายการวิทยุชุมชน สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมาเกิดจากนโยบายกรมประชาสัมพันธ์ โครงสร้างการดำเนินงาน มีคณะกรรมการวิทยุชุมชน 2 ชุด เป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งมีปัญหาในการทำงาน คณะกรรมการวิทยุชุมชนควรมี

เพียงชุดเดียว และมาจากการสรรหาของประชาชนโดยตรง เพื่อความมีอิสระและประชาชนยอมรับ การดำเนินงานวิทยุชุมชนพบว่า ประชาชนเข้าถึงสื่อในลักษณะติดตามรับฟังด้วยเห็นประโยชน์ ได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตรายการและวางแผน ส่วนการบริหารจัดการด้วยตนเอง ยังไม่สามารถทำได้

ศุทธิชัย บุนนาค (2543) ศึกษาเรื่อง การบริหารรายการวิทยุชุมชน อสมท เพื่อชุมชน โดยผลจากการวิจัยในประเด็นด้านรายการพบว่า การดำเนินงานรายการ “วิทยุ อสมท เพื่อชุมชน” นั้น ส่วนใหญ่จัดเป็นรายการความยาว 60 นาที เนื่องจากสามารถนำเสนอเนื้อหาได้ครบถ้วนเหมาะสมกับลักษณะรายการที่เป็นประเภท News and Talk ได้ ส่วนลักษณะของรายการเป็นประเภท News and Talk พูดคุย สนทนา สัมภาษณ์ หรือรายงานข่าวท้องถิ่น มีการเลือกรูปแบบการนำเสนอรายการที่หลากหลายในรายการเดียวกัน สำหรับช่วงเวลาที่นำเสนอรายการ อสมท เพื่อชุมชน ส่วนใหญ่เลือกเวลา 17.00-21.00 น. หรือ เวลา 14.00-17.00 น. การที่เลือกช่วงนี้เพราะพบว่า เป็นช่วงเวลาที่กลุ่มผู้ฟังเป้าหมายปลอดจากการงานที่รีบเร่ง และเป็นช่วงเวลาที่สะดวกสำหรับการเชิญวิทยากรที่เป็นนักวิชาการหรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยราชการและกลุ่มผู้นำชุมชนหรือท้องถิ่นจะมาร่วมรายการได้

2.5.3 หอกระจายข่าว / เสียงตามสาย

ธงชัย เล็กกัมพร (2530) ศึกษาประสิทธิผลของการให้การศึกษาด้านสาธารณสุขมูลฐานแก่ครอบครัวโดยใช้หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านอย่างมีระบบ และแบบเรียนด้วยตนเอง พบว่า ประชาชนในหมู่บ้านมีความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวทางด้านสาธารณสุข เช่น การดูแลน้ำสะอาด การกำจัดขยะ และการใช้ส้วม ที่เผยแพร่ผ่านทางหอกระจายข่าวฯ ดีกว่าการให้ความรู้ดังกล่าวโดยใช้แบบเรียนด้วยตนเอง ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนให้ความสนใจและเคยชินจากการรับข้อมูลข่าวสารที่ได้จากการฟังมากกว่าการอ่าน นอกจากนี้ยังพบว่า ถ้ามีการดำเนินงานหอกระจายข่าว อย่างมีระบบและต่อเนื่องแล้ว จะทำให้ประชาชนมีความรู้ ได้รับข้อมูลข่าวสารถูกต้องรวดเร็ว และยังสามารถนำไปปฏิบัติตัวในชีวิตประจำวัน เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อีกวิธีการหนึ่ง

มุกดา แก้วมุณีโชค (2531) ศึกษาประสิทธิผลของสื่อเสียงตามสายที่มีต่อความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตนเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี พบว่า หลังการได้รับฟังรายการความรู้ด้านสุขาภิบาลอาหารทางสื่อเสียงตามสายแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการเพิ่มความรู้ เปลี่ยนแปลงทัศนคติและการปฏิบัติตนไปในทางที่ถูกสุขลักษณะยิ่งขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ อายุและการศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความรู้และการปฏิบัติตนด้านสุขาภิบาลอาหารด้วย

วิชัย วิริยา (2533) วิจัยเรื่องประสิทธิผลการให้การศึกษาเรื่องโรคอุจจาระร่วงแก่ประชาชนโดยวิธีการฝึกอบรมและการฟังเทปทางหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน จังหวัดน่าน โดยเป็นการวิจัยกึ่งทดลอง ผลการวิจัยพบว่า การให้ความรู้ทั้งผ่านหอกระจายข่าวฯ และการฝึกอบรมมีผลต่อความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวของแม่บ้านในการป้องกันโรคอุจจาระร่วงสูงขึ้น แต่คะแนนเฉลี่ยระหว่างกลุ่มทดลองทั้งสองไม่มีความแตกต่างกันทางสถิติ

คมสัน หุตะแพทย์ (2535) พบว่า การผลิตสื่อให้ชาวบ้านติดตามฟังนั้นมีขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญคือ การมีส่วนร่วมของชาวบ้าน มีการผลิตสื่อที่ทำให้ชาวบ้านได้รับรู้และเข้าใจว่าโครงการเข้ามา ทำอะไร มีจุดมุ่งหมายอย่างไร เป็นการสร้างการยอมรับและพยายามกระตุ้นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในโครงการ เช่น การจัดทำข้อความในสปอต หลังเปิดกระจายเสียงทางหอกระจายข่าวว่า “แนวกินเพื่อชีวิต แนวกินเพื่อชีวิต โดยชาวบ้านร่วมมือกับสถาบันวิจัยโภชนาการ เพื่อพัฒนาแนวกิน จะมาช่วยให้ชาวบ้านกินดีกินถูก แต่ผู้สิเฮ็ดนั้นคือตัวหมู่เฮา” เป็นต้น

สุมน โมรากุล (2539) วิจัยเรื่องการศึกษาแนวทางการปรับปรุงงานหอกระจายข่าวของชุมชน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า หอกระจายข่าวส่วนใหญ่จัดตั้งตามความต้องการของชุมชน และเป็นสื่อที่ใช้ประโยชน์ในชุมชนได้ดีกว่าสื่ออื่น มีระบบกระจายเสียงด้วยเทคโนโลยีง่ายๆ ไม่ซับซ้อนและราคาถูก อย่างไรก็ตาม แม้จะมีหน่วยงานจำนวนมากเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ไม่มีหน่วยงานใดที่เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรง นอกจากนี้ ยังขาดงบประมาณที่จะมาสนับสนุนการดำเนินงาน ขาดบุคลากรที่มีความรู้ในการจัดรายการหอกระจายข่าว ขาดการ

สนับสนุนทางวิชาการ สื่ออุปกรณ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่องและเหมาะสมกับพื้นที่ และยังขาดการพัฒนาด้านเทคนิค ดังนั้น หอกระจายข่าวควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานความต้องการของชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน และควรได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง

ชลธิรา ซึ้งจิตตวิสุทธิ และวิภา ไชยณรงค์ (2542) ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานหอกระจายข่าวหมู่บ้าน พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ และมีความสามารถในการทำนายการดำเนินงานหอกระจายข่าวหมู่บ้านที่ดีที่สุด คือ การได้รับความร่วมมือจากบุคคลต่างๆ ในหมู่บ้าน การได้รับความร่วมมือจากเพื่อนบ้าน การมีรูปแบบการดำเนินงานในรูปของคณะกรรมการ ทัศนคติต่อการดำเนินงาน การได้รับการอบรมหรือคำแนะนำ และปัญหาเกี่ยวกับข่าวสารที่ใช้ในการดำเนินงานเผยแพร่ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอแนะว่า หากมีการเปิดโอกาสให้ประชาชนในหมู่บ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมและรับผิดชอบในการดำเนินงาน โดยมีผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่ในหมู่บ้าน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน เป็นผู้สนับสนุน จะเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชาชนในหมู่บ้านมีกำลังใจในการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานมากยิ่งขึ้น

ไพชยนต์ ชนะกาญจน์ (2542) วิจัยเรื่องปัญหาและความต้องการการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านของคณะกรรมการและผู้รับฟังในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า มีปัญหาคือ อุปกรณ์ชำรุด ผู้ดำเนินงานหอกระจายข่าวขาดความรู้ในการใช้อุปกรณ์และขาดทักษะในการจัดรายการ ขาดสื่อและข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งเกิดปัญหาความขัดแย้งกันมากในการใช้สิทธิการเข้ามาใช้หอกระจายข่าวเพื่อการหาเสียงในการเลือกตั้งผู้นำระดับท้องถิ่น สำหรับด้านความต้องการ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ต้องการฟังทุกวันในเวลาเช้าประมาณ 15-30 นาที ต้องการสาระความรู้ด้านสาธารณสุข การเกษตร ข่าวสารราชการ ส่วนคณะกรรมการและผู้จัดทำรายการหอกระจายข่าวส่วนใหญ่ต้องการเข้ารับการฝึกอบรมการจัดรายการ การซ่อมบำรุงอุปกรณ์ เอกสารข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์อย่างสม่ำเสมอ และให้มีหน่วยงานมารับผิดชอบโดยตรง

ดวงพร คำนูณวัฒน์ และคณะ (2547) วิจัยเรื่อง การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารที่สนองตอบความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน เป็นการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม พบว่า วิธีการดำเนินงานหอกระจายข่าวสารที่สนองตอบความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน

ประกอบด้วย กลุ่มผู้ปฏิบัติงานหอกระจายข่าวสาร โดยเฉลี่ย 3-4 คน ที่มีคุณสมบัติ มีใจรัก มีเวลา และมีประสบการณ์ คนกลุ่มนี้มีผู้นำชุมชนร่วมอยู่ด้วย เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ ความเข้าใจ และความรับผิดชอบในการบริหารงานและการจัดการกระจายเสียง รวมทั้งสามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่ การประชุมหมู่บ้านเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการกระจายเสียงมีความสม่ำเสมอเนื่องจากมีผู้ร่วมงานหลายคน การจัดเป็นไปตามความสะดวกของผู้จัดจึงมักไม่จัดตามผังรายการ มีการนำเสนอเนื้อหาภายในชุมชน และมีการเลือกสรรเนื้อหาภายนอกชุมชนมากขึ้น ด้วยวิธีการที่หลากหลาย ชาวบ้านเป็นผู้รับฟังที่มีส่วนร่วมกำหนดการดำเนินงาน อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมเสริมเพื่อให้หอกระจายข่าวสารมีบทบาทมากขึ้นในชุมชน ประการสำคัญมีเครือข่ายผู้ปฏิบัติที่สนับสนุนซึ่งกันและกัน สำหรับปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารมีความยั่งยืน คือ ผู้นำชุมชนมีทัศนคติที่ดี ผู้ปฏิบัติงานมีปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสม ชุมชนมีส่วนร่วมในงาน การมีเครือข่ายเข้มแข็ง ตลอดจนความจริงใจและความสม่ำเสมอในการให้การสนับสนุนของบุคคล/หน่วยงานภายนอก

2.5.4 เคเบิลทีวี

เมธี มีมุข (2535) วิจัยเรื่อง พัฒนาการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2525-2534 พบว่า โทรทัศน์บอกรับสมาชิกเกิดขึ้นเนื่องจาก ปัญหาการรับชมสัญญาณโทรทัศน์ปกติไม่ได้ ปัจจัยที่มีส่วนส่งเสริมการบอกรับสมาชิกได้แก่ ปัจจัยด้านผู้รับสาร ผู้ชมสามารถชมรายการที่แตกต่างจากโทรทัศน์ในปัจจุบันและแสดงถึงภาพพจน์ของผู้บอกรับเป็นสมาชิก อุปสรรคคือ ผู้ชมมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และมีความหลากหลายจึงกระทบต่อรายได้ของบริษัท และแนวโน้มโทรทัศน์บอกรับสมาชิก คือ การขยายพื้นที่รับสัญญาณเพื่อหวังผลการเพิ่มจำนวนสมาชิก โดยการส่งสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของประเทศไทยในปี 2537

ปรียานุช ห้องสำเริง (2537) วิจัยเรื่อง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และ เคเบิลทีวีในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจโทรทัศน์เคเบิลทีวีมีการนำดาวเทียมไทยคมมาใช้เสริมระบบการออกอากาศเพื่อใช้ทวนสัญญาณไปยังสถานีเครือข่ายภูมิภาคเพื่อทำการออกอากาศซ้ำ แนวโน้มของธุรกิจโทรทัศน์ในประเทศไทยในอนาคตจะเน้นไปที่การมุ่งสร้างความพึงพอใจ

ให้กับผู้ชมตามเงื่อนไขของหลักการตลาดสมัยใหม่ การสร้างความพึงพอใจจะอยู่ในรูปของการนำเสนอรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพและรายการโทรทัศน์ที่ตอบสนองรสนิยมของผู้ชมได้ตรงที่สุด

ศกุนตลา ลัคนศิยานนท์ (2539) วิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกไอบีซี เคเบิลทีวีในกรุงเทพมหานคร พบว่า สมาชิกไอบีซีที่เป็นคนไทยในกรุงเทพมหานครที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ รวมทั้งสภาวะทาง จิตใจต่างกัน มีพฤติกรรมในการเลือกชมประเภทรายการไอบีซี ต่างกัน การเปิดรับรายการไอบีซี มีความสัมพันธ์กับการใช้ ประโยชน์ และความพึงพอใจ เหตุจูงใจในการเปิดรับรายการไอบีซี ได้แก่ เบื่อรายการโทรทัศน์ปกติ ไอบีซีรายการน่าสนใจมากมายและแปลกไปจากโทรทัศน์ปกติ และออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่มีโฆษณา

กรอบแก้ว ปันยารชุน (2539) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก พบว่า ไม่พบความแตกต่างระหว่างความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิกกับลักษณะทางประชากร เพศ อายุ การศึกษา และสถานภาพทางการสมรส แต่พบความแตกต่าง ระหว่างความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกบอกรับสมาชิกกับอาชีพ ลักษณะที่อยู่อาศัย และความเป็นเจ้าของ พบความแตกต่างระหว่างรูปแบบการดำเนินชีวิต ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น (AIO) กับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก พบความแตกต่างระหว่างระดับการเปิดรับโทรทัศน์ บอกรับสมาชิกกับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์ บอกรับสมาชิก การใช้ประโยชน์จากการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์ กับความพึงพอใจในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก ส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ในการเป็นสมาชิกโทรทัศน์บอกรับสมาชิก

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาสถานภาพการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น เพื่อให้ทราบถึงลักษณะเนื้อหา วิธีการนำเสนอเนื้อหา วิธีการดำเนินงานของผู้ปฏิบัติงานสื่อในฐานะผู้ส่งสาร และความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่ในฐานะผู้รับสาร การเก็บรวบรวมข้อมูลจึงใช้หลากหลายวิธี ทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากสื่อท้องถิ่น การสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานสื่อ และการสอบถามประชาชนผู้รับสารโดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ผลเชิงสถิติ โดยในบทนี้จะนำเสนอรายละเอียดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนการวิจัย และแผนการวิจัย

3.1. กลุ่มตัวอย่างและการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง

1) พื้นที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้กำหนดเลือกพื้นที่ศึกษา 6 จังหวัด จาก 6 ภาค(ศึกษาภาคละ 1 จังหวัด) โดยเมื่อศึกษาข้อมูลจาก “ทำเนียบสื่อมวลชนท้องถิ่นและหอกระจายข่าว” และ “ทำเนียบสถานีวิทยุชุมชน” ซึ่งรวบรวมโดย สำนักรณรงค์และเผยแพร่ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง พบว่า มีหลายจังหวัดที่มีความเป็นไปได้ที่จะเป็นพื้นที่ศึกษา คณะผู้วิจัยจึงพิจารณาตั้งเกณฑ์ในการคัดเลือกจังหวัดตัวแทนแต่ละภาค โดยพิจารณาจาก

ปัจจัยด้านสื่อเป็นหลัก กล่าวคือ พยายามเลือกจังหวัดที่มีสื่อท้องถิ่นให้ศึกษาครบทั้ง 5 สื่อ ที่ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี โดยพบว่าในส่วนของสถานีวิทยุประจำจังหวัดเป็นสื่อที่มีอยู่ในทุกจังหวัด แต่เคเบิลทีวีเป็นสื่อที่มีอยู่ในบางจังหวัดเท่านั้น จึงมุ่งพิจารณาจังหวัดที่มีสื่อเคเบิลทีวีเป็นตัวตั้ง จากนั้นจึงพิจารณาว่าจังหวัดที่มีสื่อเคเบิลทีวีนั้นมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน และหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ครบหรือไม่

นอกจากนี้ ในการเลือกจังหวัดตัวแทนแต่ละภาค คณะผู้วิจัยยังพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย เช่น ความเป็นไปได้ในการเข้าถึงข้อมูล ความสะดวกในการเดินทางเข้าพื้นที่

ศึกษา ความปลอดภัยของคณะวิจัย ระยะเวลาในการศึกษา และการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ แล้วจึงเลือกจังหวัดนั้นเป็นตัวแทนของแต่ละภาค

อนึ่ง ในการพิจารณาเลือกจังหวัดจากภาคใต้ พบว่ามีเพียง 2 จังหวัดเท่านั้นที่มีสื่อเคเบิลทีวี คือ จังหวัดกระบี่และจังหวัดนครศรีธรรมราช แต่ 2 จังหวัดนี้มีสื่อท้องถิ่นประเภทอื่นไม่ครบ ในขณะที่จังหวัดสตูลเป็นจังหวัดที่มีสื่อท้องถิ่นอื่นครบ ยกเว้นสื่อเคเบิลทีวี และเมื่อพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ประกอบกันแล้ว จึงเลือกจังหวัดสตูลเป็นตัวแทนภาคใต้

สรุป ผลการเลือกจังหวัดเพื่อใช้เป็นพื้นที่ศึกษาโดยใช้หลักเกณฑ์ต่างๆ ดังกล่าวข้างต้น มีดังนี้

1. ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดแพร่
2. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครพนม
3. ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดนครปฐม
4. ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี
5. ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี
6. ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสตูล

2) กลุ่มตัวอย่างสื่อท้องถิ่น

สื่อท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 16 ฉบับ วิทยุชุมชน 6 สถานี วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 16 สถานี หอกระจายข่าว 6 แห่ง และเคเบิลทีวี 5 สถานี โดยศึกษาในพื้นที่ 6 จังหวัด จาก 6 ภาค มีรายละเอียดกลุ่มตัวอย่างและการได้มา ดังนี้

คณะผู้วิจัยกำหนดศึกษากลุ่มตัวอย่างประเภทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้นจังหวัดละ 3 ฉบับ ซึ่งจังหวัดส่วนใหญ่ (4 จังหวัด) มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเผยแพร่ 3 ฉบับ โดยจังหวัดจันทบุรีมีมากกว่า 3 ฉบับ ซึ่งมีถึง 8 ฉบับ จะพิจารณาเลือกฉบับที่เน้นพื้นที่เผยแพร่อยู่ในเขตจังหวัดจันทบุรี และในส่วนของจังหวัดสตูลมีหนังสือพิมพ์ให้ศึกษา 1 ฉบับ ดังนั้น รวมหนังสือพิมพ์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ จำนวนทั้งสิ้น 16 ฉบับ

ส่วนวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด กำหนดศึกษาจังหวัดละ 3 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) สถานีวิทยุกระจายเสียงขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) และสถานีวิทยุกระจายเสียงของทหารหรือตำรวจอย่างละ 1 สถานี โดยมี 4 จังหวัด ที่มีสถานีวิทยุ 3 แห่งดังกล่าว คือ แพร่ นครพนม และจันทบุรี ส่วนสตูลและกาญจนบุรี มีจังหวัดละ 2 สถานี และนครปฐมมี 1 สถานี รวมวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ จำนวนทั้งสิ้น 14 สถานี

กรณีวิทยุชุมชน คณะผู้วิจัยกำหนดศึกษาจังหวัดละ 1 สถานี หากจังหวัดใดมีวิทยุชุมชนมากกว่า 1 สถานี ผู้วิจัยจะเลือกศึกษาวิทยุชุมชนที่ตั้งอยู่ใกล้ ทั้งนี้เพื่อความเป็นไปได้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในเวลาอันจำกัด รวมวิทยุชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 6 สถานี

กรณีหอกระจายข่าว/เสียงตามสายนั้น คณะผู้วิจัยกำหนดศึกษาจังหวัดละ 1 แห่ง โดยใช้ข้อมูลจากทำเนียบหอกระจายข่าว ซึ่งทำให้ได้ชื่อผู้ที่เป็นตัวแทนผู้ปฏิบัติงานหอกระจายข่าวของจังหวัด รวม 6 คน ซึ่งโครงการวิจัยนี้จะใช้บุคคลผู้นี้เป็นผู้แนะนำพื้นที่ศึกษาระดับหมู่บ้านต่อไป รวมหอกระจายข่าว/เสียงตามสายที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ จำนวนทั้งสิ้น 6 แห่ง

กรณีเคเบิลทีวี คณะผู้วิจัยกำหนดศึกษาจังหวัดละ 1 สถานี ซึ่งจังหวัดส่วนใหญ่มีเคเบิลทีวีแพร่ภาพอยู่เพียง 1 สถานี เว้นแต่จังหวัดจันทบุรีที่มีเคเบิลทีวี 2 สถานี คณะวิจัยจึงเลือกบริษัทที่มีจำนวนสมาชิกมากกว่า ซึ่งหมายถึงความสามารถในการเข้าถึงผู้ชมจำนวนมากกว่า และแน่นอนว่าทำให้มีผลกระทบต่อผู้รับสื่อในวงกว้างกว่า ส่วนจังหวัดสตูล ไม่มีเคเบิลทีวี ดังนั้นรวมศึกษาสื่อเคเบิลทีวี จำนวนทั้งสิ้น 5 สถานี

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเลือกสรรสื่อท้องถิ่นที่จะใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ตามแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้น จึงสามารถคัดเลือกสื่อท้องถิ่นได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 รายชื่อสื่อท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด

ภาค	จังหวัดตัวอย่าง	ประเภทสื่อ/ชื่อสื่อและผู้ดำเนินการสื่อท้องถิ่น				
		หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	สถานีวิทยุกระจายเสียง	สถานีวิทยุชุมชน	หอกระจายข่าว / เสียงตามสาย	เคเบิลทีวี
เหนือ	แพร่	1. เหนือแพร่ 2. เสียงแพร่ 3. แพร่ข่าว	1. อสมท 2. สวท. 3. ตำรวจ	สถานีวิทยุประจำถิ่นลอง (วปถ.ลอง)	บ้านสะบู ต.เหมืองหม้อ	บจ.เคเบิลทีวีแพร่
ตะวันออกเฉียงเหนือ	นครพนม	1. ไทยนิยม 2. นครสาร 3. เนชั่นข่าวไท	1. อสมท 2. สวท. 3. ทหารอากาศ	สถานีวิทยุชุมชนภูมิพลังมวลชน อ.เมือง	เทศบาลนครพนม	บจ.เอ็นพีเคเบิ้ลทีวี
ภาคกลาง	นครปฐม	1. ยอดแหลมนิวส์ 2. พลังธรรม 3. เสรีไทย	1. ทหารอากาศ	สถานีวิทยุเพื่อนชุมชน	ตลาดบน	บจ.นครปฐมเคเบิ้ลทีวี
ตะวันออก	จันทบุรี	1. ซีทีวีนิวส์ 2. สื่อมหาชน 3. เสียงสวรรค์นิวส์	1. อสมท 2. สวท. 3. ทหารอากาศ	สถานีวิทยุชุมชนเพื่อทดลองเรียนรู้วิทยุกระจายเสียงชุมชนบางสระเก้า	บ้านห้วงกระแจะ	บจ.เคเบิลทีวีจันทบุรี
ตะวันตก	กาญจนบุรี	1. มติกาญจน์ 2. นายหน้าเศรษฐกิจ 3. ชาวกาญจน์	1. สวท. 2. ทหารบก	สถานีวิทยุเสียงชุมชนกาญจนบุรี	ชุมชนโรงหีบอ้อย	บจ.เมืองกาญจน์เคเบิ้ลทีวี
ใต้	สตูล	1.เสียงทักษิณ ฉบับวิชั่นภาคใต้	1. อสมท 2. สวท.	สถานีศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชน ควนกาหลง	เทศบาลสตูล	-
รวม		**16 หัว / 95 ฉบับ**	**14 สถานี**	**6 สถานี**	**6 พื้นที่**	**5 สถานี**

3) ผู้บริหาร/ผู้ปฏิบัติงานสื่อท้องถิ่น

งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับผู้ปฏิบัติงานสื่อท้องถิ่น เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ระยะเวลาการทำงานสื่อ แหล่งข้อมูลที่ใช้ อุปสรรคในการดำเนินงาน และความต้องการการสนับสนุน คณะผู้วิจัยจึงกำหนดศึกษาผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ ซึ่งถือว่าเป็นผู้ส่งสารจากสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท

กลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 45 คน ประกอบด้วย นักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 14 คน ผู้ทำงานวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 14 คน ผู้ทำงานวิทยุชุมชน 6 คน ผู้ทำงานหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 6 คน และผู้ทำงานเคเบิลทีวี 5 คน โดยเลือกศึกษาผู้ที่มีบทบาทเป็นทั้งผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของสื่อท้องถิ่นนั้นๆ (รายชื่อผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพผู้ให้ข้อมูลปรากฏในภาคผนวก ค)

4) ผู้รับสารในท้องถิ่น

เนื่องจากงานวิจัยนี้ต้องการศึกษาความพึงพอใจและความคาดหวังของผู้รับสาร ซึ่งเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดที่เป็นพื้นที่ศึกษา ที่มีต่อสื่อท้องถิ่น 5 ประเภท และเพื่อให้ข้อมูลที่รวบรวมได้ มาจากผู้รับสารจากสื่อท้องถิ่นทุกประเภท จึงกำหนดศึกษาผู้รับสารในแต่ละจังหวัดจำนวน 110 คน ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ เป็นผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 30 คน ฟังวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 30 คน ฟังวิทยุชุมชน 20 คน ฟังหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 10 คน และดูเคเบิลทีวี 20 คน ซึ่งเมื่อรวบรวมข้อมูลจริง สามารถเก็บแบบสอบถามจากประชาชนผู้รับสารในท้องถิ่นได้ดังนี้ ผู้รับสารจากจังหวัดแพร่ 115 คน นครพนม 110 คน นครปฐม 110 คน จันทบุรี 109 คน กาญจนบุรี 110 คน และสตูล 89 คน ดังนั้นจึงรวมประชาชนผู้รับสารซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ รวมทั้งสิ้น 643 คน รายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 จำนวนผู้รับสารกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสื่อและจังหวัด

จังหวัด	จำนวนผู้รับสาร					รวม
	หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	วิทยุชุมชน	หอกระจายข่าว	เคเบิลทีวี	
1. แพร่	35	30	20	10	20	115
2. นครพนม	30	30	20	10	20	110
3. นครปฐม	30	30	20	10	20	110
4. จันทบุรี	29	30	20	10	20	109
5. กาญจนบุรี	30	30	20	10	20	110
6. สตูล	29	30	20	10	0	89
รวม	**183**	**180**	**120**	**60**	**100**	**643**

3.2 การเตรียมงานวิจัย

ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนา คุณลักษณะและบทบาทของสื่อท้องถิ่น การวิจัยเนื้อหา โดยเน้นไปที่การสื่อสารเกี่ยวข้องกับสุขภาพ ในขณะเดียวกันเมื่อสามารถเลือกพื้นที่ศึกษาได้แล้ว ได้ดำเนินการคัดสรรผู้ที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในจังหวัดนั้นๆ ทั้งนี้เนื่องจากงานวิจัยนี้เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นโดยตรง หากไม่มีคนในท้องถิ่นเป็นผู้เชื่อมประสาน ลำพังคณะผู้วิจัยอาจไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล โดยเฉพาะผู้ทำงานในฐานะสื่อมวลชนในท้องถิ่น อีกทั้งงานวิจัยนี้หวังผลในเรื่องเครือข่ายผู้ปฏิบัติงานการสื่อสารเพื่อสุขภาพ ดังนั้นผู้ช่วยวิจัยในแต่ละพื้นที่จะเป็นบุคคลสำคัญในการสร้างเครือข่ายให้เกิดขึ้นได้ในพื้นที่ของตน ผู้ช่วยนักวิจัยในกรณีนี้ จึงมิใช่มีหน้าที่ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนที่กำหนดเท่านั้น หากแต่จะต้องเป็นบุคคลที่เข้าใจวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของโครงการโดยรวม รวมทั้งมีส่วนในการสนับสนุนให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์

3.3 การรวบรวมข้อมูล : วิธีการและเครื่องมือ

1) รวบรวมข้อมูลเนื้อหาสาระที่นำเสนอผ่านสื่อท้องถิ่น

คณะผู้วิจัยเดินทางไปแต่ละจังหวัดเพื่อพบผู้ช่วยวิจัยในพื้นที่ และทำความเข้าใจเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินงานวิจัย และบทบาทของผู้ช่วยวิจัย จากนั้นจึงรวบรวมหนังสือพิมพ์โดยเก็บย้อนหลังไป 6 ฉบับในแต่ละหัว รวมทั้งสิ้น 95 ฉบับ กรณี วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี ติดต่อเพื่อให้ได้ผังรายการและสำเนารายการเกี่ยวข้องกับสุขภาพ จากนั้น จึงเก็บรวบรวมข้อมูลเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ซึ่งแบ่งเป็น 6 ประเภท ได้แก่ ออกกำลังกาย อาหาร อารมณ์ อนามัย อโรคยา และแอลกอฮอล์ โดยรวบรวมปริมาณที่พบ และรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา **ทั้งนี้ ในแต่ละสื่อกำหนดรายละเอียดรูปแบบการนำเสนอ ดังนี้**

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เก็บข้อมูลแยกเป็นรายจังหวัด แต่ละจังหวัดเก็บข้อมูลด้วยการนับจำนวนข้อมูลที่พบโดยแยกรูปแบบการนำเสนอเป็น 3 ประเภท คือ ข่าว บทความ และโฆษณา รวมทั้งศึกษาปริมาณเนื้อหาที่ปรากฏว่ามีความเกี่ยวข้องกับประเด็นใดโดยการใช้เกณฑ์ 6 อ. ออกกำลังกาย อาหาร อารมณ์ อนามัย อโรคยา และแอลกอฮอล์ รวมทั้งมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนออย่างไร โดยใช้เกณฑ์เพื่อการ สร้างเสริม ป้องกัน รักษา ฟื้นฟู และโน้มน้าว ซึ่งเนื้อหาแต่ละชิ้นอาจมีวัตถุประสงค์การนำเสนอเพียงหนึ่งเดียว หรือ มีวัตถุประสงค์หลักและวัตถุประสงค์รองด้วย นอกจากนั้นทำการเก็บข้อมูลภาพประกอบด้วย ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่าย ภาพการ์ตูน หรือภาพวาด

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด เก็บข้อมูลแยกเป็นรายจังหวัด แต่ละจังหวัดแยกเป็นรายสถานี และพิจารณาผังรายการว่ามีการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพเป็นรูปแบบใด ผู้จัดเป็นใคร ใช้ภาษากลางหรือภาษาท้องถิ่น แหล่งข้อมูลมาจากที่ใด ลักษณะรายการเป็นรายการสด ถ่ายทอดจากส่วนกลาง หรือ เทป หรือแบบผสม เจ้าหน้าที่สถานีฯ ดำเนินการเอง ร่วมผลิต หรือให้สัมปทานแก่บริษัททั้งคลื่น และเป็นสัดส่วนเท่าใด รูปแบบรายการเป็นอย่างไร รายการสุขภาพโดยตรง (สารคดี สัมภาษณ์ ข่าว สนทนา) หรือ สปอตสุขภาพ เพลง โฆษณา และอื่นๆ เช่น การพูดแทรกในรายการอื่น และแบบผสม ทั้งนี้ รายการวิทยุจำเป็นต้องพิจารณาที่วันช่วงเวลาออกอากาศ และจำนวนชั่วโมงที่ออกอากาศด้วย (ต่อวันและต่อสัปดาห์) และเปรียบเทียบกับปริมาณการเสนอเนื้อหาจากส่วนกลางกับส่วนท้องถิ่น นอกจากนั้น การพิจารณาเนื้อหารายการสุขภาพ ทำการวิเคราะห์เนื้อหาดังกล่าว และ วิเคราะห์วัตถุประสงค์การนำเสนอ เช่นเดียวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

ในหนังสือพิมพ์ คือ เนื้อหาที่ปรากฏเกี่ยวข้องกับประเด็นใดบ้างในเกณฑ์ 6 อ. และมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนออย่างไร

วิทยุชุมชน โดยทั่วไปมีลักษณะคล้ายกับวิทยุกระจายเสียง จึงนำเสนอคล้ายกัน สำหรับลักษณะพิเศษของวิทยุชุมชนที่ต่างจากวิทยุกระจายเสียงคือ เนื่องจากส่วนใหญ่ไม่ทำการออกอากาศทุกวันและตลอดวันแบบวิทยุกระจายเสียง บางแห่งออกอากาศเพียงไม่กี่ชั่วโมงต่อวัน จึงเน้นพิจารณาที่ช่วงเวลาออกอากาศ และเนื่องจากวิทยุชุมชนเป็นสื่อสำหรับท้องถิ่น ดังนั้นจึงพิจารณาที่ ผู้จัดรายการและแหล่งข้อมูล และรูปแบบการดำเนินงาน ทุนดำเนินงาน (ถ้ามี) นอกจากนั้น ประเด็นการพิจารณาอยู่ที่เนื้อหาซึ่งจะมีรายการสุขภาพโดยตรงและแทรกในรายการอื่น การพิจารณาเนื้อหาสุขภาพ วิเคราะห์เนื้อหาตามเกณฑ์ 6 อ. และ วิเคราะห์วัตถุประสงค์การนำเสนอเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ วิทยุชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีโฆษณา แต่หากสถานีใดมีโฆษณาจะถูกนำเสนอด้วย ทั้งรูปแบบและประเภทสินค้า

หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ลักษณะธรรมชาติของสื่อหอกระจายข่าวเป็นสื่อที่ใช้ในพื้นที่จำกัด มีผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม ทำให้ลักษณะการดำเนินงานเรียบง่ายไม่ซับซ้อน การนำเสนอจึงเป็นไปตามลักษณะธรรมชาติของสื่อ รายละเอียดของรูปแบบการนำเสนอคือ ที่มาของหอกระจายข่าวแต่ละแห่งซึ่งมีผลต่อลักษณะการดำเนินงานในปัจจุบัน เจ้าของ ที่ตั้ง ผู้จัด ผังรายการ (ถ้ามี) วันเวลาที่จัด ลักษณะการจัด รูปแบบรายการ วัตถุประสงค์การสื่อสาร ลักษณะเนื้อหาทั่วไปและเนื้อหาด้านสุขภาพ แหล่งข้อมูล ผู้ฟัง รวมทั้งลักษณะพิเศษอันเป็นลักษณะเฉพาะของหอกระจายข่าวแต่ละแห่ง

เคเบิลทีวี สื่อเคเบิลทีวีในท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะและข้อจำกัดตามสภาพพื้นที่ ที่มา เจ้าของ ลักษณะการดำเนินงาน จำนวนสมาชิก อัตราค่าสมาชิก พื้นที่บริการ พิจารณาจากผังรายการเพื่อทราบรายการที่ออกอากาศทั้งหมด แหล่งข้อมูล วันเวลาออกอากาศ จำนวนชั่วโมงทั้งหมดที่ออกอากาศ รายการสดหรือเทป ผลิตเองหรือถ่ายทอด ใช้ภาษากลางหรือภาษาถิ่น รวมทั้งลักษณะรูปแบบและเนื้อหารายการประเภทต่างๆ ทั้งหมดและรายการสุขภาพ เนื้อหาที่ปรากฏเกี่ยวข้องกับประเด็นใดในเกณฑ์ 6 อ. และมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนออย่างไร

2) รวบรวมข้อมูลการดำเนินงานจากผู้ปฏิบัติงานสื่อ

พบผู้ปฏิบัติงานสื่อท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งมีจำนวน 45 คน โดยการประสานงานของผู้ประสานงานในพื้นที่ เพื่อทำความรู้จัก ชี้แจงวัตถุประสงค์งานวิจัย และสัมภาษณ์ในประเด็นข้อมูลทั่วไป วิธีการทำงาน และการให้ความสำคัญกับการสื่อสารเนื้อหาด้านสุขภาพ โดยหลังจากคณะผู้วิจัยเข้าพบเพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลการดำเนินงานของแต่ละสื่อแล้ว คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาออกแบบแบบสอบถามร่วมกับ สวรส. และส่งให้ผู้ช่วยวิจัยประจำจังหวัด นำแบบสอบถามนี้ไปดำเนินการให้ผู้ส่งสารทุกคนกรอกข้อมูลส่งกลับมายังคณะผู้วิจัย แบบสอบถามนี้ศึกษาผู้ส่งสารรายบุคคลเพื่อให้ทราบลักษณะข้อมูลพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ประวัติการศึกษาและประวัติการทำงานสื่อ การยึดเป็นอาชีพหลักและอาชีพรอง แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน บุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สำนักข่าวและอื่นๆ ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการทำงานและสิ่งที่ต้องการการสนับสนุน ดังรายละเอียดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลนักสื่อสารสุขภาพ ซึ่งปรากฏในภาคผนวก ก

3) รวบรวมข้อมูลการเปิดรับสื่อและความคาดหวังของผู้รับสาร

การรวบรวมข้อมูลจากผู้รับสารนี้ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อและความคาดหวังของผู้รับสารในการรับข้อมูลด้านสุขภาพ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยคาดหวังว่า จะพบข้อมูลที่เป็นพฤติกรรมการรับสารรวมทั้งความต้องการของผู้รับสารว่าต้องการรับสารสุขภาพจากสื่อใด อย่างไร ดังนั้นหลังจากคณะผู้วิจัยเข้าพบเพื่อสัมภาษณ์ข้อมูลการดำเนินงานของแต่ละสื่อแล้ว คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่พบจากการสัมภาษณ์บางส่วนกลับมาออกแบบแบบสอบถาม โดยมีประเด็นในการเก็บข้อมูล 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของผู้รับสาร คือ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ส่วนที่ 2 ศึกษาการเปิดรับสื่อมวลชนส่วนกลาง คือ ความถี่ในการรับสารจากสื่อมวลชน 3 ประเภทหลัก ได้แก่ หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง วิทยุ และโทรทัศน์ สำหรับส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสารด้านสุขภาพจากสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภทที่ทำการศึกษา คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว เคเบิลทีวี ตามลำดับ ซึ่งประกอบด้วยคำถามที่ให้ทราบว่าเปิดรับสื่อใดบ้าง ส่วนที่ 4 ต้องการรับสารด้านสุขภาพ ผ่านสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 หรือไม่ และส่วนที่ 5 เป็นการเปรียบเทียบระหว่างสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภทว่าผู้ใช้สื่อมีความต้องการให้สื่อใดนำเสนอเนื้อหาสุขภาพมากที่สุด ต้องการให้นำเสนอประเด็นใด และให้เปรียบเทียบว่าต้องการให้สื่อมวลชนท้องถิ่นหรือสื่อมวลชนส่วนกลางทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพรวมทั้ง เปิดให้เสนอแนะการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่นด้วย ทั้งนี้ โดยการอบรมวิธีเก็บข้อมูลอย่างละเอียดเพื่อให้ผู้ช่วยวิจัยประจำจังหวัดทุกคนมีความเข้าใจวิธีคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ให้ครบตามจำนวนที่กำหนด เข้าใจแบบสอบถามและสามารถอธิบายให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจการตอบแบบสอบถามอย่างถูกต้องครบถ้วน รายละเอียดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลผู้รับสารปรากฏในภาคผนวก ข.

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อประมวลผลจากการรวบรวมข้อมูล ทั้งจากเอกสารสื่อ สำเนาสื่อ การสัมภาษณ์ผู้ส่งสาร และการสอบถามผู้รับสารแล้ว จึงนำผลที่ได้จากการประมวลที่มีลักษณะแบ่งเป็นรายจังหวัดและรายสื่อ (ประเภทสื่อ) มาวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในส่วนข้อมูลจากสื่อท้องถิ่น และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติในส่วนของนักสื่อสารและผู้รับสาร

3.5 สรุปผลและนำเสนอผลการวิจัย

นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาเชื่อมโยงเป็นผลการศึกษาโดยรวม เพื่อตอบโจทย์การวิจัยสถานภาพและแนวโน้มการสื่อสารด้านสุขภาพด้วยสื่อท้องถิ่น โดยเชื่อมโยงผลการศึกษาที่ได้กับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 4
การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

บทนี้จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะและสภาพการดำเนินงาน รวมทั้งลักษณะเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่นที่ศึกษา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี โดยเสนอเป็นลำดับ ซึ่งในสื่อท้องถิ่นแต่ละประเภทจะเสนอผลการศึกษาในภาพรวมของพื้นที่ศึกษาทั้ง 6 จังหวัดก่อน จากนั้นจึงเสนอผลการศึกษาในแต่ละจังหวัด

4.1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 16 หัว จาก 6 จังหวัด โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์ 6 ฉบับ ต่อ 1 หัว รวมหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ใช้ในการศึกษา 95 ฉบับ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

4.1.1 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นโดยภาพรวม

1) ลักษณะทั่วไปของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ศึกษา

ลักษณะการทำงานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้งหมดที่ศึกษา เป็นการดำเนินงานแบบธุรกิจขนาดย่อม บางแห่งเป็นธุรกิจในครอบครัว ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีกำไรจากการจำหน่ายหนังสือพิมพ์มากนัก อย่างไรก็ตาม ยอดจำหน่าย ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงปริมาณผู้อ่านยังคงเป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อธุรกิจหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นด้วย และการที่รายได้จากการจำหน่ายมีไม่มากนั้นทำให้กิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นต้องพึ่งพารายได้หลักจากการโฆษณาสินค้า ซึ่งแต่ละฉบับต่างมีเจ้าของสินค้าในท้องถิ่น (Sponsor) ลงโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ เป็นจำนวนมากกว่าสินค้าจากส่วนกลาง

ดังที่กล่าวแล้วว่า กำไรจากการจำหน่ายมีไม่มาก บรรณาธิการแต่ละคนจึงทำธุรกิจอื่นไปด้วยและมีรายได้หลักจากธุรกิจส่วนตัวนั้น และต่างยอมรับว่าหากทำหนังสือพิมพ์อย่าง

เดียวให้รายได้ไม่เพียงพอแก่การดำรงชีพ ดังที่บางคนบอกว่า *"อยู่ไม่ได้ ถ้าไม่มีธุรกิจอื่น"* จึงอาจกล่าวได้ว่าการทำธุรกิจอื่นของบรรณาธิการเป็นสิ่งสำคัญที่สนับสนุนให้กิจการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นสามารถดำเนินการอยู่ได้ ธุรกิจของบรรณาธิการที่พบคือ ธุรกิจร้านอาหาร รับจ้างผลิตสื่อวิดีโอ ผลิตรายการวิทยุ ส่งแรงงานไปต่างประเทศ ตัวแทนประกันชีวิต ให้เช่าที่ดิน และเจ้าของโรงพิมพ์ เป็นต้น

นโยบายของหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่ละฉบับ โดยนโยบายส่วนใหญ่มีที่มาจากบรรณาธิการโดยตรง เช่น ลักษณะการจัดหน้า 1 และแนวทางของหนังสือพิมพ์ว่าจะเน้น "บทความ" หรือ "ข่าว" เช่น บทความเศรษฐกิจและบทความด้านสุขภาพ หรือ ข่าวราชการ ข่าวการเมือง ข่าวอาชญากรรม ข่าวการศึกษา รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับเนื้อหาประเภทใดประเภทหนึ่ง เช่น การเปิดคอลัมน์ใบ้หวย หรือการเปิดหน้าการศึกษารวมไปถึงการรับโฆษณา ล้วนขึ้นอยู่กับ "บรรณาธิการ" ทั้งสิ้น กล่าวได้ว่าลักษณะของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่ละฉบับแสดงถึง "ตัวตน" ของบรรณาธิการเลยทีเดียว

ลักษณะการทำงานของกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นแบบแนวกว้าง กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ที่เป็นธุรกิจขนาดย่อม พนักงานแต่ละคนจะทำงานหลายหน้าที่ เช่น หาข่าว/ข้อมูล เขียนข่าว หาโฆษณา ติดต่อประสานงาน เป็นต้น ส่วนการทำงานของหนังสือพิมพ์ที่เป็นธุรกิจของครอบครัวจะมีคนในครอบครัวช่วยเหลือกันทำหน้าที่ต่าง ๆ เช่น ติดต่อประสานงาน จัดหน้า พิสูจน์อักษรแม้กระทั่งการลงโฆษณา คือ ถ้าคนในครอบครัวทำธุรกิจอื่นก็จะโฆษณาธุรกิจนั้นในหนังสือพิมพ์ของครอบครัวด้วย

อายุของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่พบมีตั้งแต่ 1 ปีถึง 45 ปี หนังสือพิมพ์จำนวนหนึ่งมีอายุกว่า 30 ปี ที่เก่าแก่ที่สุดคือ "นครสาร" พบที่จังหวัดนครพนม อายุ 45 ปี เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่รุ่นพ่อจนปัจจุบันเข้าสู่รุ่นลูกแล้ว ในขณะที่อีกหลายฉบับเป็นหนังสือพิมพ์รุ่นกลางอายุประมาณ 10-20 ปี เช่น หนังสือพิมพ์เหนือแพร่ อายุ 21 ปี และมีจำนวนหนึ่งเป็นหนังสือพิมพ์เกิดใหม่ ประมาณ 1-2 ปี เช่นที่ สตูล และจันทบุรี (ซีทีวีนิวส์) โดยหนังสือพิมพ์ทั้งหมดที่ศึกษามีความสม่ำเสมอในการพิมพ์จำหน่าย

1.1) การพิมพ์และการจัดจำหน่าย

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ศึกษามีราคาจำหน่ายอยู่ที่ประมาณ 5 - 20 บาท กำหนดตีพิมพ์นั้นไม่พบหนังสือพิมพ์รายวัน ส่วนมากเป็น รายปักษ์ นอกจากนั้นมีราย 5 วัน 10 วัน และรายเดือน ฉบับที่มีจำนวนตีพิมพ์มากที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ “แพร่ข่าว” พิมพ์ 2,800 - 3,200 ฉบับต่อ 5 วัน (เดือนละ16,800-19,200 ฉบับ) ส่วนฉบับอื่น ๆ มักตีพิมพ์ครั้งละประมาณ 2,500 ต่อครั้ง หลายฉบับมักออกช้ากว่าที่กำหนดไว้ เช่น กำหนดรายปักษ์แต่ออกขายจริงไม่ตรงวันที่กำหนด บางฉบับเป็นรายปักษ์แต่ออกขายคล้ายกับเป็นรายเดือน เหตุผลหลักคือ ต้นฉบับจากนักเขียนอิสระมาไม่ค่อยทันกำหนดทำให้กองบรรณาธิการต้องใช้เวลาในการเขียนซ่อม และอีกเหตุผลหนึ่งคือ การรอเจ้าของสินค้าตัดสินใจลงโฆษณา อย่างไรก็ตาม แต่ละฉบับพยายามที่จะออกขายให้สม่ำเสมอเท่าที่จะเป็นไปได้ เนื่องจากมีความต้องการจากกลุ่มลูกค้าของตนเอง มีเพียงฉบับเดียวที่ออกจำหน่ายสม่ำเสมอและถี่ที่สุดคือ หนังสือพิมพ์ “แพร่ข่าว” ที่จังหวัดแพร่มีกำหนดออกจำหน่ายราย 5 วัน (ซึ่งเคยออกรายวัน แต่ต่อมาไม่สามารถดำเนินงานได้ต่อเนื่อง) การที่สามารถออกจำหน่ายได้ถี่ นอกจากเป็นเพราะหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ดำเนินกิจการมาเป็นเวลาเกือบ 30 ปีแล้ว ประกอบกับบรรณาธิการทำหนังสือพิมพ์ด้วยใจรัก อีกปัจจัยหนึ่งอาจเนื่องมาจากมีโรงพิมพ์อยู่ในบ้านบรรณาธิการนั่นเอง ทำให้สะดวกในการส่งพิมพ์ ต่างจากหลายฉบับที่ไม่มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง เมื่อต้นฉบับเสร็จแล้วต้องส่งไปพิมพ์ต่างจังหวัดทำให้มีเวลาทำงานน้อยกว่า

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีทั้งประเภทที่ออกจำหน่ายควบคู่กับใบตรวจผลการออกรางวัลสลากกินแบ่งรัฐบาล และฉบับที่มีนโยบายขายข่าวแม้จำหน่ายรายปักษ์ที่เรียกว่า “ไม่เน้นขายหนังสือพิมพ์ในวันหวยออก ไม่ใบ้หวย ไม่ขายคู่เรียงเบอร์” ในปริมาณเท่าๆ กัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของบรรณาธิการแต่ละคน

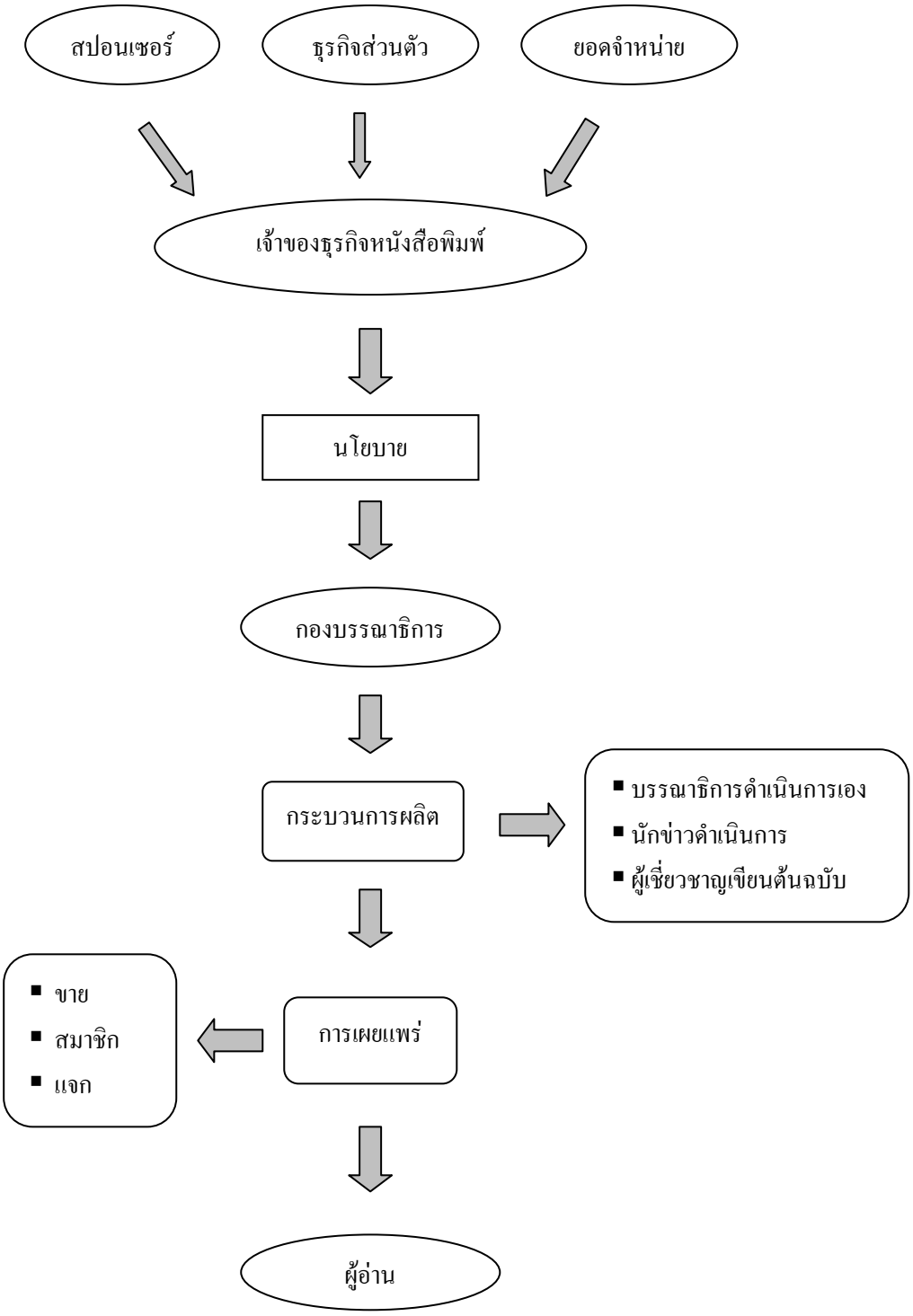
การเขียนต้นฉบับเพื่อตีพิมพ์ลงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น หากใช้เกณฑ์ “ผู้เขียน” ในการแบ่ง จะสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประเภท คือ 1) บรรณาธิการ ข้อเขียนลักษณะนี้ปรากฏทั้งที่เป็นข่าวและบทความ/บทวิเคราะห์ โดยบรรณาธิการคิดประเด็น ค้นคว้าข้อมูล และเขียนด้วยตนเอง 2) นักข่าว กรณีนี้บรรณาธิการเป็นผู้คิดประเด็นให้นักข่าวไปหาข้อมูลและเขียนมาให้บรรณาธิการตรวจซึ่งปรากฏทั้งข่าวและบทความ/บทวิเคราะห์เช่นกัน และ 3) ผู้เชี่ยวชาญ มักเป็นบทความเฉพาะทางเพื่อให้สาระความรู้ในด้านต่างๆ เช่น ด้านกฎหมาย การศึกษา ด้านสุขภาพ เป็นต้น หนังสือพิมพ์บางฉบับกำหนดคอลัมน์ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญที่มี

ความพร้อมในการเขียน เช่น หนังสือพิมพ์ซีทีวีนิวส์ที่จังหวัดจันทบุรีทำให้มีความสม่ำเสมอในการนำเสนอ แต่ส่วนใหญ่มักเกิดปัญหาเมื่อมีการส่งให้นักเขียนอิสระหรือผู้เชี่ยวชาญเขียน เช่น ผู้เชี่ยวชาญไม่มีเวลาเขียนทำให้ส่งต้นฉบับไม่ทัน ซึ่งมีผลให้กองบรรณาธิการหรือบรรณาธิการต้องเขียนแทนหรือหากเป็นเรื่องที่กองบรรณาธิการไม่ถนัดจะเขียนประเด็นอื่นแทน ทำให้บางฉบับไม่มีการนำเสนอคอลัมน์ของผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนั้นยังส่งผลให้การออกจำหน่ายล่าช้ากว่ากำหนด และในที่สุดบางคอลัมน์ต้องปิดตัวลงอย่างน่าเสียดาย

พื้นที่จำหน่าย โดยทั่วไปมักจำหน่ายอยู่ใน อำเภอเมือง ภายในจังหวัด และภายในภาค ตามลำดับ มีวิธีการจำหน่ายหนังสือพิมพ์ 3 ลักษณะ คือ ส่วนใหญ่จำหน่ายตามแผงค้าและเด็กขายหนังสือพิมพ์คู่กับใบตรวจผลการออกรางวัล และมีบางส่วนที่จัดทำระบบสมาชิกควบคู่ไปด้วย กลุ่มผู้อ่านเป็นผู้มีการศึกษา หรือทำงานในเมือง เช่น ข้าราชการ นักธุรกิจ นอกจากการจำหน่าย จะมีหนังสือพิมพ์บางส่วนที่แจกให้ส่วนราชการซึ่งในที่สุดจะไปอยู่ที่ที่อ่านหนังสือพิมพ์ของส่วนราชการท้องถิ่นแห่งต่างๆ ด้วย

คณะผู้วิจัยมองว่า ผลของกำหนดออกจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ไม่มีฉบับรายวันนั้นทำให้เหตุการณ์ที่เป็นข่าวสามารถเก็บไว้ได้ ข่าวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจึงไม่ต้องการความสดเพื่อนำเสนอวันต่อวัน หรือทำงานแข่งกับความเร็วเหมือนกับหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ซึ่งน่าจะเป็นปัจจัยหนึ่ง (ในหลายปัจจัย เช่น แต่ละฉบับมีแนวทางเป็นของตัวเองที่ชัดเจน) ที่ทำให้ความสัมพันธ์ของนักข่าวหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่ละฉบับไม่ใช่ “คู่แข่ง” แต่เป็นลักษณะ “เพื่อน/พี่น้อง” กัน เช่น ในจังหวัดนครพนม บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ไทยนิยมยังอาศัย “รุ่นพี่” ส่งข่าวมาลงตีพิมพ์เป็นประจำ นอกจากนี้ มีผลต่อรูปแบบการทำงาน ทำให้สามารถเขียนคอลัมน์วิเคราะห์ได้มาก หรือ สามารถเปิดคอลัมน์ประจำและไม่ประจำอื่นๆ ได้ รวมทั้ง ทำให้หลายฉบับมีปริมาณบทความมากกว่าข่าว ทำให้มีเวลาทำข่าวส่งสื่อส่วนกลางและไปทำงานอื่นทั้งงานประจำและงานในสื่อแขนงอื่นๆ ได้ด้วย

ลักษณะการดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้นสามารถสรุปเป็นแผนผังได้ดังนี้



แผนผังที่ 4.1 การดำเนินงานของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

1.2) ลักษณะเนื้อหา

ลักษณะโฆษณาจะเป็นเจ้าประจำซ้ำๆ กัน ซึ่งมักเป็นร้านค้าในตัวเมือง พื้นที่โฆษณามีหลายตำแหน่งเช่น หน้า 1 ด้านบนและด้านล่าง หน้ากลาง ปกหลังด้านในและด้านนอก เป็นต้น ซึ่งมีขนาดเท่าใดขึ้นกับความต้องการและงบประมาณของผู้ลงโฆษณา นอกจากนั้นมีลักษณะการแทรกใบปลิวด้วย ประเภทสินค้าและบริการที่พบมากเป็นโฆษณาร้านอาหาร อาหาร เครื่องดื่ม สมุนไพร ร้านเสริมความงาม เครื่องสำอาง ร้านขายยา อาบอบนวด สปา และโรงพยาบาลเอกชน (สำหรับโรงพยาบาลต่างๆ ยังมีการโฆษณาในลักษณะบทความประชาสัมพันธ์อีกด้วย ส่วนร้านอาหารยังมีอีกลักษณะ คือ การพาชิม/แนะนำเมนูร้านที่น่าสนใจด้วย) นอกจากนั้นจะมีโฆษณารายใหญ่จากส่วนกลางบ้างและจะเหมาเต็มหน้า เช่น รถยนต์

แนวของหนังสือพิมพ์ มีทั้งเน้นข่าวเจาะ เน้นข่าวราชการ เน้นเขียนบทความ มีทั้งที่เป็นกลางและเอนเอียง ทั้งหมดเป็นข่าวหรือเรื่องราวในท้องถิ่น(ตามพื้นที่จำหน่าย) ไม่ว่าจะเป็นการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษา อาชญากรรม สังคม และไม่มีข่าวระดับประเทศ บรรณาธิการหลายคนให้เหตุผลว่า *"ไม่มีประโยชน์ที่จะไปแข่ง"* ยกเว้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับคนในพื้นที่ หรือ ข่าวระดับประเทศนั้นเกิดที่พื้นที่ของตน นอกจากนั้น การนำเสนอส่วนใหญ่จะไม่ยึดติดพื้นที่ประจำ กล่าวคือ ไม่กำหนดพื้นที่แน่นอนว่าคอลัมน์ใดประจำหน้าใด ยกเว้นหนังสือพิมพ์จังหวัดจันทบุรี 2 ฉบับ คือ หนังสือพิมพ์ "ซีทีวีนิวส์" และ "สื่อมหาชน" และมีลักษณะการนำเสนอบทความจำนวนมากที่หนังสือพิมพ์หลายฉบับนิยมใช้ คือ ไม่เปิดชื่อคอลัมน์แต่มักใช้ชื่อบทความเป็นชื่อคอลัมน์ ส่วนใหญ่เป็นบทความประเภทไม่ประจำ

2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

ในภาพรวมหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) อาหาร 2) อโรคยา 3) อารมณ์ 4) อนามัย 5) แอลกอฮอล์ และ 6) ออกกำลังกาย โดยจากเนื้อหาดังกล่าวพบว่าประเด็นต่างๆ ได้รับการนำเสนอใน 3 รูปแบบ ประกอบด้วยโฆษณามากที่สุด อันดับที่ 2 คือบทความ/บทวิเคราะห์ และอันดับที่ 3 ข่าว ทั้งนี้การนำเสนอข่าวหน้า 1 มีทั้งพาดหัวใหญ่ และพาดหัวรอง แต่การพาดหัวรองมากกว่าพาดหัวใหญ่ถึงประมาณ 2 เท่า โดยการนำเสนอทั้ง 3 รูปแบบมีภาพประกอบตามความเหมาะสม เช่น ภาพถ่ายและภาพการ์ตูน (โปรดดูตารางที่ 4.1 ประกอบ) เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ในการ

นำเสนอเนื้อหา จากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอเนื้อหาโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ อันดับ 1 เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้าและบริการ อันดับ 2 เพื่อป้องกันโรค อันดับ 3 เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ และอันดับ 4 เพื่อรักษาโรค

เมื่อพิจารณาแต่ละจังหวัดพบว่ามี 3 จังหวัด ที่นำเสนอประเด็นอาหารเป็นอันดับหนึ่ง คือ นครพนม จันทบุรี และสตูล ซึ่งทั้งหมดนำเสนอเนื้อหาสุขภาพด้วยวิธีโฆษณา ส่วนใหญ่เป็นการโฆษณา อาหารและเครื่องดื่มประเภทต่าง ๆ รวมทั้งสมุนไพรประเภทต่าง ๆ และร้านอาหาร หนังสือพิมพ์จังหวัดนครปฐมและกาญจนบุรีนำเสนอประเด็นอโรคยามากกว่าประเด็นอื่นๆ โดยนำเสนอเป็นรูปแบบข่าว ส่วนใหญ่เป็นข่าวโรคไข้หวัดนก โรคไข้เลือดออก และโรคเอดส์ ส่วนหนังสือพิมพ์จังหวัดแพร่เสนอประเด็นสุขภาพด้านอารมณ์มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาร้านเสริมสวย สมุนไพร คลินิคเสริมความงามของโรงพยาบาล สปา นวดแผนโบราณ

นอกจากนั้นยังพบว่ามีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในบางจังหวัดที่ไม่นำเสนอเนื้อหาบางประเด็น (0 ชิ้น) มีดังนี้ กาญจนบุรีและนครปฐม ไม่นำเสนอประเด็นแอลกอฮอล์ สตูล ไม่นำเสนอประเด็นออกกำลังกายและแอลกอฮอล์ ซึ่งในเบื้องต้น ทราบสาเหตุชัดเจนของการไม่นำเสนอประเด็นแอลกอฮอล์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดสตูล คือ เป็นนโยบายของบรรณาธิการ(นับถือศาสนาอิสลาม) ซึ่งคำพูดของบรรณาธิการได้แสดงให้เห็นจุดยืนชัดเจนว่า *“ไม่รับโฆษณาอบายมุข ไม่ใบ้หวย ไม่รับโฆษณาเหล้า เบียร์ บุหรี่ และคาราโอเกะ...ผมไม่เสพและจะไม่ส่งเสริมให้คนอื่นเสพด้วย ”*

ประเด็นเนื้อหาที่มีการนำเสนอบ้างแต่ถือว่าน้อย (1 – 5 ชิ้น) ได้แก่ จังหวัดแพร่ประเด็นออกกำลังกาย จังหวัดนครพนมประเด็นออกกำลังกายและอารมณ์ จังหวัดกาญจนบุรีประเด็นออกกำลังกาย และจังหวัดสตูลประเด็นอนามัยกับแอลกอฮอล์ ซึ่งอาจเป็นเพราะเหตุผลต่างๆ เหล่านี้ เช่น ในจังหวัดนั้นไม่มีปัญหาเกี่ยวกับประเด็นนั้นเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นน้อย นักข่าวไม่มีแหล่งข้อมูล นักข่าวไม่ให้ความสำคัญ เป็นต้น

ทั้งนี้ รายละเอียดประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจากทั้ง 6 จังหวัด ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

จังหวัด	เนื้อหา [ชิ้น / % / ลำดับที่]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / % / ลำดับที่]				วัตถุประสงค์ [เรียงจากมากไปน้อย]	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม		ใหญ่	รอง	
แพร่	2	46	**58**	25	21	15	167	11	29	**97**	137	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ	1	3	ภาพถ่าย ภาพวาด การ์ตูน
	(1.20)	(27.54)	**(34.73)**	(14.97)	(12.57)	(8.98)	(100)	(8.03)	(21.17)	**(70.80)**	(100)	2) ป้องกัน			
	6	2	**1**	3	4	5		3	2	**1**		3) สร้างเสริม			
นครพนม	3	**68**	4	26	53	11	165	23	14	**102**	139	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ	1	3	ภาพถ่าย การ์ตูน
	(1.82)	**(41.21)**	(2.42)	(15.76)	(32.12)	(6.67)	(100)	(16.55)	(10.07)	**(73.38)**	(100)	2) ป้องกัน			
	6	**1**	5	3	2	4		2	3	**1**		3) สร้างเสริม			
นครปฐม	10	32	18	7	**50**	0	117	**51**	32	24	107	1) ป้องกัน	4	12	ภาพถ่าย
	(8.55)	(27.35)	(15.38)	(5.98)	**(42.74)**	(0.00)	(100)	**(47.66)**	(29.91)	(22.43)	(100)	2) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ			
	4	2	3	5	**1**	6		**1**	2	3		3) สร้างเสริม 4) รักษา			
จันทบุรี	7	**81**	34	24	35	10	191	21	60	**74**	155	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ	1	2	ภาพถ่าย การ์ตูน
	(3.66)	**(42.41)**	(17.80)	(12.57)	(18.32)	(5.24)	(100)	(13.55)	(38.71)	**(47.74)**	(100)	1) ป้องกัน			
	6	**1**	3	4	2	5		3	2	**1**		3) สร้างเสริม 4) รักษา			

ตารางที่ 4.1 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (ต่อ)

จังหวัด	เนื้อหา [ชิ้น / % / ลำดับที่]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / % / ลำดับที่]				วัตถุประสงค์ [เรียงจากมากไปน้อย]	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม		ใหญ่	รอง	
กาญจนบุรี	4	41	29	8	**43**	0	125	**45**	31	40	116	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) รักษา	4	3	ภาพถ่าย การ์ตูน
	(3.20)	(32.80)	(23.20)	(6.40)	**(34.40)**	(0.00)	(100)	**(38.79)**	(26.72)	(34.48)	(100)				
	5	2	3	4	**1**	6		**1**	3	2					
สตูล	0	**10**	6	5	9	0	30	9	7	**12**	28	1) ป้องกัน 2) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 3) สร้างเสริม 4) รักษา	0	0	ภาพถ่าย
	(0.00)	**(33.33)**	(20.00)	(16.67)	(30.00)	(0.00)	100	(32.14)	(25.00)	**(42.86)**	(100)				
	5	**1**	3	4	2	5		2	3	**1**					
สรุปรวม	26	**278**	149	95	211	36	**795**	160	173	**349**	**682**	**1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ** **2) ป้องกัน** **3) สร้างเสริม** **4) รักษา**	**11**	**23**	**ภาพถ่าย** **การ์ตูน** **ภาพวาด**
	(3.27)	**(34.97)**	(18.74)	(11.95)	(26.54)	(4.53)	**(100)**	(23.46)	(25.37)	**(51.17)**	**(100)**				
[ลำดับที่]	6	**1**	3	4	2	5		3	2	**1**					

4.1.2 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่ละจังหวัด

1) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดแพร่

แพร่ข่าว

เหนือแพร่

เสียงแพร่

1.1) ลักษณะทั่วไป

จังหวัดแพร่เป็นจังหวัดเล็กๆ แต่นับได้ว่าเป็นจังหวัดที่มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีการแข่งขันสูงด้านสื่อหนังสือพิมพ์ สังเกตได้จากกำหนดออกจำหน่าย มีตั้งแต่ราย 10 วัน 2 ฉบับ (เสียงแพร่และเหนือแพร่) และราย 5 วัน 1 ฉบับ (แพร่ข่าว) แต่ละฉบับต่างมียอด

ตีพิมพ์จำนวนมากเมื่อเทียบเป็นเดือนกับจังหวัดอื่น ๆ (ซึ่งออกรายปักษ์หรือรายเดือนแต่พิมพ์ครั้งละเท่าๆ กัน) หนังสือพิมพ์ที่นี่ต่างมีอายุประมาณ 20 ปี มีโฆษณาสินค้าซึ่งบรรณาธิการบอกว่าคุ้นเคยกันมานานลงเป็นประจำแบบที่เรียกว่าไม่ต้องหาโฆษณาเช่นจังหวัดอื่น ตรงกันข้ามคือ “ต้องจัดคิว” เนื่องจากมีโฆษณาเพิ่มขึ้น และมีจำนวนหนึ่งลงโฆษณาติดต่อกันตั้งแต่ “แรกเริ่ม” กิจการหนังสือพิมพ์ ในด้านเนื้อหา ทั้ง 3 ฉบับ มีเนื้อหาหลากหลาย เน้นเรื่องภายในจังหวัดโดยเฉพาะการเมืองเพราะพื้นที่จำหน่ายอยู่ภายในจังหวัด สำหรับ “แพร่ข่าว” เน้นการรายงานข่าวแบบลงรายละเอียด นายศิริศักดิ์ ศิริทิชากร บรรณาธิการหนังสือพิมพ์แพร่ข่าวบอกว่าเขียนเองโดยมีการค้นคว้าข้อมูลประกอบเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกและข้อมูลด้านกว้างรวมถึงที่มาของเหตุการณ์ด้วยซึ่งเป็นการให้ความรู้กับผู้อ่าน ทั้งนี้บรรณาธิการบอกว่าเขาเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง ไม่เข้าข้างใคร อย่างไรก็ตาม เคยถูกผู้เสียผลประโยชน์ทางการเมืองลอบยิง แม้รอดชีวิตมาได้แต่ต้องพิการตั้งแต่เอวลงไป ปัจจุบันเขายังคงทำงานหนังสือหนังสือพิมพ์อยู่และยังได้รับเชิญไปบรรยายให้นักศึกษาในสถาบันต่างๆ อยู่เสมอ

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่ละแห่งเป็น stinger ให้หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง หนังสือพิมพ์เหนือแพร่ ส่งข่าวให้ หนังสือพิมพ์บ้านเมือง หนังสือพิมพ์เนชั่น หนังสือพิมพ์ข่าวสด หนังสือพิมพ์คมชัดลึก หนังสือพิมพ์เสียงแพร่ ส่งให้หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 หนังสือพิมพ์แพร่ข่าว ส่งให้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ

1.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดแพร่มีประเด็นที่นำเสนอมากที่สุดตามลำดับดังนี้ 1) อารมณ์ 2) อาหาร 3) อนามัย 4) อโรคยา 5) แอลกอฮอล์ และ 6) ออกกำลังกาย อีกทั้งพบว่าเป็นการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวในรูปแบบโฆษณา (97 ชิ้น) บทความ (29 ชิ้น) และข่าว (11 ชิ้น) ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การนำเสนอที่พบตามลำดับคือ เพื่อ โน้มน้าวให้ใช้สินค้าหรือบริการ เพื่อป้องกันและเพื่อสร้างเสริม ตามลำดับ ทั้งนี้ มีการใช้ภาพถ่าย และภาพการ์ตูนประกอบตามความเหมาะสม (ดูตารางที่ 4.2)

หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับไม่กำหนดพื้นที่แน่นอนว่าคอลัมน์ใดประจำหน้าใด อย่างไรก็ตาม พบว่าลักษณะการนำเสนอข่าวสุขภาพหน้า 1 เป็นการพาดหัวรองมากกว่าพาดหัวใหญ่ เป็นประเด็นข่าวด้านอโรคยา เช่น ไข้หวัดนก ไข้เลือดออกและเลปโตสไปโรซิส (เพื่อ

ป้องกันโรค) ออกกำลังกาย (สร้างเสริมให้มีสุขภาพแข็งแรง) และอนามัย อาหารและอบายมุข เช่น การฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติดและสุรา เป็นต้น และทั้ง 3 ฉบับมีคอลัมน์ประจำด้านสุขภาพโดยตรง รวมทั้งมีคอลัมน์ไม่ประจำด้วย ซึ่งเกี่ยวข้องกับสุขภาพครอบคลุมประเด็น 6 อ. ที่พบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ประเด็นอารมณ์ อาหาร และอนามัย เช่น หนังสือพิมพ์ "เหนือแพร่" มีคอลัมน์ประจำ 2 คอลัมน์คือ "สาระน่ารู้" (มีภาพถ่ายประกอบ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 5 โดยกล่าวถึงประเด็นสุขภาพด้าน *อารมณ์* และมีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาแนะนำสมุนไพรเพื่อสุขภาพ และคอลัมน์ประจำ "มดตะนอย" (ไม่มีภาพประกอบ) เป็นบทความที่นำเสนอปัญหา เป็นกระบอกเสียงแทนประชาชนผู้ได้รับความเดือดร้อน (วัตถุประสงค์อื่นๆ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า มดตะนอย พบในหน้า 3 ไม่มีชื่อบทความ โดยมักนำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน *อนามัย*

การโฆษณาผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น หนังสือพิมพ์ "แพร่ข่าว" มีโฆษณาร้านอาหารทุกฉบับ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ เช่น บริษัทผลิตและจำหน่ายอาหารสด วัตถุดิบทำอาหาร ขนม และบรรจุภัณฑ์ นอกจากนั้น "แพร่ข่าว" ยังมี โฆษณาเชิงประชาสัมพันธ์สถานเสริมความงาม (นวด) เครื่องสำอาง นวดแผนไทย สถานความงามและสุขภาพ คลินิกสุขภาพผิวและความงามของโรงพยาบาล และโรงพยาบาล ซึ่งเป็นจังหวัดเดียวที่มีการโฆษณาด้านสุขภาพและความงามมากที่สุด สำหรับ "เสียงแพร่" มีโฆษณา 7 ประเภท โฆษณาที่พบทุกฉบับ คือ ร้านนวดแผนโบราณ (มีภาพถ่ายประกอบ) นอกนั้น เป็นศูนย์สมุนไพรดูแลด้านสิว-ฝ้า ครีมบำรุงผิวรอบดวงตา ร้านอาหาร น้ำดื่ม เบียร์ โซดา ในขณะที่ "เหนือแพร่" มีโฆษณาน้อยที่สุด พบดังนี้ ร้านนวดแผนโบราณและแก้ไขรอยเหี่ยวย่น และ โรงพยาบาล

จากข้อมูลเชิงปริมาณข้างต้น เป็นที่น่าสังเกตประการหนึ่งคือ การนำเสนอแต่ละแบบนั้นมีปริมาณต่างกันเป็นเท่าตัว เช่น ในรูปแบบโฆษณานั้น มีปริมาณสูงกว่าบทความถึงประมาณ 3 เท่า และบทความมีปริมาณมากกว่าข่าวประมาณ 2 เท่า ที่สำคัญโฆษณาต่างๆ ดังกล่าว เป็นโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพอนามัย ทั้งด้านการป้องกัน รักษา อนามัย อารมณ์ อาหาร เช่น โรงพยาบาลเอกชน ร้านเสริมความงาม เครื่องสำอาง สมุนไพร ร้านอาหาร *เหล้า-เบียร์ และนวดแผนโบราณ* เมื่อพิจารณาในเชิงปริมาณแล้ว พบว่า การนำเสนอข้อมูลสุขภาพในรูปแบบโฆษณามีมากที่สุด ถึง 97 ชิ้น(รองลงมาคือบทความ 29 ชิ้น และข่าว 11 ชิ้น) ทั้งนี้ สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การสื่อสาร คือ อันดับ 1 เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้าหรือบริการ อันดับ 2 เพื่อป้องกัน/ควบคุม และอันดับ 3 เพื่อสร้างเสริมลักษณะเช่นนี้อาจมีผลต่อการรับรู้

ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพของประชาชน เช่น ทำให้กระตุ้นการบริโภคสินค้าและบริการด้านสุขภาพทั้งที่ส่งเสริมสุขภาพและทำให้สุขภาพเสื่อมโทรมเพิ่มขึ้นเป็นสัดส่วนที่มากกว่าการรับรู้ข้อมูลเชิงลึก

ทั้งนี้ รายละเอียดประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแพร่ข่าว เหนือแพร่ และเสียงแพร่ จังหวัดแพร่ ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ชื่อหนังสือพิมพ์	เนื้อหา [ชิ้น / %]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / %]				วัตถุประสงค์	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม	[เรียงจากมากไปน้อย]	ใหญ่	รอง	
1. เหนือแพร่	2 (6.90)	2 (6.90)	9 (31.03)	10 (34.48)	4 (13.79)	2 (6.90)	29 (100)	5 (20.00)	7 (28.00)	13 (52.00)	25 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) รักษา 5) ฟื้นฟู	1	0	ภาพถ่าย ภาพวาด
2. เสียงแพร่	0 (0.00)	20 (33.33)	18 (30.00)	2 (3.33)	7 (11.67)	13 (21.67)	60 (100)	5 (10.00)	13 (26.00)	32 (64.00)	50 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม	0	2	
3. แพร่ข่าว	0 (0.00)	24 (30.77)	31 (39.74)	13 (16.67)	10 (12.82)	0 (0.00)	78 (100)	1 (1.61)	9 (14.52)	52 (83.87)	62 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) รักษา	0	1	ภาพถ่าย ภาพวาด การ์ตูน
สรุป	2	46	**58**	25	21	15	**167**	11	29	**97**	**137**	**1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ**			**ภาพถ่าย**
	(1.20)	(27.54)	**(34.73)**	(14.97)	(12.57)	(8.98)	**(100)**	(8.03)	(21.17)	**(70.80)**	**(100)**	**2) ป้องกัน**	**1**	**3**	**ภาพวาด**
[ลำดับที่]	6	2	**1**	3	4	5		3	2	**1**		**3) สร้างเสริม**			**การ์ตูน**

2) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดนครพนม

นครสาร

ไทยนิยม

เนชั่นข่าวไท

2.1) ลักษณะทั่วไป

หนังสือพิมพ์ของจังหวัดนครพนม 2 ใน 3 ฉบับ เป็นหนังสือพิมพ์เก่าแก่ คือ “นครสาร” (รายปักษ์) อายุ 45 ปี และ “ไทยนิยม” (รายปักษ์) อายุ 31 ปี ส่วนฉบับที่ใหม่ที่สุด คือ “เนชั่นข่าวไท” (รายเดือน) อายุประมาณ 1 ปี ทั้ง “นครสาร” และ”ไทยนิยม” เป็นธุรกิจของชาวนครพนมที่ริเริ่มก่อตั้งและดำเนินงานมาตั้งแต่ “รุ่นพ่อ” ปัจจุบันทั้งสองฉบับดำเนินงานโดยบุตรชายของผู้ก่อตั้ง โดยปรับเปลี่ยนแนวทางให้เป็นตัวของตัวเองแทนแนวทางของผู้เป็นบิดา ปัจจุบัน บรรณาธิการทั้งสองคนประกอบธุรกิจอื่นๆ ด้วย “นครสาร” ส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และบางกอกโพสต์ และทำรายการข่าวที่สถานีวิทยุทหารเรือ (สทร.) ด้วย บรรณาธิการของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สำหรับหนังสือพิมพ์ “ไทยนิยม” ยังอาศัยรุ่นพี่ส่งข่าวมาลงตีพิมพ์อยู่เป็นประจำ “เนชั่นข่าวไท” เป็นของนักธุรกิจชาวเชียงรายซึ่งเคยทำงานมาหลายอาชีพ เคยเป็นทั้งตำรวจ นักพูด ทนาย และนักธุรกิจร้านอาหาร ปัจจุบันนอกจากทำหนังสือพิมพ์แล้วยังทำรายการข่าววิทยุที่สถานีวิทยุ อสมท นครพนมอีกด้วยโดยใช้ข้อมูลแหล่งเดียวกัน และส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์คมชัดลึกและสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

2.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวมทุกฉบับของจังหวัดนี้ ประเด็นเนื้อหาที่พบมากเป็นอันดับ 1 คือ อาหาร(68 ชิ้น) อันดับ 2 อโรคยา (53 ชิ้น) อันดับ 3 อนามัย (26 ชิ้น) อันดับ 4 แอลกอฮอล์ (11 ชิ้น) อันดับ 5 อารมณ์ (4 ชิ้น) อันดับ 6 ออกกำลังกาย (3 ชิ้น) ส่วนใหญ่นำเสนอเนื้อหาดังกล่าวในรูปแบบโฆษณา (102 ชิ้น : สูงที่สุดใน 6 จังหวัด) รองลงมาเป็นข่าว 23 ชิ้น และ อันดับสุดท้าย บทความ 14 ชิ้น ทั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอที่สอดคล้องกับรูปแบบการนำเสนอ คือ อันดับ 1 เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้าและบริการ อันดับ 2 เพื่อป้องกัน อันดับ 3 เพื่อสร้างเสริมโดยใช้ภาพถ่าย และภาพการ์ตูนประกอบตามความเหมาะสม

ลักษณะการนำเสนอข่าว พบว่าหน้า 1 มีการพาดหัวรองมากกว่าพาดหัวใหญ่โดยเมื่อวิเคราะห์เนื้อหาแล้วพบว่าข่าวมีหลากหลายประเด็น ป้องกัน เช่น *ป้องกัน*โรคอ้วน อุบัติเหตุไข้หวัดนก ประเด็น *รักษา* เช่น โรคหลอดเลือดสมอง โรคหย่อนสมรรถภาพทางเพศ ฯลฯ *ฟื้นฟู* สุขภาพในวัยชรา เป็นต้น

เนื้อหาบทความที่พบในหนังสือพิมพ์จังหวัดนครพนมมีบทความไม่มากนักส่วนใหญ่เป็นบทความไม่ประจำ “นครสาร” เป็นบทความไม่ประจำ 2 บทความ คือ **“เพื่อสุขภาพ”** เขียนโดยคณะกรรมการอาหารและยา อยู่หน้า 6 มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านรู้จักป้องกันตนเองจากโรคภัย และเข้าใจวิธีรักษาโรคที่ถูกต้อง และ “สาระน่ารู้” แนะนำวิธีทำอาหารโดย ฮิมิโตะ ณ โตเกียว จากศูนย์หนังสือชนดา นครพนม ส่วนหนังสือพิมพ์ “ไทยนิยม” มีทั้งบทความประจำ 1 บทความคือ **“เพื่อสุขภาพ”** เขียนโดย คุณพฤทธ์ จันทร์เงา หัวหน้างานกายภาพบำบัดโรงพยาบาลนครพนม พบในหน้า 8 หรือ 9 เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจและป้องกันรักษาโรคอัมพฤกษ์อัมพาตของตนเองรวมทั้งคนรอบข้างได้ และคอลัมน์ไม่ประจำ 1 บทความ คือ “จุดประกายความคิด สานฝันภูมิปัญญา” พบในหน้า 7 ใช้ข้อมูลจาก หนังสือพิมพ์มติชนรายวัน เสนอประเด็นสุขภาพในลักษณะเชื่อมโยงกัน ประกอบด้วย ประเด็นออกกำลังกาย อาหาร อารมณ์ ส่วน “เนชั่นข่าวไท” ประกอบด้วยบทความประจำ 1 บทความ คือ เนชั่นสุขภาพ ดังนี้ 1) “เนชั่นสุขภาพ” (มีภาพประกอบบางฉบับ) ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์บางฉบับ คือ นายแพทย์อลงกต มณีกาศ ผู้อำนวยการ โรงพยาบาล อำเภอปลาปาก พบในหน้า 9, 12, 16, 17 หรือ 19 กล่าวถึงเรื่อง อโรคยา อารมณ์ และอนามัย มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านเข้าใจและสามารถดูแลป้องกันตนเองหรือบุคคลรอบข้างจากโรคไข้หวัดนก และเบาหวานได้ ตลอดจนให้ความรู้

เกี่ยวกับการเล่นโยคะเพื่อสุขภาพด้วย 2) และบทความไม่ประจำอีก 1 บทความ คือ “เกร็ดน่ารู้” (ไม่มีภาพประกอบ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 17 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้านแอลกอฮอล์ เพื่อแนะนำข้อควรปฏิบัติสำหรับนักดื่มแอลกอฮอล์ (ป้องกันโรค)

การโฆษณาผลิตภัณฑ์ และบริการ เช่น “ไทยนิยม” โฆษณาร้านจำหน่ายยาประเภท ก. และยาแผนโบราณ อาหาร สีผสมอาหาร นมผง สุราต่างประเทศ น้ำแร่ อาหาร นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อโรคยา แอลกอฮอล์ และอาหาร ส่วน หนังสือพิมพ์ “นครสาร” เช่น ร้านอาหาร น้ำเฉาก๊วย ร้านน้ำดื่ม ร้านจำหน่ายยาแผนปัจจุบัน สีผสมอาหาร นมผง หมูยอ เบียร์(พบเกือบทุกฉบับ) ร้านไอศกรีม และ เป็นการนำเสนอในประเด็น อาหาร แอลกอฮอล์ และอโรคยา “เนชั่นข่าวไท” เช่น *โรงพยาบาลมุกดาหารอินเตอร์เนชั่นแนล* พบในหน้า 19 (มีภาพถ่ายประกอบ) นำเสนอประเด็นสุขภาพด้านอนามัย เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนรู้จักบริการต่าง ๆ ของโรงพยาบาล ส่วนโฆษณาที่พบเกือบทุกฉบับมี 2 โฆษณา ได้แก่ *ร้านจำหน่ายน้ำแข็ง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์และก๊าซหุงต้ม* พบในหน้า 7 (มีภาพถ่ายประกอบ) นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อาหาร *ร้านอาหาร* ที่พบในหน้า 10 และ 11 (มีภาพถ่ายประกอบ) นอกจากนี้ยังพบ *ร้านนวดสมุนไพร* ในหน้า 12 (มีภาพถ่ายประกอบ)

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตในกรณีข้อมูลรูปแบบการนำเสนอดังนี้ ประเด็นที่ 1 ปริมาณโฆษณาสินค้าและบริการด้านสุขภาพในจังหวัดนี้ซึ่งเป็นตัวแทนภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีปริมาณสูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มตัวอย่าง 6 จังหวัดทั่วประเทศ (รองลงไปคือ แพร่ และกาญจนบุรีตามลำดับ) ประเด็นที่ 2 ปริมาณโฆษณาห่างจากปริมาณข่าวและบทความอย่างมาก อย่างที่ผู้เกี่ยวข้องทั้งตัวสื่อมวลชนผู้ผลิต ผู้โฆษณา ผู้บริโภคข่าวสาร และนักสาธารณสุขทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นควรหันมาให้ความสนใจในรายละเอียด ซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนชิ้นทั้งหมด 139 ชิ้น จะเห็นว่าเกือบทั้งหมดเป็นโฆษณา (102 ชิ้น) เป็นข่าวเพียง 23 ชิ้น และ บทความเพียง 14 ชิ้น

ทั้งนี้ รายละเอียดประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นไทยนิยม นครสาร และเนชั่นข่าวไท จังหวัดนครพนม ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดนครพนม

ชื่อหนังสือพิมพ์	เนื้อหา [ประเด็น / %]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / %]				วัตถุประสงค์ [เรียงจากมากไปน้อย]	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม		ใหญ่	รอง	
1. ไทยนิยม	1 (1.56)	19 (29.69)	1 (1.56)	13 (20.31)	23 (35.94)	7 (10.94)	64 (100)	5 (11.11)	4 (8.89)	36 (80.00)	45 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) ฟื้นฟู	0	1	ภาพถ่าย การ์ตูน
2. นครสาร	2 (2.82)	38 (53.52)	0 (0.00)	2 (2.82)	26 (36.62)	3 (4.23)	71 (100)	14 (21.21)	4 (6.06)	48 (72.73)	66 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) รักษา	1	2	ภาพถ่าย การ์ตูน
3. เนชั่นข่าวไท	0 (0.00)	11 (36.67)	3 (10.00)	11 (36.67)	4 (13.33)	1 (3.33)	30 (100)	4 (14.29)	6 (21.43)	18 (64.29)	28 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) ฟื้นฟู	0	0	ภาพถ่าย
สรุป	3	**68**	4	26	53	11	**165**	23	14	**102**	**139**	**1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ**	**1**	**3**	**ภาพถ่าย การ์ตูน**
	(1.82)	**(41.21)**	(2.42)	(15.76)	(32.12)	(6.67)	**(100)**	(16.55)	(10.07)	**(73.38)**	**(100)**	**2) ป้องกัน**			
[ลำดับที่]	6	**1**	5	3	2	4		2	3	**1**		**3) สร้างเสริม**			

3) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม

ยอดแหลมนิวส์

พลังธรรม

เสรีไทย

3.1) ลักษณะทั่วไป

หนังสือพิมพ์ของจังหวัดนครปฐมมีความเกี่ยวข้องกับการเมืองอย่างชัดเจน หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับที่เคยมีในอดีต เมื่อขายดีมากๆ มักจะมีเหตุต้องปิดตัวลง จึงทำให้มีหนังสือพิมพ์จังหวัดนี้มักมีอายุสั้น และมีการเปิดฉบับใหม่อยู่เนืองๆ ระยะหลังมีการไปเปิดฉบับใหม่ที่กรุงเทพฯ เพื่อเป็นการเลี่ยงการถูกปิด ที่เหลือจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอในปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ของนครปฐมมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด คือ

หนังสือพิมพ์ยอดแหลมนิวส์ (รายปักษ์) เป็นหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ อายุ 7 ปี จำหน่ายทั่วภูมิภาคตะวันตก มีนักข่าวอยู่ทุกจังหวัดในภาคตะวันตก มีการทำงานเป็นระบบและออกจำหน่ายตรงตามเวลาที่กำหนด (พิมพ์เสร็จก่อน 1 วัน) ที่น่าสังเกตคือ หัวหน้ากองบรรณาธิการ เป็นคนที่ทำงานเป็นนักข่าวหนังสือพิมพ์มาโดยตลอด โดยไม่ทำงานในสื่ออื่นๆ เหมือนกับบรรณาธิการส่วนใหญ่ ปัจจุบันอายุมากกว่า 60 ปี

หนังสือพิมพ์ “พลังธรรม” เป็นของนายก อบจ. ข่าวส่วนใหญ่จึงเป็นข่าวที่มาจากส่วนราชการในจังหวัด และการนำเสนอจะเป็นลักษณะรายงานข่าวราชการ นอกจากนี้บางฉบับขายพร้อม **“ข่าวเทศบาล” ที่พิมพ์ในลักษณะหนังสือพิมพ์ฉบับเล็กแทรกมาด้วย**

ในขณะที่หนังสือพิมพ์จังหวัดนครพนมนำเสนอโฆษณามากที่สุด หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม กลับเป็นจังหวัดเดียวมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ไม่มีโฆษณาถึง 2 ฉบับ คือ “พลังธรรม” และ “เสรีไทย” เน้นข่าวจากหน่วยงานราชการหลากหลายหน่วยงาน ส่วนฉบับที่เปิดรับลงโฆษณาชื่อ “ยอดแหลมนิวส์” ซึ่งแม้มีหนังสือพิมพ์ 2 ใน 3 ฉบับดังกล่าวไม่มีโฆษณา แต่ “ยอดแหลมนิวส์” ฉบับเดียวนำเสนอโฆษณารวมแล้วถึง 24 ชิ้นซึ่งมากกว่าหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวของจังหวัดสตูลถึง 2 เท่า (12 ชิ้น) ซึ่งจะกล่าวถึงต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นโฆษณาร้านอาหาร(มีทุกฉบับ) สถานบันเทิง (ปรากฏในหน้า 1 ทุกฉบับ) สถานเสริมความงาม นวดแผนโบราณ และเครื่องดื่มสมุนไพร ซึ่งสินค้าและบริการเหล่านี้ต่างมีผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนทั้งสิ้น

3.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสุขภาพ ประเด็นเนื้อหาที่พบมากเป็นอันดับ 1 คือ อโรคยา (50 ชิ้น) อันดับ 2 อาหาร (32 ชิ้น) อันดับ 3 อารมณ์ (18 ชิ้น) อันดับ 4 ออกกำลังกาย (10 ชิ้น) อันดับ 5 อนามัย (7 ชิ้น) อันดับ 6 แอลกอฮอล์ (0 ชิ้น) ส่วนใหญ่นำเสนอเป็นข่าว 51 ชิ้น รองลงมาเป็น บทความ 32 ชิ้น และโฆษณา 24 ชิ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร คือ อันดับ 1 เพื่อป้องกัน/ควบคุม อันดับ 2 เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้าและบริการ อันดับ 3 เพื่อสร้างเสริม และอันดับ 4 เพื่อรักษา (ดูตารางที่ 4.4)

ลักษณะของการนำเสนอข่าวหน้า 1 เป็นการพาดหัวรองมากกว่าพาดหัวใหญ่ถึง 3 เท่า และมักมีภาพถ่ายประกอบข่าวด้วย ข้อสังเกตอย่างหนึ่งคือ หนังสือพิมพ์ “ยอดแหลมนิวส์” นำเสนอข่าวเพื่อป้องกัน/ควบคุมโรคระบาดไข้หวัดนก เอดส์ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นประเด็นร้อนกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและมีผลต่อความสนใจของประชาชน ในขณะที่ หนังสือพิมพ์ “พลังธรรม” กลับนำเสนอประเด็นที่ถือว่าเบากว่า คือ การออกกำลังกาย (เพื่อสร้างเสริม) เป็นอันดับแรกและรองลงมาคือ ข่าวไข้หวัดนก (เพื่อป้องกันและควบคุมโรคระบาด)

ข่าวสุขภาพที่นำเสนอ เช่น “ยอดแหลมนิวส์” เสนอการป้องกัน/ควบคุมโรค เช่น ไข้หวัดนก เอดส์ ยาเสพติด การสร้างเสริมด้วยการรับประทานอาหาร การรักษาโรค เช่น โรคหัวใจ โดยพบข่าวพาดหัวใหญ่ 1ฉบับและไม่พบข่าวที่เป็นพาดหัวรอง

“พลังธรรม” นำเสนอข่าวสุขภาพเพื่อสร้างเสริมและป้องกันโรค เช่น ยาเสพติด ไข้หวัดนก อุบัติเหตุ และโรคจากน้ำท่วม พบข่าวที่นำเสนอเป็นพาดหัวรองถึง 8 ข่าว และพาดหัวใหญ่ 2 ข่าว

“เสรีไทย” เสนอข่าวสุขภาพโดยมีวัตถุประสงค์หลักในการนำเสนอเพื่อป้องกันโรคไข้หวัดนก ยาเสพติด และการใช้สารเร่งเนื้อแดง และมีวัตถุประสงค์รอง เพื่อสร้างเสริมให้สุขภาพแข็งแรงด้วยการกินอาหารที่สะอาดและปลอดภัย เสรีไทยเสนอข่าวด้วยการพาดหัวใหญ่ 1 ข่าว และพาดหัวรอง 4 ข่าว

การนำเสนอบทความ 32 ชิ้น ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า มีบทความประจำ 3 บทความ ใน “ยอดแหลมนิวส์” 1 บทความ ได้แก่ “คลินิกสุขภาพ ป้องกันโรคภัย” เขียนโดย กลุ่มระบาดวิทยา สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 4 จ.ราชบุรี เสนอประเด็นสุขภาพด้านอโรคยาและอาหาร ในเชิงป้องกัน/ควบคุมโรคโดยเฉพาะไข้หวัดนก เลปโตสไปโรซีส และสารเจือปนในอาหาร ใน “พลังธรรม” พบ 2 บทความ คือ “โภชนาการกับการกีฬา” เสนอเรื่องเกี่ยวกับอาหารและการออกกำลังกายเพื่อสร้างเสริมสุขภาพให้นักกีฬามีสุขภาพแข็งแรงอยู่เสมอ และ “คุยกับหมอดี (สุขภาพกับวัยเด็ก)” พบในหน้า 8 เขียนโดย แพทย์หญิง สมฤดี สะหรั่งบิน จาก ศูนย์บริการสาธารณสุข เทศบาลนครปฐม เสนอในแนวป้องกันโรคในเด็ก เช่น โรคปอดอักเสบ โรคหัวใจ เป็นต้น

สำหรับบทความไม่ประจำ 7 บทความ พบในทุกฉบับ คือ “ยอดแหลมนิวส์” 3 บทความ ได้แก่ ไม่ปรากฏชื่อผู้เขียนและชื่อคอลัมน์ โดยทั้ง 2 บทความ เสนอประเด็นอารมณ์เพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพจิตดี อีกหนึ่งบทความเพื่อสร้างเสริมให้เด็กที่เป็นโรคดาวน์ซินโดรมมีสุขภาพจิตดี ส่วนอีกบทความ เป็นการป้องกันโรคไข้หวัดนก “พลังธรรม” พบ 2 บทความ คือ “สาระน่ารู้” พบในหน้า 8 ขุนช้าง 61 เขียนเรื่องราวสาระต่างๆ มีเรื่องสุขภาพเป็นครั้งคราว เน้นเรื่องการสร้างเสริมด้วยการทานอาหาร และป้องกันตนเองจากโรคภัยใกล้ตัว “การปฐมพยาบาลบาดเจ็บ” (มีภาพถ่ายประกอบทุกฉบับ) ไม่ปรากฏผู้เขียน พบในหน้า 11 ต่อมาเปลี่ยนเป็นหน้า 9 กล่าวถึงประเด็นอโรคยา ออกกำลังกาย และอารมณ์ เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันอันตรายจากการเล่นกีฬา และรักษาฟื้นฟูหลังบาดเจ็บจากการการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา “เสรีไทย” เสนอ บทความไม่ประจำ 2 บทความ คือ “สรรหามาฝาก” หน้า 5 ไม่มีชื่อผู้เขียน เสนอประเด็นอาหาร และอโรคยา (เช่น เลปโตสไปโรซีส) เพื่อส่งเสริมให้นักกีฬามีสุขภาพดี “การรวมตัวเพื่อ

ครัวโลก-บริโภคอาหารปลอดภัย” คุณวันชัย พูลเพิ่มพันธ์ เป็นผู้ให้ข้อมูล พบในหน้า 4 เรื่อง อาหารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพ และป้องกันโรคจากการรับประทานอาหารที่มีสารพิษเจือปน

ทั้งนี้ รายละเอียดประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยอดแหลมนิวส์ พลังธรรม และเสรีไทย จังหวัดนครปฐม ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

ชื่อหนังสือพิมพ์	เนื้อหา [ชิ้น / %]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / %]				วัตถุประสงค์	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม	[เรียงจากมากไปน้อย]	ใหญ่	รอง	
1. ยอดแหลมนิวส์	0 (0.00)	22 (36.67)	16 (26.67)	4 (6.67)	18 (30.00)	0 (0.00)	60 (100)	21 (38.89)	9 (16.67)	24 (44.44)	54 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) รักษา	1	0	ภาพถ่าย
2. พลังธรรม	10 (25.00)	5 (12.50)	2 (5.00)	2 (5.00)	21 (52.50)	0 (0.00)	40 (100)	15 (41.67)	21 (58.33)	0 (0.00)	36 (100)	1) ป้องกัน 2) สร้างเสริม 3) รักษา 4) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 5) ฟื้นฟู	2	8	ภาพถ่าย
3. เสรีไทย	0 (0.00)	5 (29.41)	0 (0.00)	1 (5.88)	11 (64.71)	0 (0.00)	17 (100)	15 (88.24)	2 (11.76)	0 (0.00)	17 (100)	1) ป้องกัน 2) สร้างเสริม 3) รักษา	1	4	ภาพถ่าย
สรุป	10	32	18	7	**50**	0	**117**	**51**	32	24	**107**	**1) ป้องกัน**	**4**	**12**	**ภาพถ่าย**
	(8.55)	(27.35)	(15.38)	(5.98)	**(42.74)**	(0.00)	**(100)**	**(47.66)**	(29.91)	(22.43)	**(100)**	**2) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ**			
[ลำดับที่]	4	2	3	5	**1**	6		**1**	2	3		**3) สร้างเสริม** **4) รักษา**			

4) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดจันทบุรี

ซีทีวีนิวส์

สื่อมหาชน

เสียงสวรรค์นิวส์

4.1) ลักษณะทั่วไป

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจดี สื่อมวลชนในจังหวัดนี้มีการพัฒนาอย่างโดดเด่นและมีลักษณะที่น่าสนใจ แม้จันทบุรีมีหนังสือพิมพ์ที่ออกจำหน่ายจำนวนมากแต่ที่จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอและมียอดจำหน่ายสูงนั้นคือฉบับที่ถูกเลือกศึกษา หนังสือพิมพ์จังหวัดนี้เกิดจากการรวมตัวกันของนักข่าวเพื่อทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จันทบุรียังมีหนังสือพิมพ์ที่เกิดขึ้นจากการที่บริษัทธุรกิจสื่อมวลชนรายใหญ่ของจังหวัด คือ บริษัท ซี ที วี เคเบิลทีวี จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจเคเบิลทีวีและรายการวิทยุภายในจังหวัด หนังสือพิมพ์ซีทีวีนิวส์ เป็นสื่อที่สามที่เกิดขึ้นใหม่ประมาณ 1 ปีนี้

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของจันทบุรีเป็นจังหวัดเดียวที่มีการแบ่งพื้นที่หน้ากระดาษชัดเจนว่าข่าว/คอลัมน์ใดอยู่หน้าใด โดยเฉพาะซีทีวีนิวส์กำหนดหน้าชัดเจนทุกเรื่อง สำหรับสื่อมหาชนแม้กำหนดหน้าเกี่ยวกับสุขภาพชัดเจนแต่มีการเปลี่ยนชื่อคอลัมน์เล็กน้อยจาก *"สุขภาพ/หุ่นสวยด้วยตัวคุณ/สูตรเด็ด/มุมอร่อย"* ช่วงหลังเปลี่ยนเป็น *"มุมมองอาชีพเสริม/สุขภาพ"*

4.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

เนื้อหาที่พบ คือ ประเด็นอาหารมากที่สุด (81 ชิ้น) รองลงมาเป็นอโรคยา (35 ชิ้น) อันดับ 3 อารมณ์ (34 ชิ้น) อันดับ 4 อนามัย (24 ชิ้น) อันดับ 5 แอลกอฮอล์ (10 ชิ้น) อันดับ 6 ออกกำลังกาย (7 ชิ้น) เป็นการนำเสนอด้วยโฆษณา 74 ชิ้น รองลงมาเป็น บทความ/บทวิเคราะห์ 60 ชิ้น และข่าว 21 ชิ้น โดยมีวัตถุประสงค์ตามลำดับ คือ อันดับ 1 เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้าและบริการ อันดับ 2 เพื่อป้องกัน เช่นไข้หวัดนกและไข้เลือดออก อันดับ 3 เพื่อสร้างเสริม เช่น ดื่มนม กินอาหารมีประโยชน์ และอันดับ 4 เพื่อรักษา (ดูตารางที่ 4.5)

เนื้อหาข่าว ประกอบด้วยประเด็นอาหาร อโรคยา ออกกำลังกาย อารมณ์ อนามัย และ อบายมุข เน้นการส่งเสริมให้มีสุขภาพดี เช่น ดื่มนม รับประทานอาหารมีประโยชน์ ป้องกันโรค เช่น ไข้หวัดนก ไข้เลือดออก ยาเสพติด อุบัติเหตุ และสภาวะน้ำท่วม และเพื่อวัตถุประสงค์ประชาสัมพันธ์โรงพยาบาล โดย “ซีทีวีนิวส์” ไม่มีการพาดหัวข้อข่าว ส่วน “สื่อมหาชน” มีพาดหัวใหญ่และรองอย่างละ 1 ชิ้น

หนังสือพิมพ์จังหวัดจันทบุรีมีจุดเด่นที่น่าสนใจคือ มีบทความมากที่สุดเมื่อเทียบกับอีก 5 จังหวัดที่ศึกษา เฉลี่ยแล้วเป็นปริมาณมากกว่า 50% ของพื้นที่กระดาษ ปริมาณดังกล่าวเป็นบทความประจำถึง 12 บทความแบ่งเป็นของ “ซีทีวีนิวส์” 4 บทความ คือ

1) “รักสุขภาพ” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ คือ ทีมงานข่าวซีทีวีนิวส์ร่วมกับแพทย์จากโรงพยาบาลในจังหวัด (พบมาก แต่ไม่สม่ำเสมอ) เป็นประเด็นสุขภาพด้านอโรคยา เน้นเรื่องการป้องกันมากที่สุด รองลงมาคือ การสร้างเสริมให้มีสุขภาพดีและการรักษาโรค

2) “ถามมา ตอบไป” (มีภาพถ่ายประกอบบางฉบับ) คอลัมนิสต์ คือ ทีมงานข่าวซีทีวีนิวส์ร่วมกับ งานประชาสัมพันธ์ของโรงพยาบาลในจังหวัด (พบมาก แต่ไม่สม่ำเสมอ) เป็นประเด็นสุขภาพเกือบทุกด้านขึ้นอยู่กับประเด็นคำถาม

3) “ร้าน “เมนู” ไม่จำกัด” (ภาพถ่ายประกอบทุกฉบับ) คอลัมนิสต์ คือ ทีมงานข่าวซีทีวีนิวส์ เป็นประเด็นสุขภาพด้านอาหาร เพื่อแนะนำวิธีทำอาหารเมนูต่าง ๆ

4) “คุยเฟื่องเรื่องสาธารณสุข” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ คือ สาธารณสุขจังหวัดจันทบุรี (พบมากแต่ ไม่สม่ำเสมอ) และทีมงานข่าวซีทีวีนิวส์ อีกทั้งพบ 1 ฉบับที่คอลัมนิสต์เป็นแพทย์จากศูนย์ข้อมูลสุขภาพกรุงเทพฯ เป็นประเด็นสุขภาพหลายด้าน โดยมักเน้นให้

ผู้อ่านมีความรู้ความเข้าใจในโรคต่าง ๆ ที่พบในกลุ่มคนทั่วไป (อโรคยา) เพื่อจะได้รู้จักป้องกันตนเองให้ห่างไกลจากโรคเหล่านี้ ตลอดจนสามารถดูแลตนเองและคนใกล้ตัวได้ในกรณีที่เป็นโรคนั้น ๆ แล้ว

"สื่อมหาชน" 7 บทความ คือ

1) "หุ่นสวยด้วยตัวคุณ" (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า ข้าวโอ๊ต พบในหน้า 5 ของทุกฉบับ โดยกล่าวถึงประเด็นการออกกำลังกายเป็นหลัก อีกทั้งเชื่อมโยงกับประเด็น อาหารและอารมณ์ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพดี และวัตถุประสงค์รองเพื่อป้องกันโรค

2) "หนึ่งปักษ์/หนึ่งสวย มหาชน" (ภาพถ่ายประกอบทุกฉบับ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า ฟุจัง พบในหน้า 5 ของทุกฉบับ โดยกล่าวถึงประเด็น อาหาร อารมณ์ และอโรคยา มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันและรักษาโรค

3) "มุมอร่อย/มหาชน" หรือ "มุมอร่อย แม่ครัว" หรือ "มหาชน พาชิม" หรือบทความที่แนะนำการทำอาหาร (ภาพถ่ายประกอบทุกฉบับ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า ลูกหว้า พบในหน้า 10 ของเกือบทุกฉบับ ซึ่งนอกจากจะกล่าวถึงประเด็น "อาหาร" เป็นหลักแล้ว บางบทความคอลัมนิสต์ยังเชื่อมโยงประเด็น "อาหาร" กับประเด็น "ออกกำลังกาย" ด้วย เนื่องจากเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กันเพื่อสร้างเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพดี เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค และโน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ (ประชาสัมพันธ์ร้านอาหาร)

4) "ผักพื้นบ้านตะวันออก" หรือ "สมุนไพรธรรมชาติตะวันออก" (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า ดอกอ้อ พบในหน้า 9 ของเกือบทุกฉบับ บทความ ผักพื้นบ้านตะวันออก กล่าวถึงประเด็น "อาหาร" เป็นสำคัญ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค รักษาโรค และฟื้นฟูสมรรถภาพของร่างกาย ขณะที่บทความ สมุนไพรธรรมชาติตะวันออก กล่าวถึงประเด็น "อารมณ์" เป็นหลัก มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพจิตดี เนื่องจากบทความกล่าวถึง การใช้สมุนไพรเพื่อความสวยความงาม

5) "สุขภาพ/อนามัยแม่และเด็ก" หรือ "สุขภาพ/อนามัย" (ภาพถ่ายประกอบบางฉบับ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า ไผ่เงิน พบในหน้า 9 ของทุกฉบับ แต่กล่าวถึงประเด็นด้านสุขภาพเพียง 2 ฉบับ โดยเน้นเรื่อง อาหาร และมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพดี

6) “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” หรือ “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” (ภาพถ่ายประกอบทุกฉบับ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 9 ของทุกฉบับ แต่กล่าวถึงประเด็นด้านสุขภาพเพียง 2 ฉบับ โดยเน้นเรื่อง อาหาร และมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนรู้จักรายการอาหารและร้านจำหน่ายนั้น ๆ

7) “สูตรสมุนไพร” (มีภาพถ่ายประกอบบางฉบับ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 10 ของทุกฉบับ โดยกล่าวถึงประเด็นสุขภาพในแง่ของอโรคยา เพื่อรักษาโรคเป็นหลัก นอกจากนั้นยังเพื่อสร้างเสริมสุขภาพและโน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ (แนะนำวิธีปรุงสมุนไพรด้วยตนเอง)

และเสียงสวรรค์นิวส์ 1 บทความ คือ “ผลัดกันชิม ผลัดกันชม” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า เรือบิน 998 พบในหน้า 12 กล่าวถึงประเด็นสุขภาพด้าน อาหาร เพื่อแนะนำร้านอาหารเพื่อสุขภาพแก่ผู้อ่าน (โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ)

นอกจากนั้นยังมีบทความไม่ประจำอีก 3 บทความ ทั้งหมดเป็นเรื่องสุขภาพในแง่มุมต่างๆ เช่น อาหาร ความเข้าใจในโรคต่างๆ รูปร่างที่สวยงาม สมุนไพรพื้นบ้านของภาคตะวันออก เป็นต้น สำหรับ ใน “สื่อมหาชน” มี *บทความประจำที่เสนอเรื่องทั่วไป แต่นำเสนอประเด็นสุขภาพใน 1 ฉบับเท่านั้น* จึงจัดเป็น*บทความไม่ประจำ*ที่เสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ ได้แก่

1) “เปิดแฟ้มข่าวสาร เมืองจันทบูร” (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า พรายอำนาจ พบในหน้า 5 กล่าวถึงประเด็นสุขภาพในด้าน อโรคยา เพื่อป้องกัน/ควบคุมโรค

2) “ร้อยเรื่องความผ่อนคลาย” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า Com.Art J.R 43 พบในหน้า 6 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อารมณ์ เพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพจิตดีและป้องกันโรค

3) “สูตรเด็ด” (ไม่มีภาพประกอบ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 10 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อาหาร เพื่อแนะนำวิธีทำอาหาร ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์ประเภทโน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ

นอกจากนี้ “เสียงสวรรค์นิวส์” ยังเสนอบทความไม่ประจำ 3 บทความ คือ “เพื่อคุณภาพชีวิต” “เสียงสวรรค์นิวส์ ชีวิตและสุขภาพ : คลินิกลูกรัก” และ “สัพเพเหระ” ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) “เพื่อคุณภาพชีวิต” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า เรือบิน 998 พบในหน้า 11 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อารมณ์ ในเชิงสร้างเสริมให้มีสุขภาพแข็งแรงและป้องกันโรค คือ แนะนำวิธีช่วยให้อายุยืน และการควบคุมความคิดตัวเอง

2) “เสียงสวรรค์นิวส์ ชีวิตและสุขภาพ : คลินิกลูกรัก” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์คือ นพ.นันทวัฒน์ พัฒนพิรถพหกิต และ กลุ่มงานกุมารเวชกรรม, โรงพยาบาลพระปกเกล้า จันทบุรี พบในหน้า 10 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อโรคยา เพื่อให้กลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย (แม่และผู้ที่ดูแลเด็ก) เข้าใจและตระหนักถึงการป้องกันลูกจากโรคภัยที่อาจเกิดขึ้นได้

3) “สัพเพเหระ” คอลัมนิสต์ใช้ชื่อว่า กะสินธุ์ ถิ่นภูธร พบในหน้า 10 (ไม่มีภาพประกอบ) กล่าวถึงประเด็นสุขภาพด้าน แอลกอฮอล์ เพื่อให้ผู้อ่านรู้จักป้องกันตนเองจากโรคที่อาจเกิดจากการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการคุณสุพิทย์ ทองเกิด พบว่า บทความด้านสุขภาพมีมากเนื่องจากกองบรรณาธิการเห็นความสำคัญและเปิดหน้าสุขภาพโดยเฉพาะ ประกอบกับมีแหล่งข้อมูลและได้รับความร่วมมือเครือข่ายซึ่งมีความพร้อมในเรื่องข้อมูล เช่น จากโรงพยาบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดี ทั้งในลักษณะเขียนต้นฉบับให้ และส่งข้อมูลให้กองบรรณาธิการนำมาเขียน อีกเหตุผลหนึ่งคณะผู้วิจัยคาดว่าสื่อหนังสือพิมพ์จันทบุรีมีความเข้มแข็ง เช่น **“ซีทีวีนิวส์”** เป็นสื่อที่ 2 ของบริษัทเคเบิลทีวีในจันทบุรี ซึ่งมีทีมงานที่พร้อมทำงาน ส่วน **“สื่อมหาชน”** ก็เป็นหนังสือพิมพ์ที่มีความพร้อมในเรื่องทีมงานเช่นเดียวกัน

เนื้อหาโฆษณาที่ “ซีทีวีนิวส์” เสนอทุกฉบับเป็นการประชาสัมพันธ์**โรงพยาบาล** ในขณะที่ “สื่อมหาชน” เสนอทุกฉบับประชาสัมพันธ์**ร้านอาหาร** อย่างไรก็ดี “ซีทีวีนิวส์” รับโฆษณาร้านอาหารและร้านนวดจำนวนไม่น้อยเช่นกัน (แบ่งโฆษณารายใหญ่ (เจ้าประจำ) กันอย่างชัดเจน)

ทั้งนี้ รายละเอียดประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นซีทีวีนิวส์ สื่อมหาชน และเสียงสวรรค์นิวส์ จังหวัดจันทบุรี ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดจันทบุรี

ชื่อหนังสือพิมพ์	เนื้อหา [ชิ้น / %]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / %]				วัตถุประสงค์	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม	[เรียงจากมากไปน้อย]	ใหญ่	รอง	
1. ซีทีวีนิวส์	2 (4.76)	12 (28.57)	5 (11.90)	7 (16.67)	16 (38.10)	0 (0.00)	42 (100)	5 (13.51)	25 (67.57)	7 (18.92)	37 (100)	1) ป้องกัน 2) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 3) สร้างเสริม 4) รักษา	0	0	ภาพถ่าย การ์ตูน
2. สื่อมหาชน	5 (6.33)	38 (48.10)	7 (8.86)	13 (16.46)	15 (18.99)	1 (1.27)	79 (100)	10 (16.95)	25 (42.37)	24 (40.68)	59 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) รักษา 5) ฟื้นฟู	1	1	ภาพถ่าย
3. เสียงสวรรค์นิวส์	0 (0.00)	31 (44.29)	22 (31.43)	4 (5.71)	4 (5.71)	9 (12.86)	70 (100)	6 (10.17)	10 (16.95)	43 (72.88)	59 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม	0	1	ภาพถ่าย การ์ตูน
สรุป	7	**81**	34	24	35	10	**191**	21	60	**74**	**155**	**1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ**	**1**	**2**	**ภาพถ่าย การ์ตูน**
	(3.66)	**(42.41)**	(17.80)	(12.57)	(18.32)	(5.24)	**(100)**	(13.55)	(38.71)	**(47.74)**	**(100)**	**2) ป้องกัน**			
[ลำดับที่]	6	**1**	3	4	2	5		3	2	**1**		**3) สร้างเสริม** **4) รักษา**			

5) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดกาญจนบุรี

ชาวกาญจน์

มติกาญจน์

นายหน้าเศรษฐกิจ

5.1) ลักษณะทั่วไป

กาญจนบุรีมีหนังสือพิมพ์ที่คล้ายกัน 2 ใน 3 ฉบับ คือ “ชาวกาญจน์” (รายปักษ์) และ “มติกาญจน์” (รายปักษ์) เป็นฉบับที่เน้นนำเสนอข่าวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดในจังหวัด มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มข้าราชการและนักธุรกิจ ไม่ขายพร้อมหวย ในขณะที่อีกฉบับ คือ “นายหน้าเศรษฐกิจ” (รายปักษ์แต่มักไม่ค่อยสม่ำเสมอ) เจาะกลุ่มเป้าหมายทุกระดับตั้งแต่ระดับล่างถึงระดับบน เน้นเนื้อหาหลากหลายกว่า คือ ด้านอาชญากรรม และการเมืองและเศรษฐกิจท้องถิ่น แม้กระทั่งคอลัมน์ความรู้เรื่องเพศและคอลัมน์ไข้หวย และนำเสนอด้วยลีลาหวือหวากว่า

5.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

เนื้อหา 3 ลำดับแรกเกี่ยวกับประเด็นอโรคยามากที่สุด (43 ชิ้น) รองลงมาเป็นอาหาร (41 ชิ้น) และอันดับ 3 อารมณ์ (29 ชิ้น) อันดับ 4 อนามัย (8 ชิ้น) อันดับ 5 ออกกำลังกาย (4 ชิ้น) อันดับ 6 แอลกอฮอล์ (0 ชิ้น) เป็นการนำเสนอด้วยข่าว 45 ชิ้น รองลงมาเป็นโฆษณา 40 ชิ้น บทความ/บทวิเคราะห์ 31 ชิ้น มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร อันดับ 1 เพื่อ

วัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวให้ใช้สินค้าและบริการ อันดับ 2 เพื่อป้องกันโรค เช่น ไข้เลือดออก มะเร็ง ไข้หวัดนก โรคเอดส์ อุบัติเหตุ และอันดับ 3 เพื่อสร้างเสริม เช่น การรับประทานอาหารสะอาด และออกกำลังกายและอันดับ 4 เพื่อรักษา เช่น รักษาวัณโรค และโรคเอดส์ เป็นต้น

เนื้อหาข่าวเสนอหลากหลายประเด็นและหลายวัตถุประสงค์โดยเฉพาะ “มติกาญจน์” และ “ชาวกาญจน์” ส่วน “นายหน้าเศรษฐกิจ” พบเพียงการป้องกันโรค ส่วนการนำเสนอนั้น “มติกาญจน์” และ “ชาวกาญจน์” ใช้ทั้งพาดหัวใหญ่และพาดหัวรอง และยังพบในหน้าอื่นๆ อีกมาก ในขณะที่ “นายหน้าเศรษฐกิจ” ไม่เสนอข่าวสุขภาพในหน้า 1 แต่จะไปเสนอที่หน้าในและมีแทบทุกหน้า

บทความ พบเนื้อหาดังนี้ คือ ออกกำลัง อาหาร อารมณ์และอโรคยา ในปริมาณเท่าๆ กันทั้ง 3 ฉบับ โดย “ชาวกาญจน์” และ “มติกาญจน์” มีบทความประจำ 3 และ 2 บทความตามลำดับ มีรายละเอียดดังนี้

“ชาวกาญจน์” มีบทความประจำ 3 บทความ คือ

1) “บทความสาธารณสุข” (ภาพถ่ายประกอบทุกฉบับ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 3 ของบางฉบับ โดยกล่าวถึงประเด็น อโรคยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ ป้องกันโรค

2) “สวัสดีเมืองกาญจน์” (ไม่มีภาพประกอบ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 12 ของทุกฉบับ แต่มีการนำเสนอประเด็นด้านสุขภาพคือ ออกกำลังกาย และอโรคยา 2 ฉบับ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อป้องกันโรค และวัตถุประสงค์รองเพื่อรักษาโรค

3) “ชายวัด” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์เป็นพระภิกษุ พบในหน้า 11 ของทุกฉบับ อย่างไรก็ตามมีประเด็นด้านสุขภาพ อารมณ์ เพียงฉบับเดียว โดย มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพจิตดี

นอกจากนี้ ยังพบบทความไม่ประจำ ไม่มีชื่อบทความ ในหน้า 5, 9 และ 10 ซึ่งส่วนมากจะเน้นเรื่อง อโรคยา เพื่อป้องกันโรคจากการสูบบุหรี่

สำหรับบทความของ “มติกาญจน์” ที่จัดว่าเป็นบทความประจำเนื่องจากพบมากกว่าหนึ่งฉบับมี 2 บทความ เป็นที่น่าสังเกตว่าบทความที่พบทั้งหมดเป็น *บทความเชิงประชาสัมพันธ์* โดยประกอบด้วย

1) บทความเชิงประชาสัมพันธ์ ร้านอาหาร (มีภาพถ่ายประกอบ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ คอลัมนิสต์คือ ทีมข่าวมติกาญจน์ นายป้อเพื่อนกิน (นามแฝง) และสามสาวชวนชิม (นามแฝง) พบในหน้า 9 และ 10 ของเกือบทุกฉบับ โดยกล่าวถึงประเด็น อาหาร เป็นหลัก

2) บทความเชิงประชาสัมพันธ์ ร้านนวดแผนโบราณ/แผนไทย/แผนไทยผสมจีน (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์คือ ทีมข่าวมติกาญจน์ พบในหน้า 8 และ 10 ของเกือบทุกฉบับ โดยกล่าวถึงประเด็นสุขภาพด้าน อารมณ์

"นายหน้าเศรษฐกิจ" ไม่มีบทความประจำ แต่มีบทความไม่ประจำเป็นจำนวนมาก คือ 9 บทความ ขึ้นกับประเด็นที่เกิดขึ้นในขณะนั้น มีรายละเอียดดังนี้

1) "มุมมองเมือง" (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า นิ้ง เทวราช พบในหน้า 5 โดยกล่าวถึงประเด็น อนามัย มีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์โรงพยาบาล

2) "ตรวจการณ์" (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า สิงห์เหล็ก พบในหน้า 7 มีการนำเสนอประเด็นด้านสุขภาพคือ อนามัยและอโรคยา 2 ฉบับ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อป้องกันหรือควบคุมปัจจัยที่คุกคามสุขภาพ ได้แก่ น้ำท่วม และยาเสพติด

3) "เก็บมาเล่า" (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้ชื่อว่า เล็ก นพพร พบในหน้า 7 แต่มีประเด็นด้านสุขภาพ อารมณ์ เพียงฉบับเดียว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาโรคเป็นสำคัญ

4) "ชีวิตร่มรื่น" (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า เอ็มมี่ พบในหน้า 10 นำเสนอประเด็นด้านสุขภาพหลายประเด็นที่สัมพันธ์กันคือ ออกกำลังกาย อาหาร อารมณ์ อนามัย โดยมุ่งสร้างเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพจิตดี และป้องกันโรค

5) "กรอง VISION" (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า แกะตามรอย พบในหน้า 11 เป็นบทความเชิงสัมภาษณ์ด้าน อโรคยา เพื่อให้ผู้อ่านรู้จักป้องกันตนจากโรคร้าย

6) "หนึ่งชุมชน หนึ่งผลิตภัณฑ์" (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้ชื่อว่า เล็ก เลาขวัญ พบในหน้า 18 โดยนำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อาหาร เพื่อสร้างเสริมให้ผู้อ่านมีสุขภาพแข็งแรง

7) "Do you know? GO ON" (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า นายถนัดเขียน พบในหน้า 22 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อาหาร เพื่อแนะนำร้านอาหาร มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ

8) “พูดเรื่อยเปื่อย” (มีภาพถ่ายประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้ชื่อว่า หนุ่ม หน้าใหม่ พบในหน้า 22 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อารมณ์ เพื่อป้องกันปัจจัยที่คุกคามสุขภาพจิต

นอกจากนี้ ยังพบบทความไม่ประจำที่ไม่มีชื่อบทความ ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ เป็นบทความเชิงประชาสัมพันธ์อาหาร (มีภาพถ่ายประกอบ) พบในหน้า 19 นำเสนอประเด็นสุขภาพด้าน อาหาร

จะเห็นว่าแม้ “นายหน้าเศรษฐกิจ” ไม่เสนอบทความประจำแต่ “นายหน้าเศรษฐกิจ” เสนอบทความในลักษณะไม่ประจำจำนวนมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับคำพูดของนายสรวุฒิ จงสกุล บรรณาธิการ “นายหน้าเศรษฐกิจ” ว่า เน้นเขียนบทความ/บทวิเคราะห์และข่าวเจาะ

โฆษณาที่พบมากที่สุดในแต่ละฉบับ มีดังนี้ “มติกาญจน์” และ “นายหน้าเศรษฐกิจ” คือ ร้านอาหาร “ชาวกาญจน์” คือ ร้านนวดแผนโบราณ อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 ฉบับแรกก็มีการลงโฆษณาร้านนวดแผนโบราณ ด้วย

ทั้งนี้ จังหวัดกาญจนบุรีเป็นจังหวัดเดียวที่หนังสือพิมพ์ทุกฉบับที่ศึกษาพร้อมใจกันเสนอสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่ากิจการประเภทนี้มีมากในพื้นที่ และเป็นที่นิยมในระดับหนึ่ง หรือ เจ้าของกิจการมีทุนมากจึงลงโฆษณาได้มาก หรือ เจ้าของกิจการสามารถคุมสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้ง 3 ฉบับได้ หรือเจ้าของกิจการและหนังสือพิมพ์เป็นมิตรกัน ฯลฯ

สำหรับรายละเอียดประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมติกาญจน์ นายหน้าเศรษฐกิจ และชาวกาญจน์ จังหวัดกาญจนบุรี ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.6 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดกาญจนบุรี

ชื่อหนังสือพิมพ์	เนื้อหา [ชิ้น / %]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / %]				วัตถุประสงค์	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม	[เรียงจากมากไปน้อย]	ใหญ่	รอง	
1. มติกาญจน์	1 (2.44)	16 (39.02)	11 (26.83)	2 (4.88)	11 (26.83)	0 (0.00)	41 (100)	16 (40.00)	8 (20.00)	16 (40.00)	40 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) รักษา 5) ฟื้นฟู	1	2	ภาพถ่าย
2. นายหน้าเศรษฐกิจ	1 (2.44)	19 (46.34)	10 (24.39)	4 (9.76)	7 (17.07)	0 (0.00)	41 (100)	4 (10.81)	15 (40.54)	18 (48.65)	37 (100)	1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 2) ป้องกัน 3) สร้างเสริม 4) รักษา	0	0	ภาพถ่าย
3. ชาวกาญจน์	2 (4.65)	6 (13.95)	8 (18.60)	2 (4.65)	25 (58.14)	0 (0.00)	43 (100)	25 (64.10)	8 (20.51)	6 (15.38)	39 (100)	1) ป้องกัน 2) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 3) สร้างเสริม 4) รักษา	3	1	ภาพถ่าย การ์ตูน
สรุป	4	41	29	8	**43**	0	**125**	**45**	31	40	**116**	**1) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ** **2) ป้องกัน** **3) สร้างเสริม** **4) รักษา**	**4**	**3**	**ภาพถ่าย การ์ตูน**
	(3.20)	(32.80)	(23.20)	(6.40)	**(34.40)**	(0.00)	**(100)**	**(38.79)**	(26.72)	(34.48)	**(100)**				
[ลำดับที่]	5	2	3	4	**1**	6		**1**	3	2					

6) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจังหวัดสตูล

เสียงทักษิณ ฉบับวิชั่นภาคใต้

6.1) ลักษณะทั่วไป

จังหวัดสตูลเคยมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเมื่อหลายปีก่อน จนกระทั่งเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมาไม่มีหนังสือพิมพ์ ต่อมาเดือนมกราคม พ.ศ. 2547 จึงเกิดหนังสือพิมพ์ฉบับเดียวของสตูล คือ "เสียงทักษิณ ฉบับวิชั่นภาคใต้" ซึ่งเป็นฉบับเดียวที่ทำการศึกษา ออกจำหน่ายรายปักษ์แต่มักช้าไปบ้าง ชื่อนี้เป็นฉบับที่เคยมีผู้อื่นดำเนินการ ต่อมา นายไพศาล หลีเส็น บรรณาธิการคนปัจจุบันซื้อมาบริหารต่อ (และคาดว่าต้นปี 2548 จะเปิดอีกฉบับ)บรรณาธิการเป็นมุสลิมที่เคร่งครัด เคยทำงานหลายอย่าง เช่น งานวารสารหอการค้า ปัจจุบันเป็นประธานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) จังหวัดด้วย ทำให้ยึดแนวเศรษฐกิจ ต่อมาทำงาน กกต. จึงเน้นการเมืองไปด้วย ปัจจุบันเรียกว่าเน้นทุกแนว เพราะสตูลคนน้อย จึงต้องเจาะทุกกลุ่ม มีพื้นที่จำหน่ายหลัก คือ สตูล ที่เหลือเป็นการส่งไปให้สมาชิกที่ไปอยู่ต่างจังหวัด (70:30) ประมาณ 500 ราย เช่น กรุงเทพฯ นครสวรรค์ สงขลา ปัตตานี ยะลา ดังนั้นการพาดหัวข่าวจะเน้นสตูล พาดหัวรองเป็นข่าวจังหวัดใกล้เคียง ยอดพิมพ์ครั้งละ 2,000 - 5,000 ฉบับ โดยเฉลี่ยประมาณ 3,000 ฉบับ (จำหน่ายรายเดือน) ถ้าโฆษณามากพิมพ์เพิ่มขึ้น เพราะต้องให้ผู้ลงโฆษณารายละ 200 - 300 ฉบับ จำนวนหน้าปกติ คือ 12 หน้า ถ้าโฆษณามากขึ้นจะพิมพ์เพิ่มหน้าขึ้นเป็น 18, 20, 24 หน้า

6.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

เนื้อหา 3 ลำดับแรกเกี่ยวกับประเด็นอาหารมากที่สุด (10 ชิ้น) รองลงมาเป็น อโรคยา (9 ชิ้น) และอารมณ์ (6 ชิ้น) และอนามัย (5 ชิ้น) โดยไม่มีประเด็นออกกำลังกายและแอลกอฮอล์ เป็นการนำเสนอด้วยโฆษณา 12 ชิ้น รองลงมาเป็น ข่าว 9 ชิ้น บทความ/บทวิเคราะห์ 7 ชิ้น สำหรับวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร อันดับ 1 เพื่อป้องกัน ไข้หวัดนก ยาเสพติด

และภาวะน้ำท่วม อันดับ 2 เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้าและบริการ อันดับ 3 สร้างเสริม และอันดับ 4 เพื่อรักษา (ดูตารางที่ 4.7)

*ข่าว*ด้านสุขภาพ 4 ประเด็น ได้แก่ อาหาร อารมณ์ อนามัย อโรคยา (ไม่มีประเด็นออกกำลังกาย และแอลกอฮอล์) เน้นเรื่องการ*ป้องกัน* มากที่สุด โดยเฉพาะโรคไข้หวัดนก ยาเสพติด และสภาวะน้ำท่วม ส่วนการ*สร้างเสริม*ให้มีสุขภาพดีและ*การรักษา*โรคพบในลำดับรองลงมา จากการสำรวจพบว่า ไม่มีการนำเสนอข่าวในหน้า 1 เลย แต่พบในหน้า 6, 7, 8, 13, 14 และ 15 ตามลำดับ อีกทั้งทุกข่าวไม่มีภาพประกอบใดๆ ทั้งสิ้น

ส่วนบทความ มีวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร เช่น เพื่อป้องกันโรคผิวหนัง เพื่อป้องกันโรคและสร้างเสริมสุขภาพด้วยสมุนไพร *บทความหรือบทวิเคราะห์*ด้านสุขภาพ ที่ได้รับการนำเสนอในหนังสือพิมพ์เสียงทักษิณ ฉบับวิชั่นภาคใต้ ประกอบด้วย 3 ประเด็น ได้แก่ อนามัย อารมณ์ และอโรคยา (ไม่มีประเด็นออกกำลังกาย อาหาร และแอลกอฮอล์) เป็นบทความที่จัดว่าเป็นบทความประจำ กล่าวคือ นำเสนอประเด็นสุขภาพสู่สายตาผู้อ่านเกือบทุกฉบับ 4 บทความ ซึ่งทั้งหมดมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อป้องกันโรค มีเพียงบทความเดียวที่เสนอเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1) “วิชั่นสุขภาพ” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์คือ นพ.อสิ มะหะมัดยังกี พบในหน้า 14 โดยกล่าวถึงประเด็นสุขภาพด้าน อโรคยา มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อป้องกันโรค เช่น มะเร็งผิวหนัง ไวรัสสายพันธุ์ใหม่ เป็นต้น

2) “วิชั่นโปรดักส์” (มีภาพถ่ายประกอบทุกฉบับ) ไม่ปรากฏชื่อคอลัมนิสต์ พบในหน้า 14 และกล่าวถึงประเด็น อโรคยา มีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ (โน้มน้าวให้ใช้สินค้า)

3) “วิชั่นสมุนไพร” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์คือ อ.ธีระ ศรีวรรณ์ พบในหน้า 10 หรือ 14 เป็นบทความที่กล่าวถึงประเด็นสุขภาพด้านอนามัย อารมณ์ และอโรคยา เพื่อให้ผู้อ่านรู้จักป้องกันตนเองจากโรคภัยไข้เจ็บโดยใช้สมุนไพรเป็นหลัก และเพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพดีด้วยสมุนไพรเป็นวัตถุประสงค์รอง

4) “ขอคุยด้วยคน” (ไม่มีภาพประกอบ) คอลัมนิสต์ใช้นามแฝงว่า ซูเรีย พบในหน้า 8 เป็นบทความที่ถ่ายทอดทัศนะของประชาชนต่อปัญหาโรคเอดส์ จึงกล่าวถึงประเด็นสุขภาพด้าน อโรคยา มีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันโรคหรือปัจจัยที่คุกคามสุขภาพ

โฆษณาที่พบทุกฉบับ คือ ร้านอาหาร โดยมีลักษณะพิเศษต่างจากจังหวัดอื่น คือ นำเสนอร้านอาหารทีผ่านเกณฑ์ GMP (มีภาพประกอบ) โดยกลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภค สาธารณสุข จังหวัดสตูล ซึ่งเป็นการโฆษณาร้านอาหารอย่างสร้างสรรค์ ได้ประโยชน์ทั้งผู้บริโภคและร้านอาหาร น่าจะมีผลให้ร้านที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์พัฒนาให้ผ่านเกณฑ์ดังกล่าว นอกจากนี้ พบโฆษณาเครื่องสำอางในหน้า 1 และ หน้า 15 ในบางฉบับ (มีภาพ presenter เป็นผู้หญิงมุสลิม)

ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ อยู่ที่ “โฆษณา” กล่าวได้ว่าโฆษณาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ฉบับนี้เป็น *“โฆษณาสีขาว”* เนื่องจากเป็น*หนังสือพิมพ์ฉบับเดียวที่พบ*ในการวิจัยครั้งนี้ที่ปราศจากโฆษณาอบายมุขทั้งปวง เนื่องจาก นายไพศาล หลีเส็น บรรณาธิการใช้หลักศาสนาอิสลามเป็นแนวปฏิบัติ เป็นจรรยาบรรณในการรับโฆษณา บรรณาธิการบอกว่า *“ไม่รับโฆษณาอบายมุขทั้งหลาย เหล้า-เบียร์ คาราโอเกะ ไม่ใบ้หวย”*

ทั้งนี้ รายละเอียดประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เสียงทักษิณ ฉบับวิชั่นภาคใต้ จังหวัดสตูล ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น จังหวัดสตูล

ชื่อหนังสือพิมพ์	เนื้อหา [ชิ้น / %]							รูปแบบการนำเสนอ [ชิ้น / %]				วัตถุประสงค์ [เรียงจากมากไปน้อย]	ข่าวพาดหัว [ชิ้น]		ภาพประกอบ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	รวม	ข่าว	บทความ / บทวิเคราะห์	โฆษณา	รวม		ใหญ่	รอง	
1. เสียงทักษิณ ฉบับวิชั่นภาคใต้	0 (0.00)	10 (33.33)	6 (20.00)	5 (16.67)	9 (30.00)	0 (0.00)	30 (100)	9 (32.14)	7 (25.00)	12 (42.86)	28 (100)	1) ป้องกัน 2) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ 3) สร้างเสริม 4) รักษา	0	0	ภาพถ่าย
สรุป	0 (0.00)	**10** **(33.33)**	6 (20.00)	5 (16.67)	9 (30.00)	0 (0.00)	**30** **(100)**	9 (32.14)	7 (25.00)	**12** **(42.86)**	**28** **(100)**	**1) ป้องกัน** **2) โน้มน้าวให้ใช้สินค้า/บริการ** **3) สร้างเสริม** **4) รักษา**	**0**	**0**	**ภาพถ่าย**
[ลำดับที่]	5	**1**	3	4	2	5		2	3	**1**					

4.2 วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด จาก 6 จังหวัด รวมจำนวนทั้งสิ้น 14 สถานี ผลการศึกษาเป็นดังนี้

4.2.1 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดโดยภาพรวม

1) ลักษณะทั่วไป

สถานีวิทยุกระจายเสียงทั้ง 14 สถานีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย สถานีวิทยุแม่ข่ายหลัก 3 แบบ คือ

◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) 5 สถานี ได้แก่ จังหวัดแพร่ จังหวัดนครพนม จังหวัดจันทบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และ จังหวัดสตูล

◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) 4 สถานี ได้แก่ จังหวัดแพร่ จังหวัดนครพนม จังหวัดจันทบุรี และ จังหวัดสตูล

◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงของทหารหรือตำรวจ 5 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุตำรวจตระเวนชายแดน (ตชด.) จังหวัดแพร่ สถานีวิทยุกองทัพภาค 2 (สว.ทภ.2) จังหวัดนครพนม สถานีวิทยุทหารอากาศ 012 (ทอ 012) จังหวัดนครปฐม สถานีวิทยุทหารอากาศ 016 (ทอ 016) จังหวัดจันทบุรี และสถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดทหารบกกาญจนบุรี (จทบ.) จังหวัดกาญจนบุรี

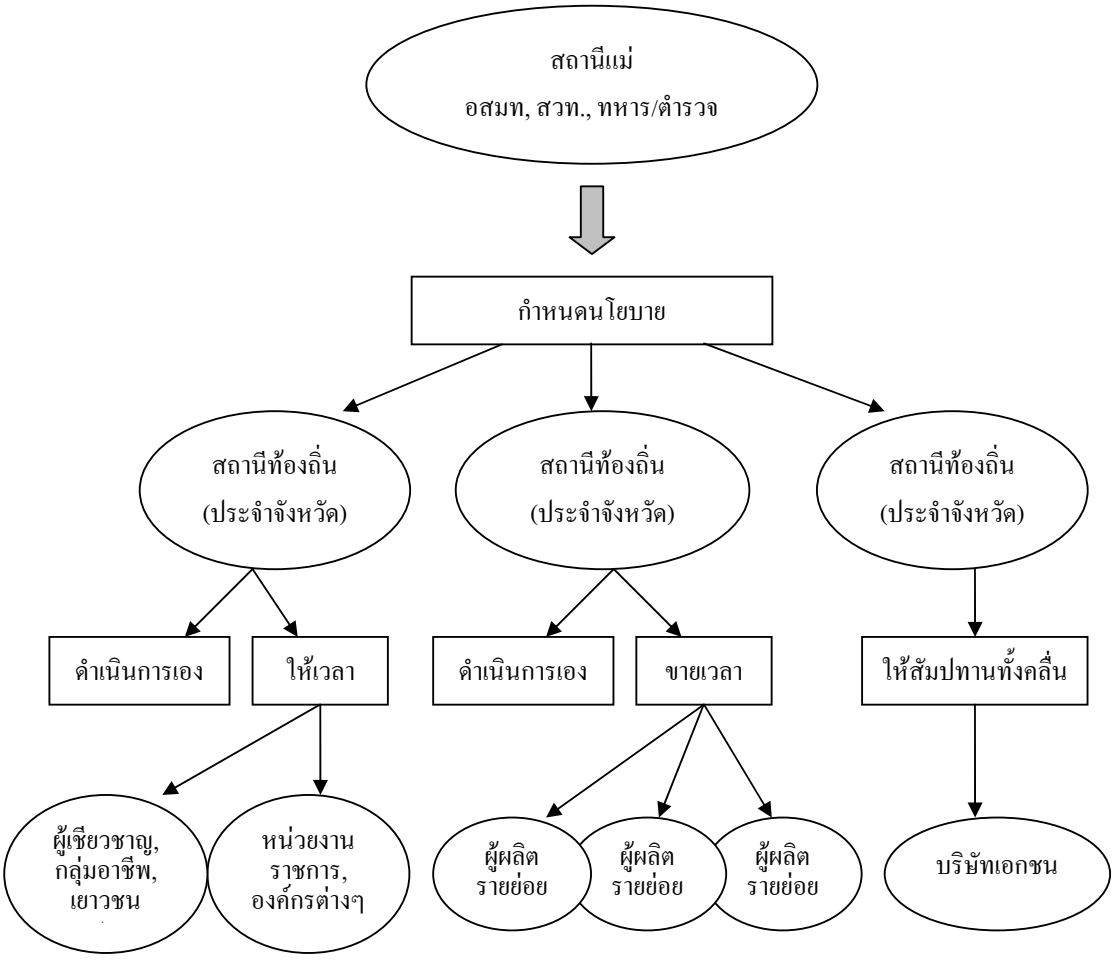
สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดจะดำเนินงานตามนโยบายของสถานีแม่ข่ายที่กำหนดไว้ ทั้งในแง่ของเวลาการกำหนดเวลาออกอากาศและในแง่ของลักษณะเนื้อหารายการในภาพกว้าง แต่อย่างไรก็ดีรูปแบบของการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

ประเภทที่ 1 สถานีวิทยุฯ ท้องถิ่นดำเนินการผลิตรายการเองส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่งคือ สถานีฯ ให้เวลาแก่หน่วยงานราชการ, องค์กรของรัฐ, นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาในด้านต่างๆ รวมทั้ง กลุ่มอาชีพต่างๆ และเยาวชน มาดำเนินรายการโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ทั้งนี้สัดส่วนการแบ่งสรรเวลาจะขึ้นอยู่กับการพิจารณาของผู้อำนวยการสถานีหรือนายสถานีประจำจังหวัดนั้นๆ

ประเภทที่ 2 สถานีวิทยุฯ ท้องถิ่นดำเนินการผลิตรายการเองส่วนหนึ่งและอีกส่วนหนึ่ง ให้บริษัทเอกชน ผู้ผลิตรายการรายย่อย หรือนักจัดรายการอิสระมาเช่าเวลาจัดรายการ

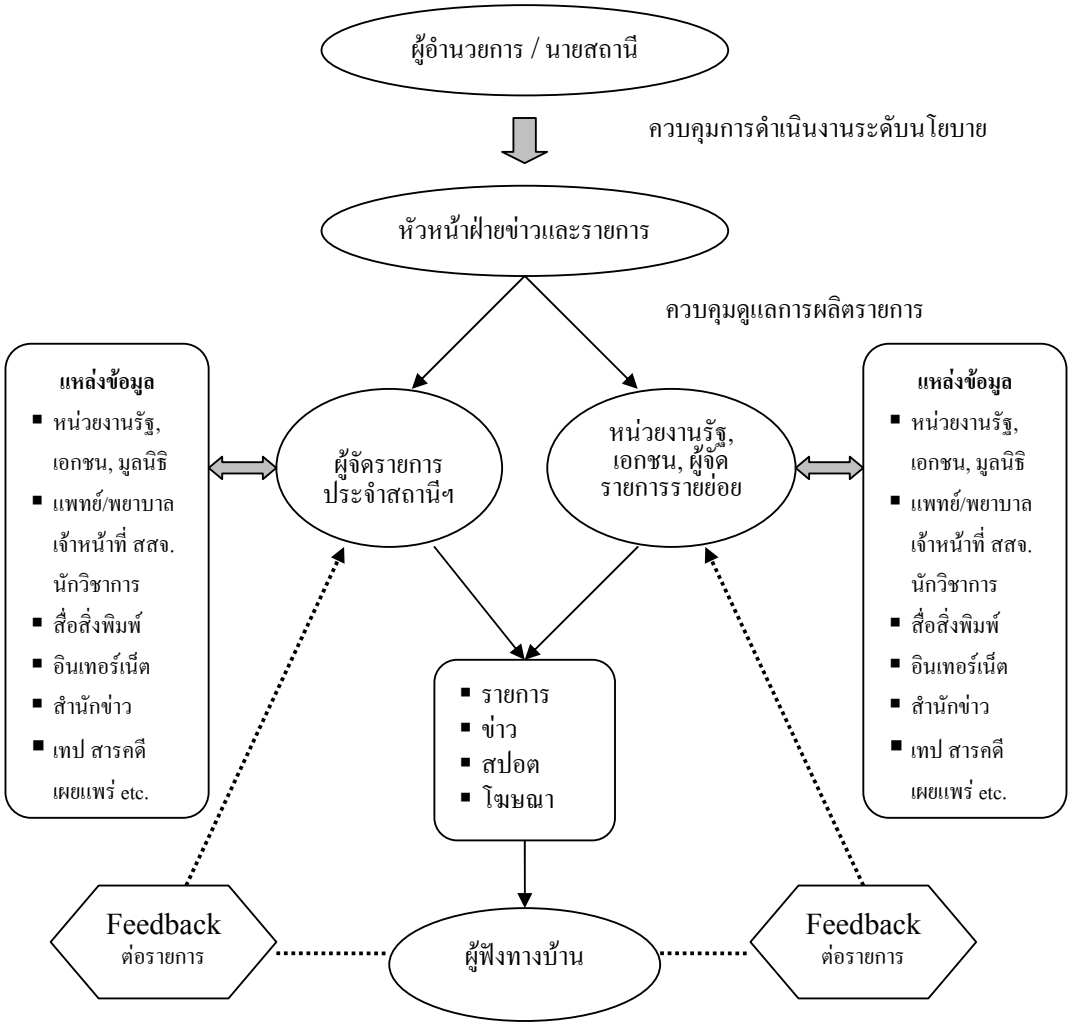
ประเภทที่ 3 สถานีวิทยุฯ ท้องถิ่นให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนดำเนินการผลิตรายการทั้งคลื่น โดยผู้อำนวยการสถานีฯ หรือนายสถานีฯ จะมีบทบาทหน้าที่เพียงผู้คอยตรวจสอบความเรียบร้อย และคอยตรวจตราไม่ให้บริษัทเอกชนนำเสนอเนื้อหาที่ชัดต่อนโยบายของสถานีฯ โดยเฉพาะในเรื่องของการนำเสนอโฆษณา

ลักษณะการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนั้นสามารถสรุปเป็นแผนผังได้ดังนี้



แผนผังที่ 4.2 การดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

สำหรับขั้นตอนการผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนั้น สามารถสรุปเป็นแผนผังได้ดังนี้



แผนผังที่ 4.3 ขั้นตอนการผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

จากแผนผังข้างต้น แสดงให้เห็นขั้นตอนการผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ซึ่งเริ่มจากผู้อำนวยการสถานีหรือนายสถานีทำหน้าที่ควบคุมการดำเนินงานในระดับนโยบาย โดยคำนึงถึงนโยบายของสถานีแม่ข่ายเป็นสำคัญ และมอบหมายให้หัวหน้าฝ่ายข่าวและรายการ เป็นผู้ทำทำหน้าที่หลักในการควบคุมดูแลการผลิต

รายการอย่างใกล้ชิด ซึ่งการผลิตรายการต่างๆ นั้น สถานีฯ ส่วนใหญ่จะมี่ผู้ผลิตรายการ 2 กลุ่ม ด้วยกัน คือ ผู้จัดรายการประจำสถานีฯ และ ผู้จัดรายการรายย่อยซึ่งอาจเป็นตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งรัฐและเอกชนที่ได้รับการแบ่งสรรเวลา หรือเช่าเวลาในการจัดรายการ ในการผลิตรายการต่างๆ นั้น ผู้จัดรายการทั้ง 2 กลุ่ม จะได้รับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ไม่แตกต่างกัน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน, มูลนิธิ แพทย์/พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัด นักวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สำนักข่าว เทป สารคดีเผยแพร่ ฯลฯ ทั้งนี้ผู้จัดรายการมีบทบาททั้งเป็นผู้รับข้อมูลและเป็นผู้แสวงหาข้อมูลจากแหล่งข่าวดังกล่าวด้วย เมื่อได้ข้อมูลแล้ว ผู้จัดรายการมีหน้าที่นำเสนอข้อมูลดังกล่าวสู่ผู้ฟังในรูปแบบต่างๆ ทั้งข่าว รายการ สปอต และโฆษณา และผู้ฟังบางส่วนจะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อเนื้อหารายการ รวมทั้งต่อการดำเนินรายการของผู้จัดรายการด้วยรูปแบบต่างๆ กลับมายังผู้จัดรายการทั้ง 2 กลุ่ม ทั้งทางโทรศัพท์ โทรสาร จดหมาย อีเมล์หรือการส่งข้อความผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

สถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ทั้ง 14 สถานี สามารถจำแนกตามขอบเขตจังหวัดที่เป็นพื้นที่ในการศึกษาวิจัย 6 จังหวัด ได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.8 การดำเนินงานและสัดส่วนการผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

จังหวัด	สถานีวิทยุฯ	ชั่วโมงออกอากาศ		การถ่ายทอด		หมายเหตุ
		ต่อวัน	ต่อสัปดาห์	ส่วนกลาง	ส่วนท้องถิ่น	
แพร่	- อสมท FM 93 MHz	24	168	50%	50%	
	- สวท. FM 91 MHz	19	133	50%	50%	
	- *ตชด. *FM 106 MHz*	19	133	30%	70%	
นครพนม	- อสมท FM 93.5MHz	24	168	50%	50%	
	- สวท. FM 90.25 MHz	19	133	50%	50%	
	- **สว.ทภ2 FM 98.75 MHz*	20	140	48%	52%	
นครปฐม	- ทอ 012 AM 1368 KHz	19	133	25%	75%	
จันทบุรี	- อสมท FM 95.25 MHz	24	168	50%	50%	
	- สวท. FM 90.25 MHz	19	133	50%	50%	
	- **ทอ 016 FM 93.25 MHz*	19	133	25%	75%	
กาญจนบุรี	- สวท. AM 891 KHz	19	133	50%	50%	
	- *จทบ. *FM 92.75 MHz*	24	168	15%	23%**	** ถ่ายทอดจากบริษัทอีก 62%
สตูล	- อสมท FM 93.25 MHz	24	168	50%	50%	
	- สวท. FM 95.50 MHz	19	133	50%	50%	

**สถานีวิทยุที่ให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนดำเนินงานทั้งคลื่น*

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยพบว่า การดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงส่วนใหญ่เป็นไปในเชิงพาณิชย์ โดยจะให้บริษัทเอกชนหรือผู้จัดรายการอิสระเช่าเวลาผลิตรายการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานีวิทยุ 4 แห่งที่ให้สัมปทานแก่บริษัทเอกเชนดำเนินกิจการทั้งคลื่น ดังปรากฏตัวเอียงในตารางข้างต้น ได้แก่ 1) สถานีวิทยุ ตชด. จังหวัดแพร่ 2) สถานีวิทยุ ทภ. จังหวัดนครพนม 3) สถานีวิทยุ ทอ 016 จังหวัดจันทบุรี และ 4) สถานีวิทยุ จทบ. จังหวัดกาญจนบุรี สำหรับรูปแบบการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงทั้ง 14 สถานีนั้น แบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ถ่ายทอดสดจากส่วนกลาง (สถานีแม่) และสถานีท้องถิ่นดำเนินการเอง สถานีวิทยุส่วนมากจะมีสัดส่วนการผลิตรายการส่วนกลางกับส่วน

ท้องถิ่นอยู่ที่ 50-50% ยกเว้นสถานีที่ให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนดำเนินดำเนินการทั้ง 4 สถานี ที่ได้กล่าวไปแล้ว และสถานีวิทยุ ทอ 012 กำแพงแสน จังหวัดนครปฐม ที่มีการกำหนดสัดส่วนการถ่ายทอดรายการแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของสถานีแม่ แต่โดยสรุปแล้วทั้ง 5 สถานี กำหนดสัดส่วนการถ่ายทอดรายการจากส่วนท้องถิ่นมากกว่าถ่ายทอดจากส่วนกลาง

2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสถานีวิทยุกระจายเสียง แบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ คือ 1) รายการสุขภาพโดยตรง 2) สปอต 3) โฆษณา และ 4) แทรกอยู่ในรายการอื่นๆ โดยเฉพาะรายการข่าวท้องถิ่น และรายการสาระทั่วไป ดังปรากฏในตารางข้างล่างนี้

ตารางที่ 4.9 รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพผ่านวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

จังหวัด	สถานีวิทยุฯ	การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ			
		รายการสุขภาพ (ชม./สัปดาห์)	สปอตสุขภาพ	โฆษณา	ลักษณะอื่น
แพร่	- อสมท FM 93 MHz	-	✓	✓	แทรกในรายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น
	- สวท. FM 91 MHz	3 ชม.	✓	✓	ถ่ายทอดรายการเวทีสัญจร
	- ตชด. FM 106 MHz	25 ชม.35 นาที	-	✓	
นครพนม	- อสมท FM 93.5MHz	17 ชม. 30 นาที	✓	✓	แทรกในรายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น
	- สวท. FM 90.25 MHz	4 ชม.45 นาที	✓	✓	แทรกในรายการสารพันรับอรุณ
	- กองทัพภาค 2 FM 98.75 MHz	21 ชม.	✓	✓	แทรกในช่วงข่าวบริการสังคม
นครปฐม	- ทบ 012 AM 1368 KHz	5 ชม.25 นาที	✓	✓	แทรกในรายการสาระข่าวสาร
จันทบุรี	- อสมท FM 95.25 MHz	4 ชม.30 นาที	✓	✓	แทรกในรายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น, รายการ อสมท เพื่อชุมชน
	- สวท. FM 90.25 MHz	6 ชม.	✓	✓	แทรกในรายการข่าวท้องถิ่น
	- ทอ 016 FM 93.25 MHz	-	-	✓	แทรกในรายการเพลงรักจากฟลอร่า
กาญจนบุรี	- สวท. AM 891 KHz	1 ชม.15 นาที	✓	✓	
	- จทบ. FM 92.75 MHz	-	✓	✓	ประสาน สสจ. “ภาคีสื่อเพื่อสุขภาพ” พูดเรื่องสุขภาพแทรกช่วงต่างๆ
สตูล	- อสมท FM 93.25 MHz	-	✓	✓	แทรกในรายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น, ข่าวท้องถิ่น
	- สวท. FM 95.50 MHz	4 ชม.50 นาที	✓	✓	

จากตารางดังกล่าว จะเห็นได้ว่า เกือบทุกสถานีมีการผลิตรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพโดยตรง ยกเว้น 3 สถานี คือ 1) สถานีวิทยุ อสมท จังหวัดแพร่ 2) สถานีวิทยุ ทอ จังหวัดจันทบุรี และ 3) สถานีวิทยุ อสมท จังหวัดสตูล สรุปได้ว่าจังหวัดที่มีสัดส่วนการนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพโดยตรงมากที่สุดคือ จังหวัดนครพนม ซึ่งรวมเวลารายการสุขภาพจาก 3 สถานี ได้ทั้งสิ้น 43 ชั่วโมง 15 นาที ต่อสัปดาห์ สรุปได้ว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนครพนมมีการนำเสนอรายการสุขภาพเฉลี่ยสถานีละ 14 ชั่วโมง 25 นาที รองลงมาคือจังหวัดแพร่ รวมการนำเสนอรายการสุขภาพจาก 2 สถานี (เนื่องจากสถานี อสมท จังหวัดแพร่ ไม่มีรายการด้านสุขภาพโดยตรง) ได้ 28 ชั่วโมง 35 นาที คิดเฉลี่ยเป็นสถานีละ 9 ชั่วโมง 32 นาที ส่วนจังหวัดที่มีสัดส่วนการผลิตรายการสุขภาพน้อยที่สุดคือ จังหวัดกาญจนบุรี มีสัดส่วนเพียง 1 ชั่วโมง 15 นาที หรือเฉลี่ยสถานีละ 38 นาที และ จังหวัดสตูล นำเสนอ 4 ชั่วโมง 50 นาที หรือสถานีละ 2 ชั่วโมง 25 นาที

สปอตที่นำเสนอเนื้อหาสุขภาพนั้น จะพบได้ในเกือบทุกสถานี ยกเว้น สถานีวิทยุ ตชด.จังหวัดแพร่ และ สถานีวิทยุ ทอ จังหวัดจันทบุรี ที่ไม่มีสปอตด้านสุขภาพ สปอตที่พบทั้งหมดเป็นเทปที่ทางสถานีฯ ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ปปส.) และโรงพยาบาลต่างๆ เนื้อหามักเกี่ยวกับ **อโรคยา** เช่น รณรงค์เรื่องยาเสพติด (ปปส.) ไข้หวัดนก (สสจ.) และ**สร้างเสริมสุขภาพ** เช่น สปอต “สุขภาพดีชีวีมีสุข” (มหาวิทยาลัยบูรพา), “2 นาทีชีวีมีสุข” (อย.) วัตถุประสงค์ในการนำเสนอสปอตสุขภาพส่วนใหญ่เพื่อ**ป้องกันโรค** รองลงมาคือ **สร้างเสริมสุขภาพ** ในจำนวนสถานีวิทยุฯ 12 สถานีที่มีสปอตนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพนั้น มีเพียงสถานีแห่งเดียวที่ผลิตสปอตเอง คือ สถานีวิทยุ สวท. จันทบุรี ผลิตสปอตรณรงค์เรื่องยาเสพติด

สำหรับโฆษณาที่ปรากฏในรายการของสถานีวิทยุทั้ง 14 แห่งนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นโฆษณาสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ส่วนสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพที่พบมากที่สุดคือ ยารักษาโรคและสมุนไพร ในการโฆษณายานั้นจะต้องผ่านการขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ก่อน โดยจะต้องกำหนดคำโฆษณาสรรพคุณอย่างละเอียด ห้ามโฆษณาเกินจากที่ได้รับอนุญาต นอกจากนั้นจะพบโฆษณาเครื่องสำอาง ร้างอาหาร สปา รวมทั้งโรงพยาบาลด้วย

นอกจากรายการด้านสุขภาพโดยตรง สปอต และโฆษณาแล้ว สถานีวิทยุส่วนใหญ่จะนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ**แทรกในรายการอื่น ๆ** ด้วย มักอยู่ในรายการประเภทข่าวท้องถิ่น และรายการประเภทสาระน่ารู้ ส่วนมากจะเป็นเนื้อหาประเภท**อโรคยา** แต่หลายรายการมีเนื้อหาหลากหลาย ทั้ง 6 อ. ขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินรายการจะหยิบยกเรื่องใดมาพูด และขึ้นอยู่กับสถานการณ์ วัตถุประสงค์มักเป็นการ**ป้องกันโรค และสร้างเสริมสุขภาพ**

หากพิจารณารายการที่นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพโดยตรงแล้ว แต่ละสถานีจะผลิต**รายการสุขภาพ** ตั้งแต่ 2-7 รายการ คิดเป็นสัดส่วนไม่มากนักเมื่อเทียบกับปริมาณการนำเสนอรายการอื่นๆ ทั้งหมด เนื้อหาเป็นเรื่อง**อโรคยา**มากที่สุด และยังมีเนื้อหาสุขภาพประเภทอื่นๆ ปนอยู่บ้าง แต่ไม่พบเนื้อหาด้านแอลกอฮอล์ นอกจากนั้นยังมีหลายรายการที่นำเสนอเนื้อหาโดยรวมๆ ไม่สามารถแยกประเภทได้ สำหรับ**วัตถุประสงค์**ในการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพนั้นใน 1 รายการพบว่าอาจมีวัตถุประสงค์มากกว่า 1 อย่าง ข้อที่พบมากที่สุดคือ **ป้องกันโรค** รองลงมาคือ**สร้างเสริมสุขภาพ** ส่วนรายการที่มีวัตถุประสงค์ในการรักษาโรคมักจะเป็นรายการที่มีแพทย์เป็นผู้ดำเนินรายการ สำหรับวัตถุประสงค์ในการฟื้นฟูสุขภาพนั้น พบน้อยที่สุด ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.10 รายการสุขภาพที่นำเสนอทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

จังหวัด	สถานีวิทยุฯ	รายการสุขภาพ (ช.ม. / สัปดาห์)
แพร่	- อสมท FM 93 MHz	-
	- สวท. FM 91 MHz	- **คุยเพลินเชิญฟังกับสาธารณสุข** *(6 อ*)* สร้างเสริมสุขภาพ, ป้องกัน - **เพื่อนสุขภาพ** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ - **คลื่นใสวัยทีน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน
	- ตชด. FM 106 MHz	- **เพลงรักจากกาโนโซป** *(อนามัย)* สร้างเสริมสุขภาพ - **เพลงรักจากฟลอร่า** *(อารมณ์)* สร้างเสริมสุขภาพ - **แม่ครัวชวนชิมฉลากทองชวนทำ** *(อาหาร)* สร้างเสริมสุขภาพ - **สมาร์ทเรดิโอ** *(อนามัย)* สร้างเสริมสุขภาพ - **เพลงใหม่ไต่อันดับ** *(ออกกำลังกาย อนามัย อ โรคยา)* สร้างเสริมสุขภาพ, ป้องกัน - **เพื่อนเพื่อเพื่อน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน
นครพนม	- อสมท FM 93.5MHz	- **อสมท เพื่อชุมชน** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ, ป้องกัน, รักษา - **โมเดิร์นไลฟ์สไตล์** *(อารมณ์ อนามัย)* สร้างเสริมสุขภาพ
	- สวท. FM 90.25 MHz	- **ชุมชนคนนคร-สุขภาพดีไม่มีขายฯ** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **โรงพยาบาลปลาปากเพื่อชุมชน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน, รักษา - **คลื่นใสวัยทีน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **สมาคมเปี่ยมรัก** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ
	- กองทัพภาค 2 FM 98.75 MHz	- **ลูกทุ่งอมตะจากแอสปาล** *(อารมณ์)* สร้างเสริมสุขภาพ - **ถ้วยทอง** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ - **สมาร์ทเรดิโอ** *(อาหาร ออกกำลังกาย อ โรคยา)* สร้างเสริมสุขภาพ, ป้องกัน - **ไวไว** *(อาหาร)* สร้างเสริมสุขภาพ
นครปฐม	- ทอ 012 AM 1368 KHz	- **เสียงสุขภาพ** *(อ โรคยา)* ป้องกัน, สร้างเสริมสุขภาพ, ป้องกัน - **ลูกทุ่งเสียงใสใส่ใจสุขภาพ** *(อ โรคยา)* ป้องกัน

*6 อ หมายถึง อาหาร ออกกำลังกาย อโรคยา อนามัย อารมณ์ และแอลกอฮอล์

ตารางที่ 4.10 รายการสุขภาพที่นำเสนอทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด (ต่อ)

จังหวัด	สถานีวิทยุ	รายการสุขภาพ (ช.ม. / สัปดาห์)
จันทบุรี	- อสมท FM 95.25 MHz	**- ประสานใจต้านภัยยาเสพติด** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **พบคนเมืองจันท์ – สุขภาพดีชีวีมีสุข** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ
	- สวท. FM 90.25 MHz	- **เส้นทางสุขภาพ** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **เพื่อนเพื่อเพื่อน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **พบหมอทางอากาศ** *(อ โรคยา)* ป้องกัน/รักษา - **สาธารณสุขเพื่อประชาชน** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ - **คลื่นใสวัยทีน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **คลื่นสีขาว** *(อ โรคยา)* ป้องกัน
	- ทอ 016 FM 93.25 MHz	-
กาญจนบุรี	- สวท. AM 891 KHz	- **เสียงจากสาธารณสุข** *(อ โรคยา)* ป้องกัน, รักษา - **เพื่อนเพื่อเพื่อน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน
	- จทบ. FM 92.75 MHz	-
สตูล	- อสมท FM 93.25 MHz	-
	- สวท. FM 95.50 MHz	- **สาระเพื่อประชาชน** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ - **คลื่นใสวัยทีน** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **สาระเพื่อสุขภาพ** *(อ โรคยา)* ป้องกัน - **เพลินเพลงกับสำนักส่งเสริมสุขภาพ** *(6 อ)* สร้างเสริมสุขภาพ - **สังคมเดียวกัน** *(อารมณ์)* ฟื้นฟู, สร้างเสริมสุขภาพ - **เพลินเพลงกับสมาคมวางแผนครอบครัว** *(อ โรคยา, อารมณ์)* ป้องกัน

4.2.2 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดแต่ละจังหวัด

1) วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดแพร่

คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาวิจัยสถานีวิทยุในจังหวัดแพร่จำนวนทั้งสิ้น 3 สถานี ได้แก่

- สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดแพร่
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดแพร่
- สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน (ตชด.) ค่ายพญางำเมือง จังหวัดแพร่

สถานีวิทยุทั้ง 3 สถานีข้างต้นนี้ กระจายเสียงด้วยระบบ FM ทั้งสิ้น โดยมีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุม จังหวัดแพร่ ลำปาง พิษณุโลก น่าน อุตรดิตถ์ พะเยา สุโขทัย เลย และเพชรบูรณ์ ในจำนวน 3 สถานี มี 1 สถานีที่ให้สัมปทานแก่เอกชนดำเนินกิจการทั้งคลื่น คือ สถานีวิทยุฯ ตชด. ซึ่งเป็นสถานีที่นำเสนอรายการสุขภาพโดยตรงในสัดส่วนมากที่สุดเมื่อเทียบกับสถานีวิทยุอีก 2 แห่งในจังหวัดแพร่ รวมทั้งเมื่อเทียบกับสถานีวิทยุอื่นอีก 6 จังหวัดด้วย คือ 25 ชั่วโมง 35 นาที แต่ไม่มีสปอตสุขภาพ และไม่มีการนำเสนอเสาระด้านสุขภาพในรายการอื่นๆ และใน 3 สถานีนี้ มี 1 สถานีที่ไม่มีรายการสุขภาพ คือ สถานีวิทยุ อสมท แต่นำเสนอเนื้อหาสุขภาพในรูปแบบของสปอตและแทรกในรายการอื่นๆ สถานีวิทยุฯ ทั้ง 3 สถานีมีรายละเอียดการดำเนินกิจการดังต่อไปนี้

1.1) สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดแพร่ (คลื่น FM 93 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท จังหวัดแพร่ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 69 ถนนราษฎร์ดำเนิน ตำบลในเวียง อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดแพร่ จังหวัดลำปาง จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดน่าน จังหวัดอุตรดิตถ์ และ จังหวัดพะเยา เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง ปัจจุบันอยู่ภายใต้การป้องกันดูแลของ นายกิจ

ชัยยงค์ พงษ์สิริ นายสถานีวิทยุ อสมท จังหวัดแพร่ การดำเนินกิจการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) ถ่ายทอดจากส่วนกลาง 2) สถานีฯ ท้องถิ่นดำเนินการเอง

หากพิจารณาจากผังรายการประจำเดือนตุลาคม 2547 นี้จะเห็นว่า ในส่วนแรกที่ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลางนั้น คิดเป็นเวลาประมาณ 12 ชั่วโมง ต่อวัน เป็นการถ่ายทอดข่าวจากวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ข่าวจากสำนักข่าวไทย ข่าวพระราชสำนัก ข่าว BBC รายการก้าวทันโลก รายการเจาะกระแสโลก รายการถึงลูกถึงคน ทางช่อง 9 และรายการ super station หลังเที่ยงคืน ในส่วนที่สถานีท้องถิ่นดำเนินการเองนั้น คิดเป็นเวลา 11 ชั่วโมง 30 นาที แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ สถานีจัดรายการเอง และสถานีให้บริษัทเอกชนเช่าเวลา

ในส่วนที่ทางสถานีท้องถิ่นจัดรายการเองนั้น คิดเป็นเวลาประมาณ 4 ชั่วโมง มีนักจัดรายการฯ ของสถานี คือ ดีเจกุ้ง (นวพร เชี่ยวชาญ) เป็นผู้ดำเนินรายการ ในส่วนนี้จะไม่มีโฆษณา เนื้อหาเป็นเรื่องข่าวสารความรู้ทั่วไปในท้องถิ่น ได้แก่ รายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น รายการ อสมท เพื่อชุมชน และรายการ อสมท วาไรตี้ ในส่วนที่ทางสถานีให้บริษัทเอกชน ชื่อบริษัทวิทยุระนองเช่าเวลาในการจัดรายการนั้น ทางบริษัทให้นักจัดรายการท้องถิ่นดำเนินรายการ รวมเวลาประมาณ 8 ชั่วโมง ส่วนนี้อนุญาตให้มีโฆษณาได้ เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นรายการบันเทิง เปิดเพลงประเภทต่างๆ เช่น รายการวาไรตี้เพลงฮิต รายการแต่งแต้มตัวโน๊ต รายการถนนดนตรี รายการสถาบันลูกทุ่ง รายการเพลงรักจากเวียงโกศัย รายการเพลงเพื่อคุณ รายการมิวสิครีเควส เป็นต้น นอกจากนั้นจะมีรายการพูดคุยทั่วไปปนอยู่บ้าง เช่น รายการ 93 ตามสบาย รายการเก็บตะวัน เป็นต้น

โดยรวมแล้วไม่มีรายการที่เกี่ยวกับสุขภาพโดยตรงเลย แต่จะมีเนื้อหาที่เป็นความรู้เกี่ยวกับสุขภาพแทรกอยู่ทุกบางรายการ โดยเฉพาะ**รายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น** ทั้งนี้นายสถานีฯ กล่าวว่าขาดข้อมูลด้านสุขภาพ ถ้ามีองค์กรจัดสรรข้อมูลด้านสุขภาพให้ พร้อมจะจัดเวลาให้มีรายการเกี่ยวกับสุขภาพทันที

1.2) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดแพร่ (คลื่น FM 91 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียง สวท. จังหวัดแพร่ ตั้งอยู่ที่เลขที่ 28/10 หมู่ 7 ตำบลป่าแมต อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เริ่มทดลองออกอากาศครั้งแรกในเดือนตุลาคม พ.ศ.2536 และมีพิธีเปิดสถานีฯ อย่างเป็นทางการในวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2537 มีพื้นที่ออกอากาศครอบคลุมจังหวัดแพร่ ลำปาง พิษณุโลก น่าน อุตรดิตถ์ พะเยา สุโขทัย เลย เพชรบูรณ์ และภูพิงค์ จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจุบันสถานีฯ อยู่ภายใต้การดูแลของนายสมคิด บุญถาวร ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีฯ และมีนางสาวชนิศา ชมศิลป์ ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าฝ่ายข่าวและรายการ

สถานีแห่งนี้ ออกอากาศ 19 ชั่วโมงต่อวัน ตั้งแต่เวลา 5.00-24.00 น. โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน คือ เนื้อหาที่ถ่ายทอดจากส่วนกลาง ร้อยละ 50 (9 ชั่วโมง 30 นาที) และเนื้อหาที่สถานีฯ ผลิตเอง ร้อยละ 50 (9 ชั่วโมง 30 นาที) สำหรับส่วนที่สถานีฯ ผลิตเนื้อหาเองนั้น มีทั้งเจ้าหน้าที่จัดรายการของสถานีเอง และแบ่งเวลาให้หน่วยงานต่างๆ มาจัดรายการ เช่น รายการมีนัดกับจัดหางาน (สำนักงานจัดหางาน) รายการเรือนจำพบประชาชน (เรือนจำ จังหวัดแพร่) รายการคลินิกช่าง (ศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน) รายการข่าวการศึกษานารีรัตน์ (โรงเรียนนารีรัตน์) รายการเขตพื้นที่การศึกษาแพร่พบเพื่อนครู (พื้นที่เขตการศึกษา จังหวัดแพร่) รายการใกล้เที่ยงคุยเรื่องป่าไม้ (สำนักงานจัดการป่าไม้ที่13) เป็นต้น

สำหรับรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพโดยตรงนั้น มี 3 รายการ ได้แก่ รายการคุยเพลินเชิญฟังกับสาธารณสุข รายการเพื่อนสุขภาพ และรายการคลื่นใสวัยทีน **สำหรับรายการคุยเพลินเชิญฟังกับสาธารณสุข** นั้นออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 11.30-12.00 น. โดยสาธารณสุข จังหวัดแพร่ **รายการเพื่อนสุขภาพ** ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 11.30-12.00 น. โดยโรงพยาบาลแพร่ และ**รายการคลื่นใสวัยทีน** ออกอากาศทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 15.00-16.00 น. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการจัดรายการจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นโครงการอบรมดีเจเยาวชน ให้ฝึกจัดรายการวิทยุ โดยเนื้อหาหลักของรายการคือการรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด

จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสถานีฯ และหัวหน้าฝ่ายข่าวและรายการ ทำให้ทราบข้อมูลที่น่าสนใจของทางสถานีคือ ได้มีการจัดรายการวิทยุสัญจร ไปจัดเวทีตามโรงเรียนต่างๆ เดือนละ 2 ครั้ง เปิดประเด็นให้เด็กและเยาวชนได้มีโอกาสพูดคุย แสดงความคิดเห็นใน

เรื่องต่างๆ เกี่ยวกับตนเอง โดยประเด็นในการอภิปรายจะเป็นประเด็นพื้นฐานใกล้ตัวเด็ก เช่น ยาเสพติด การมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียน เป็นต้น

1.3) สถานีวิทยุกระจายเสียงตำรวจตระเวนชายแดน (ตชด.) ค่ายพญางำเมือง จังหวัดแพร่ (คลื่น FM 106.0 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียง ตชด. จังหวัดแพร่ ตั้งอยู่ที่ ตำบลแม่จั๊ว อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ ออกอากาศ 19 ชั่วโมง ตั้งแต่ 05.00-24.00 น. บริษัทสมาร์ทบอมบ์ (Smart Bomb) ได้รับสัมปทานดำเนินกิจการของสถานีตั้งแต่ปี พ.ศ.2533 (สัญญาครั้งละ 2 ปี) โดยมีนายสถิต ตาราช เป็นผู้ป้องกันดูแลการทำงานของบริษัทฯ ทางบริษัทต้องส่งผังรายการไปยังนายสถานีฯ ทุกเดือน ทางสถานีฯ กำหนดสัดส่วนเนื้อหารายการได้เป็น ข่าวสารความรู้และสาธารณประโยชน์ 42% บันเทิง 43% และ โฆษณาและบริการธุรกิจ 15% ผู้จัดรายการส่วนใหญ่ออกอากาศด้วยภาษากลาง จะมีเพียง 2 รายการที่ออกอากาศเป็นภาษาถิ่น (คำเมือง) คือ รายการใต้ฟ้าเมืองแพร่ และรายการ ตชด.เพื่อชุมชน

รูปแบบการจัดรายการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง และรายการที่ทางสถานีท้องถิ่นจัดเอง ในส่วนของการถ่ายทอดรายการจากส่วนกลางประมาณ 5 ชั่วโมง 45 นาที เป็นการถ่ายทอดข่าวจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ และรายการที่ผลิตโดยศูนย์ผลิตรายการสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้แก่ รายการตำรวจของประชาชน 1234 รายการตำรวจสัมพันธ์ รายการโรงพักเพื่อประชาชน รายการกฎหมายน่ารู้ รายการธรรมะเพื่อประชาชน เป็นต้น และถ่ายทอดรายการนายกพบประชาชน สำหรับรายการที่ทางสถานีจัดเองนั้น แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ รายการจัดสด และรายการเทป รายการสดนั้นมีเนื้อหาสาระด้านต่างๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรมไทย ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การประหยัดพลังงาน ประวัติศาสตร์ สุขภาพ เป็นต้น ส่วนรายการที่ออกอากาศจากเทปที่บันทึกไว้ล่วงหน้า มี 3 รายการ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพทั้งสิ้น

ถ้าพิจารณาเฉพาะรายการที่มีเนื้อหาสาระด้านสุขภาพอยู่นั้น มีอยู่ 9 รายการ ดังนี้

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง "เพลงรักจากกาโน่โซป"** ดำเนินรายการโดย ดีเจศราวุธ โกมิพัฒน์ วันจันทร์-เสาร์ เวลา 05.05-05.55 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 50 นาที รูปแบบรายการ

เป็นการอัดเทปล่วงหน้า เนื้อหามีเพลงไทยลูกทุ่งสลับการพูดคุยสาระด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัย

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง "เพลงรักจากฟลอร่า"** ดำเนินรายการโดย ดีเจศราวุธ โกมิพัฒน์ วันจันทร์-เสาร์ เวลา 06.05-06.30 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 25 นาที รูปแบบรายการเป็นการอัดเทปล่วงหน้า เนื้อหามีเพลงไทยลูกทุ่งสลับการพูดคุยเกี่ยวกับความสวยงาม

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง "แม่ครัวชวนชิมฉลากทองชวนทำ"** ดำเนินรายการโดยดีเจวาสนา พิพิธกุล ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.30-8.55 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 25 นาที รูปแบบรายการเป็นการจัดรายการสด เปิดเพลงไทยลูกทุ่งสลับการพูดคุยเกี่ยวกับเคล็ดลับในการปรุงอาหาร

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง "แม่ครัวชวนชิมฉลากทองชวนทำ"** ดำเนินรายการโดยดีเจวาสนา พิพิธกุล ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.30-8.55 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 25 นาที รูปแบบรายการเป็นการจัดรายการสด เปิดเพลงไทยสากลสลับการพูดคุยสาระเรื่องสุขอนามัยปากและฟัน

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ** ดำเนินรายการโดยดีเจอิศรานุวัฒน์ เงินตวง ออกอากาศทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 12.05-12.30 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 25 นาที รูปแบบรายการเป็นการจัดรายการสด เปิดเพลงไทยสากลสลับการพูดคุยเรื่องการดูแลสุขภาพ

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ** ดำเนินรายการโดยดีเจอิศรานุวัฒน์ เงินตวง ออกอากาศทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 13.05-13.30 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 25 นาที รูปแบบรายการเป็นการจัดรายการสด เปิดเพลงไทยสากลสลับการพูดคุยสาระน่ารู้เรื่องสุขภาพ

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง "เพลงใหม่ไต่อันดับ"** ดำเนินรายการโดยดีเจวิภาวดี คำพรหม ออกอากาศทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 14.05-14.30 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 25 นาที รูปแบบรายการเป็นการจัดรายการสด เปิดเพลงไทยลูกทุ่งสลับการพูดคุยเนื้อหาด้านการส่งเสริมสุขภาพอนามัย

♦ **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง "เพื่อนเพื่อเพื่อน"** ดำเนินรายการโดยดีเจวัชรพงศ์ พูนชุม ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 20.30-20.55 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 25 นาที รูปแบบรายการ

เป็นการเปิดเทปที่บันทึกไว้ล่วงหน้า เปิดเพลงไทยสากลสลับการพูดคุยเนื้อหาเกี่ยวกับการต่อต้านยาเสพติด

◆ **รายการสมาร์ทเรดิโอ** ดำเนินรายการโดยดีเจเดชชนะ กำไร ออกอากาศทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 22.05-22.55 น. เป็นเวลาทั้งสิ้น 50 นาที รูปแบบรายการเป็นการจัดรายการสดเปิดเพลงไทยสากลสลับการพูดคุยเรื่องการต่อต้านยาเสพติด

สำหรับโฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป มีสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพปนอยู่บ้าง เช่น ยาสมุนไพร เครื่องสำอาง สบู่ สปา เป็นต้น

2) วิทยุกระจายเสียงจังหวัดนครพนม

จังหวัดนครพนมประกอบด้วยสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นจำนวน 3 สถานี ได้แก่

◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดนครพนม

◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประไทย (สวท.) จังหวัดนครพนม

◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพภาค 2 ค่ายพระยอดเมืองขวาง (สว.ทภ.2) จังหวัดนครพนม

ทั้ง 3 สถานี ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ในเขตจังหวัดนครพนม มุกดาหาร สกลนคร และบางส่วนของแขวงคำม่วน สปป.ลาว สถานีที่ให้สัมปทานแก่เอกชนดำเนินการทั้งคลื่น คือ สถานีวิทยุ สว.ทภ.2 ซึ่งมีสัดส่วนการนำเสนอรายการสุขภาพมากที่สุดในจังหวัดนครพนม คือ 21 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยรวมแล้วจังหวัดนครพนมมีสัดส่วนการนำเสนอรายการสุขภาพมากที่สุดในจำนวน 6 จังหวัดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

2.1) สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดนครพนม (คลื่น FM 93.50 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท จังหวัดนครพนม ตั้งอยู่อาคารเลขที่ 128/69 หมู่บ้านขวัญนคร ถนนพินิจรังสรรค์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม มีพื้นที่

ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 80-90 ตารางกิโลเมตร เขตจังหวัดนครพนม มุกดาหาร สกลนคร และบางส่วนของแขวงคำม่วน สปป.ลาว เริ่มดำเนินกิจการตั้งแต่ปี พ.ศ.2539 บริษัท นครทองเอ็นเตอร์เทนเม้นท์ จำกัด ได้รับสัมปทานดำเนินกิจการ ตั้งแต่วันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ.2539 สิ้นสุดสัญญาวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ.2547 การดำเนินกิจการอยู่ภายใต้การป้องกันของ นายมุนินทร์ ชูฉัฏฐะ นายสถานีฯ

สถานีแห่งนี้ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง สัดส่วนในการผลิตรายการนั้น แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง วันละ 12 ชั่วโมง แบ่งเป็นการถ่ายทอดรายการ Super Station เพื่อคนเดินทาง คนนอนดึก และการถ่ายทอดข่าวและรายการต่างๆ จากส่วนกลาง และ 2) สถานีท้องถิ่นดำเนินการเอง 12 ชั่วโมง แบ่งเป็นส่วนที่สถานีท้องถิ่นจัดรายการเอง และส่วนที่บริษัทเอกชนดำเนินรายการ

สำหรับรายการที่เกี่ยวกับสุขภาพ มี 2 รายการ ได้แก่

◆ **รายการ อสมท เพื่อชุมชน** ออกอากาศวันจันทร์-เสาร์ เวลา 13.00-15.00 น. ดำเนินรายการโดย ดีเจเทิดศักดิ์ พลนารี รูปแบบรายการเป็นรายการสด เปิดเพลงไทยสากล และเพลงสากลยอดนิยม สลับกับการให้ความรู้ด้านต่างๆ นอกจากนี้จะมีช่วงที่ให้เจ้าหน้าที่สาธารณสุข จังหวัดนครพนม คือ นายสุริยันต์ วันเสน โทรศัพท์ (phone-in) เข้ามาตั้งคำถามเกี่ยวกับสุขภาพ แล้วให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาตอบคำถาม ผู้ตอบถูกจะได้รับรางวัล ครั้งละ 3 คน

◆ **รายการโมเดิร์นไลฟ์สไตล์** ออกอากาศทุกวันเวลา 22.30-23.00 น. และวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 23.00-24.00 น. ดำเนินรายการโดยดีเจเจษฎา พิลาบุตร รูปแบบรายการเป็นรายการสด ผู้ดำเนินรายการพูดสลับเปิดเพลงสากลยอดนิยม เนื้อหาคือบันเทิง สลับกับการให้สาระความรู้ด้านสุขภาพ และการดำเนินชีวิตอย่างเป็นสุข

นอกจากนี้ ทางสถานีจะนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ การเตือนภัยให้ป้องกันโรคต่างๆ ตามสถานการณ์ ใน**รายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น** ดำเนินรายการโดยดีเจเทิดศักดิ์ พลนารี และดีเจวิษณุ มณีปกรณ์ เป็นรายการที่นำเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหวต่างๆ ใน จังหวัดนครพนม และจังหวัดใกล้เคียง ทั้งนี้ทั้ง 3 รายการดังกล่าว จะมีการเปิดสปอตโฆษณา ซึ่งเป็นโฆษณาสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป นอกจากนี้ ดีเจเทิดศักดิ์ พลนารี ยังจัดรายการที่หอกระจายข่าวของเทศบาลนครพนมเป็นประจำอีกด้วย

2.2) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประไทย (สวท.) จังหวัดนครพนม (คลื่น FM 90.25 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียง สวท. จังหวัดนครพนม ตั้งอยู่ที่ ถนนนิตโย ตำบลหนองญาติ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม เริ่มดำเนินการส่งกระจายเสียงครั้งแรกเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน พ.ศ.2539 ส่งกระจายเสียงเป็นภาษาไทยกลาง และภาษาท้องถิ่น (อีสาน) กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่ในเขตจังหวัดนครพนม มุกดาหาร บางส่วนของสกลนคร และแขวงคำม่วน สปป.ลาวบางส่วน อยู่ภายใต้การป้องกันของสำนักประชาสัมพันธ์ เขต 2 กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี ปัจจุบันมีนายเกรียงไกร วิวัฒน์พนชาติ ดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสถานี และนางสาวกนกวรรณ ผดุงขันธ์ ทำหน้าที่หัวหน้าฝ่ายรายการ

สถานีแห่งนี้ดำเนินการออกอากาศวันละ 19 ชั่วโมง (133 ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีสัดส่วนเวลาการออกอากาศรายการจำแนกตามประเภทข่าวและความรู้ ดังนี้ เนื้อหาประเภทข่าวและความรู้ ร้อยละ 69.17 หรือคิดเป็น 92 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เนื้อหาประเภทบันเทิง ร้อยละ 30.83 หรือ 41 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ รูปแบบการผลิตรายการ แบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ รายการถ่ายทอดจากส่วนกลาง 69 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือร้อยละ 51.88 รายการผลิตเอง 60.30 ชั่วโมงต่อสัปดาห์หรือร้อยละ 45.49 และรายการร่วมผลิต กล่าวคือ ให้หน่วยงานต่างๆ เข้ามาผลิตรายการ 3.30 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ หรือร้อยละ 2.63

เนื้อหารายการเน้นสาระความรู้ด้านต่างๆ ทั้งข่าวท้องถิ่นและข่าวบริการ เช่น รายการสารพันรับอรุณ รายการ สวท.เพื่อท้องถิ่น รายการชุมชนคนนคร-อปม.สัมพันธ์ ฯลฯ เนื้อหาด้านการเกษตร เช่น รายการชุมชนคนนคร-เกษตรเพื่อชุมชน รายการชุมชนคนนคร-ธกส.เพื่อชุมชน ฯลฯ เนื้อหาเพื่อเด็ก/เยาวชน เช่น รายการแบ่งฝันปันรัก รายการคลื่นใสวัยทีน เป็นต้น

สำหรับรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพตรงๆ นั้น มี 4 รายการ ได้แก่

♦ **รายการชุมชนคนนคร-สุขภาพดีไม่มีขายฯ** ดำเนินรายการโดยนายไกรลาส โกษาแสง จากโรงพยาบาลนครพนม ออกอากาศวันจันทร์ เวลา 14.10-15.00 น. เป็นเวลา 50 นาที เป็นรายการสด เปิดเพลงสลับกับการให้ความรู้เรื่องสุขภาพ โดยเฉพาะด้านการป้องกันโรคภัยต่างๆ

◆ **รายการโรงพยาบาลปลาปากเพื่อชุมชน** เป็นรายการบันทึกเทป จัดโดยดีเจอาทิตย์ จากโรงพยาบาลปลาปาก ออกอากาศวันศุกร์ เวลา 16.35-17.00 น. เนื้อหาเกี่ยวกับการป้องกันและรักษาโรค

◆ **รายการคลื่นใสวัยทีน** เป็นรายการที่ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างสุขภาวะเยาวชนไทย รับผิดชอบผลิตรายการโดยดีเจ กนกวรรณ ผดุงขันธ์ และ ดีเจ รัชนี นพคุณ และมีตัวแทนเยาวชนจากโรงเรียนต่างๆ มาร่วมรายการ ออกอากาศวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 16.10-17.00 น. และ 17.30-18.00 น. รูปแบบของรายการเป็นรายการประเภทนิตยสารทางอากาศ ดำเนินรายการโดยให้เด็กและเยาวชนที่ผ่านการอบรม ดีเจเยาวชน หรือรับสมัครเด็กและเยาวชนที่สนใจ (อายุระหว่าง 13-25 ปี) ร่วมผลิตรายการ โดยแบ่งเป็น 5 ช่วง ได้แก่ *ช่วงข่าววัยทีน* นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของเด็กและเยาวชนในท้องถิ่นและสถานศึกษาที่น่าสนใจ *ช่วงเพลงน่าฟัง* เปิดเพลงที่ได้รับความนิยมที่มีเนื้อหาให้ข้อคิดที่ดี *ช่วงนานาน่ารู้* นำเสนอบทความหรือสารคดีน่ารู้เกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ เน้นการพัฒนาศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ *ช่วงคนเก่งของเรา* แนะนำเด็กและเยาวชนดีเด่น หรือครอบครัวตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จด้านต่างๆ มาพูดคุย และ*ช่วงเปิดสายคุยกันหน่อย* เป็นช่วงเปิดสายให้เด็กและเยาวชนที่ฟังรายการได้แสดงความคิดเห็นหรือค่านิยมในประเด็นที่น่าสนใจ

◆ **รายการสมาคมเปี่ยมรัก** ดำเนินรายการโดยอาจารย์อุทัยวรรณ สุติมานิล จากวิทยาลัยพยาบาลนครพนม เป็นรายการสด ออกอากาศวันอาทิตย์ เวลา 21.10-22.00 น. เป็นเวลา 50 นาที เนื้อหารายการเป็นการแนะนำเรื่องการรักษาสุขภาพ

นอกจากนี้มีรายการที่แทรกเนื้อหาเรื่องสุขภาพปนอยู่บ้างคือ **รายการสารพันรับอรุณ** ออกอากาศทุกวัน เวลา 6.30-7.00 น. เป็นรายการร่วมผลิต จัดรายการสด โดยดีเจน้องหญิง (ธัญญลักษณ์ จุ้ยยิ้ม) เนื้อหาหลักคือนำเสนอข่าวภาษาถิ่น แต่จะเปิดเทปสัมภาษณ์นายแพทย์พีระ จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครพนม ครั้งละ 10-15 นาที เกี่ยวกับความรู้เรื่องสุขภาพ เช่น ความดันโลหิต การออกกำลังกาย เป็นต้น

นอกจากรายการแล้ว ยังมีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับสุขภาพในรูปแบบของเทปสปอตสั้นๆ เช่น สารคดีสั้น “2 นาทีชีวีมีสุข” ผลิตโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

(อย.) และ สปอต “สุขภาพดีชีวีมีสุข” จัดทำโดยมหาวิทยาลัยบูรพา ออกอากาศสัปดาห์ละ 2 ครั้ง คือวันเสาร์และอาทิตย์ และยังมีสปอตโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพ โดยเฉพาะโฆษณายาชนิดต่างๆ เช่น ยาริดสีดวงทวารตราปลามังกร ยาน้ำมันเซียงเพียวอิ๊ว เป็นต้น

2.3) สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพภาค 2 ค่ายพระยอดเมืองขวาง จังหวัดนครพนม (สว.ทภ.2) (คลื่น FM 98.75 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียงกองทัพภาค 2 จังหวัดนครพนม ตั้งอยู่ที่ถนนค่ายพระยอดเมืองขวาง ตำบลกุรุ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ออกอากาศครอบคลุมพื้นที่เขตจังหวัดนครพนม มุกดาหาร สกลนคร หนองคาย และบางส่วนของแขวงคำม่วน สปป.ลาว ปัจจุบันมี พ.อ. กำจร อุดชุมพิสัย ดำรงตำแหน่งหัวหน้าสถานีฯ บริษัท สมาร์ทบอมบ์ จำกัด ได้รับสัมปทานดำเนินการผลิตรายการ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2547 – 31 ธันวาคม พ.ศ.2547 โดยมี นายศุภวิทย์ สิงห์ครุฑ เป็นผู้ดูแลการดำเนินงาน

สถานีแห่งนี้ออกอากาศ 21 ชั่วโมงต่อวัน ตั้งแต่เวลา 5.00-01.00 น. สัดส่วนเนื้อหาแบ่งเป็นด้านข่าวและความรู้ร้อยละ 42 สาระและบันเทิงร้อยละ 43 และโฆษณาและบริการธุรกิจร้อยละ 15 รูปแบบการนำเสนอแบ่งเป็นการถ่ายทอดภาคบังคับจากกองทัพบกและจากสถานีวิทยุแห่งประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 9 ชั่วโมง 30 นาที และการดำเนินกิจการของผู้สั่งโฆษณา หรือผู้จัดรายการร่วม (บริษัท สมาร์ทบอมบ์ จำกัด) จำนวน 8 ชั่วโมง 30 นาที ส่วนที่เหลือเป็นส่วนที่สถานีผลิตรายการเอง ประมาณ 3 ชั่วโมง

รายการที่เกี่ยวกับสุขภาพมี 7 ช่วงรายการ ได้แก่

- **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง “ลูกทุ่งอมตะจากแอสปาล”** ดำเนินรายการโดยดีเจป๊อบปูล่า ออกอากาศวันจันทร์-เสาร์ เวลา 5.30-6.00 น. รวม 30 นาที โดยเปิดเทปที่บันทึกไว้ล่วงหน้า เป็นเพลงไทยลูกทุ่งสลับกับการนำเสนอเกร็ดความรู้เกี่ยวกับเครื่องความงาม

- **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง “ถ้วยทอง”** ดำเนินรายการโดยทีมงานสมาร์ทเรดิโอ เป็นรายการเพลงไทยลูกทุ่งสลับเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ ออกอากาศสด ทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 10.30-10.55 น. รวม 25 นาที

◆ **รายการสมาร์เรดิโอ** ดำเนินรายการโดยทีมงานสมาร์ทเรดิโอ ออกอากาศวันจันทร์-เสาร์ เวลา 13.00-13.55 เนื้อหาเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องหลักโภชนาการ สลับเปิดเพลงไทยสากล

◆ **รายการสมาร์ทเรดิโอ ช่วง "ไวไว"** ดำเนินรายการโดยทีมงานสมาร์เรดิโอ ออกอากาศวันจันทร์-เสาร์ เวลา 15.05-15.30 น. รวม 25 นาที ดีเจจัดรายการสด โดยเปิดเพลงไทยสากล และให้ความรู้เรื่องหลักโภชนาการ

◆ **รายการสมาร์ทเรดิโอ** ออกอากาศสดทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 17.05-17.55 น. รวม 50 นาที ดำเนินรายการโดยทีมงานสมาร์ทเรดิโอ รูปแบบรายการเป็นการเปิดเพลงไทยสากลสลับกับการพูดคุยเรื่องการส่งเสริมด้านกีฬา

◆ **รายการสมาร์ทเรดิโอ** ออกอากาศสดทุกวันจันทร์-เสาร์ เวลา 23.05-23.30 น. รวม 25 นาที ดำเนินรายการโดยทีมงานสมาร์ทเรดิโอ ดีเจเปิดเพลงไทยสากลสลับกับการรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด

นอกจากนี้ทางสถานีฯ ยังแทรกข้อมูลด้านสุขภาพในบริการสังคมช่วงต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวที่ได้จากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดและโรงพยาบาลต่างๆ เมื่อก่อนเคยมีแพทย์และพยาบาลจากโรงพยาบาลค่ายพระยอดมาจัดรายการเป็นเวลา 3 ปีต่อเนื่อง แต่ตอนนี้หยุดไป สำหรับโฆษณาสินค้าในรายการต่างๆ ของสถานีนั้น นอกจากสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปแล้ว มีสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพอยู่ด้วย เช่น ยาแผนโบราณ เครื่องดื่มชูกำลัง อาหารกึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น

3) จังหวัดนครปฐม

จังหวัดนครปฐมมีสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นเพียงแห่งเดียวคือ สถานีวิทยุฯ ทหารอากาศ 012 ซึ่งมีรายละเอียดการดำเนินงานดังนี้

3.1) สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 012 กำแพงแสน จังหวัดนครปฐม (คลื่น AM 1368 KHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 012 เป็นวิทยุเครือข่ายทหารอากาศ กรมสื่อสารทหารอากาศ ตั้งอยู่ที่โรงเรียนการบิน ถนนมาลัยแมน ตำบลกระตีบ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 13 เมษายน พ.ศ. 2514 ออกอากาศ 19 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 5.00-24.00 น. ครอบคลุมเขตพื้นที่จังหวัดนครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี สมุทรสาคร สมุทรสงคราม ปทุมธานี อยุธยา อ่างทอง และกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลของนาวาอากาศโทเสน่ห์ ศรีวัฒนา นายสถานีฯ

รูปแบบการผลิตรายการแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ รายการภาคบังคับถ่ายทอดจากส่วนกลาง และรายการที่สถานีท้องถิ่นผลิตเอง สำหรับรายการภาคบังคับนั้น มีเนื้อหาคือถ่ายทอดประชาสัมพันธ์ข่าวจาก ทอ 125.5 และถ่ายทอดข่าวจาก สวท. ส่วนรายการที่สถานีท้องถิ่นผลิตเองนั้น เป็นรายการที่ออกอากาศสด ดำเนินรายการโดยทหารอากาศ กำแพงแสน และนักจัดรายการท้องถิ่นด้วย บางรายการที่บันทึกเทปไว้ล่วงหน้าด้วย เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นรายการเพลง เช่น รายการตำนานเพลงลูกทุ่ง รายการลูกทุ่งขวัญใจชาวบ้าน รายการเพลงดังยามบ่าย รายการลูกทุ่งแววนภา รายการเพลงดังยามดึก เป็นต้น นอกจากนั้นจะเป็นรายการสาระด้านต่างๆ เช่น รายการลุงศักดิ์พบเกษตรกร รายการธรรมเพื่อชีวิต เป็นต้น

สำหรับรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพมี 2 รายการ ได้แก่

◆ **รายการเสียงสุขภาพ** ออกอากาศทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.30-12.55 น. เป็นเวลา 25 นาที ดำเนินรายการโดยแพทย์และพยาบาล โรงพยาบาลจันทรุเบกษา รูปแบบรายการเป็นรายการสนทนา พูดคุยเกี่ยวกับการป้องกันโรค และการรักษาสุขภาพ

◆ **รายการลูกทุ่งเสียงใสใส่ใจสุขภาพ** ออกอากาศวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 21.00-21.55 น. รวมเวลา 55 นาที ผลิตรายการโดยดีเจหนุ่ม (สิบตำรวจโทณรงศักดิ์ พวงกุหลาบ) ซื้อเวลาของสถานีฯ อัดรายการจากจังหวัดสระบุรี และส่งเทปมาให้สถานีเปิด รูปแบบรายการเป็นการเปิดเพลงลูกทุ่งสลับการให้ความรู้เรื่องการระวังรักษาสุขภาพ ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ในรายการนี้ผู้ดำเนินรายการจะพูดสรรพคุณสินค้า โฆษณาสินค้าต่างๆ ได้ยกเว้นอาหารและยา ซึ่งต้องเป็นสปอตที่มีใบอนุญาตโฆษณา

นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอสาระด้านสุขภาพแทรกอยู่ในรายการสาระข่าวสารออกอากาศวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 18.30-18.55 น. ดำเนินรายการโดยดีเจสนอง สวนทรง นำเสนอความรู้หลายด้าน รวมทั้งด้านสุขภาพ มีการเปิดเทปหรือซีดีที่ส่งมาจากองค์กรต่างๆ เช่น สปอตโครงการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ชุด *"เตือนภัย"* และสปอตชุด *"อย่าหลงเชื่อง่าย"* เตือนภัยเกี่ยวกับการเลือกซื้ออาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ และระวังอาหารที่มีสารปลอมปน ผลิตโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) *"สารคดีชุดชุมชนสร้างสุข"* ผลิตโดยชมรมนักจัดรายการวิทยุกล้าตะวัน และสารคดีเตือนภัยเรื่องยาเสพติดกับเยาวชน โดยศูนย์แนะแนวชีวิตและสังคม เป็นต้น

4) จังหวัดจันทบุรี

จังหวัดจันทบุรีมีสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นจำนวน 3 สถานี ได้แก่

- สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดจันทบุรี
- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดจันทบุรี
- สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 016 (ทอ 016) จังหวัดจันทบุรี

สถานีวิทยุฯ ใน จังหวัดจันทบุรีทั้ง 3 แห่ง ออกอากาศกระจายเสียงระบบFM ครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดในภาคตะวันตก ได้แก่จันทบุรี ระยอง (บางส่วน) สระแก้ว (บางส่วน) และตราด (บางส่วน) สถานีวิทยุทอ 016 เป็นสถานีเดียวในจังหวัดที่ได้ให้สัมปทานแก่เอกชนดำเนินกิจการทั้งสถานี เมื่อพิจารณาสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพในจังหวัดจันทบุรีแล้ว จะเห็นว่ามีปริมาณน้อยมากเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ

4.1) สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดจันทบุรี (คลื่น FM 95.25 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่ที่ 76/24 ถนนรักศักดิ์ชมูล ซอย 15 ตำบลท่าช้าง อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ดำเนินการออกอากาศส่งกระจายเสียงครั้งแรกเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2533 ในระบบ FM STEREO MULTIPLEX ความถี่ 95.25 MHz มีกำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ รัศมีการรับฟังประมาณ 100 กิโลเมตรทางอากาศ ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ จันทบุรี ระยอง (บางส่วน) สระแก้ว (บางส่วน) และตราด (บางส่วน) เริ่ม

ดำเนินการครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2533 ปัจจุบันร่วมกันดำเนินการกับบริษัทเอกชน เป็นสัญญาเช่าเวลาจัดรายการและโฆษณา อายุสัญญา 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2547 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2547 ระหว่าง อสมท กับบริษัท ศิลามาร์เก็ตติ้ง จำกัด

ปัจจุบันสถานีแห่งนี้ มีเจ้าหน้าที่ประจำสถานีรวมทั้งสิ้น 9 คน และมีนักจัดรายการอิสระรวม 10 คน โดยมีนายสุชาติ ชินบุญนาค ดำรงตำแหน่งนายสถานีฯ ออกอากาศ 24 ชั่วโมง ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2547 เป็นต้นมา รูปแบบการผลิตรายการแบ่งได้ 2 ประเภท คือ รายการถ่ายทอดจากส่วนกลาง คิดเป็นเวลา 12 ชั่วโมงต่อวัน และรายการที่สถานีท้องถิ่นผลิตเอง ทั้งสดและเทป แบ่งเป็นส่วนที่เจ้าหน้าที่ อสมท จันทบุรี จัดรายการเองประมาณวันละ 8 ชั่วโมง และให้นักจัดรายการอิสระเช่าเวลา วันละ 4 ชั่วโมง

เนื้อหารายการมีสัดส่วนการออกอากาศ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ประเภทข่าวและความรู้ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 ประเภทบันเทิงไม่เกินร้อยละ 58 และประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจ ไม่เกินร้อยละ 17 สำหรับรายการที่ทาง อสมท จันทบุรี ผลิตเองนั้น รูปแบบรายการส่วนมากจะเป็นรายการที่ออกอากาศสด ผู้ดำเนินรายการเปิดเพลงสลับการพูดคุยสาระเรื่องต่างๆ มีหลายรายกการที่เน้นเนื้อหาเพื่อประโยชน์สาธารณะด้านต่างๆ เช่น รายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น รายการ อสมท เพื่อชุมชน รายการพบประชาชนคนเมืองจันท์ เป็นต้น สำหรับรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพนั้นมี 2 รายการ คือ รายการประสานใจต้านภัยยาเสพติด และรายการพบประชาชนคนเมืองจันท์ ช่วงสุขภาพดีชีวีเป็นสุข

◆ **รายการประสานใจต้านภัยยาเสพติด** ออกอากาศช่วงเวลา 22.30-23.00 น. วันจันทร์-ศุกร์ และเวลา 22.30-24.00 น. วันเสาร์-อาทิตย์ ดำเนินรายการโดยดีเจเจน จุฑากาญจน์ (นายฐิตารีย์ เกิดนาวี) เป็นรายการเพลงสตริง สลับสปอตรณรงค์ต่อต้านยาเสพติดทั้งที่ได้รับจากสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ปปส.) และที่ทาง อสมท จันทบุรีผลิตเอง เปิดรับสมัครสมาชิก “โครงการ TO BE NUMBER 1” โดยความร่วมมือจากกรมสุขภาพจิต รวมทั้งเปิดประเด็นสนทนากับผู้ฟังในเรื่องปัญหายาเสพติด ซึ่งกลุ่มเป้าหมายจะเป็นกลุ่มเด็กและเยาวชน

◆ **รายการพบประชาชนคนเมืองจันท์ ช่วงสุขภาพดีชีวีเป็นสุข** ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา14.00-15.00 น. ดำเนินรายการโดยดีเจเฉลิมพร จูมแพง เชิญตัวแทนจากหน่วยงานต่างๆ ในจังหวัดจันทบุรีมาพูดคุยเรื่องสุขภาพ ได้แก่ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจันทบุรี ศูนย์

การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัดจันทบุรี สมาคมกีฬาจังหวัดจันทบุรี และสำนักงานเหล่ากาชาดจังหวัดจันทบุรี

นอกจากนี้ จะพบเนื้อหาเรื่องสุขภาพเป็นประเด็นสอดแทรกในการจัดรายการสนทนาอีก 2 รายการ ซึ่งเป็นรายการสนทนาสด และทางโทรศัพท์ ดำเนินรายการโดยดีเจเฉลิมพร จูมแพง และดีเจเจน จุฑากาญจน์ ได้แก่ **รายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น** ออกอากาศทุกวัน เวลา 12.30-13.00 น. จะนำเสนอข่าวตามสถานการณ์ และ**รายการ อสมท เพื่อชุมชน** ออกอากาศทุกวัน เวลา 13.00-14.00 น. ผู้ดำเนินรายการจะนำเสนอเกร็ดความรู้ด้านต่างๆ รวมทั้งด้านสุขภาพจากข่าวแจกจากหน่วยงานต่างๆ ทั้ง สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ฯลฯ และเอกสารที่ค้นหาจากอินเทอร์เน็ตหรือหนังสือพิมพ์ วารสารต่างๆ เช่น บทความเรื่อง “ทำอย่างไรให้ลูกหลานไทยห่างไกลยาเสพติด” เป็นต้น และเชิญวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพมาพูดคุยสด หรือสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ เช่น เชิญนายแพทย์สมศักดิ์ สุทธิคณาวิวัฒน์ มาให้ความรู้เรื่องโรคไข้กาฬหลังแอ่น หรือ สัมภาษณ์คณะแพทย์จากโรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์เรื่อง แพทย์ไทยใช้เลือกจากรกปลูกถ่ายรักษาโรคเลือดให้ผู้ป่วยเด็กสำเร็จ เป็นต้น

4.2) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดจันทบุรี (คลื่น FM 90.25 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 2/1 ถนนเทศบาลพัฒนา ตำบลวัดใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ออกอากาศส่งกระจายเสียงครั้งแรกด้วยระบบ AM ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2512 และในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2512 ได้กระจายเสียงในระบบ FM STEREO MULTIPLEX ความถี่ 90.25 MHz มีกำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ รัศมีการรับฟังครอบคลุมเขตจังหวัดจันทบุรี ระยอง (บางส่วน) สระแก้ว (บางส่วน) และตราด (บางส่วน) รูปแบบการดำเนินรายการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง ร้อยละ 25 และผลิตรายการเองร้อยละ 75 มีทั้งเจ้าหน้าที่ สวท. ดำเนินรายการเอง และให้หน่วยงานในจังหวัดร่วมผลิตรายการ ปัจจุบันมีนายเพทาย ไชยดิษฐ์ ดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสถานีฯ

รายการที่ทางสถานีวิทยุ สวท.จันทบุรี ผลิตเองนั้น ส่วนมากจะเชิญให้หน่วยงานต่างๆ มาร่วมผลิตรายการ ทั้งหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด

สำนักงานสงเคราะห์สวนยาง ศูนย์วิจัยพืชสวน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) สำนักบริหารงานการศึกษานอกโรงเรียน (กศน.) สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลฯ วิทยาลัยพยาบาลพระปกเกล้า สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ฯลฯ และหน่วยงานเอกชน คือ ให้บริษัท เกียรติสุรนนท์ จำกัด เช่าเวลาผลิตรายการวันละ 3 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 21.00-24.00 น. ชื่อรายการเฮฮาลูกทุ่ง โดยรวมแล้วเนื้อหาส่วนมากจะเป็นรายการข่าวทั้งข่าวท้องถิ่นและข่าวบริการ และรายการที่มีเนื้อหาสาระเพื่อชุมชน เช่น รายการสถานีข่าวท้องถิ่น สายตรงจากห้องข่าว บริการชุมชนเพื่อคนเมืองจันท์ เสียงบอกจากนอกโรงเรียน พึ่งตนคนท้องถิ่น แรงงานประสานใจ คุยกับ ธกส. เป็นต้น

สำหรับรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพมี 6 รายการ ได้แก่

- **รายการเส้นทางสุขภาพ** ออกอากาศทุกวันอังคาร เวลา 6.00-6.30 น. เป็นเวลา 30 นาที ดำเนินรายการโดยวิทยาลัยพยาบาลพระปกเกล้า เป็นรายการบันทึกเทปล่วงหน้า โดยให้สาระเรื่องการดูแลสุขภาพ ป้องกันโรคภัยต่างๆ

- **รายการเพื่อนเพื่อเพื่อน** ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 9.30-10.30 น. เป็นเวลา 30 นาที เปิดเทปของสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ปปส.) เนื้อหาสาระเป็นเรื่องของการเตือนภัยยาเสพติดต่อเด็กและเยาวชน

- **รายการพบหมอทางอากาศ** เป็นรายการสด ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี เวลา 14.00-15.00 น. เป็นเวลา 30 นาที ดำเนินรายการโดยนายศิวดล ดวงจินดา ตัวแทนจากโรงพยาบาลกรุงเทพ จันทบุรี ให้ความรู้เรื่องการป้องกันและรักษาโรค

- **รายการสาธารณสุขเพื่อประชาชน** เป็นรายการสด ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 15.00-15.30 น. เป็นเวลา 30 นาที ดำเนินรายการตัวแทนจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ให้ความรู้เรื่องการสร้างเสริมสุขภาพ ทั้งการออกกำลังกาย การเลือกรับประทานอาหาร และการป้องกันโรคภัยต่างๆ

- **รายการคลื่นใสวัยทีน** ออกอากาศสดทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 14.00-15.00 น. ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการจัดรายการจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ให้เยาวชนจัดรายการรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

◆ **รายการคลื่นสีขาว** ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 15.00-16.00 น. ดำเนินรายการโดยดีเจสวรส รูปแก้ว เนื้อหาหลักของรายการคือการรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด เป็นโครงการอบรมดีเจเยาวชน ที่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณในการจัดรายการจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ซึ่งโครงการเดิมหมดงบประมาณแล้ว แต่เยาวชนยังต้องการมาจัดรายการต่อ

นอกจากนี้ เนื้อหาด้านสุขภาพยังปรากฏอยู่ใน**รายการข่าวท้องถิ่น** ออกอากาศทุกวัน เวลา 6.30-7.00 น. ซึ่งจะรายงานเหตุการณ์ สถานการณ์ต่างๆ สำหรับประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับสุขภาพ เนื้อหาส่วนมากจะเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของโรงพยาบาล หรือหน่วยงานด้านสาธารณสุข เช่น โรงพยาบาลพระปกเกล้าเชิญตรวจมวลกระดูก และการรายงานกิจกรรมต่างๆ เช่น อสม.จันทบุรีร่วมโครงการเมืองไทยสุขภาพดี เป็นต้น

4.3) สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ 016 (ทอ016) จังหวัดจันทบุรี (คลื่น FM 93.25 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียงทหารอากาศ016 (ทอ016) จังหวัดจันทบุรี ตั้งอยู่เลขที่ 1049 ถนนท่าแฉลบ ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ออกอากาศกระจายเสียงด้วยระบบ FM ความถี่ 93.25 MHz กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ รัศมีการรับฟังครอบคลุมเขตจังหวัดจันทบุรี ระยอง (บางส่วน) สระแก้ว (บางส่วน) และตราด (บางส่วน) ดำเนินกิจการครั้งแรกเมื่อปี พ.ศ.2507 อยู่ภายใต้การป้องกันของกองทัพทหารอากาศ ภายหลังจากที่กองบินฯ ย้ายไป จึงขึ้นกับกรมประชาสัมพันธ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมา ปัจจุบันมีพันจ่าอากาศเอกสุรชัย สีตะปัน ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าสถานี

สถานีแห่งนี้ออกอากาศ 19 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 5.00-24.00 น. การดำเนินการผลิตรายการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง และผลิตรายการเองในท้องถิ่น ซึ่งทางสถานีได้ให้สัมปทานกับบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งเช่าเวลาออกอากาศ สัญญาปีต่อปี รูปแบบรายการมีทั้งรายการสดและเทป เนื้อหาส่วนมากเป็นรายการบันเทิง เปิดเพลงประเภทต่างๆ เช่น เพลงรักจากฟลอร่าครีม เพลงรักจากจันทบูรณ์ เพลงรักจากจันทบุรี เสน่ห์ลูกทุ่ง ลูกทุ่งท๊อบฮิต ลูกทุ่งมาราธอน อเมซิ่งลูกทุ่งไทย เป็นต้น นอกจากนั้นยังมีรายการข่าวท้องถิ่น เช่น ตลาด

นัดข่าว ข่าวรอบบ้านชานเมือง ฯลฯ รายการที่ให้สาระด้านการเกษตร เช่น รายการเกษตรยามเย็น รับอรุณการเกษตร คืนชีวิตให้แผ่นดิน เป็นต้น

จากผังรายการ ไม่ปรากฏรายการที่มีเนื้อหาทางด้านสุขภาพโดยตรง แต่จะมีเพียงรายการเดียวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เนื่องจากเป็นรายการเพลงที่มีผู้สนับสนุนรายการเป็นครีมทาผิว จึงมีโฆษณาครีมนี้ในรายการ นั่นคือ **รายการเพลงรักจากฟลอร่า** นอกจากนี้ยังมีโฆษณาที่เกี่ยวกับสุขภาพอยู่ในช่วงรายการต่างๆ เช่น ยาสตรีเบลโล โรงพยาบาลกรุงเทพ จันทบุรี เป็นต้น

5) จังหวัดกาญจนบุรี

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยสถานีวิทยุกระจายเสียงท้องถิ่นในจังหวัดกาญจนบุรีจำนวน 2 สถานี ได้แก่

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดกาญจนบุรี
- สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดทหารบกกาญจนบุรี (จทบ.) ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรี

เมื่อเทียบสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพกับจังหวัดอื่นๆ แล้ว จะพบว่าสถานีวิทยุฯ ใน จังหวัดกาญจนบุรี นำเสนอรายการสุขภาพน้อยที่สุดในจำนวน 6 จังหวัด คือ 2 สถานี นำเสนอรายการสุขภาพเพียงแค่ 1 ชั่วโมง 15 นาที เท่านั้น และสถานีฯ สวท.ไม่ได้นำเสนอเนื้อหาสุขภาพในรายการอื่นๆ เลย ขณะที่สถานีฯ จทบ. ซึ่งให้สัมปทานแก่เอกชนดำเนินการทั้งคลื่นนั้นให้ความร่วมมือกับ สสจ.กาญจนบุรี เป็น “ภาคีสื่อเพื่อสุขภาพ” นำเสนอเนื้อหาสาระสุขภาพแทรกในช่วงรายการอื่นๆ บ้าง

5.1) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดกาญจนบุรี (คลื่น AM 891 KHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดกาญจนบุรี ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ตำบลหนองลู อำเภอสังขละบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ดำเนินกิจการครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2535 ออกอากาศครอบคลุมจังหวัดกาญจนบุรี อำเภอสังขละบุรี อำเภอศรีสวัสดิ์ และ อำเภอทองผาภูมิ กระจายเสียงด้วยระบบ AM คลื่นความถี่ 891 KHz ออกอากาศ 19 ชั่วโมงต่อวัน ตั้งแต่เวลา 5.00-24.00 น. ปัจจุบันมีนายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์ ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถานีฯ

รูปแบบการดำเนินการผลิตรายการแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การถ่ายทอดรายการจากสถานีแม่ ร้อยละ 50 และผลิตรายการสดและเทปจากสถานีท้องถิ่น ร้อยละ 50 เนื้อหาแบ่งเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆ คือ ศีลธรรม พระมหากษัตริย์ ความมั่นคงของชาติ และสุขภาพ เนื่องจากทางสถานีฯ ดำเนินการแบบ non-profit station ไม่มีการดำเนินรายการเชิงธุรกิจ จึงไม่มีโฆษณา แต่พยายามให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดรายการ โดยเชิญวิทยากรจากหน่วยงานต่างๆ มาให้ความรู้กับประชาชน เช่น รายการปศุสัตว์เพื่อชุมชน โดยสำนักสุขศาสตร์สัตว์และสุขอนามัยที่ 7 รายการ กกต.รักเมืองกาญจน์ โดย กกต. รายการอิสระธรรม โดยมูลนิธิธรรมอิสระ รายการสาระเกษตร โดย ธกส. รายการสารพัดช่างกับการพัฒนาอาชีพ โดยวิทยาลัยสารพัดช่างกาญจนบุรี เป็นต้น

ทางสถานีฯ ได้เชิญตัวแทนเทศบาล โรงพยาบาล และสาธารณสุขจังหวัดมาให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชนผู้ฟังรายการ ทั้งด้านการป้องกันและรักษาโรคภัยต่างๆ และเชิญตำรวจจาก ปปส. มาให้ข้อมูลด้านการปราบปรามยาเสพติด สถานีมีรายการประจำเกี่ยวกับสุขภาพโดยตรงมีเพียง 1 รายการ คือ **รายการเสียงจากสาธารณสุข** ดำเนินรายการโดยเจ้าหน้าที่จากสาธารณสุขจังหวัดกาญจนบุรี มาประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ และให้ความรู้และความเข้าใจในการรักษาสุขภาพ

นอกจากนั้น ทาง สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.) และ อย. ได้ส่งเทปสารคดีสั้น (สปอต) แจ้งสาระเกี่ยวกับสุขภาพในด้านต่างๆ เช่น “2 นาทีเพื่อสุขภาพ” บางครั้งก็จัดส่งเป็นบทวิทยุให้ผู้ดำเนินรายการพูด

5.2) สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดทหารบกกาญจนบุรี (จทบ.) ค่ายสุรสีห์ จังหวัดกาญจนบุรี (คลื่น FM 92.75 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียงจังหวัดทหารบกกาญจนบุรี (ค่ายสุรสีห์) ตั้งอยู่ที่บ้านเขาสถานเม็ง ตำบลปากแพรก อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เริ่มดำเนินการออกอากาศครอบคลุมพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี ในเดือนเมษายน พ.ศ.2531 ในระบบ FM ความถี่ 92.75 MHz ปัจจุบันมี พ.อ.วันชัย บุญยไพศาลเจริญ ดำรงตำแหน่งเป็นผู้อำนวยการสถานีฯ

ห้างหุ้นส่วนจำกัด ฟาร์มอะโกร ได้รับสัมปทานในการผลิตและดำเนินรายการตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 ดำเนินงานมาถึงปัจจุบันเป็นเวลาประมาณ 9 เดือน ออกอากาศกระจายเสียง 24 ชั่วโมง หจก.ฟาร์มอะโกรดำเนินการเป็นเครือข่าย กระจายอยู่หลายจังหวัด (ออกอากาศทั้งคลื่น AM และ FM) การดำเนินการผลิตรายการแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

- ◆ รายการภาคบังคับถ่ายทอดสดจากส่วนกลาง เช่น ข่าว
- ◆ เจ้าของคลื่นผลิตรายการเอง เป็นรายการถ่ายทอดสด
- ◆ สถานีในจังหวัดกาญจนบุรีผลิตรายการเอง เป็นรายการถ่ายทอดสดและเทป

เนื้อหารายการแบ่งออกเป็น 4 ภาค ได้แก่ ภาคความรู้ ร้อยละ 20 ภาคข่าว ร้อยละ 21 ภาคบันเทิง ร้อยละ 49 และภาคโฆษณาสินค้า ร้อยละ 10 สรุปเนื้อหารายการเน้นรายการบันเทิงเป็นหลัก (รายการเพลง) มีสปอตบริการให้ทหารวันละ 10 ครั้ง และประชาสัมพันธ์กิจกรรมของจังหวัด (ส่วนมากจะแทรกในช่วงดีเจพูดคั่นเพลง)

สำหรับส่วนที่สถานีท้องถิ่นผลิตรายการเองนั้น ไม่พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพโดยตรง จะพบแต่รายการที่ถ่ายทอดจากส่วนกลางเพียง 1 รายการ คือ **รายการสมุนไพรของแผ่นดิน** ออกอากาศวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 3.00-5.00 น.

สัดส่วนของโฆษณาคิดเป็นร้อยละ 10 ต่อวัน ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาสินค้าเคมีเกษตรของบริษัทฟาร์มอะโกรเอง นอกจากนั้นเป็นโฆษณาสินค้าทั่วไป มีโฆษณาเกี่ยวกับสุขภาพปะปนอยู่บ้าง โฆษณาที่เกี่ยวกับสุขภาพ มักเป็นโฆษณาขายยา ซึ่งจะมีเป็นช่วงๆ ไม่สม่ำเสมอ แล้วแต่ว่าช่วงไหนมีสินค้าใหม่ โดยจะต้องมีใบอนุญาต และกำหนดคำโฆษณาลงในใบอนุญาตด้วย

รายชื่อโฆษณายาของทางสถานีฯ มีดังนี้

- แป้งเย็นเภสัชและครีมทาผิวสปริงซองผสมมะนาว
- ทิฟฟี่ (ยาเพนนิซิลิน แก้หวัด แก้ไข้)
- ไดฟีลีนเจล (ยาทาแก้ปวดและข้อเอ็นกล้ามเนื้อ
- ดิออกไซม์ (ยาขับลม ลดแก๊ซ อึดอัดแน่นท้อง)
- ยาดมท่านเจ้าคุณ
- ซาร่า (ยาพาราเซตามอน แก้ไข้ แก้ปวดหัว)

- แอนตาซิล (ยาแก้ท้องอืด จุกเสียด แน่นท้อง)
- ยาสตรีหมอเส็ง (ยาแผนโบราณ บำรุงโลหิต แก้ประจำเดือนมาไม่ปกติ)
- บีแก๊ส (ยาขับลมในกระเพาะอาหารและลำไส้)
- ฟลอร่า (ยาสตรีชนิดแคปซูล)
- ลิลลี่ (ยาระบายมะขามแขก)
- ป๊อก 109 (บรรเทาอาการปวดกล้ามเนื้อ)
- ยากำจัดวัชพืชพรมทัดโอสถ
- ยาบรรเทาริดสีดวง ตรานกเขาคู่เกาะกากบาท
- ทวนทอง 99 (ยาดองเหล้า ยาแก้ริดสีดวง ยาแก้ปวดเมื่อย ยารักษาโรคกระเพาะอาหาร)

นอกจากสินค้าประเภทยาแล้ว ยังมีสินค้าอื่นๆ เกี่ยวกับสุขภาพ คือ โรงพยาบาล เครื่องสำอาง เครื่องดื่มชูกำลัง (ต้องมีคำเตือนชัดเจนในบทโฆษณา) และอาหารสำเร็จรูป (ไวไว เป็นสินค้าในเครือฟาร์มอะโกร แต่ไม่มีโฆษณาในจังหวัดกาญจนบุรี)

สถานี จทบ.กาญจนบุรี ได้ประสานกับกลุ่ม “ภาคีสื่อเพื่อสุขภาพ” (สสจ.) รวมทั้งกลุ่ม อสม. ร่วมกันจัดรายการพูดคุยเรื่องสุขภาพ เนื้อหาเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ต่างๆ ในช่วงเดือนสิงหาคม – กันยายน 2547 ได้ร่วมกันจัดกิจกรรมพิเศษ “ตลาดสดน่าซื้อ”

6) จังหวัดสตูล

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาสถานีวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดสตูล 2 แห่ง ได้แก่

- ◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดสตูล
- ◆ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดสตูล

ทั้ง 2 สถานีออกอากาศในระบบFM มีพื้นที่ออกอากาศในเขต อำเภอเมือง อำเภอควนโดน อำเภอควนกาหลง อำเภอท่าแพ อำเภอละงู อำเภอทุ่งหว้า และกิ่งอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล สำหรับการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของจังหวัดสตูลนั้น ถือว่ามีสัดส่วนน้อยมากเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ มีสัดส่วนเพียง 4 ชั่วโมง 50 นาทีเท่านั้น

6.1) สถานีวิทยุกระจายเสียงองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย (อสมท) จังหวัดสตูล (คลื่น FM 93.25 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท จังหวัดสตูล ตั้งอยู่ที่ชั้น 2 โรงแรมพินนาเคิล-วังใหม่ 43 ถนนสตูลธานี ตำบลพิมาน อำเภอเมือง จังหวัดสตูล ส่งกระจายเสียงในระบบ F.M 93 MHz กำลังส่ง 1 กิโลวัตต์ ออกอากาศ 24 ชั่วโมง ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดสตูล เขต อำเภอเมือง อำเภอควนโดน อำเภอควนกาหลง อำเภอท่าแพ อำเภอละงู อำเภอทุ่งหว้า และกิ่งอำเภอมะนัง ดำเนินการออกอากาศครั้งแรกเมื่อประมาณปลายปี พ.ศ.2542 ทั้งนี้เป็นเพราะนโยบายของ อสมท ในขณะนั้นที่ต้องการขยายสถานีวิทยุกระจายเสียงในระบบ FM ในส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะใน 4 จังหวัดภาคใต้ให้แพร่หลายและสามารถบริการประชาชนในท้องถิ่นได้ (เอกสารประกอบเรื่อง “พิจารณาคัดเลือกคู่สัญญาฯ 4 จังหวัดภาคใต้” ของ อสมท กรุงเทพมหานคร, 2541) ปัจจุบันมี นายประยูร จันทร์ชุ่ม ดำรงตำแหน่งหัวหน้าสถานีฯ

สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท จังหวัดสตูล เป็นสถานีวิทยุ อสมท ในส่วนภูมิภาค ได้รับนโยบายหลักจากทาง อสมท ส่วนกลาง กรุงเทพมหานคร โดยนโยบายหลักของสถานีวิทยุ อสมท มีดังนี้

◆ ส่งเสริมและสนองนโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ของรัฐ นโยบายของรัฐ และการเสนอข่าวเพื่อสาธารณะประโยชน์

◆ ส่งเสริม ขยายขอบข่ายงานและเผยแพร่ทั้งด้านวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง และสิ่งพิมพ์วัสดุเพื่อให้ประชาชนได้รับทราบข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง และสิ่งที่เป็นสาระต่อการดำรงชีวิตอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ ที่เกิดขึ้นในรูปแบบต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพโดยอาศัยทั้งความก้าวหน้าทางด้านวิทยาการ และเทคโนโลยีสมัยใหม่

◆ ปรับปรุงคุณภาพด้านเทคนิค ขยายขอบข่ายปฏิบัติการ และปรับปรุงส่งเสริมคุณภาพรายการเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประชาชนให้มีคุณภาพ

◆ ปรับปรุง แก้ไข ส่งเสริม และพัฒนางานด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถพึ่งตนเองได้ และลงทุนในการขยายงานต่อไปในอนาคต

นอกจากนโยบายหลักทั้ง 4 ข้อนี้ สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมทได้มีนโยบายให้จัดทำรายการเพื่อประโยชน์สาธารณะทั้งในระดับชาติและในระดับท้องถิ่น โดยให้สถานีในส่วนภูมิภาคเป็น **สถานีวิทยุที่บริการประชาชนในท้องถิ่นเป็นหลัก** ดังนั้นนอกจากนโยบายหลักที่ สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท จังหวัดสตูล ต้องรับมาปฏิบัติแล้ว ยังต้องสนองตอบต่อนโยบายการเป็นสถานีวิทยุเพื่อประโยชน์ท้องถิ่น โดยการกำหนดรูปแบบ และเนื้อหารายการที่ สร้างสรรค์สังคม ส่งเสริมการปฏิบัติตามหลักธรรมของศาสนา มีคุณภาพชีวิตที่ดี รักษาศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นให้ข่าวสารและสาระบันเทิงตามรสนิยม และความพึงพอใจแก่ผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย

การเป็นสถานีวิทยุในส่วนภูมิภาค โดยเฉพาะจังหวัดสตูล ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม ภาษา ศาสนา และมีวิถีชีวิตเฉพาะถิ่นที่ค่อนข้างมีลักษณะพิเศษ จึงได้กำหนดสัดส่วนรายการประเภท ส่งเสริม สร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ของท้องถิ่น ตลอดจนข่าวสารความรู้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 40 ของเวลาที่ออกอากาศทั้งหมดในแต่ละวัน (เอกสารประกอบเรื่อง “พิจารณาคัดเลือกคู่สัญญาฯ 4 จังหวัดภาคใต้” ของ อสมท กรุงเทพมหานคร, 2541)

รูปแบบการผลิตรายการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง และสถานีท้องถิ่นผลิตรายการเอง ในส่วนหลังนี้มีบริษัท วิทยุระนอง จำกัด และนักจัดรายการท้องถิ่นเช่าเวลาผลิต โดยถือเป็นบริษัทคู่สัญญากับ อสมท รายการ เนื้อหารายการแบ่งเป็น 4 ภาค คือ ภาคความรู้ ร้อยละ 9 ภาคข่าว ร้อยละ 21 ภาคบันเทิง ร้อยละ 58 และภาคโฆษณาสินค้าและบริการธุรกิจ ร้อยละ 12

จากผังรายการไม่ปรากฏรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพโดยตรง แต่จะแทรกอยู่ในช่วงข่าวท้องถิ่น ได้แก่ รายการคุยข่าวชาวท้องถิ่น รายการข่าวท้องถิ่น รายการสาธารณประโยชน์ระดับท้องถิ่น เป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับสุขภาพของหน่วยงานสาธารณสุข และเตือนภัยโรคต่างๆ นอกจากนี้มีโฆษณาสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น ยาขมจับเลี้ยงตรานำ้เต้าทอง เป็นต้น

ทางสถานีฯ ได้รับการสนับสนุนจากศูนย์อนามัย เขต 12 จังหวัดยะลา และ สสจ.สตูล จัดทำโครงการ “โหวตตลาดน่าซื้อในดวงใจ” โดยรูปแบบของรายการ คือ การให้ประชาชนผู้รับฟัง ได้โทรศัพท์เข้ามายังรายการและบอกถึงตลาดที่ตนเองชอบไปเดินซื้อของมากที่สุด โดยผู้จัดรายการจะเป็นผู้รวบรวมคะแนนที่ผู้ฟังโหวตเข้ามาในแต่ละวัน และประกาศ

ผลตลาดที่ผู้ฟังชอบมากที่สุดเมื่อครบกำหนดเวลา 1 เดือน โดยผู้ที่โทรศัพท์เข้ามาร่วมรายการจะได้รับรางวัลเล็กน้อยจากทางรายการ เช่น ผ้ากันเปื้อน เป็นต้น

6.2) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดสตูล (คลื่น FM 95.50 MHz)

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) จังหวัดสตูล จัดตั้งขึ้นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2519 ทั้งนี้เนื่องจากในขณะนั้นในพื้นที่จังหวัดสตูลยังไม่มีสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ให้บริการข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงแก่ประชาชนแม้แต่สถานีเดียว กรมประชาสัมพันธ์จึงได้มอบหมายให้ศูนย์ประชาสัมพันธ์เขต 3 เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินงานจัดตั้งสถานีวิทยุระบบ AM ขึ้นและได้เริ่มออกอากาศครั้งแรกในระบบนี้ในคลื่นความถี่ 819 KHz

ต่อมาในปี 2526 มีการจัดตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียงระบบ FM เพิ่มขึ้นมาอีกระบบหนึ่ง คือ คลื่นความถี่ 95.5 MHz ทั้งนี้เพื่อความหลากหลายและเป็นทางเลือกให้กับประชาชนในการเลือกรับฟัง หลังจากนั้นมีการปรับเปลี่ยนอีกครั้งในปี 2538 โดยปรับเปลี่ยนความถี่ 819 KHz ในระบบ AM เป็นคลื่นความถี่ 1206 KHz พร้อมกันกับจัดตั้งระบบ FM เพิ่มขึ้นมาอีกหนึ่งคลื่นความถี่ คือ คลื่นความถี่ 99.5 MHz (เอกสารเผยแพร่ สวท. จังหวัดสตูล, 2542)

สถานีวิทยุกระจายเสียง สวท.จังหวัดสตูล มีที่ตั้งสถานี 2 แห่ง โดยแห่งแรกตั้งอยู่บริเวณถนนยนตรการกำธร ตำบลคลองขุด อำเภอเมือง และแห่งที่ 2 ตั้งอยู่บริเวณถนนเรืองฤทธิ์จรูญ ตำบลพิมาน อำเภอเมือง

◆ บริเวณ ถนนยนตรการกำธร เป็นที่ตั้งของ อาคารสำนักงาน และห้องส่งรวมทั้งบ้านพักข้าราชการ รวมอยู่ในบริเวณเดียวกัน ทำการกระจายเสียงในระบบ AM ความถี่ 1206 KHz มีกำลังส่ง 10 KW และในระบบ FM ความถี่ 95.5 MHz มีกำลังส่ง 1 KW โดยที่นี่มีเจ้าหน้าที่ประจำสถานี 15 คน ทำหน้าที่ผลิตรายการ และดำเนินรายการ

◆ บริเวณถนนเรืองฤทธิ์จรูญ ทำการกระจายเสียงในระบบ FM ความถี่ 99.5 MHz มีกำลังส่ง 1 KW โดยที่นี่ในส่วนของการผลิตรายการ ทาง สวท.สตูลไม่ได้เข้ามาผลิตรายการเอง แต่ได้เปิดโอกาสให้บริษัทเอกชนเข้ามาเช่าเวลาทั้งคลื่น

สถานีวิทยุ สวท. จังหวัดสตูล นั้น เป็นสื่อมวลชนของรัฐ ที่ทำหน้าที่ในการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และความบันเทิงไปสู่ประชาชน นอกจากนั้นยังเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์งานของรัฐไปสู่ประชาชน และรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะของประชาชนไปสู่รัฐบาล ทางสถานีฯ ได้รับนโยบายโดยตรงจากกรมประชาสัมพันธ์ โดยจะนำมาปรับใช้ให้เป็นแผนงานที่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นและให้สอดคล้องกับนโยบายหลักที่ได้รับมา โดยในปัจจุบันมีนโยบายการทำงานดังนี้ (เอกสารเผยแพร่ สวท. จังหวัดสตูล, 2542)

◆ ดำเนินงานทางด้านจิตวิทยามวลชน เพื่อตอบโต้การปฏิบัติงานมวลชนของฝ่ายตรงข้าม

◆ ส่งเสริมให้ประชาชนเข้าใจและเลื่อมใสในระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยอันมี พระมหากษัตริย์เป็นประมุข

◆ ส่งเสริมให้และสนับสนุนด้วยการเผยแพร่ และขยายงานนโยบายสำคัญของชาติทั้งทางด้าน การเมือง เศรษฐกิจและสังคม

◆ สร้างสำนึกให้ประชาชนมีความรับผิดชอบต่อสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

◆ ส่งเสริมให้ประชาชนมีความสามัคคี ร่วมมือ ร่วมใจกันพัฒนาประเทศและต่อต้านการบ่อนทำลายของศัตรูทุกรูปแบบ

◆ ดำรงสถานภาพเป็นสื่อมวลชนที่ดีในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดี และถูกต้อง

◆ สนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานของส่วนราชการและวิสาหกิจ

◆ สนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาของชาติ รวมทั้งธำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีอันดี

◆ ให้ความรู้และความบันเทิงแก่ประชาชนไทยรวมด้วยวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณีอันดี

◆ ร่วมมือกับนานาชาติ ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและรายการที่เป็นประโยชน์ และเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน

จากแผนแม่บท ของการพัฒนาวิทยุกระจายเสียงของกรมประชาสัมพันธ์ ในปี 2542 – 2544 พบว่า ได้มีนโยบายใหม่ที่เกี่ยวกับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น คือ จะจัดให้วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในทุกจังหวัด ทำหน้าที่วิทยุท้องถิ่นที่สมบูรณ์ขึ้น สนองความต้องการของประชาชน และการประชาสัมพันธ์แห่งรัฐ โดย

จะเปิดโอกาสให้หน่วยงานและประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวาง เพื่อสร้างข้อมูลศูนย์กลางกิจกรรมของท้องถิ่นที่แท้จริง และสะท้อนข้อมูลข่าวสารสาธารณะ ในการนี้จะจัดให้มีช่วงเวลารายการวิทยุชุมชนด้วย

ปัจจุบันสถานีวิทยุกระจายเสียง สวท. จังหวัดสตูล ระบบ FM 95.50 MHz ออกอากาศ 19 ชั่วโมง ตั้งแต่เวลา 05.00-24.00 น. ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดสตูล ดำเนินการออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ.2519 ดำรงตำแหน่งหัวหน้าสถานีฯ และนางสาวดวงใจ มาตยานุมัติ เป็นหัวหน้าฝ่ายรายการ

รูปแบบการผลิตรายการแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนรายการที่ถ่ายทอดรายการจากส่วนกลาง ร้อยละ 38 เป็นการถ่ายทอดข่าวภาคบังคับ และรายการสำคัญตามวาระต่างๆ และส่วนที่สถานีท้องถิ่นผลิตรายการเอง เป็นรายการสดที่ที่เจ้าหน้าที่ สวท.สตูล ผลิตรายการเอง ร้อยละ 47 และแบ่งเวลาให้หน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐมาดำเนินรายการที่ให้สาระความรู้แก่ประชาชน ร้อยละ 15 เนื้อหารายการแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ รายการประเภทข่าว รายการความรู้ และรายการบันเทิง

จากผังรายการ พบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ 6 รายการ ได้แก่

◆ **รายการสาระเพื่อประชาชน** ออกอากาศทุกวันจันทร์ เวลา 1100-12.00 น. โดยโรงพยาบาลและสสจ.

◆ **รายการคลื่นใสวัยทีน** ออกอากาศทุกวันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 11.00.-12.00 น. โดยเครือข่ายเยาวชน จังหวัดสตูล

◆ **สาระเพื่อสุขภาพ** ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี เวลา 20.30-21.00 น. โดยธนาคารออมสิน

◆ **รายการเพลินเพลงกับสำนักส่งเสริมสุขภาพ** ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 20.30-21.00 น. โดย สสจ.

◆ **รายการสังคมเดียวกัน** ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 15.10-15.30 น. โดยสมาคมคนตาบอดแห่งประเทศไทย

◆ **รายการเพลินเพลงกับสมาคมวางแผนครอบครัว** ออกอากาศทุกวันพุธ เวลา 20.30-21.00 น. โดยสมาคมวางแผนครอบครัวฯ

4.3 วิทยุชุมชน

ในการดำเนินงานวิจัยเรื่อง “สถานภาพการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น” นี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาการดำเนินงานของวิทยุชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างใน 6 จังหวัด จังหวัดละ 1 สถานี รวมทั้งสิ้น 6 สถานี ได้แก่

1. สถานีวิทยุประจำถิ่นลอง หรือ วปถ.ลอง (FM 88.0 MHz) จังหวัดแพร่
2. จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนภูมิพลังภาคมวลชน (FM 107.0 MHz) จังหวัดนครพนม
3. สถานีวิทยุชุมชนเพื่อนชุมชน (FM 107.9 MHz) จังหวัดนครปฐม
4. สถานีเพื่อทดลองเรียนรู้วิทยุกระจายเสียงชุมชนบางสระเก้า (FM 102.25 MHz) จังหวัดจันทบุรี
5. สถานีวิทยุเสียงชุมชน (FM 100.75 MHz) จังหวัดกาญจนบุรี
6. สถานีศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนควนกาหลง (FM 106 MHz) จังหวัดสตูล

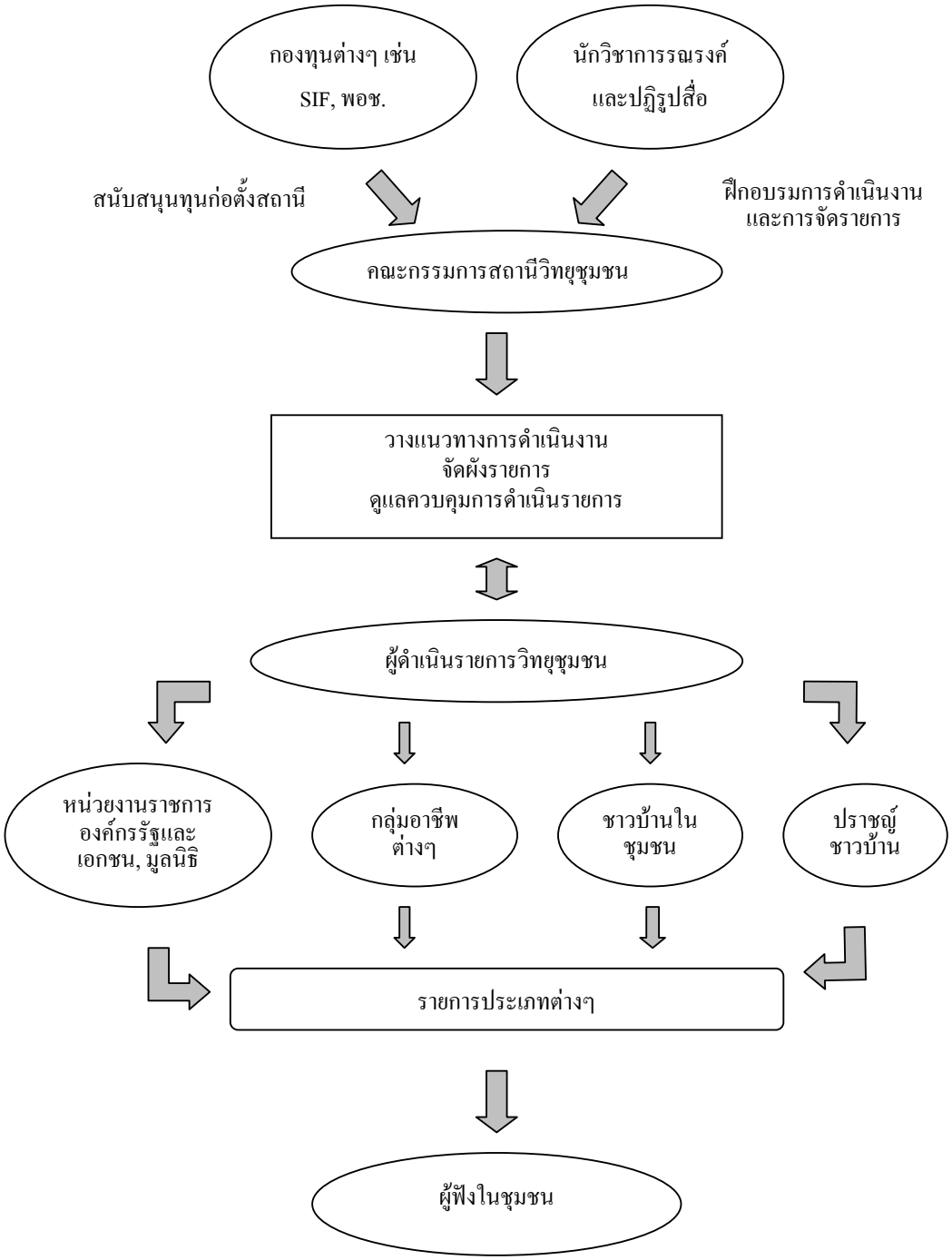
4.3.1 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของวิทยุชุมชนโดยภาพรวม

1) ลักษณะทั่วไป

สถานีวิทยุชุมชนทั้ง 6 สถานีข้างต้น ออกอากาศกระจายเสียงด้วยระบบ เอฟ เอ็ม ทั้งสิ้น โดยออกอากาศทุกวัน วันละประมาณ 11-15 ชั่วโมง ยกเว้นสถานีวิทยุชุมชนควนกาหลง ที่ออกอากาศเพียงวันละ 6 ชั่วโมง 30 นาที การดำเนินงานของวิทยุชุมชนส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของกรรมการสถานีฯ ซึ่งก่อร่างมาจากกรรมการชุมชน อาสากันมาจัดรายการโดยไม่มีค่าตอบแทน หลายสถานีได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณการจัดตั้งสถานีจากกองทุนต่างๆ เช่น Social Investment Fund (SIF), สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (พอช.) และได้เข้ารับการอบรมด้านการจัดรายการวิทยุชุมชนจากนักวิชาการด้านการรณรงค์และปฏิรูปสื่อ

กลุ่มเป้าหมายของสถานีวิทยุทั้ง 6 สถานีนั้น เหมือนกันคือ ชาวบ้านในท้องถิ่นที่สามารถรับฟังรายการได้ในรัศมีออกอากาศ สำหรับกลุ่มผู้จัดรายการ ส่วนมากจะเป็นคนในท้องถิ่นเช่นกัน ซึ่งบางสถานีฯ ได้ออกกฎเกณฑ์ให้ผู้ที่มาสมัครจัดรายการเขียนใบสมัครแสดง

ความจำนง และบอกวัตถุประสงค์ของการจัดรายการที่ชัดเจนด้วย โดยทั่วไปผู้จัดรายการจะเป็นชาวบ้านกลุ่มต่างๆ ในชุมชนทั้ง ปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มเยาวชน อสม. และกลุ่มอาชีพต่างๆ นอกจากนี้ ทุกสถานีฯ จะมีผู้จัดรายการที่มาจากหน่วยงานราชการและองค์กรต่างๆ อยู่บ้าง เช่น สาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล ฯลฯ ดังนั้นจึงส่งผลให้เนื้อหาที่นำเสนอมีความแตกต่างหลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การประกอบอาชีพของชาวบ้านในท้องถิ่น ความรู้ด้านสาธารณสุข การศึกษา การเมือง และเนื้อหาที่ทุกสถานีฯ ขาดไม่ได้คือ ด้านบันเทิง โดยส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพลงประเภทต่างๆ ทั้งเพลงลูกทุ่ง และลูกกรุง ประกอบการให้สาระความรู้จากผู้ดำเนินรายการเป็นระยะๆ รายการที่ออกอากาศส่วนใหญ่เป็นรายการที่ผู้จัดรายการในท้องถิ่นผลิตเอง มีรูปแบบทั้งบันทึกเทป และถ่ายทอดสดออกอากาศด้วยภาษาถิ่น ปนกับภาษากลาง โดยแต่ละรายการจะมีเวลาในการจัดรายการแต่ละรายการไม่นานนัก ส่วนใหญ่ประมาณ 30 นาที จนถึง 1 ชั่วโมง โดยวันและเวลาในการจัดรายการนั้นจะเป็นวันที่ผู้จัดรายการมีเวลาว่าง และมาลงตารางเวลาจัดรายการกับทางสถานีฯ ส่วนใหญ่แล้วตารางการจัดรายการค่อนข้างยืดหยุ่น มีการเปลี่ยนแปลงผังรายการตามสถานการณ์และความสะดวกของผู้จัดรายการ ผู้ฟังรายการวิทยุชุมชนนั้นคือ ชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนด้วยกันเอง ความสัมพันธ์ระหว่างผู้จัดรายการและผู้ฟังรายการของสถานีวิทยุชุมชนนั้นเป็นไปในลักษณะของคนคุ้นเคย ดังนั้น เมื่อผู้ฟังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดรายการ หรือต้องการให้นำเสนอเนื้อหาในเรื่องใด ก็สามารถบอกกล่าวกันได้อย่างง่ายดาย จะเห็นได้ว่าการดำเนินงานและการผลิตรายการวิทยุชุมชนนั้นเป็นไปในรูปแบบที่ไม่ซับซ้อน และสามารถยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์ ดังแผนผังต่อไปนี้



แผนผังที่ 4.4 การดำเนินงานของสถานีวิทยุชุมชน

2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

สำหรับการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพนั้น สถานีวิทยุชุมชนส่วนมากจะนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ 2 รูปแบบ ได้แก่ **1) รายการสุขภาพ โดยตรง** มีการนำเสนอตั้งแต่ 3-10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แต่ก็ยังถือเป็นสัดส่วนที่ไม่มากเมื่อเทียบกับเวลาออกอากาศทั้งหมด **2) แทรกในรายการอื่น** มักอยู่ในรายการประเภทข่าวชุมชน และรายการประเภทสาระน่ารู้ เนื้อหาด้านสุขภาพที่นำเสนอทางวิทยุชุมชนนั้น ส่วนมากจะเป็นเนื้อหาประเภท**อโรคยา และอาหาร** แต่หลายรายการมีเนื้อหาหลากหลาย ทั้ง 5 อำเภอ ขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินรายการจะหยิบยกเรื่องใดมาพูด และขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในแต่ละรายการมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพหลากหลาย ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ แต่วัตถุประสงค์ที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ **สร้างเสริมสุขภาพ และป้องกัน** มากกว่าการรักษาและฟื้นฟู

สำหรับการโฆษณาสินค้าในรายการวิทยุชุมชนนั้น จะพบเพียงบางสถานีเท่านั้น เนื่องจากบางสถานีมีนโยบายในการดำเนินสถานีฯ แบบไม่มีโฆษณา แต่จะมีกล่องบริจาคเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายทั่วไป เช่นค่าน้ำ ค่าไฟ แต่สำหรับสถานีที่อนุญาตให้มีโฆษณาได้ นั้นโฆษณาที่พบส่วนใหญ่จะเป็นโฆษณาสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป จะมีโฆษณาสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพบ้างจำนวนไม่มากนัก เช่น โฆษณายาสมุนไพร เป็นต้น

ทั้งนี้ รายละเอียดลักษณะทั่วไปของวิทยุชุมชน และการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของวิทยุชุมชนจากทั้ง 6 จังหวัด ปรากฏในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 ลักษณะทั่วไปและการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของวิทยุชุมชน

จังหวัด	สถานีวิทยุชุมชน	เวลาออกอากาศ ช.ม./วัน (สัปดาห์)	รายการสุขภาพ (ช.ม. / สัปดาห์)	ผู้จัดรายการสุขภาพ	แหล่งข้อมูลด้านสุขภาพ
แพร่	วปถ.ลอง (FM 88.0 MHz)	5.00-13.00 น. และ 15.00-20.00 น. 13 (91)	- เยาวชนรุ่นใหม่ใส่ใจเอดส์ (2) *อโรคยา* - เพลงรักจากสมุนไพร (4) *อโรคยา, อาหาร*	เยาวชน หมอสมุนไพร	เจ้าหน้าที่โรงพยาบาล หมอสมุนไพร อสม.
นครพนม	*ภูมิพลังภาคมวลชน (FM107.0 MHz)	5.20-21.00 น. ประมาณ 15 (105)	- คนฮักชุมขน คนฮักสุขภาพ (30 นาที) *6 อ*** - อยู่ดีมีเฮง ร่างกายแข็งแรง (30 นาที) *6 อ* - นายสุรินทร์ คำหาญ (30 นาที) *อโรคยา* - หมอพื้นบ้าน (30 นาที) *อโรคยา*	แพทย์แผนไทย หมอสมุนไพร	แพทย์แผนไทย หมอสมุนไพร
นครปฐม	*เพื่อนชุมชน (FM107.9 MHz)	5.00-20.00 น. 15 (105)	- รวมพลังสร้างสุข (5) *6 อ*	เจ้าหน้าที่ สสจ. เยาวชน	สสจ.
จันทบุรี	*ชุมชนบางสระเก้า (FM102.25 MHz)	8.00-19.00 น. 11 (77)	- รักสุขภาพ (3) *6 อ* - รักห่วงใย (2) *6 อ* - กีฬากับเยาวชน (2) *ออกกำลังกาย* - ชีวิตยังมีหวัง (1) *อารมณ์* - โลกเดียวกัน (2) *อารมณ์*	อสม. เยาวชน ชมรมพลังแห่งความรัก ชมรมคนตาบอด	อสม. สสจ. วารสาร
กาญจนบุรี	*เสียงชุมชน (FM100.75 MHz)	6.00-19.00 น. 13 (91)	- กินตามแม่ (3.30) *อาหาร* - สมุนไพรไทย (2) *อโรคยา, อาหาร* - สุขภาพผู้สูงอายุ เด็ก และเยาวชน (2) *6 อ* - เกี่ยวเนื่องเรื่องเพศ (1) *อนามัย, อารมณ์*	ผู้สูงอายุ หมอสมุนไพร พยาบาล	โรงพยาบาล หมอสมุนไพร
สตูล	ควนกาหลง (FM106 MHz)	10.00-16.30 น 6.30 (45)	- สาระน่ารู้กับผู้สูงอายุ (1) *6 อ* - สาวใต้กระจายข่าว (1) *6 อ* - พืชสมุนไพร (1) *อโรคยา, อาหาร*	ผู้สูงอายุ อสม. หมอสมุนไพร	อสม. หมอสมุนไพร สสจ. ปปส.

***ได้รับทุนสนุนสนุนจากสำนักงานกองทุนสังคม (SIF) หรือ สำนักงานองค์กรพัฒนาชุมชน (พอช.)** ***6 อ* หมายถึง อาหาร ออกกำลังกาย อโรคยา อนามัย อารมณ์ และแอลกอฮอล์

4.3.2 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของวิทยุชุมชนแต่ละจังหวัด

1) สถานีวิทยุประจำถิ่นลอง (วปถ.ลอง) จังหวัดแพร่ (คลื่น FM 88.0 MHz)

1.1) ลักษณะทั่วไป

สถานีวิทยุประจำถิ่นลอง ตั้งอยู่ที่ อำเภอลอง จังหวัดแพร่ มีรัศมีกระจายเสียงประมาณ 30 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่เขต อำเภอลอง และบางส่วนของ อำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม 2546 โดยมีนายคะนอง แว่นแก้ว เป็นผู้ก่อตั้งสถานี นายคะนองเคยเป็นลูกจ้างสถานียานเกราะ (อยู่คณะละครวิทยุเกตุทิพย์) มาก่อน เมื่อย้ายมาอยู่ที่ อำเภอลอง จังหวัดแพร่ ได้ทำงานในชุมชน และเคยเป็นประธานศูนย์ประสานงานองค์กรชุมชน อำเภอลอง (ศอช.) ด้วยความรักในอาชีพการจัดรายการวิทยุประกอบกับแนวคิดที่อยากฝึกให้คนในหมู่บ้านได้จัดรายการเอง และได้ผลิตสิ่งที่ตนเองอยากฟัง จึงเริ่มลงทุนก่อตั้งสถานีวิทยุฯ ด้วยทุนส่วนตัว และขอทุนสนับสนุนบางส่วนจากวัด (วัดไผ่ล้อม) นายคะนองเริ่มต้นดำเนินรายการด้วยการจัดรายการเอง และค่อยๆ ชักชวนกลุ่มคนในชุมชน มาพูดคุยเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิต อาชีพของตน ส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ ต่อมาได้ฝึกให้เด็ก เยาวชนมาจัดรายการ

ปัจจุบันมีการรวมตัวในรูปแบบของคณะกรรมการสถานีฯ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการวัด กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และชาวบ้านที่สนใจ มาช่วยร่วมทุน และช่วยบริหารจัดการสถานี มีการประชุมกรรมการสถานีเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อหารือเกี่ยวกับเนื้อหารายการ และผังรายการ สถานีมีผังรายการ (รายอาทิตย์) เป็นผังที่ยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนไปเรื่อยๆ นอกจากนี้ยังมีสมุดเซ็นชื่อรายวัน ที่ผู้จัดรายการต้องมาเขียนสาระโดยย่อที่ได้จัดรายการไปในวันนั้น

สถานีวิทยุ วปถ. ลอง ออกอากาศรวมทั้งสิ้น 13 ชม.ต่อวัน โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงเช้า เปิดสถานีเวลา 5.00 – 13.00 น. และช่วงบ่าย 15.00 – 20.00 น. การจัดรายการส่วนใหญ่จะเป็นรายการสด ซึ่งมีทั้งจัดรายการเดี่ยวและคู่ บางรายการจะเป็นการเปิดเทป เช่น รายการเกี่ยวกับธรรมะ สำหรับรายการเพลง โดยเฉพาะช่วงของดีเจวัยรุ่น จะมีการเปิดสายโทรศัพท์ให้ผู้ฟังโทรมาคุยหน้าไมค์ และขอเพลงด้วย รายการส่วนใหญ่จะออกอากาศเป็นภาษาถิ่น (คำเมือง) ยกเว้นรายการที่จัดโดยวัยรุ่น เช่น วัยโจ๋โชว์ฟรีสไตล์ เพลงรักจาก วปถ. เป็นต้น

เนื้อหารายการส่วนใหญ่เป็นเรื่องของท้องถิ่น แม้ว่าบางส่วนจะนำข้อมูลมาจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง ก็จะเลือกเรื่องที่เกี่ยวกับท้องถิ่น หรือมีประโยชน์ต่อท้องถิ่นมานำเสนอ เนื้อหามีหลากหลายด้าน ตามแต่ความถนัดของดีเจ สถานีนี้มีดีเจ 30 – 40 คน ที่เป็นขาจร เวียนกันมาจัดรายการ แต่ผู้ดำเนินรายการหลักที่จัดประจำมี 10 กว่าคน ดีเจที่มาจัดรายการมีความหลากหลาย ทั้งผู้สูงอายุ เด็ก 8-9 ขวบ ชาวบ้านสาขาอาชีพต่างๆ ทั้งครู เกษตรกร หมอสมุนไพร พระ นักร้อง ช่าง ฯลฯ

จากผังรายการพบว่าเนื้อหาด้านบันเทิงมีมากเป็นอันดับที่ 1 โดยจะเป็นรายการเพลง มีทั้งรายการเพลงเก่าที่จัดโดยผู้สูงอายุ เช่น รายการเพลงเก่ากับคนแก่ (ลุงหนาน,ไสว) รายการย้อนอดีตเพลงดัง (ลุงหนาน, สมนึก) ฯลฯ และเพลงสมัยใหม่จัดโดยดีเจวัยรุ่น เช่น รายการเพลินเพลงวันหยุด (พู่-พลอย) รายการเพลงรักจาก วปถ. (พู่-พลอย) รายการวัยโจ๋โชว์ฟรีสไตล์ (เยาวชนในชุมชน) ฯลฯ ทางสถานีได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เทปเพลงจากค่ายเพลงในกรุงเทพมาเปิด สำหรับเนื้อหาที่มีมากเป็นอันดับสองคือ เนื้อหาด้านธรรมะ โดยรูปแบบรายการนั้นมีทั้งรายการสด คือ รายการธรรมะยามเย็น ซึ่งทางสถานีได้นิมนต์พระสงฆ์ในชุมชนมาจัดรายการ และเปิดเทปธรรมะ เช่น การเจริญจิตตภาวนา (เปิดเทปจากสมเด็จพระญาณสังวรฯ) พระไตรปิฎก (เปิดเทปพระเทพกิตติปัญญาคุณ) เป็นต้น นอกจากนั้นจะเป็นเนื้อหาด้านอื่นๆ ทั้งเนื้อหาสาระเกี่ยวกับข่าว เช่น รายการข่าวและเพลง รายการข่าวชาวบ้าน เนื้อหาด้านภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น รายการคนบะเก่า เนื้อหาด้านความรู้ที่มีประโยชน์ต่อชุมชน เช่น รายการนานาสาระ รายการรู้ไว้ใช่ว่า เป็นต้น

1.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

สำหรับเนื้อหาด้านสุขภาพนั้น มีรายการประจำที่เกี่ยวกับสุขภาพโดยตรง 2 รายการ คือ รายการเยาวชนรุ่นใหม่ใส่ใจเอดส์ และรายการเพลงรักจากสมุนไพร **รายการเยาวชนรุ่นใหม่ใส่ใจเอดส์** จัดทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 17.00-18.00 น. กินเวลา 1 ชั่วโมงเต็ม โดยดีเจที่เป็นเยาวชนในชุมชน ชื่อ ดีเจหนึ่ง (กีรติ) และดีเจมาเรีย มาพูดคุยสาระเกี่ยวกับการป้องกันโรคเอดส์ **รายการเพลงรักจากสมุนไพร** ทุกวันจันทร์-พฤหัสบดี เวลา 10.00-11.00 น. จัดโดยลุงหนานรวง ซึ่งมีอาชีพเป็นหมอสมุนไพร จะนำความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ต่างๆ ของสมุนไพรไทยมาบอกเล่าให้ผู้ฟังทราบ

นอกจากนี้มีการนำเสนอเกร็ดความรู้ด้านสุขภาพแทรกในรายการอื่นๆ ได้แก่ **รายการรู้ไว้ใช่ว่า** โดยดีเจภาวิณี และดีเจคะนอง ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 8.00 – 9.00 น. **รายการเพลินเพลงวันหยุด** จัดโดยดีเจพู่-พลอย ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 8.00-9.00 น. เป็นรายการเปิดเพลงสลับการบอกเล่าเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่างๆ **รายการนานาสาระ** ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00 – 13.00 น. โดยดีเจสไบลอง สำหรับแหล่งข้อมูลด้านสุขภาพที่คอยให้คำแนะนำและสนับสนุนข้อมูลต่างๆ ให้แก่ผู้จัดรายการของสถานี ได้แก่ เจ้าหน้าที่จากโรงพยาบาลลอง อสม. และหมอสมุนไพร

สำหรับโฆษณาในรายการต่างๆ มักเป็นโฆษณาร้านค้าในชุมชน และสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ไม่มีโฆษณาสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ

2) จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนภูมิพลังภาคมวลชน จังหวัดนครพนม (คลื่น FM 107.0 MHz)

2.1) ลักษณะทั่วไป

จุดปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนภูมิพลังภาคมวลชน ตั้งอยู่ที่บ้านโคกก่อง ตำบลโพธิ์ตาก อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม มีรัศมีการกระจายเสียงประมาณ 15 กิโลเมตร กำลังส่ง 20 วัตต์ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนในเขต ตำบลโพธิ์ตาก และตำบลใกล้เคียงในเขต อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม เริ่มดำเนินงานครั้งแรกในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2545 โดยมีผู้ริเริ่มก่อตั้งสถานีคือ นายธนศักดิ์ คำด่าง ซึ่งดำรงตำแหน่งเป็นประธานอำนวยการจุดปฏิบัติการเรียนรู้ และประธานศูนย์ประสานงานองค์การชุมชนจังหวัด ในช่วงแรกที่เริ่มต้นกระบวนการคิดได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนเพื่อการลงทุนทางสังคม หรือ SIF เพื่อสร้างกระบวนการทำความเข้าใจเรื่องมาตรา 40 ให้ชุมชนได้รับรู้สิทธิของชุมชน รวมทั้งซื้ออุปกรณ์เครื่องส่งสัญญาณ จัดตั้งสถานีที่บริเวณบ้านของนายธนศักดิ์

สถานีวิทยุแห่งนี้ดำเนินการได้ไม่ถึงนานก็ต้องหยุดถ่ายทอดสัญญาณในช่วงเดือนธันวาคม 2545 เนื่องจากมีเหตุขัดข้องทางเทคนิค ต้องส่งเครื่องส่งสัญญาณไปซ่อมแซม และมีการปรับปรุงอาคารที่เป็นห้องส่งออกอากาศ จนกระทั่งวันที่ 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2547 จึงได้เริ่มดำเนินการอีกครั้ง จวบจนปัจจุบัน

การดำเนินงานของสถานีฯ อยู่ในรูปแบบของคณะกรรมการสถานีฯ ประกอบด้วยสมาชิก 15 คน สำหรับผู้จัดรายการของสถานีนั้นต้องเป็นคนในชุมชนเท่านั้น ปรัชญาของสถานีวิทยุชุมชนแห่งนี้คือ ต้องการให้เป็น “สถานีวิทยุกินได้ รักษาโรคได้” เนื้อหารายการจึงเน้นความรู้ที่ทำให้ผู้ฟังสามารถนำไปใช้ได้จริง ทั้งในด้านการทำมาหากิน จัดโดยกลุ่มอาชีพต่างๆ (เครือข่ายแม่บ้าน) ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาชาวบ้าน จัดโดยปราชญ์ชาวบ้านด้านต่างๆ เช่น การเกษตร แพทย์แผนไทย และสมุนไพร ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม รวมทั้งยังเปิดโอกาสให้เด็กๆ ในชุมชนที่มีใจรักในการจัดรายการมาฝึกจัดรายการด้วย

2.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

หากพิจารณาจากผังรายการ จะพบรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับสุขภาพโดยตรง 4 รายการ ซึ่งทุกรายการจะใช้เวลาจัดรายการสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ครั้งละเพียง 30 นาที บางรายการจะไม่มีชื่อรายการเฉพาะ แต่กำหนดไว้ว่าเป็นช่วงของผู้จัดรายการคนใดเท่านั้น ส่วนบางรายการมีแต่ชื่อรายการ โดยไม่เจาะจงผู้จัดรายการตายตัว รายการดังกล่าวได้แก่

- **รายการคนฮักชุมชน คนฮักสุขภาพ** จัดทุกวันจันทร์ เวลา 18.00-18.30 น.
- **รายการอยู่ดีมีเฮง แข็งแรงแจ่มใส** จัดทุกวันอังคาร เวลา 7.30-8.00 น.
- ไม่กำหนดชื่อรายการ จัดรายการโดย**นายสุรินทร์ คำหาญ (แพทย์แผนไทย)** ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 7.30-8.00 น.
- **รายการหมอพื้นบ้าน** จัดทุกวันอาทิตย์ เวลา 7.30-8.00 น.

นอกจากนี้ทางสถานีฯ ได้นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพแทรกอยู่ในรายการสนทนาทั่วไป ซึ่งผู้ดำเนินรายการจะพูดถึงสาระด้านต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนในท้องถิ่น ในจำนวนนี้จะมีเนื้อหาด้านสุขภาพบ้างเป็นครั้งคราว ตามสถานการณ์

3) สถานีวิทยุชุมชนเพื่อนชุมชน จังหวัดนครปฐม (คลื่น FM 107.9 MHz)

3.1) ลักษณะทั่วไป

สถานีวิทยุเพื่อนชุมชน ถือว่าเป็นสถานีที่มีเครือข่ายกระจายเสียงหลัก (Nation Wide Broadcasting) ระดับท้องถิ่น เป็น 1 ใน 8 สถานีวิทยุชุมชนเครือข่ายชาวอโศกซึ่งตั้งอยู่ใน 8 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร อุบลราชธานี ศรีสะเกษ นครปฐม นครสวรรค์ เลย เชียงใหม่

ร้อยเอ็ด และสิงห์บุรี ซึ่งวิทยุชุมชนยังเป็นสื่อหนึ่งในหลากหลายสื่อที่ทางชุมชนอโศกใช้เพื่อเป็นช่องทางเผยแพร่ธรรมะตามหลักพุทธศาสนา มีรัศมีการออกอากาศ 25 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่หลายจังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม (อำเภอเมือง) จังหวัดกาญจนบุรี (อำเภอเมือง) และจังหวัดราชบุรี (อำเภอบ้านโป่ง และ อำเภอบางแพ) มีการกระจายเสียง 15 ชั่วโมงต่อวัน คือ ตั้งแต่เวลา 5.00 – 20.00 น. ของทุกวัน

สถานีวิทยุเพื่อนชุมชนตั้งอยู่ที่ชุมชนปฐมอโศก สำนักงานกลาง อาคารสัมมาสิกขา ชั้น 5 เลขที่ 65 หมู่ที่ 5 ตำบลพระประโทน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีการพัฒนาทดลองกระจายเสียงเรื่อยมา โดยใช้คลื่นสั้น 87.0 MHz ซึ่งอยู่นอกหน้าปัดวิทยุปรกติที่มีคลื่นอยู่ระหว่าง 87.5 – 108.0 MHz จนกระทั่งเริ่มมีการปรับเข้าไปอยู่ในช่วงกำลังส่งของคลื่นปรกติ และปรับลดความถี่ให้ต่างจากสถานีวิทยุส่วนกลางซึ่งมักใช้สัญญาณความถี่ที่ลงท้ายด้วย .0 หรือ .5 จนกระทั่งได้ดำเนินการออกอากาศอย่างเป็นทางการที่ความถี่ FM 107.9 MHz ครั้งแรก ประมาณปี พ.ศ. 2545

นายช่วยบุญ จันทร์รักษา เป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งสถานีวิทยุเพื่อนชุมชนแห่งนี้ โดยนำความรู้จากการอบรมวิทยุชุมชนจากนักวิชาการและเจ้าหน้าที่กองทุนชุมชน SIF ภาคตะวันออกและภาคตะวันตก โดยได้รับเงินสนับสนุนจาก พอช. และ SIF ให้จัดอบรมวิทยุชุมชนให้ชาวบ้าน โดยมีการให้ความรู้มาตรา 40 เรื่องสิทธิในสื่อ เป้าหมาย และแนะนำให้หากลุ่มชาวบ้านเป็นเครือข่ายเพื่อรวมตัวกันจัดตั้งวิทยุชุมชน ประกอบกับหลังการอบรมทางจังหวัดนครปฐมมีนโยบายสนับสนุนการกระจายข่าวสารไปยังชาวบ้านส่วนท้องถิ่น นายช่วยบุญจึงได้พยายามประสานงานหาสถานที่ที่เหมาะต่อการเป็นสถานีวิทยุชุมชนนำร่อง กระทั่งได้มาปรึกษาสมณะอิทธิภาโว (บินก้าว) ที่ชุมชนปฐมอโศก และทราบว่าสมณะมีแนวคิดคล้ายกันจึงได้ทดลองกระจายเสียง โดยมีวัตถุประสงค์แรกเริ่มเพื่อเป็นหอกระจายข่าวแบบไร้สาย โดยต้องการให้สามารถสื่อสารกันได้โดยสะดวกคล้ายการใช้วิทยุสื่อสาร มุ่งเพื่อเชื่อมวัดเข้ากับชุมชนผ่านเครือข่ายคลื่นวิทยุ และต้องการลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อกันทางโทรศัพท์

ปัจจุบันสถานีวิทยุเพื่อนชุมชนมีลักษณะการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการซึ่งได้มาจากการแต่งตั้งตามความเหมาะสมด้านวิชาชีพ และด้านการเป็นผู้จัดรายการวิทยุ ประกอบด้วยบุคคลหลายฝ่าย อาทิ สมณะ ทนายความ สาธารณสุข ครู – อาจารย์ ชาวบ้านทั่วไป เป็นต้น คณะกรรมการจะประชุมทุกเดือน โดยมีการแจ้งผลการดำเนินงาน สรุปผลตอบ

รับของชาวบ้านที่มีต่อการจัดรายการ คณะกรรมการชุดปัจจุบัน (ปี 2547-2548) ประกอบด้วย กรรมการจำนวน 40 คน มีสมณะบินก้าว อิทธิภาโว ดำรงตำแหน่งเป็นประธานที่ปรึกษาวิทยุชุมชน และนายนุกูล สิริสุวรรณ์ เป็นประธานวิทยุชุมชน

กลุ่มเป้าหมายของสถานีวิทยุแห่งนี้คือ ชาวบ้านในท้องถิ่นที่อยู่ในจังหวัดนครปฐมและรับฟังรายการได้ในรัศมีออกอากาศ สำหรับกลุ่มผู้จัดรายการ ต้องเป็นคนในท้องถิ่นเช่นกัน โดยต้องเขียนใบสมัครแสดงความจำนง และบอกวัตถุประสงค์ของการจัดรายการที่ชัดเจน สามารถแบ่งได้เป็น 9 กลุ่ม คือ กลุ่มชาวบ้าน กลุ่มธรรมะ กลุ่มทนาย กลุ่มสาธารณสุขจังหวัด กลุ่มนักการเมืองท้องถิ่น กลุ่มอาจารย์ หน่วยงานราชการอื่นๆ กลุ่มเยาวชน และกลุ่มอื่นๆ ดังนั้น ช่วงอายุของผู้จัดรายการจึงย่อมหลากหลายไปด้วย และส่งผลต่อด้านความหลากหลายของเนื้อหาที่นำเสนอจะแตกต่างกันไป เช่น เรื่องราวความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต การประกบอาชีพของชาวบ้านในท้องถิ่น ความรู้ด้านธรรมะ ความรู้ด้านกฎหมาย ความรู้ด้านสาธารณสุข ความรู้ด้านการเมือง ความรู้ด้านการศึกษา รายการเพลงที่ให้ความบันเทิงต่างๆ เป็นต้น

รายการที่ออกอากาศเป็นรายการที่ผลิตเอง มีรูปแบบทั้งบันทึกเทป และถ่ายทอดสด ออกอากาศด้วยภาษากลาง แต่มีสำเนียงท้องถิ่น (เหน่อ) ส่วนลักษณะการจัดรายการนั้น แต่ละรายการจะมีเวลาประมาณ 1 ชั่วโมง จะจัดวันเวลาใดนั้น ขึ้นอยู่ที่ตัวผู้จัดรายการเป็นสำคัญ ทุกคนต้องจัดสรรเวลาให้ลงตัวสอดคล้องกับวิถีชีวิตของตนเองให้มากที่สุด นอกจากนั้น ผู้จัดรายการยังต้องยอมรับเงื่อนไขในการจัดการทุกอย่างด้วยตนเอง นับตั้งแต่ การดูแลเครื่องเสียง เขียนบทรายการ รับโทรศัพท์ ซึ่งแต่ละคนจะมีแนวทางการจัดรายการของตนเอง อาทิ รายการอ่านหนังสือให้ท่านผู้ฟัง ผู้จัดจะอ่านหนังสือต่างๆ ให้ผู้ฟังฟัง จึงต้องการสมาธิ และความเป็นส่วนตัวสูง ดังนั้น จึงสามารถจัดรายการคนเดียวได้ หรือรายการประเภทพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จำเป็นต้องมีผู้ร่วมจัดรายการหลายคน เป็นต้น

จากผังรายการแสดงให้เห็นว่าเกือบทุกรายการของทางสถานีวิทยุเพื่อนชุมชนเป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาโดยชาวบ้านในชุมชน เพื่อตอบสนองความต้องการของชาวบ้านในชุมชนกันเอง ลักษณะการตั้งชื่อรายการส่วนใหญ่เป็นภาษาไทยที่เข้าใจง่าย สั้น กระชับ ได้ใจความ สามารถสื่อความหมายของรายการนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี อาทิ รายการชาวบ้านพบชาวบ้าน รายการอ่านหนังสือให้ท่านผู้ฟัง รายการ อบตำบลเพื่อประชาชน เป็นต้น มีเพียง

รายการนายกทักษิณพบประชาชนเพียงรายการเดียวเท่านั้นที่ถ่ายทอดสดจากสถานีวิทยุกระจายเสียงสาธารณะ

3.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

หากพิจารณาจากผังรายการแล้ว จะเห็นว่าสถานีวิทยุเพื่อนชุมชนได้เน้นเนื้อหาด้านการให้ความรู้สำหรับเด็กและเยาวชน และฝึกฝนให้เด็กนักเรียน นักศึกษาได้จัดรายการวิทยุด้วย จึงทำให้มีรายการสำหรับเด็ก และรายการที่เด็กเป็นผู้จัดรายการเป็นสัดส่วนสูงที่สุด เช่น รายการโลกนิทาน รายการคุยสบายๆ สไตล์ครูกับศิษย์ รายการรวมพลังเพื่อเยาวชน รายการเพื่อนกันเรดิโอ รายการยังมีประโยชน์มาคุย รายการวันมันวัยทีน เป็นต้น และเนื่องจากสถานีวิทยุเพื่อนชุมชนนี้ตั้งอยู่ในชุมชนปฐมอโศก ซึ่งอยู่ในอาณาเขตความรับผิดชอบของพุทธสถานปฐมอโศก ดังนั้น จึงมีรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับธรรมะอยู่หลายรายการ เช่น รายการธรรมะรับอรุณ รายการนิยายอิงธรรมะ รายการตามประสา (โดยพ่อท่านสมณะโพธิ) เป็นต้น อย่างไรก็ดี สถานีแห่งนี้ได้พยายามนำเสนอรายการที่มีสาระด้านอื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะ รายการที่ให้ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชน เช่น รายการทนายพบชาวบ้าน รายการอ่านหนังสือให้ผู้ฟัง รายการเสียงคนสร้างชาติ เป็นต้น

สำหรับรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพโดยตรง มีอยู่เพียง 1 รายการ คือ **รายการรวมพลังสร้างสุข** จัดโดยเจ้าหน้าที่สาธารณสุขจังหวัด ทุกวันจันทร์-ศุกร์ เวลา 15-16 น. เนื้อหาเป็นการพูดคุยให้ความรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพตามความสนใจของประชาชนในช่วงเวลานั้น นอกเหนือจากนี้ จะพบเนื้อหาด้านสุขภาพอยู่แทรกในรายการอื่นๆ บ้างเป็นครั้งคราว เช่น **รายการรวมพลังเพื่อเยาวชน** จัดโดยนักเรียนมัธยมศึกษาจากโรงเรียนราชินีบูรณะ และโรงเรียนสิรินธรราชวิทยาลัย ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 15.00-16.00 น. เป็นรายการพูดคุยสลับการเปิดเพลง **รายการหลากสไตล์หลายสาระ** จัดโดยชาวบ้าน ทุกวันอาทิตย์ เวลา 16.30-18.00 น. **รายการยังมีประโยชน์มาคุย** จัดโดยนักเรียนมัธยมศึกษาโรงเรียนสัมมาสิกขาลัย ทุกวันพุธ เวลา 16.00-17.00 น. เนื้อหาเป็นการพูดคุยเรื่องทั่วไป

ในการจัดรายการของทางสถานีฯ จะมีการประเมินผล โดยแบ่งออกเป็นหลายลักษณะ กล่าวคือ

◆ การประเมินผลด้วยตนเอง โดยผู้จัดรายการทุกคนจะมีการประเมินผลตนเองทุกครั้งหลังการจัดรายการ ทั้งนี้ เพื่อนำข้อผิดพลาดไปปรับปรุงแก้ไขในคราวต่อไป

◆ การประเมินผลจากสมณะอิทธิภาโว ซึ่งเป็นประธานที่ปรึกษาสถานีวิทยุเพื่อนชุมชน จะเป็นผู้ฟังรายการต่าง ๆ ทางวิทยุ และแสดงความคิดเห็น อีกทั้งยังมีการสอบถามความคิดเห็นจากชาวบ้านในชุมชนอีกด้วย โดยช่วงออกบิณฑบาตมักมีชาวบ้านมาพูดคุยเกี่ยวกับการจัดรายการสถานีวิทยุส่วนของวันก่อนๆ

◆ การประเมินผลจากผู้ฟัง แบ่งเป็นหลายรูปแบบ เช่น ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่าง ๆ ที่นำมาพูดคุย หรือต่อผู้จัด และการจัดรายการครั้งนั้น ๆ เป็นต้น นอกจากนั้น ยังสามารถประเมินกลุ่มผู้ฟังได้จากการจัดงานทำบุญของพุทธสถานปฐมอโศก โดยการประชาสัมพันธ์ข่าวสารผ่านวิทยุชุมชน ซึ่งชาวบ้านตอบรับการฟังรายการด้วยการมาช่วยงานแต่ละครั้งประมาณ 350 – 500 คน

◆ แบบประเมินสถานีวิทยุเพื่อนชุมชน เคยมีการทำแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของชาวบ้านในชุมชนแล้วหนึ่งครั้ง โดยให้แสดงความคิดเห็นเชิงสมมติตนเองเป็นผู้จัดรายการเองว่าต้องการายการรูปแบบไหน อย่างไร เพราะอะไร และนำแบบสอบถามดังกล่าวมาปรับปรุงรูปแบบของรายการมาเรื่อยๆ จนกระทั่งปัจจุบัน

4) สถานีเพื่อทดลองเรียนรู้วิทยุกระจายเสียงชุมชนบางสระเก้า จังหวัดจันทบุรี (คลื่น FM 102.25 MHz)

4.1) ลักษณะทั่วไป

สถานีเพื่อทดลองเรียนรู้วิทยุกระจายเสียงชุมชนบางสระเก้า ตั้งอยู่ที่ชุมชนบางสระเก้า ตำบลบางสระเก้า อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี กำลังส่ง 10 วัตต์ มีรัศมีออกอากาศ 30 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 4 อำเภอ คือ อำเภอแหลมสิงห์ อำเภอขลุง อำเภอท่าใหม่ และอำเภอเมือง เริ่มก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2545 (เป็นสถานีวิทยุชุมชนแห่งแรกของภาคตะวันออก) โดย ดาบตำรวจพัฒนพงษ์ กระทุ่มเขต การก่อตั้งสถานีแห่งนี้ เริ่มต้นจากการที่ ตำบลบางสระเก้า ได้เข้าร่วมเครือข่ายประชาคมจันทบูรณ์ และได้เริ่มต้นกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการปฏิรูปสื่อ โดยได้รับการสนับสนุนด้านวิชาการ ทั้งแนวคิดและเป้าหมายของการวิทยุชุมชม และด้านงบประ

มานในการจัดหาอุปกรณ์เครื่องส่งสัญญาณกระจายเสียง จากสำนักงานสนับสนุนกองทุนสังคม หรือ SIF ในปี พ.ศ.2544

ปัจจุบันสถานีวิทยุแห่งนี้ดำเนินการภายใต้คณะกรรมการชุมชน 27 คน ในจำนวนนี้มีผู้จัดรายการหลัก 22 คน ซึ่งเป็นคนในพื้นที่ทั้งสิ้น ประกอบด้วยชาวบ้านจากกลุ่มอาชีพและสมาคมต่างๆ เช่น อสม. อบตำบล แม่ค้า ช่างเทคนิค ตำรวจ ครู ศูนย์ศิลป์เสื่อ ชมรมพลังความรัก (ผู้ติดเชื้อเอดส์) ชมรมคนตาบอดภาคตะวันออก สหกรณ์จังหวัด ชมรมเปตอง ตำบลบางสระเก้า กลุ่มสตรีชาวนาไทย เป็นต้น ผู้จัดรายการต้องกรอกใบขอเข้าร่วมเป็นสมาชิก แล้วกรรมการจะจัดสรรเวลาให้จัดรายการ ดังนั้นผังรายการจะไม่ตายตัว กรรมการจะพิจารณาปรับผังรายการจากการร้องขอของผู้ฟัง และความสะดวกของผู้จัดรายการด้วย โดยจะปรับผังรายการประมาณ 5-6 เดือนครั้ง ผังรายการปัจจุบันปรับเมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2547 ออกอากาศทุกวัน วันละ 11 ชั่วโมง คือ ตั้งแต่เวลา 8.00 – 19.00 น. รายการส่วนใหญ่จะจัดในรูปแบบถ่ายทอดสด ยกเว้นรายการโลกเดียวกัน และรายการคนพิการชวนรู้ ที่จัดโดยสมาคมคนตาบอด จะเป็นเทป ภาษาที่ใช้ในการจัดรายการมีทั้งภาษาถิ่นและภาษากลาง ขึ้นอยู่กับความถนัดของผู้จัดรายการ สถานีวิทยุแห่งนี้ไม่มีการโฆษณา มีเพียงการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเท่านั้น สถานีวิทยุชุมชนแห่งนี้จึงเป็นสถานีที่ไม่มีรายได้ ผู้ที่มาจัดรายการต้องมาด้วยความสมัครใจ ไม่มีค่าตอบแทน แต่ที่สถานีฯ จะมีตู้บริจาค เพื่อนำเงินไปเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดรายการ เช่น ค่าน้ำค่าไฟ และหากเครื่องส่งสัญญาณเสีย จะทำบุญ ทอดผ้าป่ากันในชุมชน

จากผังรายการจะพบว่า เนื้อหาของรายการต่างๆ ทางสถานีจะเน้นการให้สาระความรู้เป็นหลัก และมีบันเทิง เปิดเพลงแทรก ประกอบด้วยเนื้อหาประเภทข่าว เช่น รายการข่าวลุงเหม่ง (จันทร์-เสาร์ เวลา 8.00–9.00 น.) เนื้อหาเกี่ยวกับสาระความรู้ในชุมชน เช่น รายการรอบบ้านเรา (ทุกวัน เวลา 9.00-10.00 น.) รายการสาระน่ารู้ (เสาร์-อาทิตย์ เวลา 16.00-17.00 น.) เนื้อหาเกี่ยวกับธรรมะ เช่น รายการพัฒนาคุณธรรม จัดโดยสำนักสงฆ์สวนพุทธธรรม (เสาร์-อาทิตย์ เวลา 10.00-11.00 น.) เนื้อหาเกี่ยวกับการวางแผนชีวิต เช่น รายการรวมพลคนสร้างสุข จัดโดยตัวแทนจากสมาชิกชุมชนเป็นสุข 5 หมู่บ้าน (จันทร์-ศุกร์ เวลา 17.00-18.00 น.) และเนื้อหาเกี่ยวกับอาชีพต่างๆ เช่น รายการวิถีชีวิตฯ จัดโดยศูนย์ศิลป์เสื่อ (เสาร์-อาทิตย์ เวลา 12.00-13.00 น.) รายการของดีสี่มุมเมรุ จัดโดยพ่อค้า แม่ค้าในชุมชน (ศุกร์-อาทิตย์ เวลา 14.00-15.00 น.) รายการตำรวจสัมพันธ์ (อังคาร 13.00-14.00 น.) เป็นต้น

4.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

รายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพตรงๆ ทั้งรายการ มีอยู่ 5 รายการด้วยกัน ได้แก่

◆ **รายการรักสุขภาพ** จัดโดย อสม.ของ อำเภอพลิ้ว ทุกวันจันทร์, พุธ และศุกร์ เวลา 10.00-11.00 น.

◆ **รายการรักห่วงใย** จัดโดย อสม. ของ อำเภอบางสระเก้า ทุกวันอังคาร และพฤหัสบดี เวลา 10.00-11.00 น.

◆ **รายการกีฬากับเยาวชน** จัดโดยกลุ่มเยาวชนรักษ์ถิ่น ทุกวันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 13.00-14.00 น.

◆ **รายการชีวิตยังมีหวัง** จัดโดยชมรมพลังแห่งความรัก ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 14.00-15.00 น.

◆ **รายการโลกเดียวกัน** จัดโดยชมรมคนตาบอด ทุกวันอังคารและพุธ เวลา 15.00-16.00 น.

5) สถานีวิทยุเสียงชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี (คลื่น FM 100.75 MHz)

5.1) ลักษณะทั่วไป

สถานีวิทยุเสียงชุมชน ตั้งอยู่ที่บ้านจันทร์ส่องรัศมี เลขที่ 103 หมู่ 2 บ้านท่ามะขาม อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สถานีฯ มีกำลังส่ง 100 วัตต์ มีพื้นที่ออกอากาศ 20 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมเขต อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ปัจจุบันออกอากาศวันละ 13 ชั่วโมง คือตั้งแต่เวลา 6.00-19.00 น. สถานีฯ แห่งนี้เริ่มดำเนินงานเมื่อวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ.2544 โดย นายบุญส่ง จันทร์ส่องรัศมี มีเจตนารมณ์คือ ต้องการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีเครื่องมือในการสื่อสาร สะท้อนเรื่องราวทุกรูปแบบ เน้นเรื่อง “สิทธิ” ของคนเป็นหลัก รวมทั้งเน้นเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากร เนื่องจากผู้ก่อตั้งสถานีฯ เป็นสมาชิกลุ่มอนุรักษ์กาญจน์ จึงมีรายการเกี่ยวกับเรื่องการเมือง และการเรียกร้องสิทธิของประชาชนอยู่ด้วย เช่น รายการเส้นทางประชาธิปไตย รายการค้นต้นน้ำแควา รายการเพื่อเมืองกาญจน์ รายการรักษ์เมืองกาญจน์ รายการเสียงชุมชน เป็นต้น แต่ก็มีเนื้อหาสาระด้านอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย เนื้อหาด้านบันเทิง เช่น รายการเพลงยาม

เข้าข่าวชุมชน รายการหัวใจเพลง รายการเพลงเก่าฟังสบายรายการที่ให้ความรู้ด้านต่างๆ เช่น รายการสนทนาภาษาอังกฤษ รายการสนทนาภาษาจีน รายการการศึกษาในท้องที่ รายการกฎหมายทั่วไป รายการสาระเพื่อชุมชน รายการสาระน่ารู้กับปุถุชน เป็นต้น เนื้อหาสาระประเภทข่าว เช่น รายการกรองข่าว เนื้อหาด้านธรรมะ เช่น รายการธรรมะ เนื้อหาเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เช่นรายการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย เป็นต้น

5.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

สำหรับรายการที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพนั้น มี 4 รายการ ได้แก่

- **รายการกินตามแม่** จัดโดยป้าหญิงและธูปบุตร ทุกวัน เวลา 7.00-7.30 น.
- **รายการสมุนไพรไทย** จัดโดยณัฐพลและจารุณี วันอังคาร-พฤหัสบดี เวลา 9.00-10.00น.
- **รายการสุขภาพผู้สูงอายุ เด็กและเยาวชน** จัดโดยป้าหญิง วันอังคาร-พฤหัสบดี เวลา 10.00-11.00 น.
- **รายการเกี่ยวเนื่องเรื่องเพศ** จัดโดยพยาบาลดุ๋ย วันจันทร์ เวลา18.00-19.00 น.

6) สถานีศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนควนกาหลง จังหวัดสตูล (คลื่น FM 106 MHz)

6.1) ลักษณะทั่วไป

สถานีศูนย์ปฏิบัติการเรียนรู้วิทยุชุมชนควนกาหลง ตั้งอยู่ที่บริเวณหลังที่ทำการ อบต.ควนกาหลง ม.2 ตำบลควนกาหลง จังหวัดสตูล กำลังส่ง 30 วัตต์ มีพื้นที่ออกอากาศ 15 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ ตำบลควนกาหลง ตำบลบ้านพรุ ตำบลแประ ตำบลสวนเทศ และ ตำบลทุ่งนุ้ย เริ่มกระบวนการเรียนรู้ในการจัดตั้งสถานีวิทยุชุมชนตั้งแต่ช่วงต้นปี พ.ศ. 2545 โดยนายประยูร จันทร์ชุมและคณะ และทดลองออกอากาศในเดือนกันยายน พ.ศ. 2545 ใช้คลื่น FM 107.5 MHz โดยได้รับการสนับสนุนจาก พอช. ด้านเครื่องส่งสัญญาณและได้เข้ารับการฝึกอบรม ฝึกกระบวนการเรียนรู้ จากนักวิชาการ ต่อมาได้เริ่มดำเนินการออกอากาศจริงภายใต้คลื่น FM 106 MHz ครั้งแรกวันที่ 23 พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 โดยขออนุมัติสภาองค์การ

บริหารส่วนตำบล ใช้ห้องเก็บของ อบต.ควนกาหลง และได้เงินสนับสนุนการตั้งศูนย์จากการระดมทุนของชาวบ้าน

การดำเนินงานสถานีวิทยุแห่งนี้ปัจจุบันอยู่ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการบริหารสถานีฯ มีกรรมการทั้งสิ้น 15 คน โดยนายประยูร จันทร์ชุมดำรงตำแหน่งเป็นประธานกรรมการบริหารสถานีฯ คณะกรรมการชุดนี้จะประชุมกันเป็นประจำ เกือบทุกเดือน เพื่อหารือเรื่องต่างๆ ทั้งค่าใช้จ่าย กิจกรรมต่างๆ เนื้อหารายการ สำหรับค่าใช่จ่ายในการดำเนินการปัจจุบันนั้น นายก อบต. ช่วยสนับสนุนค่าไฟฟ้า และสมาชิก อบต. ช่วยเงินบริจาคเป็นครั้งคราว ส่วนประธานกรรมการบริหารสถานีฯ จ่ายค่าโทรศัพท์เอง

ผู้จัดรายการของสถานีวิทยุแห่งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 20 คน เป็นคนในชุมชนทั้งสิ้น ประกอบด้วยอาสาสมัครกลุ่มต่างๆ ประมาณ 7-8 กลุ่ม เช่น กลุ่มอาชีพ (น้ำยาง, ผักปลอดสารพิษ, OTOP) อสม. กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้นำศาสนา (พุทธ และอิสลาม) กลุ่มศิลปวัฒนธรรม กลุ่มสมุนไพร เป็นต้น ผู้ที่ต้องการจัดรายการต้องมาขอเวลาจากคณะกรรมการบริหารสถานีฯ ซึ่งจะพิจารณาตามความเหมาะสมและความสะดวกของผู้จัดรายการ คณะกรรมการฯ จะปรับผังรายการตามสถานการณ์ 2-3 เดือนครั้ง ผู้จัดฯ ต้องมาตามเวลาที่กำหนดไว้ในผังรายการ ยกเว้นหากติดธุระต้องแจ้งให้ผู้จัดท่านอื่นมาจัดรายการแทน หรือไม่ก็เปิดเพลงแทน ทั้งนี้ผู้จัดรายการแต่ละคนมีแนวทางการจัดรายการของตนเอง ส่วนมากจะจัดรายการด้วยภาษาถิ่น (ภาษาใต้) หลังจากการจัดรายการแต่ละครั้งผู้จัดรายการต้องเขียนบันทึกแบบย่อ บอกเล่าเนื้อหาที่นำเสนอในรายการวันนั้น รูปแบบการจัดรายการส่วนมากจะเป็นการจัดรายการสด เปิดสายให้ผู้ฟังโทรเข้ามาได้ตลอด ทุกรายการ ทั้งขอเพลง และแสดงความคิดเห็นต่างๆ บางรายการมีการสปอตจากองค์กรต่างๆ นอกจากนี้จะมีการถ่ายทอดเสียงข่าวจากวิทยุกระจายเสียงส่วนกลาง 1 รายการ ได้แก่ รายการข่าวสารจากศูนย์ถ่ายทอดฯ ผังรายการปัจจุบันมีดังนี้

10.00-11.00 น.	ทุกวัน	รายการเพลินเพลงจากสถานี
11.00-12.00 น.	วันจันทร์	รายการอรุณศาสตร์สัมพันธ์
	วันอังคาร	รายการทักษิณพัฒนาพบประชาชน
	วันพุธ	รายการวัฒนธรรมสู่ชุมชน
	วันพฤหัสบดี	**รายการสาระน่ารู้กับผู้สูงอายุ**

	วันศุกร์-อาทิตย์	รายการลูกทุ่งทองแดง
12.00-13.00 น.	ทุกวัน (เว้นวันศุกร์)	รายการข่าวชุมชน
	วันศุกร์	**รายการสาวใต้กระจายข่าว**
13.00-13.30 น.	วันจันทร์-พฤหัสบดี	รายการศิลปินชาวใต้
	วันศุกร์	รายการวัฒนธรรมสู่ชุมชน
	วันเสาร์	รายการเด็กรักดนตรี
	วันอาทิตย์	รายการถนนดนตรี
13.30-14.30 น.	วันจันทร์	รายการลูกทุ่งชุมชน
	วันพฤหัสบดี	รายการข่าวสารจากศูนย์ถ่ายทอด
	วันเสาร์	รายการแม่บ้านพบเพื่อน
14.30-15.30 น.	วันเสาร์	รายการเสาวนาประชาคม
	วันอาทิตย์	รายการนายอำเภอพบประชาชน
15.30-16.30 น.	วันเสาร์	**รายการพืชสมุนไพร**

6.2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

หากพิจารณาจากผังรายการแล้ว เนื้อหารายการส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพลงสลับพูดคุยสาระต่างๆ แทรก เนื่องจากผู้จัดรายการมีความคิดว่าการเปิดเพลงทำให้ผู้ฟังผ่อนคลาย ไม่เป็นการยัดเยียดสาระมากเกินไป และยังดึงดูดให้ชาวบ้านเปิดฟังรายการของสถานีด้วย สำหรับเนื้อหาที่เกี่ยวกับสุขภาพตรงๆ นั้นมีอยู่ 3 รายการ ได้แก่ รายการสาระน่ารู้กับผู้สูงอายุ รายการสาวใต้กระจายข่าว และรายการพืชสมุนไพร

◆ **รายการสาระน่ารู้กับผู้สูงอายุ** ออกอากาศทุกวันพฤหัสบดี เวลา 11.00-12.00 น. โดยลุงโรจน์ นายประพันธ์ จรูญโรจน์ อายุ 65 ปี เป็นชาวบ้านในชุมชน รูปแบบการจัดรายการนั้นเป็นการเปิดเพลงลูกทุ่งเก่าๆ สลับกับการพูดคุยเนื้อหาสาระเกี่ยวกับสุขภาพทั่วไป มีวัตถุประสงค์ทั้งด้านการสร้างเสริมสุขภาพ การป้องกันควบคุมปัจจัยคุกคามสุขภาพ และการรักษาสุขภาพ

◆ **รายการสาวใต้กระจายข่าว** ออกอากาศวันศุกร์ เวลา 12.00-13.00 น. จัดรายการโดยนางอำไพ นิลภูศรี อสม.ควนกาหลง เนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพด้านต่างๆ เน้นด้านการ

ป้องกันโรค เช่น การป้องกันโรคไข้หวัดนก การป้องกันโรคไขมันอุดตันในเส้นเลือด เป็นต้น

◆ **รายการพืชสมุนไพร** ออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 15.30-16.30 น.จัดรายการโดยนายโชคชัย อ่อนทอง เป็นผู้มีความรู้เรื่องสมุนไพร เนื้อหารายการเป็นการบอกเล่าประโยชน์ของสมุนไพรที่ใช้ป้องกันและรักษาโรคต่างๆ

นอกจากนี้ มีการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพอยู่ในรูปแบบของข่าว ใน**รายการข่าวชุมชน** จัดรายการโดยนายมานพ เกตุมณี เนื้อหารายการนำเสนอข่าวต่างๆ และมักจบรายการด้วยการเตือนภัยเพื่อให้ประชาชนป้องกันโรคภัยต่างๆ และควบคุมปัจจัยที่คุกคามสุขภาพ เช่น อันตรายของการสูบบุหรี่ การป้องกันโรคไข้หวัดนก เป็นต้น

นอกเหนือจากผังรายการแล้ว เมื่อพิจารณาจากตัวอย่างแบบบันทึกรายการรอบ 1 สัปดาห์ (12-19 ตุลาคม 2547) พบว่า มีรายการที่ไม่ปรากฏอยู่ในผังรายการ ชื่อ **รายการชุมทางเสียงทอง** จัดโดยนายมานพ เกตุมณี วันเสาร์-อาทิตย์ เวลา 16.00-17.00 น. เนื้อหารายการในวันที่ 16 ตุลาคม 2547 นั้นเป็นการเตือนการใช้ยานพาหนะ การใช้รถใช้ถนน ให้ป้องกันอุบัติเหตุ และเตือนภัยเรื่องการระบาดของโรคไข้หวัดนก ส่วนวันที่ 17 ตุลาคม 2547 นั้นนำเสนอเรื่องการรณรงค์ให้ชาวบ้านป้องกันยาเสพติดสำหรับเยาวชน ไม่ให้เข้ามาระบาดในชุมชน

4.4 หอกระจายข่าว / เสียงตามสาย

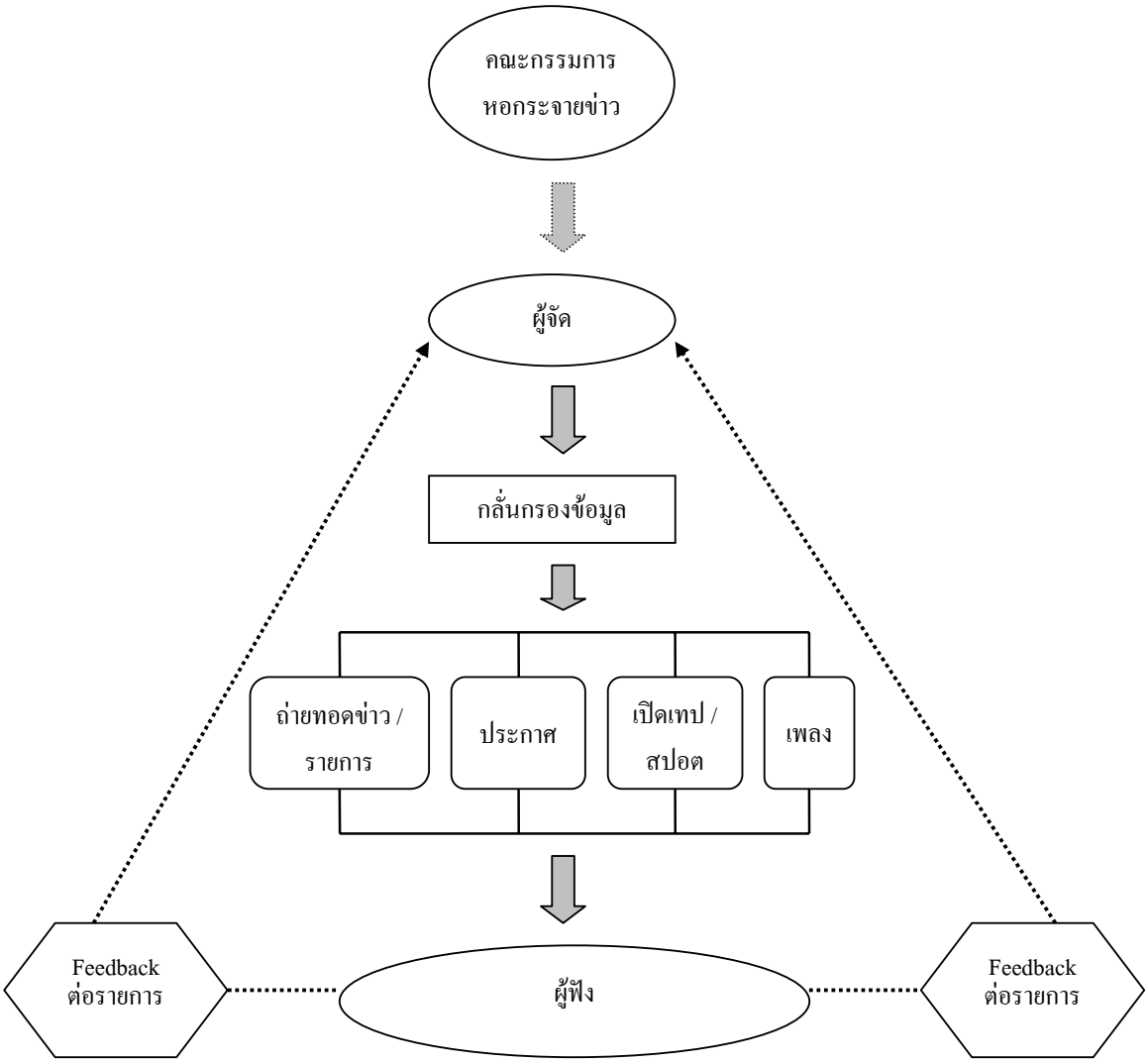
4.4.1 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของหอกระจายข่าว/ เสียงตามสาย โดยภาพรวม

1) ลักษณะทั่วไปของหอกระจายข่าว/ เสียงตามสาย ที่ศึกษา

หอกระจายข่าวเป็นสื่อท้องถิ่นขนาดเล็กและเป็นสื่อที่ใกล้ชิดชุมชนที่สุดสื่อหนึ่ง มักมีคณะกรรมการหอกระจายข่าวที่แต่งตั้งขึ้นเพื่อดูแลการดำเนินงาน บางแห่งอาจเป็นคณะเดียวกับคณะกรรมการหมู่บ้าน แต่ในทางปฏิบัติจริงคณะกรรมการเหล่านี้ไม่มีบทบาทมากนัก ผู้ที่มีบทบาทอย่างเด่นชัดคือ ผู้จัดรายการซึ่งอยู่ในคณะกรรมการหอกระจายข่าวนั่นเอง

โดยทั่วไปผู้จัดรายการคือผู้นำชุมชนซึ่งใช้ประกาศ แจ้งข่าวสารที่มีความเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อผู้ฟังในชุมชนและมักเป็นเรื่องด่วน โดยประกาศสลับเปิดเพลงซึ่งมักเป็นเพลงลูกทุ่งที่ผู้จัดรายการหามาเอง โดยอาจแบ่งข่าวที่ประกาศได้เป็น 2 ประเภทคือ ข่าวประกาศจากส่วนราชการ เช่น แจ้งการบริการฉีดวัคซีน วิธีป้องกันยุงลาย ตำแหน่งงานว่าง และ ข่าวบริการชุมชน เช่น ข่าวงานศพ งานบวช งานวัดในพื้นที่ เป็นต้น ดังนั้น เมื่อเปิดหอกระจายข่าวชาวบ้านส่วนใหญ่จึงมักจะตั้งใจฟัง นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอในรูปแบบอื่นๆ บ้าง เช่น การถ่ายทอดรายการข่าวจากสถานีวิทยุส่วนกลาง การเปิดเทปสารคดีสั้นของหน่วยงานราชการที่ส่งมาให้ เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ การเลือกเปิดเนื้อหาใดหรือเพลงใด ขึ้นอยู่กับวิจารณญาณของผู้จัดเองโดยคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ฟังเป็นหลัก

ผู้ฟังมีจำนวนจำกัดตามพื้นที่ สภาพทางภูมิศาสตร์และการปกครอง กล่าวคือ เป็นสื่อประจำหมู่บ้าน/ประจำพื้นที่/เทศบาล และมีผู้ฟังเฉพาะกลุ่มที่มีลักษณะร่วมบางอย่างใกล้เคียงกัน คือ หมู่บ้านเดียวกัน เทศบาลเดียวกันและขายของอยู่ในตลาดเดียวกัน มีการใช้งานที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการรับข่าวสารของชุมชนท้องถิ่น จากการสำรวจพบว่าทุกแห่งมี feedback จากผู้ฟังไปที่ผู้จัดรายการอย่างเป็นกันเองอยู่เสมอ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะผู้จัดเป็นคนที่ชุมชนรู้จักคุ้นเคย จึงทำให้ผู้จัดปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานตามพฤติกรรมการรับสารและความต้องการของผู้ฟังอยู่เสมอ เช่น การปรับปรุงความทันสมัยของข้อมูล ผู้ฟังหอกระจายข่าวจังหวัดแพร่แจ้งว่าประกาศรับสมัครงานหมดอายุแล้ว ทำให้ผู้จัดต้องกลั่นกรองและตรวจสอบข้อมูลที่จะประกาศเพิ่มขึ้น การปรับรูปแบบรายการและช่วงเวลาการเปิดใช้ โดยเฉพาะหอกระจายข่าวของจังหวัดนครปฐมเป็นสื่อที่อยู่ในตลาด ซึ่งผู้ค้ามักสาละวนกับการค้าขายจึงต้องปรับเวลาประกาศตามพฤติกรรมผู้ฟัง ผู้จัดต้องประกาศตอนสายซึ่งเป็นเวลาการค้าขายซาลงเพื่อผู้ค้าจะได้ไม่พลาดข่าวสาร และก่อนปิดต้องทวนข่าวสารที่ประกาศไปแล้วซ้ำอีกครั้งหนึ่ง เป็นต้น นอกจากนี้เป็นสื่อที่ชุมชนมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในรูปแบบต่างๆ ได้ง่าย เช่น ประเมินผลการรับฟัง เป็นแหล่งข้อมูล เข้ามาประกาศด้วยตนเอง ช่วยรับฝากข่าวราชการไว้ให้ผู้จัด เข้ามาสอบถามสิ่งที่ได้ประกาศไปแล้ว และแนะนำรูปแบบรายการ เป็นต้น



แผนผังที่ 4.5 การดำเนินงานของหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย

2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

หอกระจายข่าวทุกจังหวัด ไม่มีแห่งใดมีรายการสุขภาพโดยตรง การเสนอเนื้อหาสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของการแจ้งข่าวสารเรื่องต่างๆ ให้กับประชาชน คือ มีเรื่องอื่นที่ต้องประกาศด้วย เช่น เกษตร สวัสดิการ ข่าวการปกครอง ข่าวแรงงาน สาระในชีวิตประจำวัน ข่าวในหมู่บ้าน เป็นต้น อย่างไรก็ดี ผู้จัดส่วนใหญ่ คือ ที่นครพนม กาญจนบุรี จันทบุรี สตูล จะได้รับการสนับสนุนเนื้อหาด้านสุขภาพจาก สสจ. มากกว่าหน่วยงานราชการอื่นอยู่แล้ว โดยเฉพาะที่นครพนมและสตูลเป็นของเทศบาล จะมีข่าวสารจากเทศบาลส่งมาอีกทางหนึ่งด้วย ที่ต้องการเพิ่มในเรื่องความรวดเร็วทันเหตุการณ์และความสม่ำเสมอในการส่งข้อมูล นอกจากนั้นผู้จัดพยายามจัดรายการโดยยึดหลักว่า การนำเสนอสาระต้องมีบันเทิงเข้าแทรกด้วย มิฉะนั้นจะเครียดเกินไป คือต้องเปิดเพลงแทรกบ้าง ไม่ใช่พูดแต่สาระอย่างเดียว จะช่วยให้ผู้ฟังสามารถรับสาระได้ง่าย

*รูปแบบ*ที่นำเสนอเป็นแบบประกาศ ผู้นำในชุมชนเป็นผู้ใช้สื่อนี้เพื่อแจ้งข่าวให้ชุมชนรับทราบความเคลื่อนไหวในพื้นที่ รวมทั้งแจ้งข่าวที่มีผลกระทบโดยตรงต่อชุมชน ซึ่งผู้นำอาจเป็น ผู้ใหญ่บ้านหรือประธานชุมชน/รองประธานชุมชน/รองกรรมการหมู่บ้านแล้วแต่พื้นที่ โดยผู้นำบางคนเป็น อสม. ด้วย ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลรักษาเครื่อง รวมทั้งจ่ายค่าไฟด้วย เนื่องจากเครื่องตั้งอยู่ที่บ้านผู้จัดซึ่งใช้ไฟปนกับเครื่องใช้อื่น จำนวนวันที่เปิดส่วนใหญ่เปิด 5-7 วันต่อสัปดาห์ มีเพียงจังหวัดแพร่เปิดเฉพาะเสาร์อาทิตย์ โดยทุกจังหวัดเปิดเป็นช่วงๆ ละประมาณ 1-2 ชั่วโมง มักเป็นตอนเช้า (กาญจนบุรีเปิดเช้าและเย็น) ส่วนนครพนมและสตูลที่ดำเนินการโดยเทศบาลนั้นเปิดวันละ 3 ช่วงเวลา โดยรูปแบบผู้จัดที่นิยมใช้ คือ เปิดเพลงสลับแจ้งข่าว ส่วนใหญ่ใช้วิธีพูดสดโดยสรุปจากเอกสารราชการ ร่วมกับการเตรียมเขียนบทและหาข้อมูลล่วงหน้า หรือ อ่านจากบันทึกฝากประกาศที่มีผู้เขียนมาให้ล่วงหน้า เนื้อหาด้านสุขภาพเป็นหนึ่งในหลายประเด็นที่มีการแจ้งให้ชุมชนทราบ ส่วนใหญ่เป็นประกาศแจ้งจาก สสจ. เทศบาล หรือ สถานีอนามัย ในพื้นที่แจ้งให้ไปตรวจโรค รับวัคซีน และเฝ้าระวังโรคระบาดที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ บุคคลที่ทราบเรื่องเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญแหล่งหนึ่งด้วย เช่น นายแพทย์สาธารณสุข อสม. เจ้าหน้าที่สาธารณสุขที่รับผิดชอบงานด้านสื่อที่เป็นผู้ส่งข้อมูล เป็นต้น โดย*ปริมาณเนื้อหาด้านสุขภาพ*โดยภาพรวม*มีการนำเสนออย่างสม่ำเสมอ* ทุกพื้นที่ได้รับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลอยู่แล้ว ยกเว้นแพร่และนครปฐมซึ่งข้อมูลจาก สสจ. ไม่สม่ำเสมอ แต่ที่แพร่มีเนื้อหาด้านสุขภาพมากเนื่องจากผู้จัดค้นคว้าจากสื่อมวลชนเช่น หนังสือพิมพ์แล้วนำมาเสนอเอง สำหรับนครปฐม มีการดำเนินงานน้อยอยู่แล้ว (ประมาณสัปดาห์ละครั้งๆ ละประมาณ 15

นาที) ไม่เป็นกิจจะลักษณะและไม่สม่ำเสมอ เนื้อหาทุกด้านมีน้อย ทำให้ด้านสุขภาพจึงมีน้อยไปด้วย

กล่าวโดยสรุป การนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของสื่อหอกระจายข่าวเมื่อเทียบกับปริมาณเวลาที่เปิดใช้ มี 5 จังหวัดที่นำเสนอเนื้อหาสุขภาพในปริมาณมาก คือ แพร่ นครพนม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล โดยนครพนม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล มีแหล่งข้อมูลสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอ

4.4.2 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของหอกระจายข่าว/ เสียงตามสาย แต่ละจังหวัด

1) หอกระจายข่าวบ้านสะบู ตำบลเหมืองหม้อ จังหวัดแพร่

ชุมชนนี้ตั้งอยู่ในพื้นที่ระหว่างตัวเมืองกับนอกเมือง เป็นชุมชนเงียบสงบ หอกระจายข่าวแห่งนี้เกิดขึ้นครั้งแรกจากเงินทำบุญงานศพผู้ใหญ่บ้านคนหนึ่งเมื่อ พ.ศ. 2515 ต่อมาเมื่อ พ.ศ. 2537 มีการปรับปรุงการบริหารเป็นรูปแบบคณะกรรมการ ปัจจุบันใช้งบดำเนินงานของหมู่บ้าน แต่ผู้จัดออกเงินค่าซ่อมเอง เครื่องเสียงเป็นแบบเครื่องเล่นเทปไม่มีซีดี จัดตั้งในห้องเล็กๆ ที่สร้างด้วยไม้ มีพัดลมช่วยระบายความร้อนขณะเปิดใช้เครื่อง ห้องนี้แยกเป็นสัดส่วนอยู่ห่างจากหอประชุมของหมู่บ้านเล็กน้อย บริเวณใกล้เคียงมีสนามกีฬาขนาดย่อมใช้เล่นกีฬาและจัดกิจกรรมของชุมชน เช่น เต้นแอโรบิคในช่วงเย็น ผู้ฟังส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานซึ่งสนใจติดตามฟังข่าว หากไม่จัดจะมีผู้ถามหาเป็นประจำ และผู้ฟังในชุมชนคุ้นเคยกับสื่อชนิดนี้เห็นได้จากการพึ่งพาข้อมูลจากหอกระจายข่าวด้วย เช่น ผู้จัดประกาศรับสมัครงาน จะมีผู้ไปสมัครงานตามที่ประกาศ

ผู้จัดมีคนเดียว คือ นายสัมฤทธิ์ อินแสน ซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการหอกระจายข่าว รองกรรมการหมู่บ้านและ อสม. นำเสนอเนื้อหาสุขภาพในลักษณะแทรกอยู่ในการจัดแต่ละครั้งเช่นเดียวกับข่าวจากส่วนราชการอื่น โดยไม่มีรายการสุขภาพโดยตรง อย่างไรก็ตาม หอกระจายข่าวบ้านสะบูมีการกำหนดผังรายการไว้กว้างๆ คือ จัดสดทุกวันเสาร์และอาทิตย์ตั้งแต่เวลา 6.00 - 7.00 น. โดยกำหนดช่วงสุขภาพไว้ในวันเสาร์-อาทิตย์ที่ 1 และ 3 ของเดือน จัดด้วยภาษาท้องถิ่นและจะเปิดเพลงและข่าวอื่นแทรกอยู่ด้วย บางครั้งเตรียมเขียนบทก่อนจัด 1 คืน บางครั้งพูดสดโดยสรุปจากเอกสารราชการ และมีการลงบันทึกประเด็นที่ได้จัดไปแล้ว

เนื่องจากผู้จัดเคยได้รับการอบรมการใช้หอกระจายข่าวและอบรมในฐานะ อสม. จึงค่อนข้างเห็นความสำคัญกับเนื้อหาด้านสุขภาพผู้จัดจึงค้นคว้าข้อมูลจากที่ต่างๆ และเมื่อเทียบกับเวลาการนำเสนอสัปดาห์ละครั้งจึงถือได้ว่านำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพในปริมาณมาก เนื้อหาที่เสนอ เช่น อาหาร ออกกำลังกาย พักผ่อนเพียงพอทำจิตให้ว่าง(อารมณ์) ตัวอย่างลักษณะการจัดรายการ คือ *เปิดรายการด้วย สปอตสาธารณสุข + เพลง + พูดสวัสดี... (เกริ่นเข้ารายการ) + เพลง + เล่าข่าว + เพลง + สาระน่ารู้ + เพลง + พูดปิดรายการ* โดยผู้จัดนำข้อมูลมาจากข่าวโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และ สสจ. มีปัญหาเล็กน้อยเรื่องความต่อเนื่องของการส่งข้อมูลจาก สสจ. และความทันสมัยของข้อมูล

2) เสียงไร้สายเทศบาลนครพนม จังหวัดนครพนม

หอกระจายข่าวของจังหวัดนครพนมเป็นสื่อของเทศบาลเมือง เป็นสื่อที่พัฒนาจากหอกระจายข่าว เป็นเสียงตามสายและในที่สุดพัฒนาเป็นเสียงไร้สาย กล่าวคือ ไม่มีสายไฟโยงไปยังลำโพงจุดต่างๆ ที่ลำโพงมีสวิทช์ปิดเปิดได้ เครื่องเสียงอย่างดี มีคอมพิวเตอร์ควบคุมตั้งอยู่ในห้องควบคุมเสียงของห้องประชุมเทศบาล ติดเครื่องปรับอากาศ ห้องนี้อยู่บนอาคารสำนักงานเทศบาลเมือง ก่อนหน้านี้เป็นระบบเสียงตามสายมาประมาณ 7-8 ปี และปรับเป็นเสียงไร้สายได้ประมาณ 1 ปี มีจุดติดตั้งลำโพงประมาณ 45 จุดชุมชนซึ่งจะเป็นแนวขนานกับแม่น้ำโขง

ผู้จัดรายการดำเนินงานภายใต้ฝ่ายประชาสัมพันธ์ของเทศบาล มี 2 ประเภท คือ แบบพนักงานประจำของเทศบาลและแบบจ้างดีเจอิสระมาดำเนินการ คือ นายเทิดศักดิ์ พลนารี (ผู้ให้สัมภาษณ์) มีกำหนดจัดคือทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ วันละ 3 ช่วงเวลา คือ ช่วงเช้า (7.30-8.00 น.) ช่างเทคนิคเปิดถ่ายทอดรายการจากส่วนกลางโดยไม่มีการจัดรายการ ช่วงกลางวัน (12.30-13.00น.) พนักงานเทศบาลเป็นผู้จัดรายการเป็นการเปิดเพลงสลับพูดประชาสัมพันธ์เทศบาล และช่วงเย็น (17.00-18.00 น. โดยจะปรับเวลาให้เร็วขึ้นในฤดูหนาว เป็น 16.30-17.30 น.) เป็นการจัดรายการโดยนายเทิดศักดิ์ ซึ่งได้รับการจ้างมาจัดรายการช่วงเย็นเป็นประจำ ก่อนหน้านี้เคยทำงานอยู่เทศบาลเมืองนครพนม ปัจจุบันเป็นนักจัดรายการอิสระ ปกติจัดรายการที่สถานีวิทยุกระจายเสียง อสมท นครพนม เป็นรายการประเภทข่าวท้องถิ่น โดยหาข่าวเอง สัมภาษณ์เอง จึงมีข้อมูลและสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาเสริมในการจัดเสียงไร้สายด้วย โดยไม่ต้องผ่านการตรวจสอบจากนายสถานีเทศบาล

เสียงไร้สายที่นี่แม้ไม่มีผังรายการที่เขียนไว้ แต่มีการทำงานอย่างชัดเจน เป็นระบบและมีความแน่นอนเหมือนกับมีผังรายการ กล่าวคือ กำหนดเวลาการจัดและตัวผู้จัดและมีรูปแบบรายการที่ชัดเจน ลักษณะรายการคือ เปิดเพลงสลับข่าวเทศบาล ข่าวส่วนราชการและข่าวบริการ บางครั้งแทรกเทปสัมภาษณ์ (ที่ออกรายการวิทยุ) บางครั้งมีการเชิญบุคคลมาสัมภาษณ์สด ซึ่งเนื้อหาด้านสุขภาพและเนื้อหาอื่นๆ จะปนอยู่ในข่าวจาก 3 แหล่งดังกล่าว แต่ข้อมูลที่มีความสม่ำเสมอมักได้จาก สสจ. เนื่องจากมีการประสานงานกันอยู่แล้ว และแหล่งข้อมูลอีกแหล่งคือ ส่วนงานสุขภาพของเทศบาลเอง ซึ่งเนื้อหาที่ประกาศจะส่งมาเป็นเอกสารราชการ ทุกข่าวจะเข้ามาตามระบบราชการและผ่านนายกเทศมนตรี (ในฐานะนายสถานี) เพื่อรับทราบก่อนส่งถึงผู้จัดรายการ แต่ไม่มีการบันทึกประเด็นที่จัดรายการไปแล้ว เมื่อข่าวหมดอายุก็จะส่งคืนเจ้าของเรื่อง นอกจากนี้ยังมีข่าวที่ไม่ต้องผ่านขั้นตอนดังกล่าว คือ ข่าวที่นายเทิดศักดิ์นำมาเอง เช่น ข่าวพร้อมเทปสัมภาษณ์ที่ผู้จัดเคยนำออกรายการที่สถานีวิทยุ อสมท ตัวอย่างการจัดรายการ ในช่วงเช้า เช่น *เปิดรายการทุกครั้งด้วยเพลงมาร์ชเทศบาล + เปิดเทปแนะนำช่วงรายการทั้ง 3 ช่วง + พูดเข้ารายการ + ถ่ายทอดข่าว + ปิดรายการ* ส่วนช่วงกลางวัน (12.30–13.00 น.) และช่วงเย็น (17.00 – 18.00 น.) เป็นการจัดรายการสด จะเป็นลักษณะคล้ายกันคือเริ่มด้วยการเปิดเพลงมาร์ชเทศบาล แต่ไม่เปิดเทปแนะนำช่วงรายการ จะเป็นการแจ้งข่าว และเปิดเพลงสลับกัน ผู้จัดที่นี่พูดภาษากลาง

3) หอกระจายข่าวตลาดบน จังหวัดนครปฐม

เป็นเสียงตามสายที่ติดตั้งอยู่ในตลาด (เรียกกันในพื้นที่ว่า “ตลาดบน”) อยู่ในเขตเทศบาล ได้เครื่องเสียงมาโดยเงินที่เหลือสะสมจากการทำบุญเมื่อประมาณ 3-4 ปีที่แล้ว ซื้อเครื่องเสียงเมื่อ พ.ศ. 2544 ประกอบด้วยเครื่องเล่นซีดีและเทป มีลำโพงทั่วตลาดประมาณ 40 ตัว ครอบคลุมพื้นที่เป็นไร่ เครื่องเสียงตั้งอยู่ที่ชั้น 1 ของบ้านซึ่งเป็นร้านขายเมล็ดพันธุ์พืชในตลาดแห่งนี้ ประกาศทุกเรื่องราวเพื่อชุมชนแห่งนี้ โดยมีผู้นำข้อความมาฝากประกาศ ผู้จัดมีคนเดียวคือ นายสมพงษ์ ซึ่งมีตำแหน่งเป็นรองประธานชุมชนและเป็นผู้ดำเนินงานหอกระจายข่าวของชุมชนฯ (มีกรรมการ 9 คนดูแลเสียงตามสาย) ตลาดแห่งนี้จะมีผู้ค้ามาเตรียมขายของ 3 รอบ คือตั้งแต่ตี 1-6 โมงเช้า ตี 5 ถึง เที่ยงวัน และ 6 โมงเย็นถึงเช้า ผู้จัดจะเปิดเวลาที่ตนเองว่างจากการค้าขาย โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละอย่างน้อย 1 ครั้ง ในตอนสาย (เริ่มประมาณเวลา 9.00-10.00 น.) ซึ่งเป็นเวลาที่การค้าขายเริ่มซาลง เพราะเคยเปิดเช้ากว่านี้ผู้ค้าไม่ทันฟังเพราะขายของอยู่และ

เสียงประกาศรบกวนการซื้อขายต่อรอง และเปิดเพียงช่วงเวลาสั้นๆ ครั้งละประมาณ 15 นาที ไม่เปิดทุกวันโดยผู้จัดให้เหตุผลว่าผู้ค้ารำคาญ แต่บางครั้งก็มีการประกาศติดกันหลายวันขึ้นอยู่กับข่าว เสียงตามสายที่นี่ไม่เปิดเพลงเพราะเคยเปิดแล้วโดนบ่น ผู้จัดเป็นผู้พิจารณาเลือกเนื้อหาเองเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ฟังและเป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยอ่านมาก่อนล่วงหน้าพูดสรุปเนื้อหา ถ้ามีประกาศหลายเรื่อง เมื่อประกาศทุกเรื่องแล้วจะสรุปให้ฟังอีกครั้งหนึ่งก่อนปิดเครื่อง เสียงตามสายที่นี่ไม่มีรายการสุขภาพโดยตรงแต่เป็นประกาศเรื่องต่างๆ ให้ผู้ค้าทราบ เช่น ประชาสัมพันธ์งานวัด ยาเสพติด พาณิชย์จะมาตรวจตลาด เนื้อหาสุขภาพมีน้อยมาก ที่เปิดเช่น ลูกน้ำยุงลาย แหล่งข้อมูลได้จากหน่วยงานราชการ เช่น อำเภอ เทศบาล กองสาธารณสุข ฝ่ายป้องกัน (อปภร.) สวัสดิการสังคม สาธารณสุขจังหวัด อบจ. สำหรับข่าวหรือข้อมูลด้านสาธารณสุข ส่วนใหญ่มาจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดซึ่งส่งผ่านเทศบาลมายังชุมชน

4) เสียงตามสายบ้านห้วงกระแจะ จังหวัดจันทบุรี

เสียงตามสายบ้านห้วงกระแจะ หมู่ 5 อำเภอนายายอามตั้งอยู่ริมถนนใหญ่ซึ่งใช้เดินทางเข้าสู่จังหวัดจันทบุรี เป็นหมู่บ้านที่อยู่ก่อนถึงตัวเมืองจันทบุรี ประมาณ 30 กม. เสียงตามสายเดิมเป็นหอกระจายข่าวที่ได้รับงบประมาณจากสภาตำบลเมื่อประมาณ 10 ปีก่อน (ปรับเปลี่ยนเป็นเสียงตามสายเนื่องจากหอกระจายข่าวได้ยินไม่ทั่วถึง) มีลำโพง 5 – 6 จุด และเนื่องจากนายนิมิต คุมคณะ (ผู้ให้สัมภาษณ์) ซึ่งเป็นผู้ใหญ่บ้านมีความถนัดเรื่องเครื่องเสียงจึงตั้งไว้ที่บ้านผู้ใหญ่บ้าน จึงต้องจ่ายค่าไฟฟ้ารวมกับเครื่องไฟฟ้าอื่นๆ ในบ้านด้วย เครื่องเสียงมีเฉพาะเครื่องเล่นเทป มีรัศมีการออกอากาศประมาณ 4 กิโลเมตร เปิดวันละประมาณ 1-2 ชั่วโมง ตอนเช้า มีชาวบ้านติดตามฟังและส่งข่าวมาฝากประกาศเป็นประจำ ซึ่งเป็นข่าวคราวและเรื่องราวในหมู่บ้าน ไม่ใช่ข่าวที่พบในสื่อมวลชน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ไม่ห่างไกลเมืองหลวงมากนัก ชาวบ้านจึงรับรู้ข่าวทั่วไปจากหนังสือพิมพ์ส่วนกลางและโทรทัศน์ได้อย่างรวดเร็ว สำหรับค่าใช้จ่ายผู้ใหญ่บ้านจ่ายค่าไฟฟ้า แต่งบประมาณซ่อมเครื่องเสียง อบต. ตั้งงบประมาณรองรับทุกปี

เนื้อหาสุขภาพ ไม่มีรายการสุขภาพโดยตรง แต่มีข่าวสุขภาพอนามัยจำนวนมาก โดยได้รับมาจากสาธารณสุข ซึ่งส่งมาทั้งประกาศราชการ และ สปอต สารคดีสั้น เทป/ซีดี (หากต้องการเปิดซีดีต้องใช้เครื่องเสียงของผู้ใหญ่บ้าน) บางครั้งได้ข่าวมาจากการประชุมผู้ใหญ่บ้านประจำเดือน ซึ่งจะมีสาธารณสุขขึ้นมาพูดและแจกเอกสาร ส่วนใหญ่เป็นข่าวตามสถานการณ์

เช่น โรคเอดส์ โรคไข้หวัดนก ยาเสพติด แอโรบิค เชิญชวนไปรับบริการชั่งน้ำหนักเด็กแรกเกิด หยอดวัคซีน ตรวจมะเร็งเต้านม ตรวจน้ำตาล ตรวจเบาหวาน และระวังสารเคมีตกค้างในผลิตผลทางการเกษตร และหากมีข่าวเร่งด่วนผู้ใหญ่บ้านจะเปิดถี่ขึ้น ถ้าข่าวยาว หรือ ฝากแจ้งข่าว ต้องเขียนโน้ตมาให้ผู้ใหญ่ เสียงตามสายเปิดใช้งาน 6 วันคือวันจันทร์ถึงวันเสาร์ ตั้งแต่เวลาประมาณ 6.00- 8.00 น. (แต่หากมีเรื่องเร่งด่วนจะเปิดวันอาทิตย์ด้วย) ผู้จัดหลักคือ ผู้ใหญ่บ้าน เนื่องจากเครื่องเสียงอยู่ที่บ้านผู้ใหญ่บ้าน ภาษาที่ใช้คือ ภาษากลางสำเนียงท้องถิ่น และเปิดโอกาสให้ อสม. ครู เจ้าหน้าที่จากอำเภอ และ อบต. มาแจ้งข่าวด้วยตนเอง

มีเกณฑ์การคัดเลือกข้อมูลคือ จะไม่นำข่าวจากหนังสือพิมพ์มาพูด เนื่องจากรายการ “ข่าวยามเช้า” นำมาเล่าเป็นประจำแล้ว ซึ่งเสียงตามสายแห่งนี้เปิดถ่ายทอดรายการดังกล่าวและข่าวจาก สวท. เป็นประจำด้วย สำหรับข่าวสุขภาพผู้ใหญ่บ้านมักจะประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองเนื่องจากอสม.ไม่ค่อยกล้าพูด ตัวอย่างรูปแบบการจัดรายการ ผู้ใหญ่ประชาสัมพันธ์ข่าวทุกข่าว + ถ่ายทอดข่าวท้องถิ่นจากวิทยุ ชื่อรายการ “ข่าวยามเช้า” + ถ่ายทอดข่าว สวท. + ถ่ายทอดเสียงเพลงเคารพธงชาติ + ประชาสัมพันธ์ข่าวซ้ำ (ถ้าเปิดสปอตจะพูดโยงก่อน) แล้วปิด

5) หอกระจายข่าวชุมชนโรงหีบอ้อย จังหวัดกาญจนบุรี

เป็นหอกระจายข่าวในชุมชนเขตเทศบาลเมือง เทศบาลจัดอุปกรณ์ให้เมื่อ 2 ปีที่แล้ว ห้องจัดรายการ มีขนาดเล็กเป็นลักษณะห้องเก็บของส่วนกลางของชุมชน อยู่ใต้สะพานด้านบนเป็นศาลา ชุมชนนี้มีประชากรประมาณ 800 คน 125 หลังคาเรือน ผู้จัดหลักคือ นายรัชฤกษ์ ภังคานนท์ ประธานชุมชนโรงหีบอ้อย (เทียบเท่าผู้ใหญ่บ้าน) ซึ่งเป็น อสม. ด้วย จึงเป็นผู้ประกาศหลักเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ประธานฯ เป็นผู้รับผิดชอบออกค่าไฟเอง เคยมีผังรายการแต่ไม่ได้ผล คือ จัดไม่ได้ตามผัง การจัดรายการเป็นแบบเปิดเพลงสลับแจ้งข่าว จัดรายการทุกวันไม่มีวันหยุด มีผู้จัด 4 คน หมุนเวียนกันจัด วันหนึ่งจัด 2 ช่วง เวลา 8.00 – 9.00 น. และ 17.00 – 18.30 น. สำหรับวันจันทร์ถึงศุกร์ ช่วงเช้า หลังการถ่ายทอดข่าวจากส่วนกลาง เป็นการแจ้งข่าว ประชาสัมพันธ์ทั่วไป ช่วงเย็นออกข่าวซ้ำช่วงเช้า สำหรับวันเสาร์-อาทิตย์ เพิ่มการแจ้งข่าวทั่วไปในช่วงเที่ยงถึงบ่ายโดยประธานชุมชน นอกจากนี้มีการเปิดโอกาสให้เยาวชนมาจัดรายการ อ่านข่าว ผลัดกันจัดเพลงในช่วงปิดเทอมด้วย ที่นี่มีการจัดการข้อมูล คือ ประธานชุมชนทำหนังสือขอไปยังเทศบาล(กองสาธารณสุข) จึงมีการนำส่งข่าว/ข้อมูล/เทปสปอตจากที่

ต่างๆ มาใส่ตู้ที่บนศาลาหรือฝากคนที่อยู่ที่ศาลา แล้วประธานจะนำมาอ่าน ทำเครื่องหมายไว้เพื่อให้ผู้จัดคนอื่นๆ รู้ประเด็นในการนำเสนอ แล้วนำข่าวมาไว้ที่สแตนด์หน้าไมค์ เมื่อผู้จัดมาถึง จะสามารถจัดได้ทันที บางครั้ง เมื่อข่าวหมดอายุ จะถูกนำมากองรวมกันไว้

ไม่มีรายการสุขภาพโดยตรง นายรัชฤกษ์ และคณะกรรมการชุมชน 4 คน หมุนเวียนกันจัดรายการ โดยประธานฯ เป็นผู้จัดหลักในเรื่องสาธารณสุข เช่น ข่าวสุขภาพ สปอตการป้องกันไข้เลือดออก ข้อมูลส่วนใหญ่ที่ได้มา เนื่องจากประธานฯ ได้ขอข้อมูลไปยังหน่วยงานราชการ เช่น อำเภอ เทศบาล กองสาธารณสุข ฝ่ายป้องกัน (อปภร.) สวัสดิการสังคม สาธารณสุขจังหวัด อบจ. สำหรับข่าวหรือข้อมูลด้านสาธารณสุข ส่วนใหญ่มาจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดซึ่งส่งผ่านเทศบาลมายังชุมชน

6) สื่อไร้สายเทศบาลสตูล จังหวัดสตูล

ในพื้นที่นี้ในอดีตไม่สามารถรับสัญญาณวิทยุของประเทศไทยได้ เนื่องจากอยู่ไกลและมีภูมิประเทศเป็นเทือกเขาทำให้บดบังคลื่นวิทยุทั้ง AM และ FM แต่จะมีคลื่นวิทยุ AM จากประเทศมาเลเซียแทรกเข้ามาได้ ทำให้ประชาชนมีความต้องการฟังวิทยุไทย เมื่อแรกตั้งเป็นระบบเสียงตามสาย ประมาณ พ.ศ. 2509 เป็นระบบโยงสายไปติดลำโพง และยกเลิกไประยะหนึ่ง แล้วมาใช้เสียงตามสายไปติดตั้งตามบ้าน ที่ลำโพงมีสวิทช์ปิดเปิดได้ ใครต้องการให้มายื่นคำร้องขอติดตั้งโดยมีค่าใช้จ่ายแรกเริ่ม และเสียค่าบริการเดือนละ 5 บาท ซึ่งมีประชาชนขอติดตั้งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เมื่อประมาณ พ.ศ. 2510 อุปกรณ์ของเดิมเสื่อมสภาพลง เนื่องจากหลายสาเหตุ บางครั้งมีหนูแทะสาย เมื่อลำโพงช็อต 1 ตัว ด้วยระบบจะส่งผลให้ลำโพงตัวอื่นๆ เสียไปด้วย จึงติดตั้งเสียงตามสายครั้งที่ 2 แต่ก็มีปัญหาเรื่องสายที่พาดข้ามไปมาตามถนนหนทางและตามสี่แยก ประกอบกับมีสายโทรศัพท์เพิ่มขึ้นมากทำให้สายพันกัน แลดูไม่เป็นระเบียบ เกิดปัญหาการจราจร จึงยกเลิกระบบเสียงตามสายไป ก่อนที่จังหวัดสตูลจะมีสถานีวิทยุ ระบบสื่อไร้สายเทศบาลอาจทดแทนสถานีวิทยุหรือเทียบได้กับสถานีวิทยุแห่งหนึ่ง มีการจัดทุกวัน วันละ 3 เวลา มีการเก็บค่าโฆษณาเล็กๆ น้อยๆ ห้างร้านในเทศบาลที่ต้องการให้ร้านเป็นที่รู้จักจะขอให้มีการติดตั้งลำโพงหน้าร้าน จัดว่าเป็นระบบกระจายเสียงในชุมชนที่ใหญ่และได้รับความนิยมมากพอสมควร โดยได้รับการตอบรับดีตลอดมา เช่น ขอเพลงและ ร้านค้าใหญ่ๆ ขอติดตั้งลำโพงไว้ที่ร้าน บางครั้งมีโทรศัพท์เข้ามาซักถาม เมื่อมีเหตุการณ์สำคัญๆ ในชุมชน ระยะหลังผู้ฟังเปรียบสื่อไร้สายเป็นนาฬิกาปลุก และให้ความสนใจการกระจายเสียง โดยโทรศัพท์

เข้ามาในรายการเพื่อซักถามและขอเพลง เมื่อประมาณ พ.ศ. 2543 – 2544 ติดตั้งเสียงตามสายครั้งที่ 3 ที่ลำโพงมีสวิทช์ปิดเปิดได้ ประกอบกับระยะหลัง มีสถานีวิทยุกระจายเสียง ทำให้จำกัดความนิยมลง แต่ยังดำเนินงานอยู่อย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากเป็นกระบอกเสียงอย่างหนึ่งของเทศบาล นอกจากนี้เทศบาลยังเปิดโอกาสให้กับเยาวชน เข้ามีส่วนร่วมจัดรายการและ มีการจัดทำสื่ออื่นๆ อีกด้วย คือ แผ่นพับ วารสารรายเดือน และรถโฆษณา ซึ่งใช้ในวาระต่างๆ กัน

ปัจจุบันสื่อไร้สายมีรัศมีการกระจายเสียง ประมาณ 4 ตารางกิโลเมตร มีลำโพง 39 จุด (ต้องติดตั้งลำโพงประมาณ 60 จุดจึงจะครอบคลุมพื้นที่เทศบาลเมืองสตูลทั้งหมด 68 ตารางกิโลเมตร) โดยจุดที่ติดตั้งลำโพงจะเป็นพื้นที่ที่เป็นแหล่งชุมชน ขณะนี้ตั้งงบประมาณติดตั้งลำโพงปีละ 10 จุด มีผังรายการ แต่มีลักษณะการจัดรายการเหมือนกันทุกวัน สื่อไร้สายนี้ใน 1 วันมีการจัด 3 ช่วง ช่วงเช้า เริ่มที่ 6.45 น. เปิดเพลงมาร์ชเทศบาลนำรายการ + ถ่ายทอดข่าวจากวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจนจบ 7.30 น. ผู้จัดรายการประกาศข่าวจากส่วนราชการทุกแห่งด้วยภาษากลางช่วงเย็น 17.30 – 18.30 น. เพลงมาร์ชเทศบาล + คุยข่าวสลับเปิดเพลงลูกทุ่ง ลูกกรุง + ข่าวบริการชุมชน (เฉพาะวันอังคารช่วงเย็นจะมีถ่ายทอดข่าวจากวิทยุ รายการ “สายตรงส่งเพลง”) โดยมีแหล่งข้อมูลจากชุมชน คือ ข่าวชุมชน/การกุศล ประชาชนจะส่งมาให้ช่วยประกาศให้ เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานประเพณีของชุมชน และ ข่าวส่วนราชการต่างๆ

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพจะมาจาก สสจ. และโรงพยาบาลสตูล ส่งมาตามระบบราชการ เช่นเดียวกับเสียงไร้สายจังหวัดนครพนม กล่าวคือ เป็นข่าว/ประกาศของทางราชการ และ สปอตสุขภาพ ข่าวส่วนราชการต้องเสนอปลัดเทศบาล (ในฐานะนายสถานี) ก่อนจึงจะออกอากาศได้ นอกจากนั้นมีข้อมูลจากฝ่ายสาธารณสุขของเทศบาลด้วย พนักงานเทศบาล 2 คน ซึ่งทำประชาสัมพันธ์โดยตรง เป็นผู้จัดประจำ ทั้งคู่จัดรายการด้วยภาษากลาง เพื่อแจ้งข่าวทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับคนในชุมชน ไม่มีรายการสุขภาพโดยเฉพาะแต่จะมีการสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ ในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้ ข่าวสาร ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เช่น การป้องกันโรคไข้เลือดออก ไข้หวัดนก โรคเอดส์ เป็นต้น

4.5 เคเบิลทีวี

งานวิจัยนี้ศึกษาการดำเนินงาน ลักษณะเนื้อหา และการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพผ่านเคเบิลทีวีของผู้ประกอบกิจการทั้งหมด 5 บริษัท ใน 5 จังหวัด ได้แก่ บริษัท เคเบิลทีวีแพร่ จำกัด จังหวัดแพร่ บริษัท เอ็นพีเคเบิ้ลทีวี จำกัด จังหวัดนครพนม บริษัท นครปฐมเคเบิ้ลทีวี จำกัด จังหวัดนครปฐม บริษัท เคเบิลทีวีจันทบุรี จำกัด จังหวัดจันทบุรี และบริษัท เมืองกาญจน์เคเบิ้ลทีวี จำกัด จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาเป็นดังนี้

4.5.1 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของเคเบิลทีวีโดยภาพรวม

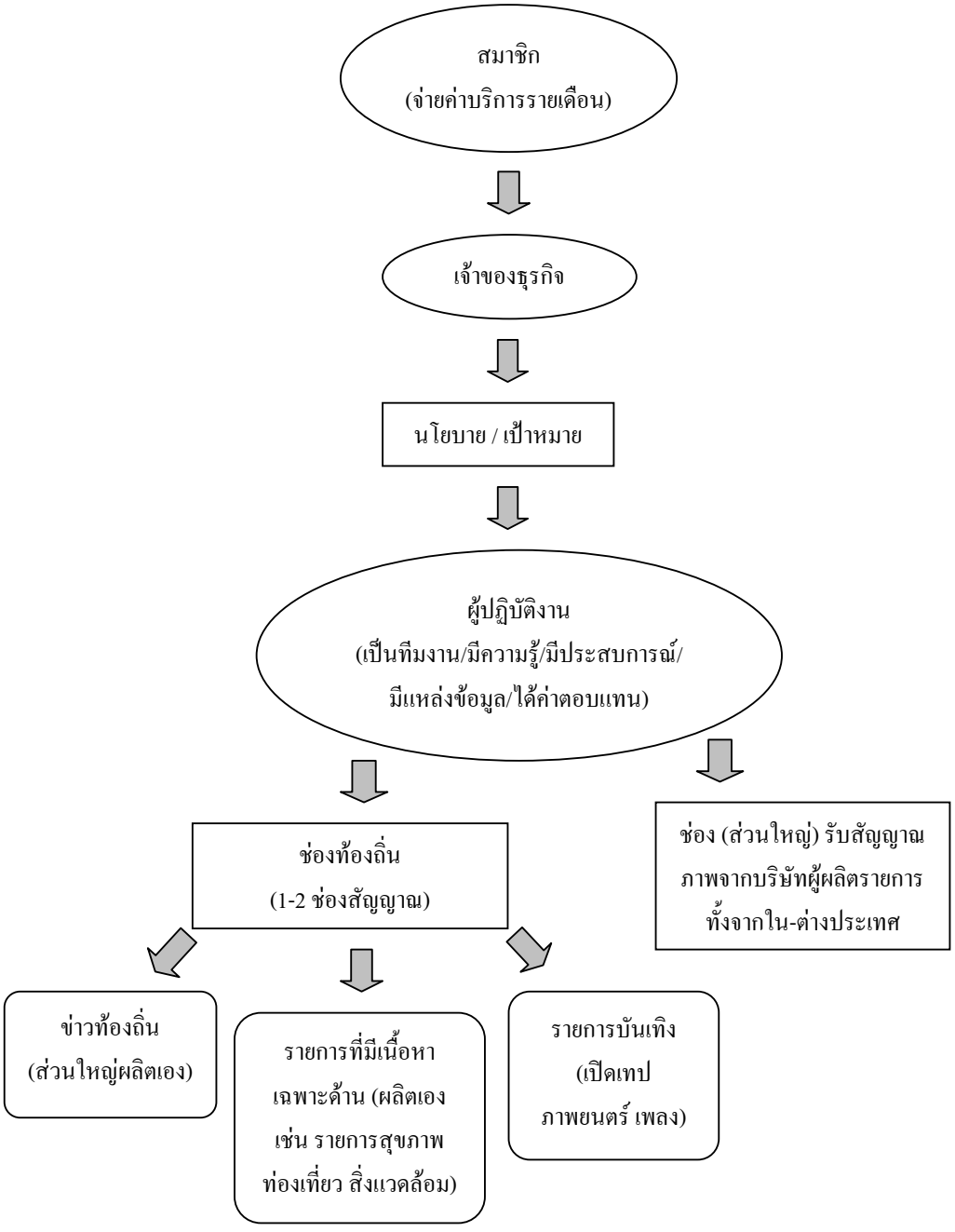
1) ลักษณะทั่วไปของเคเบิลทีวีที่ศึกษา

จากการที่การดำเนินงานเผยแพร่ภาพทางเคเบิลทีวี มีความเกี่ยวเนื่องกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีราคาสูง จึงเป็นสื่อท้องถิ่นที่มีค่าใช้จ่ายมากตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินการ ผู้รับสารจากสื่อประเภทนี้จึงต้องร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่าย โดยมีสถานภาพเป็นสมาชิกและเสียค่าใช้จ่ายเป็นรายเดือน สื่อเคเบิลทีวี หรือ สื่อโทรทัศน์ประเภทบอกรับเป็นสมาชิก กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้มีทั้งบริษัทขนาดเล็กที่มีสมาชิกเป็นร้อยราย (300 ราย) ขนาดกลางที่มีสมาชิกเป็นพันราย (1,000 ราย) และขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกหลายพันราย (6,000 ราย) สมาชิกเหล่านี้จ่ายค่าสมาชิกเป็นรายเดือน เฉลี่ยเดือนละ 350 บาท แพร่ภาพตลอดวัน มีการให้บริการระหว่าง 20 – 50 ช่องสัญญาณ

ลักษณะเนื้อหามุ่งให้ความบันเทิง จึงมีรายการประเภท ภาพยนตร์ และเพลง เป็นส่วนใหญ่ การนำเสนอรายการต่างๆทางเคเบิลทีวีมีหลายลักษณะ ได้แก่ การรับสัญญาณจากโทรทัศน์ส่วนกลางที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย (free TV) การทำสัญญารับสัญญาณถ่ายทอดรายการกับบริษัทเคเบิลทีวีขนาดใหญ่ระดับชาติ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการดำเนินงานเองโดยมีการนำสำเนาภาพยนตร์ที่ฉายตามโรงภาพยนตร์มานำเสนอ รวมทั้งการผลิตรายการเองซึ่งบริษัทเคเบิลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ส่วนใหญ่ ผลิตรายการข่าวท้องถิ่นด้วยตนเอง มีทีมงานด้านข่าวโดยเฉพาะ ยกเว้นจังหวัดกาญจนบุรี มีการตกลงให้บริษัทผู้รับจ้างผลิตรายการข่าวเป็นผู้ดำเนินงาน และจังหวัดนครพนมที่ใช้การบันทึกภาพกิจกรรมของหน่วยงานราชการซึ่งบันทึกโดยเจ้าหน้าที่สังกัดสำนักงานจังหวัด นำออกเผยแพร่เป็นรายการข่าวท้องถิ่น พบว่าบริษัทเคเบิลในจังหวัดนครปฐม และจังหวัดจันทบุรี สามารถผลิตรายการอื่นๆ นอกจาก

รายการข่าว เช่น รายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด รายการส่งเสริมโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลของจังหวัด เป็นต้น ซึ่งต้องใช้ทีมงานและมีค่าใช้จ่ายสูง

สำหรับการดำเนินงานในส่วนของการบริการข้อมูลเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นโดยตรง ทุกบริษัทจัดสรรช่องสัญญาณสำหรับเป็นพื้นที่ของท้องถิ่น ส่วนใหญ่จัดสรรจำนวน 1 ช่องสัญญาณ (ยกเว้นที่จังหวัดนครปฐม จัดสรร 2 ช่องสัญญาณ) รายการในช่องท้องถิ่นที่ทุกบริษัทนำเสนอ คือ รายการข่าวท้องถิ่น เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่น นำเสนอเป็นช่วงเวลา เช้า กลางวัน เย็น และช่วงค่ำ และที่จังหวัดนครปฐม และจันทบุรี มีการนำเสนอรายการอื่นๆ ที่ทีมงานของบริษัทผลิตเองด้วย



แผนผังที่ 4.6 การดำเนินงานของเคเบิลทีวี

2) ประเด็นเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

ลักษณะเนื้อหาด้านสุขภาพที่นำเสนอผ่านเคเบิลทีวี โดยเฉพาะผ่านช่องสัญญาณที่ถูกกำหนดให้เป็นช่องของท้องถิ่นนั้น ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ อโรคยา และอาหาร เป็นการนำเสนอหรือแจ้งให้ทราบ เพื่อให้สมาชิกผู้ชมรู้วิธีการ ดูแลและป้องกันตนเอง เนื้อหามักเป็นเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น หรือเป็นประเด็นปัญหาในพื้นที่ เช่น สถานการณ์การระบาดของไข้หวัดนกและ วิธีการป้องกันตนเอง เป็นต้น

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่พบ ส่วนใหญ่นำเสนอโดยเป็นส่วนหนึ่งของข่าวท้องถิ่น เป็นการรายงานข้อมูล รายงานเหตุการณ์ และกิจกรรม ที่ทีมงานผู้ผลิตเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสม ในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 จังหวัด พบเพียงแห่งเดียวที่มีการผลิตรายการด้านสุขภาพโดยตรง คือ บริษัท นครปฐมเคเบิลทีวี จำกัด จังหวัดนครปฐม โดยผลิต 2 รายการ คือ รายการคุยกับหมอ และรายการ ฟู้ดฟอร์เฮลท์ อย่างไรก็ตาม พบว่า บริษัทเคเบิลในพื้นที่อื่นมีความพยายามที่จะจัดรายการด้านสุขภาพโดยตรงเช่นกัน เช่นที่จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดแพร่ แต่ไม่สามารถดำเนินงานอย่างต่อเนื่องได้ สาเหตุ คือ ขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณและข้อมูล การดำเนินงานของผู้ผลิตรายการไม่ว่าจะในรูปแบบของรายการข่าว หรือรายการด้านสุขภาพ ผู้ผลิตจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพโดยตรง เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล เป็นต้น ต้องอาศัยข้อมูล และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ทั้งนี้พบว่า เจ้าของและผู้ปฏิบัติงานเคเบิลทีวีไม่มีความรู้ด้านสุขภาพ แต่จากการพูดคุยส่วนใหญ่เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ และมีความต้องการที่จะพัฒนางานด้านนี้ต่อไป

ตารางที่ 4.12 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของเคเบิลทีวี

จังหวัด	บริษัท	ช่องท้องถิ่น	ประเด็นและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ	หมายเหตุ
แพร่	เคเบิลทีวีแพร่	8	เกี่ยวข้องกับทั้ง 6อ.แต่ส่วนใหญ่คือ อโรคยา เสนอผ่านรายการข่าวท้องถิ่นที่ผลิตเอง	เคยจัดรายการถาม-ตอบกับปัญหา 30 บาทรักษาทุกโรค
นครพนม	เอ็นพีเคเบิ้ลทีวี	8	เกี่ยวข้องกับทั้ง6 อ.แต่ส่วนใหญ่คือ อโรคยา เสนอผ่านรายการข่าวท้องถิ่นที่ผลิตโดยเจ้าหน้าที่รัฐ	
นครปฐม	นครปฐมเคเบิ้ลทีวี	7 และ 8	เกี่ยวข้องกับทั้ง 6 อ.ส่วนใหญ่ คือ อโรคยาและอาหาร เสนอผ่านรายการข่าวท้องถิ่น รายการคุยกับหมอ และ รายการฟู้ดฟอร์เฮลท์ ที่ผลิตเอง	
จันทบุรี	เคเบิลทีวีจันทบุรี	41	เกี่ยวข้องกับทั้ง6 อ.แต่ส่วนใหญ่คือ อโรคยา เสนอผ่านรายการข่าวท้องถิ่นที่ผลิตเองและแทรกในรายการอื่น	
กาญจนบุรี	เมืองกาญจน์เคเบิ้ลทีวี	8	เกี่ยวข้องกับทั้ง6 อ.แต่ส่วนใหญ่คือ อโรคยา เสนอผ่านรายการข่าวท้องถิ่นที่ให้บริษัทรับจ้างผลิตรายการเป็นผู้ดำเนินการ รวมทั้งมีการนำเสนอเป็นตัววิ่งแทรกในรายการอื่น	เคยจัดรายการคลินิกเพื่อสุขภาพกับTCTV

4.5.2 การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของเคเบิลทีวีแต่ละจังหวัด

1) เคเบิ้ลทีวีแพร่ (NSP Cable TV) จังหวัดแพร่

เริ่มดำเนินงานเมื่อ พ.ศ.2540 มีทั้งหมด 24 ช่องสัญญาณ เน้นให้ความบันเทิงเป็นหลัก การแพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมือง ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง อัตราค่าสมาชิก 350 บาทต่อเดือน การติดต่อกับสมาชิกโดยส่วนใหญ่สมาชิกเป็นผู้ติดต่อเข้ามา และมักเป็นการติดต่อทางโทรศัพท์หรือเดินทางมาด้วยตนเอง เพื่อติ-ชมรายการ

บริษัทฯ กำหนดให้ช่อง 8 เป็นช่องของท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วยรายการข่าวที่ผลิตเองโดยนำเสนอสลับกับภาพยนตร์ มีการนำเสนอข่าวท้องถิ่น 2 ช่วงเวลา คือ 8.30 น.และ 12.00 น. เนื้อหาข่าวเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งมักมีข่าวเกี่ยวข้องกับสุขภาพอยู่เสมอ การนำเสนอข่าวเป็นไปในหลายรูปแบบเพื่อให้ข่าวมีความน่าสนใจ เช่น สัมภาษณ์แหล่งข่าว ภาพเคลื่อนไหว และภาพเหตุการณ์ ไม่มีการผลิตรายการประเภทอื่นนอกจากรายการข่าว รวมทั้งรายการด้านสุขภาพ ในอดีตเคยร่วมมือกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดจัดรายการ ถาม-ตอบกับปัญหา 30 บาทรักษาทุกโรค ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ ปัจจุบันยกเลิกรายการไปเนื่องจากขาดข้อมูลและงบประมาณ

2) เอ็นพีเคเบิ้ลทีวี (NP TV) จังหวัดนครพนม

เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ.2544 ปัจจุบันให้บริการทั้งหมด 24 ช่องสัญญาณ สามารถแพร่ภาพได้ภายในเขตพื้นที่เทศบาล ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 300 ราย อัตราค่าสมาชิกอยู่ระหว่าง 150-300 บาทต่อเดือน ขึ้นกับประเภทของการบริการที่สมาชิกเลือกใช้ ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง นำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อบันเทิงและสาระความรู้เป็นส่วนใหญ่ มีการสอบถามความพึงพอใจในการรับชมจากสมาชิกในรอบปีที่ผ่านมา ซึ่งปรากฏว่าร้อยละ 80 พึงพอใจ ส่วนร้อยละ 20 มีปัญหาด้านสัญญาณการรับชมไม่ชัดเจน กำหนดให้ช่อง 8 เป็นช่องของท้องถิ่น แต่เวลาส่วนใหญ่ยังเป็นการนำเสนอภาพยนตร์ มีการนำเสนอข่าวท้องถิ่นเพียงช่วงเวลาเดียว คือ 19.00-20.00 น. ซึ่งเจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ของสำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด รับหน้าที่เป็นผู้นำเทปกิจกรรมของหน่วยงานราชการในวันนั้นๆมาส่งเพื่อออกอากาศโดยบริษัทไม่ตรวจสอบหรือตัดทอนแต่อย่างใด ซึ่งในเทปกิจกรรมนั้นมีข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอยู่เสมอ บริษัทนี้ยังไม่มีการผลิตรายการเอง

3) นครปฐมเคเบิ้ลทีวี (NCTV) จังหวัดนครปฐม

เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ.2545 ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 3,000 ราย อัตราค่าสมาชิก 350 บาท ต่อเดือน การแพร่ภาพครอบคลุมอำเภอเมือง มีการให้บริการแพร่ภาพทั้งหมด 30 ช่องสัญญาณ ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง มีการสอบถามสมาชิกเกี่ยวกับการรับชม เพื่อนำผลมาปรับปรุงรายการ โดยมีการปรับปรุงผังรายการทุก 3 เดือน ผู้ชมติดต่อเข้ามาบ้างส่วนใหญ่เป็นการโทรศัพท์เพื่อขอชมภาพยนตร์เรื่องที่ชอบ ซึ่งบริษัทเห็นความสำคัญของ

การสร้างความสัมพันธ์กับสมาชิก เห็นได้จากการจัดกิจกรรมต่างๆ อย่างหลากหลาย ได้แก่ การจัดทำวารสารชื่อ วารสารสัมพันธ์ ออกทุก 3 เดือน แจ้งความเคลื่อนไหวของการดำเนินงานของบริษัท แจกจ่ายแก่สมาชิกและผู้สนใจ การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อเป็นสื่อกลางสำหรับสมาชิกและผู้สนใจทั่วไป การจัดตั้ง NC Fan Club เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์กับสมาชิก อีกทั้งจัดทำโครงการส่งเสริมความรู้ให้แก่ชุมชน ดังเช่นการจัดให้มีโครงการ NC Junior Marketing เชิญชวนนักศึกษาในจังหวัด เข้ารับการอบรมความรู้ด้านการตลาดโดยจัดร่วมกับวิทยาลัยอาชีวศึกษาเทศบาลนครนครปฐม

บริษัทนำเสนอรายการต่างๆ โดยมีการรับสัญญาณจากบริษัท United Broadcasting Corporation (UBC) และการผลิตรายการเอง เนื้อหาโดยรวมมุ่งสร้างความบันเทิง รวมทั้งให้สาระข่าวสาร และความรู้ กำหนดให้ ช่อง 7 และ 8 เป็นช่องสัญญาณที่มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับท้องถิ่น โดยช่อง 7 มีการนำเสนอภาพยนตร์เป็นหลัก และแทรกข่าวท้องถิ่นเป็นระยะ ส่วนช่อง 8 มุ่งให้บริการสมาชิกด้วยการนำเสนอรายการท้องถิ่นเป็นหลัก สลับด้วยภาพยนตร์ และแทรกรายการข่าวเป็นระยะ ทีมงานฝ่ายผลิตรายการเป็นผู้ผลิตรายการข่าวและรายการท้องถิ่นเอง รายการที่ผลิตเองนี้นำเสนอเนื้อหาด้านต่าง ๆ ได้แก่ การเมือง รายงานเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สุขภาพ การศึกษา กีฬา และบันเทิง

เนื่องจากบริษัทนครปฐมเคเบิลทีวีให้ความสำคัญ และมีการดำเนินงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นชัดเจน โดยเป็นแห่งเดียวที่ผลิตรายการด้านสุขภาพโดยตรงถึง 2 รายการ จึงขอนำเสนอข้อมูลการดำเนินงานโดยละเอียด ดังนี้ จากผังรายการที่ออกอากาศทางช่อง 8 พบว่า ในแต่ละวันมีการนำเสนอข่าวท้องถิ่น 3 เวลา คือ 8.00 น. 12.00 น. และ 19.00 น. โดยในแต่ละช่วงจะตามด้วยรายการท้องถิ่น ดังนี้

8.45 น.	วันจันทร์ เสนอ รายการคือชีวิต
	วันพุธ ศุกร์ และอาทิตย์ เสนอ **รายการคุยกับหมอ**
	วันอังคาร พฤหัสบดี และเสาร์ เสนอ รายการอินไซด์โอทอป
12.15 น.	วันจันทร์ พุธ และศุกร์ เสนอ รายการ 1 ในนครปฐม
16.00 น.	วันศุกร์ และเสาร์ เสนอ รายการแฟ้มบุคคลเกียรติยศ
16.10 น.	วันอังคาร พฤหัสบดี และเสาร์ เสนอ **รายการฟู้ด ฟอร์ เฮลท์**
18.00 น.	วันอาทิตย์ เสนอ รายการคือชีวิต
19.45 น.	ทุกวัน เสนอ รายการ อี ฟอร์ ยู ทูเดย์

ข้อมูลด้านสุขภาพมีการนำเสนอใน 2 รูปแบบ คือ ผ่านทางรายการข่าว และผ่านทางรายการที่จัดเพื่อให้สาระด้านสุขภาพโดยตรง ลักษณะข้อมูลที่เสนอผ่านรายการข่าว ส่วนใหญ่เป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือที่จะเกิดขึ้น โดยได้รับแจ้งจากสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดส่วนหนึ่ง และเป็นการติดตามข่าวโดยทีมงานฝ่ายผลิตรายการส่วนหนึ่ง ส่วนรายการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพโดยตรงมี 2 รายการ ได้แก่ รายการคุยกับหมอ และ รายการฟู้ดฟอร์เฮลท์ **รายการคุยกับหมอ** ความยาว 10 นาที เป็นการพูดคุยระหว่างพิธีกรและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งเชิญจากสถานพยาบาลของจังหวัดนครปฐม เช่น โรงพยาบาลสนามจันทร์ เป็นการให้คำแนะนำด้านการดูแลรักษาสุขภาพ โดยตั้งประเด็นตามสถานการณ์ ได้รับความนิยม มีผู้ชมบางรายโทรศัพท์สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ส่วนรายการ**ฟู้ดฟอร์เฮลท์** ความยาว 20 นาที เป็นรายการแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพ เกร็ดความรู้เกี่ยวกับอาหารและสรรพคุณ วิธีการปรุง และแนะนำร้านอาหาร ตอนท้ายรายการมีการถามคำถามเพื่อให้ผู้ชมมีส่วนร่วม รางวัลที่ได้รับ เช่น บัตรรับประทานอาหาร เป็นต้น

4) เคเบิ้ลทีวีจันทบุรี (CTV) จังหวัดจันทบุรี

บริษัทเริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ.2526 เป็นบริษัทประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการแพร่ภาพและเสียงผ่านสายเคเบิลทีวีโดยระบบบอกรับสมาชิกรายแรกๆของประเทศไทย เริ่มจากการที่จังหวัดจันทบุรีประสบปัญหาในการรับชมรายการจากสถานีโทรทัศน์ส่วนกลาง (ช่อง 3 5 7 9 และ11) อันเนื่องมาจากสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มีความแตกต่างกัน บ้างเป็นที่ราบสูงภูเขา บ้างเป็นที่ราบลุ่ม อีกทั้งภูมิอากาศชื้น ฝนตกชุก จึงได้เกิดการทดลองส่งสัญญาณภาพและเสียงกันเอง ซึ่งมีการพัฒนาเรื่อยมา ในปัจจุบันบริษัทสามารถให้บริการครอบคลุมพื้นที่ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง ท่าใหม่ และแหลมสิงห์ มีสมาชิกประมาณ 6,000 ราย อัตราค่าสมาชิก 350-390 บาทต่อเดือนขึ้นกับประเภทของการให้บริการที่สมาชิกเลือก ออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง มีการสำรวจความต้องการของสมาชิกปีละครั้ง เพื่อนำผลการสำรวจมาปรับปรุงการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการมากขึ้น ปัจจุบันแพร่ภาพ 50 ช่องสัญญาณ รับสัญญาณภาพจากสถานีโทรทัศน์ส่วนกลาง หรือ Free TV และรายการต่างประเทศ โดยทำสัญญาซื้อจาก UBC และบริษัทอื่น

บริษัทดำเนินงานโดยมุ่งนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างความบันเทิง และสาระความรู้แก่ผู้ชม และกำหนดให้ช่อง 41 เป็นช่องของท้องถิ่น รายการส่วนใหญ่ที่นำเสนอผ่านช่องสัญญาณนี้ เป็นรายการที่ฝ่ายผลิตรายการของบริษัทเป็นผู้ผลิตเอง ซึ่งมีอยู่หลายรายการ หากแต่ยังไม่มีรายการด้านสุขภาพโดยตรง ซึ่งจากการเก็บข้อมูลพบว่า ทางบริษัทได้ใช้วิธีการสอดแทรกเนื้อหาด้านสุขภาพในรายการต่างๆ ดังตัวอย่างรายการที่บริษัทผลิตเองดังนี้

รายการแรกที่บริษัทเริ่มผลิต คือ รายการข่าวท้องถิ่น มีรูปแบบการผลิตคล้ายกับรายการข่าวจากส่วนกลางแต่เป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในจังหวัดจันทบุรี และในภูมิภาคตะวันออก (มีศูนย์ข่าวในจังหวัดต่าง ๆ) เป็นการรายงานเหตุการณ์ ความเดือดร้อน บางครั้งเป็นข่าวเจาะ และการรายงานพิเศษจากพื้นที่ แพร่ภาพทุกวัน เวลา 20.10 น. และมีรายการสรุปข่าวรอบสัปดาห์เฉพาะวันอาทิตย์หลังข่าวท้องถิ่นประจำวัน

รายการนาทีทรรศนะ เป็นรายการสารคดีเชิงข่าว พูดคุยสาระเกร็ดชีวิตและแนะอาชีพ เป็นรายการนอกสถานที่ แพร่ภาพทุกวันจันทร์ พุธ และศุกร์ ก่อนรายการข่าว

รายการ CTV Talk เป็นรายการสนทนาโดยเชิญบุคคลสำคัญในจังหวัดมาร่วมพูดคุยในประเด็นที่เป็นที่สนใจ แพร่ภาพทุกวันพฤหัสบดี หลังรายการข่าว

นอกจากนี้ยังมีรายการอื่นๆ เช่น รายการส่องกล้องมองเมืองจันทร์ รายการเปิดโลกอัญมณี รายการเยี่ยม ๆ มอง ๆ รายการเทศบาล สามภาษาน่ารู้ สารานุกรมสำหรับเยาวชน เป็นต้น

5) เมืองกาญจน์เคเบิ้ลทีวี (TCTV) จังหวัดกาญจนบุรี

เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ พ.ศ.2539 ปัจจุบันมีสมาชิกกว่า 1,000 ราย อัตราค่าสมาชิกต่อเดือน 300 บาท ขอบเขตการแพร่ภาพครอบคลุมอำเภอเมือง มีการให้บริการทั้งหมด 40 ช่องสัญญาณ แพร่ภาพตลอด 24 ชั่วโมง มุ่งให้สาระทั้งทางด้านบันเทิง และความรู้ บริษัทจัดทำวารสารเคเบิ้ลนิวส์ สำหรับเป็นสื่อกลางจากบริษัทถึงสมาชิกผู้รับชม นำเสนอข้อมูลกิจกรรมด้านต่างๆ รวมถึงให้ความร่วมมือในการเผยแพร่กิจกรรมด้านสุขภาพ เช่น การให้

ความร่วมมือในการนำเสนอการจัดกิจกรรมโครงการผนึกพลังเยาวชนไทยต้านภัยไข้เลือดออก ซึ่งจัดโดยสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น

ช่อง 8 คือ ช่องสัญญาณที่บริษัทกำหนดให้นำเสนอเรื่องราวของท้องถิ่น โดยนำเสนอในรูปแบบของรายการข่าว โดยว่าจ้างบริษัท Western Advertising ให้เป็นผู้ผลิตรายการข่าว นำเสนอทุกวันแบ่งเป็น 4 ช่วงเวลา ได้แก่ 8.30 น. 12.30 น. 20.30 น. และ 24.30 น. นอกจากนี้มีการผลิตรายการท้องถิ่นอื่นๆ เช่น รายการหน้าต่างเทศบาล แพร่ภาพทุกวันจันทร์ และพฤหัสบดี หลังข่าวท้องถิ่น รายการเติมกำลังใจ รายการเปิดโลกกว้างการอาชีวศึกษา เป็นต้น อนึ่ง เมื่อประมาณต้นพ.ศ.2547 เคยมีการผลิตรายการด้านสุขภาพ คือ รายการคลินิกสุขภาพกับ TCTV ซึ่งมีลักษณะเป็นรายการสั้น ความยาวประมาณ 5-10 นาที นำเสนอแทรกในรายการข่าวท้องถิ่น ที่นำเสนอในช่วงเวลา 20.30 น. ทุกวันอังคาร และศุกร์ โดยตั้งประเด็นตามสถานการณ์ และเนื่องจากขาดงบประมาณจึงต้องเลิกผลิตรายการดังกล่าว การนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพมักปรากฏในรายการข่าว แต่อย่างไรก็ตามบริษัทเห็นความสำคัญของข้อมูลด้านสุขภาพ จึงให้ความร่วมมือในการนำเสนอ โดยเมื่อมีเหตุการณ์สำคัญหรือเร่งด่วนจะนำเสนอข้อมูลเป็นตัววิ่งแทรกในรายการอื่นทันที

การสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท เนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับอโรคยาและอาหาร โดยนำเสนอเพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ประชาชนในท้องถิ่น ได้ทราบถึงสถานการณ์ และวิธีการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับอาหาร สำหรับการนำเสนอเนื้อหาปรากฏในรูปแบบของข่าวแทรกอยู่ในข่าวท้องถิ่นในสื่อทุกประเภท มีการนำเสนอเป็นการเฉพาะด้านสุขภาพ (บทความทางสื่อหนังสือพิมพ์ / รายการทางสื่อวิทยุและหอกระจายข่าว / รายการทางสื่อเคเบิลทีวี) ในสื่อทุกประเภทแต่มีปริมาณไม่มากนักเมื่อเทียบกับเนื้อหาด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม พบการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ในลักษณะของการโฆษณาเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้ประชาชนในท้องถิ่นซื้อสินค้าหรือบริการ ในขณะที่ไม่พบในสื่อประเภทอื่น

บทที่ 5
การดำเนินงานและแนวโน้มการสื่อสารด้านสุขภาพกับความต้องการของคนท้องถิ่น

ในบทนี้จะนำเสนอผลการศึกษาซึ่งแบ่งออกเป็นประเด็นหลัก 4 ประเด็น ประเด็นที่ 1 คือ ลักษณะของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ ตลอดจนวิธีการทำงานของสื่อท้องถิ่น ประเด็นที่ 2 คือ พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อของคนท้องถิ่น ความต้องการและความคาดหวังการสื่อสารด้านสุขภาพจากสื่อท้องถิ่น ประเด็นที่ 3 คือ การวิเคราะห์การเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาของสื่อท้องถิ่น และประเด็นที่ 4 คือ แนวโน้มของสื่อท้องถิ่นในการดำเนินงานสื่อสารด้านสุขภาพ

5.1 ผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่น

วัตถุประสงค์หนึ่งของงานวิจัยนี้คือ การทำความเข้าใจกลุ่มคนผู้ทำหน้าที่สื่อสารผ่านสื่อท้องถิ่น ถึงภูมิหลัง วิธีการทำงาน ความคิดเห็นและความต้องการต่อการสื่อสารด้านสุขภาพ งานวิจัยนี้ศึกษาผู้ทำงานสื่อทั้งสิ้น 45 คน แบ่งเป็นผู้ทำงาน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 14 คน วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด14 คน วิทยุชุมชน 6 คน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 6 คน และเคเบิลทีวี 5 คน ต่อไปนี้จะเป็นการนำเสนอผลการศึกษาผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลซึ่งครอบคลุม เพศ อายุ การศึกษา และระยะเวลาในการทำงานสื่อ ลักษณะการดำเนินงานซึ่งครอบคลุม การยึดเป็นอาชีพหลัก/อาชีพรอง และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการทำงานด้านสุขภาพ ปัญหาอุปสรรคในการทำงาน และ ความต้องการการสนับสนุน

5.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพผ่านสื่อท้องถิ่น

ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 45 คน ปรากฏว่าเป็นเพศชายถึง 40 คน และเป็นเพศหญิงเพียง 5 คน ส่วนใหญ่ 19 คน มีอายุอยู่ระหว่าง 45-54 ปี และ รองลงมา 12 คน มีอายุระหว่าง 35-44 ปี ส่วนใหญ่ถึง 34 คน มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา รายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1 ข้อมูลเพศ อายุ และการศึกษา ของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ

ประเภทสื่อ / ข้อมูลพื้นฐาน	หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	วิทยุชุมชน	หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	เคเบิลทีวี	รวม
เพศ						
ชาย	14	12	6	6	2	**40**
หญิง	0	2	0	0	3	**5**
รวม	**14**	**14**	**6**	**6**	**5**	**45**
อายุ (ปี)						
25 - 34	1	3	0	0	2	**6**
35 - 44	5	3	2	1	1	**12**
45 - 54	6	6	3	3	1	**19**
55 ขึ้นไป	2	1	0	2	0	**5**
ไม่ระบุ	0	1	1	0	1	**3**
รวม	**14**	**14**	**6**	**6**	**5**	**45**
การศึกษา						
ประถมศึกษา	0	0	1	0	0	**1**
มัธยมศึกษา	3	0	2	4	1	**10**
อุดมศึกษา	11	14	3	2	4	**34**
รวม	**14**	**14**	**6**	**6**	**5**	**45**

นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่ออยู่ระหว่าง 1-10 ปี และ 11-20 ปี ตามลำดับ รายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.2 ระยะเวลาในการทำงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ

ประเภทสื่อ / ระยะเวลา	ท้องถิ่น	วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	วิทยุชุมชน	หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	เคเบิลทีวี	รวม
1 - 10 ปี	5	7	5	1	2	**20**
11 - 20 ปี	3	4	1	0	2	**10**
21 - 30 ปี	3	2	0	0	0	**5**
30 ปี ขึ้นไป	0	0	0	1	0	**1**
ไม่ระบุ	3	1	0	4	1	**9**
รวม	**14**	**14**	**6**	**6**	**5**	**45**

ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเข้าใจผู้ปฏิบัติงานสื่อในแต่ละประเภทได้ชัดเจนมากขึ้น ต่อไปนี้จึงเน้นการนำเสนอข้อมูลพื้นฐานและระยะเวลาในการทำงานของผู้ทำงานสื่อ โดยแบ่งตามประเภทสื่อ ดังนี้

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

นักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ จำนวน 14 คนเป็นเพศชายทั้งหมด มีอายุเฉลี่ย 46 ปี (ต่ำสุด 28 ปี และ สูงสุด 59 ปี) การศึกษาขั้นสูงสุดประกอบด้วยระดับมัธยมศึกษา 3 คน คือ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3-5 (ระดับชั้นละ 1 คน) และระดับอุดมศึกษา 11 คน ได้แก่ วุฒิบัตรการจัดทำหนังสือพิมพ์ (2 คน) ประกาศนียบัตรสาขาวิชาพัฒนาชุมชน (1 คน) อนุปริญญา สาขาวิชาวารสารศาสตร์และการประชาสัมพันธ์ (1 คน) กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี สาขาวิชาพัฒนาชุมชน (1 คน) ระดับปริญญาตรี 5 คน (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ การสื่อสาร และภาษาไทย สาขาละ 1 คน และสาขานิติศาสตร์ 2 คน) ตลอดจนระดับปริญญาโท 1 คน (สาขาวิชาพัฒนาสังคมและทรัพยากรมนุษย์)

สำหรับระยะเวลาในการทำงานสื่อของนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้น มีตั้งแต่ 1 ถึง 30 ปี ประกอบด้วยผู้ที่มีประสบการณ์ในช่วง 1-10 ปี จำนวน 5 คน 11-20 ปี จำนวน 3 คน 21-30 ปี จำนวน 3 คน และไม่ระบุจำนวนปี 3 คน นอกจากนี้ นักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่เป็น

กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้มีทั้งผู้ทำงานในตำแหน่ง บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ หรือบรรณาธิการบริหาร รวมถึงเป็นผู้สื่อข่าว

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเป็นชาย 12 คน และหญิง 2 คน มีอายุเฉลี่ย 45 ปี (ต่ำสุด 34 ปี และ สูงสุด 60 ปี) การศึกษาขั้นสูงสุดอยู่ในระดับอุดมศึกษาทั้งสิ้น ประกอบด้วย ประกาศนียบัตรวิชาชีพขั้นสูง (ปวส.) 3 คน (สาขาการตลาด ช่างยนต์ ช่างวิทยุและโทรคมนาคม) ปริญญาตรี 7 คน (สายสังคมศาสตร์ 5 คน ได้แก่ สาขาวิชานิติศาสตร์ 1 คน นิเทศศาสตร์ 4 คน สายวิทยาศาสตร์ 1 คน คือ สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา และโรงเรียนทหาร 1 คน) และระดับปริญญาโท 4 คน (สายสังคมศาสตร์ 3 คน ได้แก่ สาขาศึกษาศาสตร์ 1 คน รัฐศาสตร์ 2 คน และสายวิทยาศาสตร์ 1 คน คือ สาขาวิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์)

ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด มีระยะเวลาการทำงานตั้งแต่ 1 - 24 ปี ประกอบด้วยผู้ที่มีประสบการณ์ในช่วง 1-10 ปี จำนวน 7 คน 11-20 ปี จำนวน 4 คน 21-30 ปี จำนวน 2 คน และไม่ระบุจำนวนปี 1 คน ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพดำรงตำแหน่งงานเป็นนายสถานี/ผู้อำนวยการสถานี ผู้ช่วยนายสถานี/รองผู้อำนวยการสถานี นักจัดรายการ/ฝ่ายรายการ ผู้สื่อข่าว และเจ้าหน้าที่ฝ่ายโสตทัศนูปกรณ์ นอกจากนี้ นักสื่อสารสุขภาพบางคนยังมีประสบการณ์การบริหารงานในตำแหน่งนายสถานี/ผู้อำนวยการสถานีจังหวัดอื่นๆ ร่วม 10 ปี อีกทั้งบางคนยังเคยเป็นเจ้าหน้าที่กระจายเสียง นักจัดรายการวิทยุส่วนกลาง ตลอดจนเป็นผู้สื่อข่าวอีกด้วย

วิทยุชุมชน

ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางวิทยุชุมชนเป็นชาย 6 คน (ภิกษุ 1 รูป) มีอายุเฉลี่ย 35 ปี (ต่ำสุด 38 ปี และ สูงสุด 48 ปี) การศึกษาขั้นสูงสุดประกอบด้วยระดับประถมศึกษา 1 คน (ประถมศึกษาปีที่ 4) มัธยมศึกษา 2 คน (มัธยมศึกษาปีที่ 6 และ ประกาศนียบัตรวิชาชีพวิชาเอกการเกษตร) และระดับปริญญาตรี 3 คน (สาขาวิชาการจัดการ นิติศาสตร์ และนิเทศศาสตร์)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางวิทยุชุมชนทำงานสื่อเป็นเวลาระหว่าง 2 -17 ปี ประกอบด้วยผู้ที่มีประสบการณ์ในช่วง 1-10 ปี จำนวน 5 คน และ 11-20 ปี จำนวน 1 คน โดยนักสื่อสารสุขภาพของจังหวัดแพร่มีประสบการณ์ด้านการจัดรายการกระจายเสียง ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกาศข่าว ผู้ผลิตรายการวิทยุและโทรทัศน์ส่วนกลางมาก่อน ขณะที่นักสื่อสารสุขภาพของจังหวัดอื่น ๆ เพิ่งมีประสบการณ์ในการทำงานสื่อ เมื่อเริ่มมีการดำเนินงานวิทยุชุมชน ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางวิทยุชุมชนทำงานในตำแหน่งหัวหน้าสถานี ผู้บริหารสถานี ผู้อำนวยการสถานี ประธานศูนย์วิทยุชุมชน และนักจัดรายการ

หอกระจายข่าว / เสียงตามสาย

ผู้ดำเนินรายการสุขภาพทางหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย จำนวน 6 คน เป็นเพศชายทั้งหมด มีอายุเฉลี่ย 49 ปี (ต่ำสุด 37 ปี และ สูงสุด 60 ปี) การศึกษาขั้นสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา ประกอบด้วย มัธยมศึกษาตอนปลาย 4 คน (รวมประกาศนียบัตรวิชาชีพ 1 คน) และระดับปริญญาตรี 2 คน (สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ และ นิติศาสตร์)

สำหรับระยะเวลาทำงานสื่อของผู้จัดรายการสุขภาพทางหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย นั้น มีตั้งแต่ 6 - 32 ปี ประกอบด้วยผู้ที่มีประสบการณ์ในช่วง 1-10 ปี จำนวน 1 คน 30 ปีขึ้นไป จำนวน 1 คน และไม่ระบุจำนวนปี 4 คน ทั้งนี้ มีผู้ดำเนินงานหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 1 คน (สตูล) ที่มีประสบการณ์ด้านการจัดรายการกระจายเสียงโดยเป็นนักประชาสัมพันธ์ของเทศบาลหลายปี นอกจากนี้ ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพปฏิบัติงานเป็น นักจัดรายการและผู้บริหาร อย่างไรก็ดี ผู้จัดรายการมักเป็นผู้นำชุมชน อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ทำงานควบคู่ไปกับการจัดรายการทางหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย อีกทั้งบางคนยังเป็น อสม. ด้วย

เคเบิลทีวี

ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางเคเบิลทีวีเป็นชาย 2 คน และหญิง 3 คน มีอายุเฉลี่ย 36 ปี (ต่ำสุด 25 ปี และ สูงสุด 48 ปี) การศึกษาขั้นสูงสุดอยู่ในระดับมัธยมศึกษาและอุดมศึกษา ประกอบด้วย ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ สาขาวิทยุโทรคมนาคม 1 คน กำลังศึกษา (1 คน) และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการโฆษณา (1 คน) ตลอดจนสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท 2 คน สาขาวิชาบริหารธุรกิจ และ รัฐประศาสนศาสตร์

ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางเคเบิลทีวีทำงานสื่อมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 2 - 17 ปี ประกอบด้วยผู้ที่มีประสบการณ์ในช่วง 1-10 ปี จำนวน 2 คน 11 -20 ปี จำนวน 2 คน และไม่ระบุจำนวนปี 1 คน ดำรงตำแหน่งเป็นหัวหน้าฝ่ายผลิต ผู้อำนวยการบริหาร ผู้สื่อข่าว และเจ้าหน้าที่การเงิน การตลาด โดยที่นักสื่อสารสุขภาพจังหวัดนครปฐมเคยมีประสบการณ์ในตำแหน่งเดียวกันจากบริษัท ราชบุรีเคเบิ้ลทีวี จำกัด มาก่อน

5.1.2 การประกอบเป็นอาชีพของผู้ทำงานสื่อท้องถิ่น

ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ มีทั้งที่ยึดการทำงานสื่อเป็นอาชีพหลัก และอาชีพรอง ดังเช่นผู้ทำงานวิทยุชุมชน มีอาชีพหลักเป็น ตำรวจ ประธาน อบต. ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นต้น โดยมีผู้ยึดเป็นอาชีพหลักและรองในจำนวนใกล้เคียงกัน รายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.3 ลักษณะการประกอบอาชีพสื่อท้องถิ่นของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ

ประเภทสื่อ / ลักษณะอาชีพ	ท้องถิ่น	วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	วิทยุชุมชน	หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	เคเบิลทีวี	รวม
อาชีพหลัก	6	12	0	1	3	**22**
อาชีพรอง	4	2	6	4	0	**16**
ไม่ระบุ	4	0	0	1	2	**7**
รวม	**14**	**14**	**6**	**6**	**5**	**45**

นอกจากนี้ในการทำงานสื่อท้องถิ่น ผู้ทำงานบางคนทำงานในสื่อท้องถิ่นหลายประเภทไปพร้อมกัน เช่น เป็นผู้สื่อข่าวให้กับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเคเบิลทีวี (รายการข่าวท้องถิ่น) หรือจัดรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และเป็นผู้จัดรายการในสื่อเสียงตามสายด้วย เป็นต้น ในขณะที่บางคนทำงานให้กับสื่อระดับประเทศที่ผลิตจากส่วนกลางด้วย เช่นเป็นผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐประจำจังหวัดจันทบุรี หรือเป็นผู้สื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์ เป็นต้น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

อาชีพของนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีทั้งประกอบเป็นอาชีพหลักและอาชีพรอง จากการศึกษาพบว่า นักหนังสือพิมพ์ที่ประกอบอาชีพนี้เป็นหลัก 6 คน ซึ่งคนเหล่านี้มีอาชีพรองคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง มีผู้ยึดการทำงานหนังสือพิมพ์เป็นอาชีพรอง 4 คน ซึ่งคนเหล่านี้มีอาชีพหลัก คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และมีผู้ไม่ระบุ 4 คน เป็นที่น่าสังเกตว่า นักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมักจะประกอบอาชีพอื่นๆ ควบคู่กันไป ทั้งนี้เนื่องจากงานหนังสือพิมพ์ไม่ให้รายได้มากนัก บรรณาธิการมักจะมีธุรกิจส่วนตัวหรืออาชีพอย่างอื่นเลี้ยงตัวเป็นรายได้หลัก เช่น ให้เช่าที่ดิน รับทำสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ขายประกัน ทำรายการวิทยุ ร้านอาหาร ส่งแรงงานไปต่างประเทศ เป็นต้น เนื่องจากหนังสือพิมพ์กำไรน้อย รายได้หลักมาจากโฆษณา ซึ่งโฆษณาในต่างจังหวัดหายากเพราะธุรกิจต่างจังหวัดไม่ค่อยจำเป็นต้องอาศัยโฆษณา นอกจากนี้ มักทำหนังสือพิมพ์ด้วยใจรัก มีบางคนเท่านั้นที่ทำเนื่องจากต้องสืบทอดกิจการของครอบครัว

นักหนังสือพิมพ์หลายคนยังเป็นเครือข่ายของสื่อส่วนกลาง (Stinger) คือ เป็นผู้สื่อข่าวประจำจังหวัด ทำหน้าที่ส่งข่าวให้สื่อส่วนกลาง เช่น หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ ซึ่งการส่งข่าวให้ที่ใดขึ้นอยู่กับสายงานของแต่ละคน อีกทั้งจะส่งในลักษณะขาประจำ บางคนเคยทำงานที่มติชนเมื่อออกมาเปิดหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของตนเองก็จะเขียนข่าวหรือเขียนคอลัมน์ส่งมติชน เช่น ที่นครปฐม และกาญจนบุรี บางคนเคยฝึกงานที่ไทยรัฐ ก็จะส่งข่าวให้ไทยรัฐ เช่น ที่นครพนม นอกจากนี้ การได้รับ “การยอมรับ” เป็นเหตุผลหนึ่งในการส่งข่าวไปให้สื่อมวลชนส่วนกลาง กล่าวคือ การส่งข่าวที่เกิดขึ้นในพื้นที่ของตนเองแล้วได้รับการยอมรับให้ลงตีพิมพ์ให้คนทั้งประเทศอ่านถือเป็นความภาคภูมิใจของคนทำข่าว

นอกจากนี้ นักหนังสือพิมพ์ 3 คนยังทำงานข้ามสื่อ คือ นอกจากจะทำงานหนังสือพิมพ์แล้ว ยังเป็น นักจัดรายการ หรือ บรรณาธิการข่าวของสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน และทำงานที่บริษัทเคเบิลทีวีในจังหวัดอีกด้วย เพื่อให้ใช้ข้อมูลเดียวกันอย่างคุ้มค่าที่สุด ในกรณีปัจเจกบุคคล บางคนเข้าไปซื้อเวลารายการวิทยุและผลิตรายการประเภท “เล่าข่าว” บางคนทำธุรกิจรับผลิตสื่อวิดีโอ เป็นต้น

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

ผู้ดำเนินงานสื่อสารสุขภาพทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ประกอบอาชีพจัดรายการเป็นหลัก 12 คน ซึ่งคนกลุ่มนี้บางคนมีอาชีพรอง และที่ระบุ 1 คน คือ เป็นอาจารย์พิเศษ มีผู้ทำงานวิทยุกระจายเสียงประจำยึดเป็นอาชีพรอง 2 คน ซึ่งมีอาชีพหลักคือ รับราชการ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาไม่พบนักสื่อสารสุขภาพที่ทำงานข้ามสื่อ แต่จะปฏิบัติหน้าที่ในด้านจัดรายการวิทยุกระจายเสียงเป็นหลัก

นอกจากนี้ จากการสอบถามนักจัดรายการวิทยุ พบว่า ผู้ที่จัดรายการด้านสุขภาพมักเป็นผู้ที่มีความรู้ด้านสุขภาพ เช่น แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) มีหลายสถานีได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก สสส. จัดทำโครงการ คลื่นใสวัยทีน จัดการอบรมเยาวชนให้สามารถจัดรายการวิทยุเน้นทางด้านสุขภาพ จึงทำให้เกิดเครือข่ายผู้จัดรายการสุขภาพที่เป็นเยาวชนขึ้นด้วย

วิทยุชุมชน

นักสื่อสารสุขภาพทางวิทยุชุมชนประกอบอาชีพจัดรายการเป็นอาชีพรองทั้งสิ้น โดยมีอาชีพหลัก คือ อาสาพัฒนาชุมชน รับราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ผู้ทำหน้าที่จัดรายการด้านสุขภาพมักมีความรู้และความชำนาญด้านสุขภาพ เช่น หมอพื้นบ้าน หมอสมุนไพร และ อสม. นอกจากนี้ยังพบว่าในหลายสถานีมีเยาวชนร่วมจัดรายการสุขภาพ โดยมีลักษณะเป็นรายการที่มุ่งชักจูงให้เยาวชนมีพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม เช่น ออกกำลังกาย เล่นกีฬา ห่างไกลยาเสพติด เป็นต้น

หอกระจายข่าว / เสียงตามสาย

นักจัดรายการสุขภาพทางหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ประกอบอาชีพจัดรายการเป็นหลัก 1 คน และยึดเป็นอาชีพรอง 4 คน ซึ่งมีอาชีพหลัก คือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว และจัดรายการทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และไม่ระบุ 1 คน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบนักสื่อสารสุขภาพที่ทำงานข้ามสื่อ คือ เป็นนักจัดรายการทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดด้วย (นครพนม)

เคเบิลทีวี

ผู้ดำเนินงานเคเบิลทีวีประกอบอาชีพนี้เป็นหลัก 3 คน และไม่ระบุ 2 คน อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่ามีการทำงานข้ามสื่อเช่นกัน กล่าวคือ ทำงานเคเบิลทีวี พร้อมทั้งเป็นนักข่าวให้กับสถานีโทรทัศน์ส่วนกลาง หรือ เป็นฝ่ายผลิตของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น

5.1.3 แหล่งข่าว / ข้อมูลด้านสุขภาพ

สำหรับแหล่งข่าว/ข้อมูลที่ใช้ในการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพ มีการใช้แหล่งข่าว/ข้อมูลจากหลากหลายช่องทาง ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีการค้นหาข้อมูลจากทั้งสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สำนักข่าวต่างๆ และสื่อประเภทอื่น รายละเอียดปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.4 แหล่งข่าว/ข้อมูลที่ใช้ในการทำงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ

ประเภทสื่อ / ประเภทแหล่งข้อมูล	ท้องถิ่น	วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	วิทยุชุมชน	หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	เคเบิลทีวี
แบ่งตามลักษณะหน่วยงาน					
หน่วยงานภาครัฐ	✓	✓	✓	✓	✓
องค์กรเอกชน / มูลนิธิ / ภาคประชาชน	✓	✓	✓	✓	-
แบ่งตามประเภทสื่อ					
บุคคล	✓	✓	✓	✓	✓
สื่อสิ่งพิมพ์	✓	✓	✓	✓	✓
อินเทอร์เน็ต	✓	✓	✓	-	✓
สำนักข่าว	✓	✓	✓	-	✓
อื่นๆ (เช่น เทป, ซีดี)	-	✓	✓	✓	-

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่า นักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหาข่าว / ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข สำนักปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล สถานีตำรวจ เทศบาล และมหาวิทยาลัยในจังหวัด

2. องค์กรเอกชน/มูลนิธิ/ภาคประชาชน ได้แก่ เครือข่ายคุ้มครองผู้บริโภคจังหวัด องค์กรที่รณรงค์ไม่สูบบุหรี่ ร้านจำหน่ายยาแผนปัจจุบัน และสโมสรโรตารี

3. บุคคล ได้แก่ แพทย์/พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และนักวิชาการ

4. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ (เช่น หนังสือเสริมภูมิคุ้มกันต้านทานโรค, ไขปัญหาสุขภาพ และเมื่ออนาคตไล่ล่าคุณ) นิตยสาร/วารสารเพื่อสุขภาพ (เช่น นิตยสารใกล้หมอ สกุลไทย วารสารจาก สสส.) หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง (เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเอกสารเผยแพร่จากร้านจำหน่ายยาแผนปัจจุบัน

5. อินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย เว็บไซต์โปรแกรมค้นหา ข่าว ข้อมูลสุขภาพ และทั่วไป เช่น www.google.co.th, www.moph.go.th, www.kapook.com

6. สำนักข่าว คือ สำนักข่าวไทย และ สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

แหล่งข้อมูลที่นักจัดรายการทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดใช้ประกอบด้วย

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล เทศบาล อนามัยจังหวัด และมหาวิทยาลัยในจังหวัด

2. องค์กรเอกชน/มูลนิธิ คือ มูลนิธิหมอชาวบ้าน

3. บุคคล คือ แพทย์/พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข นักวิชาการ ผู้ว่า/รองผู้ว่าราชการจังหวัด เจ้าหน้าที่ปศุสัตว์ ตำรวจ สื่อมวลชนท้องถิ่น ผู้สื่อข่าว และประชาชนในท้องถิ่น

4. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ (เช่น วิทยุสาร กรมประชาสัมพันธ์) นิตยสาร/วารสาร (เช่น นิตยสารใกล้หมอ ชีวจิต อาหารและยา ยาสูบ วารสารจากศูนย์ควบคุมโรคจังหวัดราชบุรี วารสารจากกรมปศุสัตว์) หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง (เช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน) แผ่นพับประชาสัมพันธ์จากโรงพยาบาลในจังหวัด เอกสารประชาสัมพันธ์ / บทความจากภาครัฐและเอกชน เช่น จากสำนักงาน อย. สสจ. กรมสุขภาพจิต อสมท

5. อินเทอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์โปรแกรมค้นหา ข่าว ข้อมูลสุขภาพ และทั่วไป เช่น www.google.co.th, www.mcot.net, www.prd.go.th, www.thainews.prd.go.th, www.thaimail.com

6. สำนักข่าว คือ สำนักข่าวไทย และ สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์

7. แหล่งอื่นๆ คือ เทป สารคดีเผยแพร่จากหน่วยงานต่างๆ

วิทยุชุมชน

แหล่งข้อมูลที่นักจัดรายการทางวิทยุชุมชนใช้มากคือ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน/มูลนิธิ บุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ และแหล่งข้อมูลอื่นๆ ทั้งยังค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมทางอินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์ส่วนกลาง ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วยหน่วยงานในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น คือ กระทรวงสาธารณสุข สำนักปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาลในจังหวัด สถานีอนามัย สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ องค์กรบริหารส่วนตำบล สถาบันการศึกษาในจังหวัด เช่น มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยราชภัฏ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

2. องค์กรเอกชน/มูลนิธิ ประกอบด้วยหน่วยงานในระดับท้องถิ่นในแต่ละจังหวัดมากกว่าระดับประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดแพร่ และนครปฐมตามลำดับ ได้แก่ ศูนย์ประสานงานองค์กรชุมชนอำเภอลอง ศูนย์ประสานงานระดับตำบล/อำเภอ/จังหวัด ชมรมทหารผ่านศึกนอกประจำการอำเภอลอง ชมรมผู้สูงอายุจังหวัดแพร่ องค์กรเครือข่ายชาวอโศก พอช. และ สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย

3. บุคคล นักจัดรายการทางวิทยุชุมชนอาศัยข้อมูลจากสื่อบุคคลหลายกลุ่มปรากฏอย่างเด่นชัดกว่าสื่อท้องถิ่นประเภทอื่น โดยเฉพาะบุคคลในชุมชนเอง ประกอบด้วย

แพทย์/พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข นักวิชาการ วิทยากรแต่ละหน่วยงาน พัฒนากรชุมชน อสม. การแพทย์แผนไทย อนามัยตำบล ภิกษุ ผู้นำศาสนา ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน-ภูมิปัญญา ชุมชน ชาวบ้าน และจากประสบการณ์ตรงของผู้จัดรายการเอง

4. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ (เช่น หนังสือพระไตรปิฎก-การดูแลสุขภาพของพระพุทธเจ้า เพื่อนป่ายาสมุนไพร คู่มือยาสมุนไพร) นิตยสาร/วารสาร (เช่น นิตยสารหมอชาวบ้าน รีดเดอร์สไดเจทส์ สารอโศก แสงสูร) หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง (เช่น ผู้จัดการ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน) และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (นิวส์แพร่แมกกาซีน) เอกสารจาก UNICEF / สสส. ตลอดจนบทความซึ่งจัดพิมพ์ขึ้นเฉพาะกลุ่มสมาชิก

5. แหล่งอื่นๆ นักจัดรายการทางวิทยุชุมชนใช้แหล่งข้อมูลประเภทนี้หลากหลายมากกว่าสื่อท้องถิ่นประเภทอื่น ประกอบด้วย ซีดีรณรงค์จากกระทรวงฯ จากการลงพื้นที่ในชุมชน การประชุม/สัมมนากับหน่วยงานต่างๆ และการจัดเวทีชาวบ้าน

6. อินเทอร์เน็ต คือ www.google.co.th

7. สำนักข่าว ได้แก่ รายการจากโทรทัศน์ ช่อง 5, 9, 11

หอกระจายข่าว / เสียงตามสาย

แหล่งข้อมูลที่นักจัดรายการทางหอกระจายข่าว/เสียงตามสายใช้ คือ

1. หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ประชาสัมพันธ์จังหวัดและสถานีวิทยุ โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย สถานีวิทยุในจังหวัด

2. องค์กรเอกชน/มูลนิธิ ประกอบด้วย เครือข่ายพัฒนาชีวิตชุมชนเมือง (คชม.) ของชุมชน

3. บุคคล คือ แพทย์/พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข นักวิชาการ และ สื่อมวลชน

4. สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือ (เช่น รู้ทันเอดส์ คู่มืออยู่อย่างไรให้ไกลสารเสพติด หนังสือประชาสัมพันธ์จังหวัด หนังสือจัดหางาน) นิตยสาร/วารสาร (เช่น ใกล้หมอ หมอ

ชาวบ้าน วารสารจากเทศบาล) หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง (เช่น ไทยรัฐ มติชน) และหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (แพร่ข่าว) และบทความที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตคนในชุมชน

5. แหล่งอื่นๆ ได้แก่ เทป ซีดี สารคดีสั้น

เคเบิลทีวี

สำหรับแหล่งข้อมูลที่ผู้ดำเนินงานเคเบิลทีวีใช้ประกอบด้วย

1. หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วยข้อมูลจาก โรงพยาบาลในจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และ เทศบาลจังหวัด

2. บุคคล สื่อบุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลคือ แพทย์/พยาบาล เจ้าหน้าที่สาธารณสุข และนักวิชาการ

3. สื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย หนังสือเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น อาหารป้องกันโรค โยคะเพื่อสุขภาพ นิตยสารเพื่อสุขภาพ เช่น ชีวจิต แม่และเด็ก แพรว LISA ClEO Health Today รวมถึง หนังสือพิมพ์ส่วนกลางทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ผู้จัดการ ไทยรัฐ คมชัดลึก Nation ตลอดจนบทความสุขภาพความงามต่างๆ แผ่นพับ และหนังสือแจกจากหน่วยงานต่างๆ

4. อินเทอร์เน็ต มีทั้งเว็บไซต์ทั่วไปและเว็บไซต์นิตยสารเพื่อสุขภาพ
(www.sanook.com, www.pop.co.th:variety, www.colour-n-style.com, www.healthtodaythailand.com)

5. สำนักข่าว ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คือ อสมท และ Fox NEW

5.1.4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นต่างพบปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ทั้งในด้านข้อจำกัดของนโยบายของหน่วยงาน ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน ตลอดไปจนถึงความพร้อมด้านงบประมาณ อุปกรณ์ และอื่นๆ ทั้งนี้จะนำเสนอปัญหาและอุปสรรค ซึ่งเป็นความคิดเห็นของผู้ทำงาน โดยนำเสนอแบ่งตามประเภทสื่อดังนี้

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

1. ข้อมูลที่ได้รับประกอบด้วยรายละเอียดและศัพท์เทคนิคทางการแพทย์มาก ต้องใช้เวลาทำความเข้าใจและเรียบเรียงใหม่ก่อนนำเสนอ

2. ข้อมูลไม่เป็นระบบ ไม่ชัดเจน ขาดความน่าเชื่อถือ ขณะที่ข้อมูลละเอียดหายาก

3. การเดินทางไปยังแหล่งข่าวหรือแหล่งข้อมูลไม่สะดวก ทั้งยังมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง

4. บางหน่วยงานยังไม่ให้ความร่วมมือในการเผยแพร่ข้อมูล การติดต่อประสานงานล่าช้า ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี

5. ข้อมูลบางเรื่องยังหายาก ทั้งที่เป็นเรื่องที่ประชาชนสนใจอย่างใกล้ชิด

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

1. ข้อมูลที่ได้รับจากหน่วยงานต่าง ๆ ขาดความน่าเชื่อถือ มีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง

2. ข้อมูลขาดความต่อเนื่อง ขาดการประสานงานกันระหว่างองค์กรที่ทำงานด้านสื่อ ส่งผลให้เกิดความเข้าใจและกำหนดประเด็นสำคัญในทิศทางที่หลากหลาย ไม่เป็นไปในทางเดียวกัน เมื่อเป็นเช่นนี้จึงต้องอาศัยข้อมูลจากสื่ออื่นๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์

3. ไม่มีแหล่งข้อมูลที่แท้จริง

4. ข้อมูลด้านสุขภาพที่ส่งมาให้ขาดความสม่ำเสมอ รวดเร็ว และทันเหตุการณ์

5. ข้อมูลเว็บไซต์ของกระทรวงสาธารณสุขไม่ทันสมัย

6. ขาดแพทย์เฉพาะทางที่จะให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ประชาชน เช่น จักษุแพทย์ ทันตแพทย์

7. หน่วยงานในจังหวัดไม่ค่อยมีเวลา จึงไม่ค่อยให้ความสะดวกเรื่องข้อมูล

8. นักจัดรายการมีประสบการณ์น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจ และยังไม่สามารถตอบคำถามด้านสุขภาพได้อย่างชัดเจน

9. นักจัดรายการไม่มีเวลา เพราะติดภารกิจหลัก จึงต้องเดินทางไปบันทึกเทปนอกเวลาราชการ ที่สถานีวิทยุฯ เนื่องจากไม่มีเครื่องบันทึกเสียงที่ทำงาน

10. อุปกรณ์ที่ใช้ขณะออกอากาศชำรุด

11. สถานีฯ มีปัญหากับบริษัทคู่สัญญา เนื้อหาด้านสุขภาพจึงไม่มีเท่าที่ควร

12. ช่วงเวลาออกอากาศค่อนข้างดึก (21.00-22.00 น.) กลุ่มผู้สูงอายุจึงอาจไม่ได้รับฟัง

13. ด้วยธรรมชาติของหน่วยงานภาครัฐที่มีรูปแบบการบริหารในแนวดิ่ง ส่งผลให้การดำเนินงานในบางครั้งล่าช้า เพราะไม่สามารถตัดสินใจได้ด้วยตนเอง ต้องรอการสั่งการจากส่วนกลาง

วิทยุชุมชน

1. ขาดงบประมาณดำเนินการสำหรับจัดซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น เครื่องเล่นวีซีดี เป็นต้น และขาดงบประมาณสำหรับซ่อมอุปกรณ์ที่ชำรุด หรือสำหรับจ้างช่างเทคนิค

2. บุคลากรน้อย ไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถ ไม่เข้าใจกระบวนการทำงาน และยังไม่เป็นที่รู้จักของชุมชนมากนัก

3. ไม่มีเวลามาจัดรายการ เนื่องจากต้องเรียนหนังสือ ร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และทำงานประจำ ตลอดจนไม่มีเวลาหาข้อมูลเพิ่มเติมด้วยตนเอง

4. การดำเนินการในรูปแบบอาสาสมัครไม่มีค่าตอบแทน ไม่มีการหาผลประโยชน์ จึงไม่มีรายได้ในการพัฒนาสถานีฯ ให้ดีเท่าที่ควร

หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย

1. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บางครั้งไม่ทันเหตุการณ์

2. ขาดงบประมาณสนับสนุนในการทำงาน เช่น ค่าไฟฟ้า เป็นต้น

3. ทำงานคนเดียว ขาดผู้ช่วย

4. อุปกรณ์ชำรุด ขาดการซ่อมแซม เช่น สายไฟลำโพงรอบหมู่บ้านขาด อันเนื่องมาจากอุบัติภัยจากธรรมชาติ

เคเบิลทีวี

1. ขาดข้อมูลที่ถูกต้อง และน่าเชื่อถือ เช่น การแพทย์แผนไทย สมุนไพร

2. ขาดพิธีกร ผู้ดำเนินรายการที่มีความรู้ความสามารถด้านสุขภาพ

5.1.5 ความต้องการได้รับการสนับสนุน

ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่น ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ต่างเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับการสนับสนุนที่พวกเขาสมควรได้รับ เพื่อทำให้การสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่นมีคุณภาพมากกว่าที่เป็นอยู่ ความต้องการมีทั้งด้านข้อมูลและการได้มาซึ่งข้อมูล ความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาความรู้ความสามารถให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน โดยผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นแต่ละประเภทได้แสดงความต้องการดังนี้

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

1. หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนสนับสนุนข้อมูลด้านสุขภาพ โดยแหล่งข้อมูลควรเผยแพร่ข่าวสารในลักษณะของข้อมูลสำเร็จรูป พร้อมเผยแพร่ต่อประชาชน
2. ลักษณะของข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ควรสั้น กระชับ เข้าใจง่าย ไม่เป็นวิชาการมากนัก รวดเร็ว ถูกต้อง กว้างขวาง เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ และเหมาะสมกับบุคคลทุกเพศทุกวัย
3. สนับสนุนทุนสำหรับจัดทำบทความ/บทวิเคราะห์เกี่ยวกับสุขภาพ ตลอดจนสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งข่าว
4. ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพร่วมเขียนบทความ
5. ผู้อ่านแสดงความคิดเห็น หรือสอบถามเพิ่มเติมจากบทความที่อ่าน

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสนับสนุนข้อมูลด้านสุขภาพทุกรูปแบบซึ่งส่งผลกระทบต่อประชาชน โดยควรส่งมาอย่างสม่ำเสมอ รวดเร็ว และทันเหตุการณ์ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมสุขภาพ
2. ผู้สื่อข่าวสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้สะดวก
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำสารคดีเกี่ยวกับสุขภาพกายและจิตขนาดสั้นประมาณ 3-5 นาที และส่งมาเผยแพร่
4. จัดสรรงบประมาณในการผลิตรายการและโครงการสำคัญที่เป็นปัญหาด้านสุขภาพในท้องถิ่นแก่สื่อ เพื่อขยายผลถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึงและเต็มที่

5. สนับสนุนทุนสำหรับซื้อเครื่องมืออุปกรณ์สำหรับการทำงาน เช่น เครื่องบันทึกเทป เพื่อไม่ต้องไปบันทึกเทปที่สถานีวิทยุฯ

6. นักวิชาการด้านสุขภาพให้ความร่วมมือมาร่วมรายการ

7. ส่งเสริมการศึกษาดูงานแก่นักจัดรายการ

8. ประชาชนและหน่วยงานในจังหวัดให้ความร่วมมือเมื่อมีกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพ

9. ควรจัดทำสำเนาเทปรายการข้อมูลสุขภาพ เพื่อเผยแพร่ออกอากาศซ้ำทางสื่อต่างๆ ในชุมชน เช่น หอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน

วิทยุชุมชน

1. ข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพที่เป็นประโยชน์กับชาวบ้าน ควรครอบคลุมสุขภาวะทุกด้าน ควรทันต่อเหตุการณ์ ถูกต้อง ชัดเจน และเข้าใจง่าย

2. จัดสรรงบประมาณสำหรับจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์เพิ่มเติม เช่น คอมพิวเตอร์ เทปซีดี เครื่องส่งที่ชัดเจนกว่าเดิม เครื่องบันทึกเสียงที่มีคุณภาพ รวมถึงซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุด เพื่อช่วยให้การดำเนินงานดีขึ้นจนอาจจะขยายตัวเป็นโทรทัศน์ชุมชนได้ในอนาคต

3. ทุนสนับสนุนค่าตอบแทนของผู้เชี่ยวชาญที่ทางสถานีฯ เชิญมาเป็นวิทยากรหรือมาร่วมรายการ

4. ทุนสนับสนุนค่าสาธารณูปโภค และค่าอุปกรณ์สำหรับการดำเนินงาน

5. ควรอบรมความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้จัดรายการ

6. สนับสนุนให้มีวิทยากรและผู้ดำเนินรายการร่วมที่ทำงานด้วยใจ เสียสละ

7. หน่วยงานราชการควรสนใจด้านสมุนไพรมากขึ้น

หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย

1. ควรจัดสรรงบประมาณสำหรับจัดโครงการให้ความรู้ประชาชนในชุมชน

2. ควรสนับสนุนค่าไฟฟ้าและวัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุด

3. พัฒนาทีมงานซึ่งเป็นชาวบ้านให้มีความรู้ความสามารถในการดำเนินงาน

เคเบิลทีวี

1. สนับสนุนแหล่งข้อมูลด้านสุขภาพ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพเบื้องต้น โภชนาการ / อาหาร สมุนไพรในการประกอบอาหาร
2. พัฒนาเว็บไซต์ที่จำเป็นเกี่ยวกับการพัฒนาระบบสุขภาพของไทย
3. จัดสรรงบประมาณสนับสนุนการจัดทำรายการเกี่ยวกับสุขภาพ

5.2 การเปิดรับสื่อและความคาดหวังของคนท้องถิ่นในการรับข้อมูลด้านสุขภาพ

การศึกษาผู้รับสารเพื่อให้ทราบพฤติกรรมการรับสารและความคาดหวังที่มีต่อสื่อท้องถิ่นแต่ละประเภทในการเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ แบ่งเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรกเป็นลักษณะข้อมูลพื้นฐาน ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนส่วนกลาง ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อท้องถิ่น และส่วนที่ 4 เป็นส่วนของการศึกษาความต้องการและความคาดหวังของผู้รับสาร ได้แก่ ความต้องการของผู้รับสารที่มีต่อสื่อท้องถิ่นและเปรียบเทียบประเภทของสื่อท้องถิ่นที่ผู้รับสารต้องการให้นำเสนอ ความคาดหวังต่อประเด็นข้อมูลด้านสุขภาพ และความต้องการในการทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพ เปรียบเทียบความต้องการระหว่างสื่อส่วนกลางและสื่อท้องถิ่น และสุดท้ายเป็นข้อเสนอแนะต่อการสื่อสารสุขภาพ

การศึกษาพฤติกรรมการรับสารนี้ คณะผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลการเปิดรับสารและความคาดหวังของผู้รับสารโดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารจากสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท รวม 643 คน จำแนกเป็นรายจังหวัดดังนี้ จังหวัดแพร่ 115 ชุด จังหวัดนครพนม 110 ชุด จังหวัดนครปฐม 110 ชุด จังหวัดจันทบุรี 109 ชุด จังหวัดกาญจนบุรี 110 ชุด และจังหวัดสตูล 89 ชุด

5.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของคนท้องถิ่นซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง

ทำการศึกษา 4 ปัจจัย คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ ผลการศึกษาจากแต่ละจังหวัดมีดังนี้

ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 6 จังหวัด จำนวน 643 คนนั้น พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงจำนวนมากกว่าครึ่ง คือ จำนวน 371 คน (ร้อยละ 57.70) ในขณะที่เพศชายมีจำนวน 263 คน (ร้อยละ 40.90) คือ จำนวนทั้ง 2 เพศ มีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนักโดยจังหวัดต่างๆ จะมีลักษณะเช่นนี้ ซึ่งจังหวัดที่มีความแตกต่างระหว่างเพศอย่างชัดเจน คือ กาญจนบุรี เพศหญิง จำนวน 71 คน ในขณะที่มีเพศชายเพียง 39 คน (ร้อยละ 64.55 ต่อ ร้อยละ 36.45) ส่วนจังหวัดอื่น คือ แพร่ นครพนม และ จันทบุรี มีจำนวนเพศหญิงมากกว่าเพศชายเช่นกัน ยกเว้นจังหวัดนครปฐมซึ่งมีผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (เป็นชายร้อยละ 53.64 เป็นหญิงร้อยละ 46.36)

อายุของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม คือส่วนใหญ่อยู่ที่ช่วงอายุระหว่าง 31 - 60 ปี มีจำนวน 364 คน(ร้อยละ 56.61) รองลงไปเป็นกลุ่มช่วงอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี จำนวน 237 คน (ร้อยละ 36.86) กลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี มีน้อยมาก เพียงร้อยละ 4.04 เมื่อพิจารณาแต่ละจังหวัดพบว่า มีถึง 5 จังหวัดที่มีลักษณะเดียวกับภาพรวม คือ แพร่ นครพนม นครปฐม จันทบุรี กาญจนบุรี ส่วน สตูลนั้นมีกลุ่มตัวอย่างอายุต่ำกว่า 30 ปี 51 คน คิดเป็นร้อยละ 57.30

ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างมีการกระจายไปในทุกกลุ่ม ส่วนใหญ่อยู่ที่ระดับมัธยมศึกษา 287 คน คิดเป็นร้อยละ 44.63 รองลงไปเป็นอุดมศึกษา 228 คน คิดเป็นร้อยละ 35.46 และประถมศึกษา 121 คน คิดเป็นร้อยละ 18.82 โดย 5 จังหวัดมีกลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาที่ระดับมัธยมศึกษา คือแพร่ (มากที่สุด 63 คน คิดเป็นร้อยละ 54.78) นครพนม นครปฐม จันทบุรี และสตูล ส่วนกาญจนบุรีเป็นระดับอุดมศึกษามากที่สุด 49 คน คิดเป็นร้อยละ 44.55

ระดับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่อยู่ที่ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 จังหวัดที่มีลักษณะเช่นนี้คือ แพร่ (มีมากถึงร้อยละ 59.13) นครพนมร้อยละ 30.91 กาญจนบุรีร้อยละ 45.45 โดยที่นครพนมและกาญจนบุรีมีการกระจายในกลุ่มอื่นๆ เป็นจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก สำหรับจังหวัดนครปฐม จันทบุรีและสตูลเป็นจังหวัดที่มีกลุ่มตัวอย่างมีระดับรายได้สูงกว่า คือนครปฐมกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 37 .27 และสตูลร้อยละ 43.82 มีรายได้อยู่ที่ 5,000 – 10,000 บาท ส่วนจันทบุรีมีรายได้สูงสุด คือ 15,001 บาทขึ้นไป 38 คน คิดเป็นร้อยละ 34.86

รายละเอียดลักษณะพื้นฐาน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.5 ข้อมูลเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ของคนท้องถิ่น

เพศ	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
หญิง	65 (56.52)	67 (60.91)	51 (46.36)	62 (56.88)	71 (64.55)	55 (61.80)	371	57.70
ชาย	46 (40.00)	43 (39.09)	59 (53.64)	42 (38.53)	39 (35.45)	34 (38.20)	263	40.90
ไม่ระบุ	4 (3.48)	0 0.00)	0 (0.00)	5 (4.59)	0 (0.00)	0 (0.00)	9	1.40
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**
อายุ (ปี)	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ต่ำกว่า 30	48 (41.74)	48 (43.64)	31 (28.18)	16 (14.68)	43 (39.09)	51 (57.30)	237	36.86
31 - 60	57 (49.57)	58 (52.73)	73 (66.36)	79 (72.48)	61 (55.45)	36 (40.45)	364	56.61
มากกว่า 60	6 (5.22)	2 (1.82)	6 (5.45)	5 (4.59)	6 (5.45)	1 (1.12)	26	4.04
ไม่ระบุ	4 (3.48)	2 (1.82)	0 (0.00)	9 (8.26)	0 (0.00)	1 (1.12)	16	2.49
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**

ตารางที่ 5.5 ข้อมูลเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ ของคนท้องถิ่น (ต่อ)

การศึกษา	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
ประถมศึกษา	34 (29.57)	20 (18.18)	18 (16.36)	28 (25.69)	20 (18.18)	1 (1.12)	**121**	**18.82**
มัธยมศึกษา	63 (54.78)	50 (45.45)	48 (43.64)	43 (39.45)	37 (33.64)	46 (51.69)	**287**	**44.63**
อุดมศึกษา	18 (15.65)	37 (33.64)	44 (40.00)	38 (34.86)	49 (44.55)	42 (47.19)	**228**	**35.46**
ไม่ระบุ	0 (0.00)	3 (2.73)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (3.64)	0 (0.00)	**7**	**1.09**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**
รายได้ (บาท)	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ต่ำกว่า 5,000	68 (59.13)	34) (30.91)	23 (20.91)	29 (26.61)	50 (45.45)	13 (14.61)	**217**	**33.75**
5,001 - 10,000	29 (25.22)	23 (20.91)	41 (37.27)	28 (25.69)	27 (24.55)	39 (43.82)	**187**	**29.08**
10,001 - 15,000	3 (2.61)	24 (21.82)	13 (11.82)	14 (12.84)	21 (19.09)	18 (20.22)	**93**	**14.46**
15,001 ขึ้นไป	8 (6.96)	16 (14.55)	32 (29.09)	38 (34.86)	12 (10.91)	11 (12.36)	**117**	**18.20**
ไม่ระบุ	7 (6.09)	13 (11.82)	1 (0.91)	0 (0.00)	0 (0.00)	8 (8.99)	**29**	**4.51**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**

5.2.2 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนส่วนกลาง

จากกลุ่มตัวอย่างข้างต้นจำนวน 643 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับสื่อมวลชนส่วนกลางที่น่าสนใจดังนี้ กล่าวคือ มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ส่วนกลางเป็นประจำ 322 คน คิดเป็นร้อยละ 50.08 อ่านนานๆ ครั้ง 264 คน คิดเป็น ร้อยละ 41.06 และไม่อ่านเพียง 54 คนคิดเป็นร้อยละ 8.40 ในขณะที่มีผู้รับฟังวิทยุส่วนกลางเป็นประจำจำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 49.61 และฟังนานๆ ครั้ง 265 คนคิดเป็นร้อยละ41.21และไม่ฟังเลย 55 คน คิดเป็นร้อยละ 8.55 สำหรับโทรทัศน์ มีผู้ดูเป็นประจำมากถึง 538 คนคิดเป็นร้อยละ 83.67 และดูนานๆ ครั้งจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 14.31 และไม่ดูเลยเพียง 9 คนคิดเป็นร้อยละ 1.40 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อ 3 ชนิดนี้ จากข้อมูลข้างต้น พบว่า สื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมสูงสุด กล่าวคือ มีผู้เปิดรับชมเป็นประจำมากที่สุดในจำนวน 3 สื่อ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และวิทยุกระจายเสียง ตามลำดับ รายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนส่วนกลางของคนท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
ประจำ	40 (34.78)	46 (41.82)	64 (58.18)	65 (59.63)	61 (55.45)	46 (51.69)	**322**	**50.08**
นาน ๆ ครั้ง	61 (53.04)	54 (49.09)	39 (35.45)	42 (38.53)	32 (29.09)	36 (40.45)	**264**	**41.06**
ไม่อ่าน	13 (11.30)	10 (9.09)	6 (5.45)	2 (1.83)	17 (15.45)	6 (6.74)	**54**	**8.40**
ไม่ระบุ	1 (0.87)	0 (0.00)	1 (0.91)	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (1.12)	**3**	**0.47**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 100.00)**	**643**	**100.00**

ตารางที่ 5.6 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนส่วนกลางของคนท้องถิ่น (ต่อ)

วิทยุ	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
ประจำ	57 (49.57)	62 (56.36)	39 (35.45)	66 (60.55)	48 (43.64)	47 (52.81)	**319**	**49.61**
นาน ๆ ครั้ง	52 (45.22)	46 (41.82)	54 (49.09)	35 (32.11)	42 (38.18)	36 (40.45)	**265**	**41.21**
ไม่ฟัง	6 (5.22)	2 (1.82)	17 (15.45)	8 (7.34)	20 (18.18)	2 (2.25)	**55**	**8.55**
ไม่ระบุ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 4.49)	**4**	**0.62**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**
โทรทัศน์	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ประจำ	95 (82.61)	102 (92.73)	86 (78.18)	102 (93.58)	79 (71.82)	74 (83.15)	**538**	**83.67**
นาน ๆ ครั้ง	18 (15.65)	7 (6.36)	23 (20.91)	7 (6.42)	28 (25.45)	9 (10.11)	**92**	**14.31**
ไม่ดู	2 (1.74)	1 (0.91)	1 (0.91)	0 (0.00)	3 (2.73)	2 (2.25)	**9**	**1.40**
ไม่ระบุ	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	4 (4.49)	**4**	**0.62**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**

เมื่อพิจารณาแต่ละจังหวัดพบว่า กลุ่มตัวอย่างในภาพรวมนิยมดูโทรทัศน์มากที่สุดในจำนวนสื่อมวลชนส่วนกลาง 3 ชนิดนี้ เช่นเดียวกับข้อมูลรายจังหวัดทุกจังหวัด จะมีกลุ่มตัวอย่างดูโทรทัศน์เป็นประจำมีจำนวนสูงมาก คือ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 70 ข้อมูลที่น่าสนใจ คือ จังหวัดจันทบุรีดูโทรทัศน์เป็นประจำมากที่สุดถึง 102 คน จากจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 93.58 ในขณะที่จังหวัดอื่นๆ ต่างก็มีจำนวนผู้ดูโทรทัศน์เป็นประจำในปริมาณสูงอย่างเห็นได้

ชัดเช่นเดียวกันโดยมีผู้ไม่ดูโทรทัศน์น้อยมาก (จำนวนที่มากที่สุดมีเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.73 ที่จังหวัดกาญจนบุรี)

สำหรับข้อมูลการรับสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในภาพรวมเป็นอันดับสองนั้น มีถึง 4 จังหวัด ที่มีกลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์เป็นประจำ คือ นครปฐม จันทบุรี กาญจนบุรีและสตูล ส่วนจังหวัดแพร่และนครพนมอ่านนานๆ ครั้งมากที่สุด หนังสือพิมพ์ส่วนกลางเป็นสื่อที่มีผู้อ่านเป็นประจำกับอ่านนานๆ ครั้งในจำนวนใกล้เคียงกันทั้งในภาพรวมและภาพจังหวัด

พฤติกรรมการฟังวิทยุกระจายเสียงนั้น แม้จะได้รับความนิยมเป็นอันดับที่สาม(319 คน คิดเป็นร้อยละ 49.61) แต่มีปริมาณใกล้เคียงมากกับอันดับที่สอง (322 คน คิดเป็นร้อยละ 50.08) อย่างไรก็ดี ข้อมูลที่น่าสนใจของแต่ละจังหวัด คือ จังหวัดจันทบุรี(ร้อยละ 60.55) และนครพนม(ร้อยละ 56.36) ซึ่งเป็นสองจังหวัดที่มีปริมาณผู้ฟังวิทยุเป็นประจำสูงสุดตามลำดับ และนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีผู้ฟังวิทยุเป็นประจำต่ำสุด คือร้อยละ 35.45 สื่อวิทยุมีผู้ฟังเป็นประจำกับฟังนานๆ ครั้งในจำนวนใกล้เคียงกันเช่นเดียวกับสื่อหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง และมีผู้ที่ไม่ฟังวิทยุจำนวนน้อยมาก ยกเว้นที่กาญจนบุรี มีผู้ไม่ฟังมากร้อยละ 18.18

5.2.3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อท้องถิ่น

เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการรับสื่อท้องถิ่น พบว่า **ในภาพรวมของทุกจังหวัด สื่อท้องถิ่นที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับข่าวสารมากที่สุด คือ วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด โดยสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับถัดมาคือ หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย** โดยวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมีผู้ฟัง 493 คนจาก 643 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67 และหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย มีผู้ฟัง 347 คนจาก 643 คน คิดเป็นร้อยละ 53. 97 สำหรับวิทยุชุมชนก็มีสัดส่วนการรับฟังกับการไม่ฟังใกล้เคียงกันมากคือ ฟังร้อยละ 47.74 และไม่ฟังร้อยละ 48.99 ส่วนหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้นกลุ่มตัวอย่างอ่าน 329 คนคิดเป็นร้อยละ 51.17 และไม่อ่าน 308 คนคิดเป็นร้อยละ 47.90 ซึ่งไม่ถือว่าเป็นจำนวนที่ต่างกันมากนัก แต่เคเบิลทีวีนั้น มีปริมาณต่างกันมากระหว่างผู้ดูกับผู้ไม่ดู คือ ดูร้อยละ 35.30 ส่วนผู้ไม่ดูมีร้อยละ 59.41

ตารางที่ 5.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อท้องถิ่นของคนท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
อ่าน	64 (55.65)	44 (40.00)	68 (61.82)	53 (48.62)	42 (38.18)	37 (41.57)	**308**	**47.90**
ไม่อ่าน	50 (43.48)	65 (59.09)	42 (38.18)	53 (48.62)	68 (61.82)	51 (57.30)	**329**	**51.17**
ไม่ระบุ	1 (0.87)	1 (0.91)	0 (0.00)	3 (2.75)	0 (0.00)	1 (1.12)	**6**	**0.93**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**
วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ฟัง	94 (81.74)	108 (98.18)	58 (52.73)	90 (82.57)	66 (60.00)	77 (86.52)	**493**	**76.67**
ไม่ฟัง	19 (16.52)	2 (1.82)	50 (45.45)	15 (13.76)	42 (38.18)	10 (11.24)	**138**	**21.46**
ไม่ระบุ	2 (1.74)	0 (0.00)	2 (1.82)	4 (3.67)	2 (1.82)	2 (2.25)	**12**	**1.87**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**
วิทยุชุมชน	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ฟัง	81 (70.43)	42 (38.18)	55 (50.00)	41 (37.61)	52 (47.27)	36 (40.45)	**307**	**47.74**
ไม่ฟัง	34 (29.57)	66 (60.00)	54 (49.09)	59 (54.13)	54 (49.09)	48 (53.93)	**315**	**48.99**
ไม่ระบุ	0 (0.00)	2 (1.82)	1 (0.91)	9 (8.26)	4 (3.64)	5 (5.62)	**21**	**3.27**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**

ตารางที่ 5.7 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อท้องถิ่นของคนท้องถิ่น (ต่อ)

หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
ฟัง	91 (79.13)	61 (55.45)	59 (53.64)	48 (44.04)	40 (36.36)	48 (53.93)	**347**	**53.97**
ไม่ฟัง	22 (19.13)	44 (40.00)	49 (44.55)	56 (51.38)	65 (59.09)	32 (35.96)	**268**	**41.68**
ไม่ระบุ	2 (1.74)	5 (4.55)	2 (1.82)	5 (4.59)	5 (4.55)	9 (10.11)	**28**	**4.35**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**
เคเบิลทีวี	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ดู	45 (39.13)	41 (37.27	50 (45.45)	34 (31.19)	38 (34.55)	19 (21.35)	**227**	**35.30**
ไม่ดู	66 (57.39)	69 (62.73)	60 (54.55)	66 (60.55)	71 (64.55)	50 (56.18)	**382**	**59.41**
ไม่ระบุ	4 (3.48)	0 (0.00)	0 (0.00)	9 (8.26)	1 (0.91)	20 (22.47)	**34**	**5.29**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**

นอกจากนี้ จากตารางจะเห็นว่า สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดต่างๆ เปิดรับสื่อนี้ โดยพบว่า ในจังหวัดแพร่และนครพนม มีจำนวนผู้อ่านมากกว่าผู้ไม่อ่าน ส่วนจังหวัดนครพนม กาญจนบุรี และสตูล มีจำนวนผู้ไม่อ่านมากกว่าผู้อ่าน และพบว่า ที่จังหวัดจันทบุรีมีจำนวน ผู้อ่าน และไม่อ่านเท่ากัน

สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด กลุ่มตัวอย่างในทุกจังหวัด ตอบว่าฟังสื่อนี้เป็นจำนวนมากอย่างเห็นได้ชัด จะเห็นว่ามีหลายจังหวัดที่มีผู้ฟังจำนวนมาก ปริมาณสูงสุดพบที่จังหวัดนครพนม 108 คน คิดเป็นร้อยละ 98.18 ในขณะที่สตูล จันทบุรี และแพร่ ต่างก็มีจำนวนผู้ฟังมากถึง ร้อยละ 86.52 ร้อยละ 82.57 และร้อยละ 81.74 ตามลำดับ

สื่อวิทยุชุมชน มีกลุ่มตัวอย่างใน จังหวัดแพร่ จังหวัดเดียวที่ผู้ตอบแบบสอบถามฟังมากกว่าไม่ฟัง ส่วนในจังหวัดนครพนม กาญจนบุรี และสตูล มีผู้ไม่ฟังมากกว่าผู้ฟัง และในจังหวัดนครปฐม และกาญจนบุรี มีผู้ฟังและไม่ฟังในจำนวนใกล้เคียงกัน

หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ได้รับความนิยมในหลายจังหวัด มีกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดต่างๆ เปิดรับสื่อนี้มากกว่าไม่ฟัง ได้แก่ จังหวัดแพร่ นครพนม นครปฐม และสตูล ส่วนที่จังหวัดจันทบุรีและกาญจนบุรีมีกลุ่มตัวอย่างไม่เปิดรับสื่อนี้มากกว่าเปิดรับ

เคเบิลทีวี เป็นสื่อท้องถิ่นชนิดเดียวที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ของทุกจังหวัดไม่เปิดรับ ในจำนวนผู้ไม่เปิดรับนี้ จังหวัดกาญจนบุรีมีจำนวนมากที่สุดถึงร้อย 64.55 ตามด้วยจังหวัดนครพนมร้อยละ 62.73 จันทบุรีร้อยละ 60.55 เป็นต้น

5.2.4 ความคิดเห็นและความคาดหวัง

1) ความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพสื่อท้องถิ่น

ในภาพรวมทุกจังหวัดพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้สื่อท้องถิ่นทุกชนิดเสนอข้อมูลด้านสุขภาพด้วยจำนวนมากอย่างเห็นได้ชัดดังนี้ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอข้อมูลสุขภาพร้อยละ 78.54 ต้องการให้วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนำเสนอข้อมูลสุขภาพร้อยละ 85.23 ต้องการให้วิทยุชุมชนนำเสนอข้อมูลสุขภาพร้อยละ 75.27 ต้องการให้หอกระจายข่าว/เสียงตามสายนำเสนอข้อมูลสุขภาพร้อยละ 75.12 และต้องการให้เคเบิลทีวีนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพร้อยละ 66.25 โดยเมื่อพิจารณารายจังหวัดพบว่ามีผลการศึกษาไปในทางเดียวกันทั้งหมด กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างของแต่ละจังหวัดที่ต้องการให้สื่อท้องถิ่นนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพมีมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ต้องการ รายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.8 ความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
ต้องการ	87 (75.65)	84 (76.36)	104 (94.55)	67 (61.47)	84 (76.36)	79 (88.76)	**505**	**78.54**
ไม่ต้องการ	26 (22.61)	22 (20.00)	4 (3.64)	3 (2.75)	25 (22.73)	8 (8.99)	**88**	**13.69**
ไม่ระบุ	2 (1.74)	4 (3.64)	2 (1.82)	39 (35.78)	1 (0.91)	2 (2.25)	**50**	**7.78**
รวม	115 (100.00)	110 (100.00)	110 (100.00)	109 (100.00)	110 (100.00)	89 (100.00)	**643**	**100.00**
วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ต้องการ	100 (86.96)	104 (94.55)	96 (87.27)	81 (74.31)	86 (78.18)	81 (91.01)	**548**	**85.23**
ไม่ต้องการ	13 (11.30)	0 (0.00)	8 (7.27)	8 (7.34)	24 (21.82)	6 (6.74)	**59**	**9.18**
ไม่ระบุ	2 (1.74)	6 (5.45)	6 (5.45)	20 (18.35)	0 (0.00)	2 (2.25)	**36**	**5.60**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	643	**100.00**
วิทยุชุมชน	**จังหวัด**						**รวม**	**%**
	แพร่	**นครพนม**	**นครปฐม**	**จันทบุรี**	**กาญจนบุรี**	**สตูล**		
ต้องการ	89 (77.39)	85 (77.27)	104 (94.55)	55 (50.46)	80 (72.73)	71 (79.78)	**484**	**75.27**
ไม่ต้องการ	21 (18.26)	21 (19.09)	5 (4.55)	6 (5.50)	27 (24.55)	8 (8.99)	**88**	**13.69**
ไม่ระบุ	5 (4.35)	4 (3.64)	1 (0.91)	48 (44.04)	3 (2.73)	10 (11.24)	**71**	**11.04**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	643	**100.00**

ตารางที่ 5.8 ความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น (ต่อ)

หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
ต้องการ	94 (81.74)	83 (75.45)	96 (87.27)	60 (55.05)	74 (67.27)	76 (85.39)	**483**	**75.12**
ไม่ต้องการ	16 (13.91)	24 (21.82)	12 (10.91)	10 (9.17)	34 (30.91)	7 (7.87)	**103**	**16.02**
ไม่ระบุ	5 (4.35)	3 (2.73)	2 (1.82)	39 (35.78)	2 (1.82)	6 (6.74)	**57**	**8.86**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**
เคเบิลทีวี	จังหวัด						รวม	%
	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล		
ต้องการ	76 (66.09)	65 (59.09)	96 (87.27)	35 (32.11)	84 (76.36)	70 (78.65)	**426**	**66.25**
ไม่ต้องการ	30 (26.09)	43 (39.09)	9 (8.18)	12 (11.01)	26 (23.64)	6 (6.74)	**126**	**19.60**
ไม่ระบุ	9 (7.83)	2 (1.82)	5 (4.55)	62 (56.88)	0 (0.00)	13 (14.61)	**91**	**14.15**
รวม	**115 (100.00)**	**110 (100.00)**	**110 (100.00)**	**109 (100.00)**	**110 (100.00)**	**89 (100.00)**	**643**	**100.00**

2) ความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ โดยเปรียบเทียบระหว่าง สื่อแต่ละประเภท

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับว่ามีความต้องการให้สื่อท้องถิ่นชนิดใดนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่**ต้องการให้วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดทำหน้าที่นี้**เป็นอันดับที่ 1 กล่าวคือ มีกลุ่มตัวอย่างถึง 4 จังหวัดคือ ในจังหวัดแพร่ นครพนม จันทบุรีและสตูลเลือกสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ส่วนจังหวัดนครปฐมและกาญจนบุรีเลือกให้เคเบิลทีวีทำหน้าที่เสนอข้อมูลด้านสุขภาพ รายละเอียดในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.9 ความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ เปรียบเทียบระหว่างสื่อแต่ละประเภท

ประเภทสื่อ	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	2	2	2	4	3	2
วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	1	1	3	1	2	1
วิทยุชุมชน	5	5	4	5	4	3-4
หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	3-4	3	5	3	5	5
เคเบิลทีวี	3-4	4	1	2	1	3-4

สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ได้รับเลือกเป็นอันดับที่ 2 โดยมีถึง 4 จังหวัดเช่นกันที่กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังจะให้ทำหน้าที่นำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ คือแพร่ นครพนม นครปฐมและสตูล

ส่วน **สื่อหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย** ได้รับเลือกเป็นอันดับที่ 3 โดยมี 3 จังหวัดที่เลือกให้สื่อท้องถิ่นชนิดนี้นำเสนอข้อมูลสุขภาพเป็นอันดับที่ 3 คือ แพร่ นครพนมและจันทบุรี **วิทยุชุมชนและเคเบิลทีวี** ได้รับเลือกเป็นอันดับที่ 4 โดยมี 3 จังหวัดเลือกให้สื่อวิทยุชุมชนนำเสนอข้อมูลสุขภาพเป็นอันดับ 4 คือ นครปฐม กาญจนบุรี และสตูล

3) ความคาดหวังต่อประเด็นสุขภาพที่สื่อท้องถิ่นควรนำเสนอ

สำหรับประเด็นสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้นำเสนอผ่านสื่อท้องถิ่นมากที่สุดคือ **อโรคยา** กล่าวคือ มีถึง 4 จังหวัดที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้นำเสนอประเด็นนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างในจังหวัดแพร่ นครพนม นครปฐมและจันทบุรี รองลงมาคือ **อาหาร และ ออกกำลังกาย** โดยผู้ตอบแบบสอบถามจังหวัดแพร่ นครพนม นครปฐม และจันทบุรี ส่วนใหญ่ต้องการให้มีการนำเสนอด้านอาหารและออกกำลังกายอยู่ในอันดับที่ 2 หรือ 3 ในขณะที่ ทั้ง 4 จังหวัดดังกล่าว จัดอันดับให้ประเด็นเนื้อหาด้านอารมณ์อยู่ในอันดับที่ 4 นอกจากนี้ส่วนใหญ่ มีถึง 5

จังหวัด คือ แพร่ นครพนม นครปฐม จันทบุรี และสตูล จัดให้อนามัยเป็นอันดับที่ 5 และผู้รับสารทุกจังหวัดมีความหวังที่จะเห็นเรื่องแอลกอฮอล์เป็นเรื่องสุดท้าย

ตารางที่ 5.10 ความคาดหวังต่อประเด็นสุขภาพที่สื่อท้องถิ่นควรนำเสนอ

ประเภทเนื้อหาสุขภาพ	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล
อาหาร	2	3	3	2	3	1
ออกกำลังกาย	3-4	2	2	3	4	4
อโรคยา	1	1	1	1	2	2
อารมณ์	3-4	4	4	4	5	3
แอลกอฮอล์	6	6	6	6	6	6
อนามัย	5	5	5	5	1	5

4) เปรียบเทียบความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพระหว่างสื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อท้องถิ่น

เมื่อให้กลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบความต้องการการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพว่าระหว่างสื่อมวลชนส่วนกลางกับสื่อท้องถิ่นว่า ควรให้สื่อใดทำหน้าที่นี้ ในภาพรวมพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้สื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อท้องถิ่นทำหน้าที่นี้ในปริมาณใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีผู้ต้องการให้สื่อมวลชนส่วนกลางนำเสนอข้อมูลสุขภาพร้อยละ 53.19 และมีผู้ต้องการให้สื่อท้องถิ่นทำหน้าที่นี้ร้อยละ 45.57 แต่เมื่อพิจารณารายจังหวัดจะพบว่าจังหวัดที่ต้องการให้สื่อท้องถิ่นทำหน้าที่นี้มากกว่า คือ จังหวัดแพร่ นครพนม และสตูล ส่วนจังหวัดจันทบุรีและกาญจนบุรี ต้องการให้สื่อมวลชนส่วนกลางทำหน้าที่นี้มากกว่า และจังหวัดนครปฐมมีความต้องการให้สื่อมวลชนส่วนกลางกับสื่อท้องถิ่นทำหน้าที่นี้เท่ากัน รายละเอียดดังในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 5.11 เปรียบเทียบความต้องการการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพผ่านสื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อท้องถิ่น

ประเภทสื่อ	แพร่	นครพนม	นครปฐม	จันทบุรี	กาญจนบุรี	สตูล	รวม	%
สื่อมวลชนส่วนกลาง	54	37	55	78	78	40	342	53.19
สื่อมวลชนท้องถิ่น	58	71	55	31	31	47	293	45.57
ไม่ระบุ	3	2	0	0	1	2	8	1.24
	115	**110**	**110**	**109**	**110**	**89**	**643**	**100.00**

5.2.5 ข้อเสนอแนะต่อการสื่อสารด้านสุขภาพ

กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานสื่อสารด้านสุขภาพหลายประเด็น ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับเนื้อหา (Message) และช่องทางการสื่อสาร (Channel) ดังนี้

1) ปริมาณเนื้อหา ได้แก่ สื่อมีการนำเสนอเนื้อหาทางด้านสุขภาพน้อยมาก ควรจะมีเนื้อหาด้านสุขภาพมากกว่านี้ อยากให้ทุกกระทรวงส่งข่าวสารมาให้ทางวิทยุชุมชนให้มากกว่านี้ และก็เป็นไปได้ต้องการให้ทุกกระทรวงสนับสนุน ทั้งปริมาณและคุณภาพ **สรุปกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ายังมีการนำเสนอที่น้อยเกินไปจึงต้องการให้เพิ่มปริมาณมากขึ้นโดยคำนึงถึงด้านคุณภาพของเนื้อหาด้วย**

2) ประเภทเนื้อหา ได้แก่ ต้องการให้ช่วยดูแล อาคาร อนามัยและสิ่งแวดล้อมมากที่สุดเพราะในตลาดเวลานี้ เรื่องภาชนะใส่อาหารยังไม่สะอาดพอ ขอให้ช่วงชี้แนะพวกแม่ค้าด้วย ปัจจัยหลักด้านการโภชนาการ อาหารที่สุก ๆ ดิบ ๆ หรืออาหารดิบ ที่เสี่ยงต่อโรคต่าง ๆ เช่น พยาธิใบไม้ เนื้อหาจะต้องมีผลกระทบต่อคนหมู่มาก ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่ชี้เฉพาะกลุ่ม หรือถ้าจะมีการนำเสนอก็นาน ๆ เสนอครั้ง หรือตัดไปนำเสนอในรูปแบบอื่นที่เหมาะสมกว่าสื่อท้องถิ่น โรคที่ทันสมัย Update สถานการณ์โลก ประเทศ จังหวัด เพื่อการเปรียบเทียบ สารเสพติด อุบัติเหตุ สิ่งแวดล้อม แอลกอฮอล์ การกินอาหารที่มีประโยชน์และการออกกำลังกายเพื่อเป็นแนวทางให้สุขภาพแข็งแรง ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ ควรจะนำเสนอสื่อด้านสุขภาพสำหรับคนทุกเพศทุกวัย (รวมเด็กและคนชรา) ไม่ใช่นำเสนอเฉพาะความงามเพียงอย่างเดียว

โดยสรุป กลุ่มตัวอย่างต้องการให้นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพอย่างรอบด้าน ครบทุกมิติ และทุกกลุ่มคน รวมทั้งเป็นเนื้อหาที่ใกล้ตัว สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง

3) ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่ ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ไม่ยืดยาวเกินไป เพราะอาจจะทำให้ไม่น่าสนใจ ไม่ควรนำเสนอเนื้อหาที่ยาวเกินไป ควรสรุปสั้น ๆ แต่ได้ใจความ เช่น ถ้าเป็นเรื่องโรคก็นำเสนอ สาเหตุการเกิด การป้องกัน การรักษา อาการ การอธิบายการออกกำลังกายที่ถูกวิธี อาหาร การดูแลสุขภาพจิต-ร่างกาย ในชุมชนควรมีลานกีฬาอยากให้สื่อช่วยประชาสัมพันธ์ให้คนในชุมชนรักและสนใจสุขภาพ และให้เน้นรูปแบบที่หลากหลาย ที่ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ง่าย และเป็นรูปแบบที่เป็นรูปธรรมที่สามารถนำมาใช้ในการปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้ ที่สำคัญจะต้องเป็นรูปแบบรายการที่มีการกำหนดเนื้อหาและวิเคราะห์เป้าหมาย และวางแผนการผลิตแบบมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน ให้มีการนำเสนอข้อมูลในหมู่บ้านให้มากที่สุดจัดตั้งหอกระจายข่าวในหมู่บ้านเปิดหอกระจายข่าวเพื่อประชาชนจะให้ฟังข่าวเหตุบ้านการเมืองให้มากที่สุด ทันเหตุการณ์ประจำวันเก็บข้อมูลให้ทันเหตุการณ์เพราะว่าจังหวัดจะได้เจริญก้าวหน้า ทันสมัย ไม่ล้าหลัง ถอยหลังลงคลอง **โดยสรุป กลุ่มตัวอย่างต้องการเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ ซึ่งต้องมีความถูกต้อง กระชับ ตรงประเด็น ทันสมัย ให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายและเน้นให้เสนอข้อมูลในระดับหมู่บ้านด้วย โดยเน้นเรื่องการป้องกันและดูแลรักษาสุขภาพด้วยตนเอง**

4) ช่องทางการสื่อสารและวิธีการนำเสนอ เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย อาจจะมีภาพประกอบ ไม่อยากให้ยาวมาก เนื้อหาควรกระชับมากขึ้น และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน อยากให้มีการแนะนำปัญหาและสุขภาพทางรายการวิทยุเสียงตามสายตอนเช้าเวลาหลังข่าว ให้นำเสนอเป็นรายการช่วงสั้น ๆ เป็นข้อแนะนำหรือเกร็ดความรู้ เล็ก ๆ น้อย ควรมีประเภทเป็นสาระ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้เสนอเนื้อหาด้านสุขภาพเป็นลักษณะการให้ความรู้ในลักษณะสั้นๆ แต่ต้องการความสม่ำเสมอ ต่อเนื่องและทำอย่างจริงจัง

5) การดำเนินงานของสื่อท้องถิ่น ควรมีหน่วยงานเข้ามารับผิดชอบโดยตรงเพื่อให้งานด้านสุขภาพในท้องถิ่นถึงประชาชนโดยตรงและทั่วถึง อีกทั้งสื่อท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีน้อย จึงทำให้คนในชุมชนไม่ได้รับสื่อประเภทนี้เท่าที่ควร และควรจัดทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฟรี แจกตามบ้าน เพื่อประชาสัมพันธ์ ให้แพร่หลายมากขึ้น

6) ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- เนื่องจากแต่ละสื่อต่างมีลักษณะข้อจำกัดเช่น สื่อท้องถิ่นเข้าถึงยาก เช่น วิทยุชุมชนการกระจายเสียงจำกัด, หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็ไม่มีความสม่ำเสมอ,เคเบิ้ลก็ต้องใช้เงิน, วิทยุก็มักจะเปิดเพลงวัยรุ่นสลับโฆษณาซึ่งน่าเบื่อ จึงมีผู้เสนอแนะการใช้สื่ออื่นๆ เช่นสื่อบุคคลในการนำเสนอข้อมูลสุขภาพด้วย

- ควรส่งข้อมูลสุขภาพมายังองค์กรปกครองท้องถิ่นเพื่อเป็นสื่อการในการประชาสัมพันธ์ ในด้านสุขภาพให้ อสม. ในฐานะผู้นำในด้านสุขภาพในหมู่บ้าน ให้คำแนะนำให้ความรู้และข่าวสารให้ทั่วถึงในระดับหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ จังหวัด ให้ประชาชนได้ออกกำลังกาย เพื่อให้สุขภาพแข็งแรง ให้สื่อโดยตรง ศูนย์วิจัยชุมชนของตำบลนั้น ๆ ควรจะมีการนำสื่อที่ตรงกับชาวบ้านให้มากที่สุด เช่น ลงที่อนามัย บ้านผู้ใหญ่บ้าน ที่อ่านหนังสือพิมพ์ประจำหมู่บ้าน และควรให้ อสม. ทุกหมู่บ้านช่วยเป็นสื่อด้วย จะทำให้ชาวบ้านรับรู้ข่าวสารด้านสุขภาพ ได้มากที่สุด

5.3 วิเคราะห์เงื่อนไขการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาของสื่อท้องถิ่น

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสื่อท้องถิ่น 5 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี ที่ดำเนินงานอยู่ใน 6 จังหวัด ได้แก่ แพร่ นครพนม นครปฐม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล ซึ่งทำให้ทราบถึงลักษณะของเนื้อหาและวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อแต่ละประเภท (รายละเอียดในบทที่ 4) ทราบลักษณะคนทำงานสื่อท้องถิ่นและวิธีการทำงาน (รายละเอียดในข้อ 5.1) รวมทั้งทราบถึงพฤติกรรมการรับสารและความต้องการของประชาชนผู้อาศัยอยู่ใน 6 จังหวัดที่เป็นพื้นที่ศึกษา ที่มีต่อสื่อท้องถิ่นในจังหวัดของตน (รายละเอียดในข้อ 5.2) จึงทำให้สามารถวิเคราะห์ความเป็นสื่อท้องถิ่นของสื่อที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ โดยวิเคราะห์ด้วยแนวคิดการสื่อสารเพื่อการพัฒนา (Development Communication) และการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม (Participatory Communication) ดังนี้

5.3.1 การอยู่ภายใต้สังกัดของหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน หรือ ภาคประชาชน

ลักษณะสังกัดหรือเจ้าของสื่อท้องถิ่น มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของสื่อท้องถิ่น เนื่องจากสังกัดหรือเจ้าของย่อมเป็นผู้กำหนดนโยบาย ทิศทาง ตลอดจนวิธีการดำเนินงาน ซึ่งเป็นเสมือนการกำหนดเส้นทางที่ผู้ปฏิบัติงานต้องเดิน หากสังกัดนั้นคือหน่วยงานของรัฐการดำเนินงานของสื่อย่อมต้องสนองนโยบายของรัฐ หากสังกัดนั้นคือหน่วยงานของเอกชนการดำเนินงานของสื่อย่อมต้องสนองเป้าหมายที่มักเป็นเป้าหมายด้านธุรกิจ และหากสื่อท้องถิ่นดำเนินงานโดยคนในชุมชน สังกัดคือคนทั้งชุมชน การดำเนินงานย่อมสนองความต้องการของชุมชนเป็นหลัก เป็นต้น

หากพิจารณาสังกัดหรือเจ้าของสื่อทั้ง 5 ประเภทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จะพบความแตกต่างกัน ดังนี้ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเคเบิลทีวี ดำเนินงานโดยหน่วยงานภาคเอกชน วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดดำเนินงานโดยหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ส่วนวิทยุชุมชนและหอกระจายข่าว/เสียงตามสายดำเนินงานโดยภาคประชาชน ดังนั้นจึงพบว่า ถึงแม้**หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น**มีความพยายามที่จะนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่นให้คนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ แต่บางครั้งติดขัดไม่สามารถดำเนินงานตามที่ปรารถนาได้ ทั้งนี้ด้วยเหตุผลประการสำคัญคือค่าใช้จ่ายสูง เงินทุนไม่มากพอ ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนจากการที่มีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นฉบับอื่นอีกจำนวนมาก ไม่สามารถออกเผยแพร่ได้ตามเวลาที่กำหนด หรือในบางฉบับเลือกที่จะตีพิมพ์เผยแพร่ในช่วงเวลาที่เป็นวันสำคัญของสังคม เช่น วันเฉลิมพระชนมพรรษาฯ เป็นต้น เพื่อให้แน่ใจว่าการพิมพ์ฉบับนั้นไม่ขาดทุนและมีกำไร เนื่องจากในช่วงเวลาเหล่านั้นสามารถหาผู้สนับสนุน (sponsor) ได้จำนวนมาก ส่วน**เคเบิลทีวี**ซึ่งเป็นสื่อท้องถิ่นที่มีค่าใช้จ่ายสูงเพราะเกี่ยวโยงกับเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีราคาแพง การดำเนินงานจึงมีลักษณะเป็นธุรกิจเต็มรูปแบบ พบว่าทุกบริษัทมีฝ่ายการตลาด (marketing division)รับผิดชอบการหาลูกค้า(สมาชิก)ใหม่ การรักษาลูกค้าเก่า ด้วยการพยายามสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และนับว่าการตลาดเป็นภารกิจที่มีความสำคัญภารกิจหนึ่งของบริษัท ซึ่งมีผลต่อการกำหนดนโยบายด้านรายการ ที่มุ่งนำเสนอเพื่อสร้างความบันเทิงเป็นหลัก สำหรับ**วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด** มีสังกัดในสองลักษณะ คือ เป็นหน่วยงานของรัฐที่ดำเนินงานโดยรัฐ และเป็นของรัฐที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชน ดังนั้น จึงเห็นรูปแบบรายการที่นำเสนอผ่านวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเป็น

รายการของภาครัฐที่ส่งมาจากส่วนกลาง หรือให้สถานีดำเนินงานเองแต่ภาครัฐเป็นผู้กำหนดรูปแบบรายการ รวมทั้งรายการที่ผลิตโดยภาคเอกชน จึงพบรายการประเภทนำเสนอข้อมูลที่ภาครัฐต้องการสื่อสารไปยังประชาชนโดยรวม และรายการประเภทบันเทิงที่สามารถทำรายได้ให้แก่ภาคเอกชน **วิทยุชุมชนและหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย** ส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยกลุ่มคนที่เป็นคนในชุมชนหรือที่เรียกว่าภาคประชาชน เป็นการรวมตัวกันของคนในชุมชนที่มีความสนใจ มีความถนัด และมีความต้องการที่ทำงานเพื่อส่วนรวม การดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นการกำหนดนโยบาย และวิธีปฏิบัติงานจึงมาจากชุมชน ส่งผลให้เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหามีความหลากหลาย อย่างไรก็ดีจากกรณีศึกษาเสียงตามสายที่จังหวัดนครพนมและจังหวัดสตูล เป็นเสียงตามสายของเทศบาล ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ดูแลประชาชนในเขตเทศบาล ซึ่งถึงแม้จะเป็นหน่วยงานภาครัฐแต่มีความใกล้ชิดกับชุมชน และด้วยภาระหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบความเป็นอยู่ของประชาชน จึงส่งผลให้มีการคัดเลือกเนื้อหาที่ตรงกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง และตรงกับความต้องการของคนในเขตเทศบาล

ดังนั้น หากพิจารณาด้วยเงื่อนไขของลักษณะสังกัดหรือความเป็นเจ้าของ จึงพบว่า วิทยุชุมชนและหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ที่ภาคประชาชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินงาน เป็นสื่อท้องถิ่นที่มีเป้าหมายและวิธีดำเนินงานโดยมุ่งประโยชน์ในด้านให้ข้อมูลและความรู้แก่คนในท้องถิ่น ในขณะที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและเคเบิลทีวียังต้องกังวลอยู่กับการสร้างรายได้เพื่อเลี้ยงตนเอง และวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดยังคงต้องระมัดระวัง ไม่ดำเนินงานออกจากกรอบการดำเนินงานที่กำหนดโดยรัฐ

5.3.2 ขอบเขตการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร จังหวัด อำเภอ/เทศบาล หมู่บ้าน

สื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภทที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนี้ เป็นสื่อที่ดำเนินงานอยู่ในพื้นที่ที่มีขอบเขตแตกต่างกัน ครอบคลุมอาณาบริเวณกว้างขวางไม่เท่ากัน ส่งผลให้มีความแตกต่างกันในด้านผู้รับสาร และวิธีการดำเนินงานสื่อสาร ดังนี้ **วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด**ส่วนใหญ่สามารถกระจายเสียงได้ทั่วถึงทั้งจังหวัด **หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น**บางฉบับเผยแพร่ทั่วทั้งจังหวัด บางฉบับเผยแพร่ภายในเขตอำเภอเมือง **เคเบิลทีวี**สามารถแพร่ภาพให้บริการแก่สมาชิกได้ภายในเขตอำเภอเมืองเป็นส่วนใหญ่ ในขณะที่**วิทยุชุมชน**สามารถกระจายเสียงได้ภายในพื้นที่จำกัดภายใน 10-15 ตารางกิโลเมตร ซึ่งอาจครอบคลุมเขตเมือง อำเภอ หรือตำบล แล้วแต่

รัศมีการกระจายเสียง ส่วน**หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย** ครอบคลุมพื้นที่หมู่บ้านหรือเขตเทศบาล ซึ่งนับว่าเป็นสื่อท้องถิ่นที่ให้บริการในขอบเขตพื้นที่เล็กที่สุด

ขอบเขตพื้นที่ที่ต่างกันนี้ทำให้มองเห็นจำนวนและลักษณะผู้รับสารที่แตกต่างกัน ผู้รับสารของวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดและหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นบางฉบับ เป็นคนทั้งจังหวัด การนำเสนอสารจึงต้องคำนึงถึงความต้องการของประชาชนจำนวนมากที่มีความหลากหลาย ปัญหาที่เกิดขึ้นในที่หนึ่งอาจไม่เป็นปัญหาในอีกพื้นที่หนึ่ง จึงทำให้การสื่อสารไม่สามารถกำหนดได้ชัดเจนและเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ ในขณะที่สื่อที่มีขอบเขตการแพร่กระจายแคบ เช่น หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย สามารถทราบได้อย่างชัดเจนว่าผู้รับสารเป็นใคร มีปัญหาใด กำลังสนใจเรื่องใดเป็นพิเศษ จะสามารถกำหนดวิธีการสื่อสารให้เหมาะสม เช่น สามารถกำหนดเนื้อหาเป็นการเฉพาะได้ เป็นต้น

5.3.3 การกำหนดหน้าที่หรือการตั้งเป้าหมายในการสื่อสาร

หากพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของสื่อเพื่อการพัฒนาของ ปรมะ สตะเวทิน (2538) ที่เสนอแนะไว้ว่าหากสื่อต้องการมีส่วนในการพัฒนา ควรปฏิบัติงานด้วยการทำหน้าที่ 3 ประการ คือ หน้าที่ให้ข่าวสาร (Informative Function) หน้าที่ในการชักจูงใจ (Persuasive Function) และหน้าที่ให้ความรู้ (Educative Function) และเมื่อพิจารณาโดยคำนึงถึงบทบาทของสื่อท้องถิ่นในการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นแล้ว จะพบว่าสื่อท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทุกประเภททำหน้าที่ให้ข่าวสารว่าเกิดอะไรขึ้น ที่ไหน เมื่อไหร่ ใครเกี่ยวข้องบ้าง เช่น เกิดการระบาดของโรคไข้หวัดนก เป็นต้น แม้ในสื่อท้องถิ่นที่ประกอบการเชิงธุรกิจ เช่น เคเบิลทีวี ยังทำหน้าที่แจ้งข้อมูลข่าวสาร โดยนำเสนอเป็นรายการข่าวท้องถิ่น

หากแต่สื่อท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังไม่สามารถทำหน้าที่ในการชักจูงโน้มน้าวให้คนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลง หรือ มีพฤติกรรมที่เหมาะสม เพราะการทำหน้าที่เช่นนี้ผู้ทำงานสื่อสารต้องมีความพร้อมในการผลิตสื่อ เช่น มีข้อมูลที่มากพอ มีความรู้ในเทคนิคการสื่อสารเพื่อโน้มน้าว มีค่าใช้จ่าย มีแผนการกระจายข้อมูล เป็นต้น จึงไม่พบว่าสื่อท้องถิ่นทำหน้าที่นี้พบในสื่อประเภทวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดที่มีการเปิด spot รณรงค์ให้ประชาชนร่วมมือ เช่น เมาไม่ขับ เป็นต้น แต่เป็นสื่อที่ได้รับมาจากหน่วยงานส่วนกลางโดยเฉพาะกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งสื่อที่น่าจะทำหน้าที่นี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ น่าจะได้แก่ วิทยุชุมชน และหอ

กระจายข่าว/เสียงตามสาย เหตุเพราะสื่อท้องถิ่นทั้ง 2 ประเภท ผู้ทำหน้าที่ส่งสารล้วนเป็นผู้ที่มีความถนัดในเรื่องนั้น และที่สำคัญชาวบ้านผู้รับสารทราบถึงความเชี่ยวชาญนี้ด้วย เช่น อาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) เป็นผู้จัดรายการด้านสุขภาพ ผู้รับสารมักจะเชื่อถือและยอมรับปฏิบัติตาม หากแต่จากการวิจัยในครั้งนี้สื่อทั้ง 2 ประเภทนี้ยังไม่ได้ทำหน้าที่โน้มน้าวเพื่อให้เกิดผลในเชิงพัฒนาเท่าที่ควร ในอีกมิติหนึ่ง หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ได้ทำหน้าที่โน้มน้าวใจอย่างมาก ซึ่งปรากฏในการโฆษณาที่มีเป็นจำนวนมาก และส่วนใหญ่เป็นการโฆษณา ยา อาหาร และสถานประกอบการ

สำหรับการทำหน้าที่ให้ความรู้นั้นพบไม่มากโดยเฉพาะในสื่อท้องถิ่น 3 ประเภท กล่าวคือ พบคอลัมน์ด้านสุขภาพซึ่งเป็นคอลัมน์ประจำไม่มากในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือ พบรายการสุขภาพโดยตรงทางวิทยุกระจายเสียง หรือเคเบิลทีวี จำนวนน้อย สำหรับวิทยุชุมชนและหอกระจายข่าว/เสียงตามสายมีการให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับสุขภาพจำนวนมากหากเทียบกับเนื้อหาด้านอื่น(เกษตร การเมือง การปกครอง ฯลฯ)

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าสื่อท้องถิ่นมิได้ทำหน้าที่ 3 ประการดังกล่าวข้างต้นเท่านั้น หากแต่สื่อท้องถิ่นยังทำหน้าที่ให้ความบันเทิง (Entertaining Function) แก่ประชาชนในท้องถิ่นด้วย โดยเฉพาะวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดและเคเบิลทีวี ที่มีการนำเสนอรายการเพลงทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และรายการภาพยนตร์ทางเคเบิลทีวี ดังนั้น หากจะพิจารณาจากการปฏิบัติหน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อพัฒนาแล้ว สื่อท้องถิ่นเหล่านี้ยังคงต้องปรับบทบาทให้สามารถทำหน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนามากกว่าที่เป็นอยู่ในขณะนี้

5.3.4 การเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องของหน่วยงานภายนอก

การดำเนินงานสื่อท้องถิ่นสามารถแบ่งเป็น การบริหารจัดการ และการดำเนินงานสื่อสาร การบริหารงานในที่นี้ หมายรวมถึง การกำหนดนโยบาย แนวทางการปฏิบัติงาน การจัดการทรัพยากรด้านต่างๆ การแก้ไขปัญหาอุปสรรค และการพัฒนางานในอนาคต ส่วนการดำเนินงานสื่อสาร หมายรวมถึง การจัดการด้านข้อมูล การผลิตสื่อ และการเผยแพร่สื่อ การเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องของหน่วยงานภายนอก อาจเข้ามาเกี่ยวข้องทั้งการบริหารและการดำเนินงานสื่อสาร หรือ อาจเข้ามาเกี่ยวข้องส่วนใดส่วนหนึ่ง อย่างไรก็ตามการเข้ามามี

ส่วนเกี่ยวข้องนี้มีผลต่อการดำเนินงานของสื่อท้องถิ่น อาจทำให้ไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ของสื่อท้องถิ่นได้ดีเท่าที่ควร

ในบรรดาสื่อท้องถิ่น 5 ประเภทนี้ วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดเป็นสื่อที่รัฐเข้าเกี่ยวข้องชัดเจนมากที่สุด เนื่องจากทุกสถานีขึ้นกับหน่วยงานของรัฐ ไม่ว่าจะเป็น กรมประชาสัมพันธ์ กองทัพบก กองทัพเรือ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย หน่วยงานเหล่านี้เข้ามามีส่วนในการกำกับการดำเนินงานทั้งในส่วนของการบริหารงาน และการจัดการกระจายเสียง นอกจากนี้สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดยังถูกองค์กรเอกชน เข้ามามีส่วนในการจัดการกระจายเสียง ซึ่งส่งผลเป็นอย่างมากต่อเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ส่วนหนังสือพิมพ์ วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี เป็นสื่อท้องถิ่นที่หน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานไม่มากนัก มีเพียงด้านเนื้อหาที่สื่อท้องถิ่นเหล่านี้ยังอาจต้องพึ่งพาหน่วยงานภายนอก ดังเช่นในกรณีของเคเบิลทีวี ที่ถึงแม้จะดำเนินงานด้วยคนในท้องถิ่นเองแต่เนื่องจากกำหนดนโยบายไว้ว่าจะเน้นการนำเสนอรายการด้านบันเทิง จึงมีการซื้อรายการบันเทิงที่ผลิตโดยหน่วยงานภายนอกมานำเสนอ เพราะมีค่าใช่จ่ายน้อยกว่าการผลิตเอง

5.3.5 การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของชุมชน

เนื้อหาที่นำเสนอผ่านสื่อท้องถิ่นเป็นเรื่องราวเกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่นโดยตรงมากน้อยเพียงไร ดังที่ F.J. Berrigan (1979) แสดงความคิดเห็นไว้ว่าสื่อที่สามารถทำหน้าที่ช่วยพัฒนาท้องถิ่นได้นั้น ควรมีลักษณะเป็นช่องทางถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร เป็นตัวเชื่อมต่อของคน และเป็นเวที ให้คนในชุมชนได้แลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น ทำให้เกิดการพัฒนาความรู้ และความคิดของคนในชุมชน นั่นหมายความว่าเนื้อหาที่สื่อท้องถิ่นควรนำเสนอควรเป็นเรื่องราวของท้องถิ่น ซึ่งจากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอเรื่องราวของท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่ หากแต่มักเป็นการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือมักยกประเด็นที่อยู่ในความสนใจของคนในจังหวัดนั้นๆมานำเสนอ การนำเสนอข้อมูลที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพจึงไม่สม่ำเสมอต่อเนื่อง ขึ้นอยู่กับว่าเรื่องราวเกี่ยวข้องกับสุขภาพนั้นมีความน่าสนใจมากน้อยเพียงไร เช่นกันกับเนื้อหาที่นำเสนอผ่านวิทยุชุมชน และหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ที่มีความเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นจำนวนมาก และเป็นเรื่องราวที่อยู่ในความสนใจของคนในชุมชน โดยพบว่ามีเนื้อหาด้านสุขภาพในปริมาณมากเมื่อเทียบกับเนื้อหาด้านอื่น

ต่างจากวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และเคเบิลทีวี ที่มีการนำเสนอเรื่องราวของท้องถิ่นค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับการนำเสนอเนื้อหาโดยรวม ซึ่งส่งผลให้มีการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพที่เกี่ยวโยงกับชุมชนน้อยไปด้วย

5.3.6 ผู้ทำหน้าที่สื่อสารเป็นคนในท้องถิ่น

ผู้ส่งสารในที่นี้หมายรวมตั้งแต่ทีมงานผู้ผลิตสื่อไปจนถึงผู้ทำหน้าที่ส่งสารไปยังประชาชน ผู้ส่งสารของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คือ ทีมงานในกองบรรณาธิการไปจนกระทั่งถึงผู้ทำหน้าที่เขียนข้อความเพื่อส่งเนื้อหาเรื่องราวไปยังผู้อ่าน ผู้ส่งสารของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน และหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย คือ ทีมงานผู้ผลิตรายการ ไปถึงผู้ทำหน้าที่ให้เสียงเพื่อส่งต่อเนื้อหาข้อมูลไปยังผู้ฟัง และผู้ส่งสารของสื่อเคเบิลทีวี คือ ทีมงานผู้ผลิตรายการไปถึงผู้ทำหน้าที่ออกมาสื่อสารไปยังผู้ชมด้วยภาพและเสียง สื่อท้องถิ่น 3 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุชุมชน และหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ผู้ส่งสารล้วนเป็นคนในท้องถิ่น ซึ่งอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกันกับผู้รับสาร มีประสบการณ์ร่วมกัน เห็นหรือเผชิญปัญหาเดียวกัน ทำให้เกิดความเข้าใจกันได้โดยไม่ยาก ผู้ส่งสารเหล่านี้สามารถพอคาดเดาได้ว่าเนื้อหาเช่นไรจึงจะตรงกับความต้องการของคนในท้องถิ่น เรื่องใดเป็นเรื่องใกล้ตัวเรื่องใดเป็นเรื่องไกลตัว ในขณะที่ผู้ส่งสารของสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดซึ่งรายการครึ่งหนึ่งมาจากส่วนกลาง ผู้ส่งสารเป็นคนนอก ไม่รู้จักผู้รับสาร ไม่เข้าใจสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื้อหาที่เลือกนำเสนอและวิธีการนำเสนอ ย่อมสอดคล้องกับความต้องการของคนในท้องถิ่นได้ยาก

5.3.7 การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น

สื่อท้องถิ่นมีคุณสมบัติของการเป็นสื่อที่ผู้รับสารเข้าถึงได้(accessibility)ความคิดเห็นและความต้องการของผู้รับสาร จะถึงมือผู้ส่งสารได้ และมีโอกาสที่ผู้ส่งสารจะนำความคิดเห็นเหล่านั้นไปใช้ในการดำเนินงานสื่อสารต่อไป ผู้รับสารในท้องถิ่นมีโอกาสมีส่วนร่วมในการสื่อสารทั้ง 3 ระดับ ตามแนวคิดของ กาญจนา แก้วเทพ (2543) ที่ได้แก่ มีส่วนร่วมในฐานะผู้รับสาร หรือ ผู้ใช้สาร (Audience / Receiver / Users) มีส่วนร่วมในฐานะผู้ส่ง / ผู้ผลิต / ผู้ร่วมผลิต / ผู้ร่วมแสดง (Sender /Producer / Co-producer / Performance) ทั้งในขั้นตอนก่อนการผลิต ขั้นตอนการผลิต และขั้นตอนหลังการผลิต และมีส่วนร่วมในฐานะผู้วางแผนและ

กำหนดนโยบาย (Policy Maker / Planner) โดยวิทยุชุมชน และหอกระจายข่าวสาร/เสียงตามสาย เป็นสื่อท้องถิ่นที่คนในชุมชนมีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในทุกระดับมากกว่าสื่ออื่น เพราะเป็นสื่อที่ดำเนินงานด้วยภาคประชาชน คนในท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินงานเอง (Self Management) ในขณะที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และเคเบิลทีวี คนในชุมชนมักมีส่วนร่วมในฐานะของผู้รับสาร คือ เป็นผู้อ่าน ผู้ฟัง และผู้ชม มีโอกาสน้อยในการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการส่งสาร และยิ่งมีโอกาสน้อยไปอีก ในการร่วมกำหนดนโยบาย และตัดสินปัญหา ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมในระดับที่ 3 ถึงแม้ว่าในปัจจุบันวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดบางสถานี ผู้จัดรายการในท้องถิ่นเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการ แต่มักเป็นรายการประเภทบันเทิง เช่น การตอบคำถาม การขอเพลง เป็นต้น

เพื่อให้การพิจารณาประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมาแล้วมีความชัดเจน และง่ายแก่การทำความเข้าใจ จึงขอเสนอรายละเอียดเป็นตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.12 ปัจจัยการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาของสื่อท้องถิ่น

ประเภทสื่อท้องถิ่น	สังกัด / เจ้าของ			ครอบคลุมพื้นที่			หน้าที่				ส่วนร่วมจากภายนอก		เนื้อหาสุขภาพของท้องถิ่น		ผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ		ส่วนร่วมจากท้องถิ่น	
	รัฐ	เอกชน	ประชาชน	จังหวัด	อำเภอ/ตำบล	หมู่บ้าน/เทศบาล	บอกข่าวสาร	โน้มน้าวใจ	ให้ความรู้	บันเทิง	มาก	น้อย	มาก	น้อย	ในท้องถิ่น	นอกท้องถิ่น	มาก	น้อย
หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	-	✓	-	✓	✓	-	✓	✓	-	-	-	✓	✓	-	✓	-	-	✓
วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	✓	✓	-	-	✓	✓	✓	-	✓
วิทยุชุมชน	-	-	✓		✓	-	✓		✓	-	-	✓	✓		✓		✓	
หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	✓	-	✓	-
เคเบิลทีวี	-	✓	-	-	✓	-	✓	-	-	✓	✓	-	-	✓	✓	-	-	✓

5.4 วิเคราะห์แนวโน้มการใช้สื่อท้องถิ่นในการสื่อสารสุขภาพ

เมื่อทราบลักษณะเนื้อหา และการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท ทราบลักษณะผู้ทำหน้าที่สื่อสาร วิธีการทำงาน ปัญหาอุปสรรค และความต้องการการสนับสนุน ทราบความคิดเห็น ความต้องการ และความคาดหวังของคนท้องถิ่นต่อการรับสารด้านสุขภาพ อีกทั้งเงื่อนไขต่างๆ ของการเป็นสื่อเพื่อพัฒนา ทำให้สามารถวิเคราะห์แนวโน้มของการใช้สื่อท้องถิ่นแต่ละประเภทในการสื่อสารด้านสุขภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.4.1 หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

♦ เมื่อพิจารณาแนวโน้มการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงเป็นบทบาทด้านการให้ความรู้ (Educate) เป็นหลัก โดยเสนอความรู้ด้านสุขภาพในรูปแบบบทความ/บทวิเคราะห์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคอลัมน์ไม่ประจำ โดยบทบาทที่รองลงไป คือ บทบาทการรายงานข้อมูลข่าวสารให้ทราบ (Inform) นั้น เนื่องจากความรู้ด้านสุขภาพมีหลายแง่มุมและสามารถให้รายละเอียดได้มากจึงเหมาะกับการนำเสนอด้วยบทความหรือบทวิเคราะห์ อีกทั้งกำหนดออกจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่ไม่มีฉบับรายวัน ทำให้ลดความสำคัญของข่าวลงโดยปริยาย และหันไปนำเสนอข้อมูลเป็นคอลัมน์ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์รายปักษ์หรือรายเดือนทำให้กองบรรณาธิการมีเวลาในการหาข้อมูลเขียนคอลัมน์หรือติดต่อให้ผู้เชี่ยวชาญเขียนคอลัมน์สุขภาพ ทั้งนี้ หากผู้เชี่ยวชาญไม่สามารถส่งต้นฉบับได้ทัน กองบรรณาธิการจะเขียนซ่อมเอง เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ข้อมูลที่นำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นคอลัมน์สุขภาพแบบไม่ประจำ

♦ สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นสื่อที่มีความพร้อมสำหรับการนำเสนอด้านสุขภาพมากกว่าสื่ออื่นและคอลัมน์สุขภาพมีโอกาสเพิ่มปริมาณขึ้นได้อีก แม้ว่าหนังสือพิมพ์จะดำเนินงานเชิงพาณิชย์แต่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นธุรกิจขนาดเล็ก บางแห่งเป็นธุรกิจในครอบครัว ซึ่งนโยบายหลักขึ้นอยู่กับทัศนคติของตัวบรรณาธิการ จากการศึกษาพบว่าบรรณาธิการทุกฉบับ และกลุ่มคนทำหนังสือพิมพ์ต่างเห็นความสำคัญกับประเด็นสุขภาพเนื่องจากผู้อ่านสนใจต้องการรับรู้ข่าวสารด้านสุขภาพเช่นเดียวกับเมืองหลวง และคนทำหนังสือพิมพ์พร้อมให้ความร่วมมือ ทั้งยังมีความต้องการข้อมูลเพื่อมาเติมเต็มให้กับหนังสือพิมพ์ของตน บางฉบับเคยเปิดประเด็นสุขภาพเป็นคอลัมน์ประจำแต่ต้องปิดตัวลงเพราะผู้เชี่ยวชาญไม่มีเวลาเขียน และทำให้เกิดปัญหาการบริหารงานเพื่อให้ออกจำหน่ายทันกำหนด

ปัจจุบันจึงยังมีความต้องการคนเขียนลงคอลัมน์ดังกล่าว เพราะผู้อ่านในท้องถิ่นมีความต้องการข่าวสารด้านนี้มาก

♦ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความต้องการข้อมูลสุขภาพมากขึ้นทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เนื่องจากสภาพของสังคมเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้เกิดความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพในแง่มุมต่างๆ มากขึ้น ซึ่งบางครั้ง ข่าวสารที่ไหลมาจากสื่อต่างๆ ทำให้ผู้รับสารเกิดความสับสนว่าสิ่งใดถูกต้อง ธรรมชาติของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดได้มากและสร้างความน่าเชื่อถือได้มากกว่าสื่ออื่น ทั้งตัวผู้เขียนซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ จะทำให้ผู้รับสารที่สับสนได้รับข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำได้จากสื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ข่าวสารที่มีปริมาณและคุณภาพเหมาะสมในความคิดของผู้อ่านจึงหมายถึง ข่าวสารที่มีความพอดีระหว่างความถี่ ปริมาณ และวิธีการนำเสนอ ดังที่บางคนเสนอความต้องการว่า *“นานๆ จะมีสักทีเป็นรายปักษ์ อยากให้มีรายสัปดาห์บ้าง” “ให้นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพให้มากกว่านี้ ทั้งปริมาณและคุณภาพ และให้เน้นรูปแบบที่หลากหลาย ที่ชาวบ้านสามารถเข้าใจได้ง่าย และเป็นรูปแบบที่เป็นรูปธรรมที่สามารถนำมาใช้ในการปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้” “อยากให้นำเสนอเนื้อหาดังกล่าวอย่างจริงจังและต่อเนื่องเพื่อเป็นการให้ความรู้และเป็นการรณรงค์ให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน และสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน”*

♦ ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพมีโอกาสในการเป็นผู้ส่งสารหลัก เนื่องจากมีความสนใจและหาช่องทางในการสื่อสารอยู่และยังมีความต้องการจากทั้งผู้อ่านและผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ นอกจากนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเป็นผู้ได้เปรียบที่ตนเองเป็นแหล่งข้อมูลอยู่แล้ว มีกรณีศึกษาที่พบเจอทุกวัน ซึ่งทำให้การเขียนง่ายกว่าและมีเรื่องราวที่น่าสนใจมากกว่ากองบรรณาธิการเขียน

♦ เนื้อหาด้านสุขภาพยังคงเกี่ยวข้องกับด้านอาหาร และอโรคยาเป็นหลัก เพราะมีความเกี่ยวข้องและเป็นสิ่งที่ใกล้ตัว เกิดผลกระทบโดยตรงต่อร่างกายและการดำเนินชีวิตและมีหลายแง่มุม นอกจากนี้ แนวโน้มวัตถุประสงค์ในการสื่อสารยังคงเน้นการป้องกันโรค หรือการดูแลสุขภาพด้วยตนเองมากกว่าการรักษา เพราะทั้งง่ายต่อการนำเสนอและง่ายต่อการทำความเข้าใจของผู้อ่านซึ่งสามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วยตนเอง ต่างจากการรักษาและฟื้นฟูซึ่ง

ผู้อ่านจำเป็นต้องพึ่งบุคลากรทางการแพทย์และรูปแบบการนำเสนอน่าจะเป็นรูปแบบบทความ/บทวิเคราะห์มากกว่าข่าว

◆ โฆษณาด้านสุขภาพยังคงมีมากและอาจจะมากขึ้นกว่าปัจจุบัน เนื่องจากหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นดำเนินงานเชิงธุรกิจเป็นกิจการขนาดเล็กจึงต้องเลี้ยงตัวเองให้อยู่รอด จำเป็นต้องพึ่งพารายได้หลักจากการโฆษณา บางรายลงโฆษณามาตลอดอายุหนังสือพิมพ์บรรณาธิการจึงต้องรักษาระดับความสัมพันธ์กับเจ้าของร้านค้าภายในจังหวัดทั้งในฐานะคนรู้จักและผู้ลงโฆษณาไว้เพื่อให้มีรายได้จากส่วนนี้ นอกจากนั้น ปัจจุบันสภาพสังคมและเศรษฐกิจในทุกภูมิภาคมีการเติบโตมากขึ้น มีสินค้าจากชุมชนมากมาย ต่างจากในอดีตซึ่งเศรษฐกิจเติบโตเฉพาะเมืองหลวง ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น ซึ่งล้วนต้องอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าของตนให้ผู้บริโภครู้จัก โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมีการแข่งขันมากขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันโฆษณาส่วนใหญ่เป็นอาหาร เครื่องดื่มสมุนไพร ร้านอาหารและบริการด้านสุขภาพ เช่น สปา สถานเสริมความงาม โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนซึ่งมีการเปิดตัวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นจำนวนมาก คาดว่าโฆษณาของธุรกิจเหล่านี้จะมีมากขึ้นตามการเติบโตของธุรกิจเหล่านี้

5.4.2 วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

◆ ผู้รับสารมีแนวโน้มจะฟังวิทยุกระจายเสียงฯ มากขึ้น ด้วยข้อดีของสื่อชนิดนี้ที่มีราคาถูก สามารถหาซื้อได้ง่าย และในขณะที่ฟังนั้น ผู้รับสารสามารถทำสิ่งอื่นๆ ไปด้วยได้ ไม่ต้องใช้สมาธิฟังวิทยุฯ เพียงอย่างเดียว จึงไม่เป็นการเสียเวลา ผู้รับสารสามารถได้ความรู้และความเพลิดเพลินได้ในขณะที่ทำกิจกรรมอื่นๆ ไปพร้อมกัน

◆ การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพผ่านทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด รวมทั้งการจัดรายการสุขภาพโดยเฉพาะนั้นยังคงมีไม่มากนัก เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงฯ เป็นสื่อที่ดำเนินงานในเชิงพาณิชย์ ผูกโยงกับระบบธุรกิจ ทั้งการให้สัมปทานแก่บริษัทเอกชนในการดำเนินกิจการทั้งคลื่น และการให้ผู้จัดรายการเอกชนมาเช่าเวลาผลิตรายการ จึงมีเวลาเหลือสำหรับจัดรายการที่ให้สาระด้านสุขภาพน้อยมาก

◆ การนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพทางสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดนั้น จะอยู่ในรูปแบบที่ผู้ดำเนินรายการของสถานีฯ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีความรู้ด้านสุขภาพ

เพื่อให้ความเห็นเกี่ยวกับข่าวและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมขณะนั้น เป็นครั้งคราว มากกว่าที่จะให้ผู้เชี่ยวชาญมาจัดรายการที่นำเสนอความรู้เกี่ยวกับสุขภาพโดยตรง ดังนั้นเนื้อหาจึงยังคงเป็นลักษณะของการบอกกล่าว แจ้งข่าวให้ทราบ (inform) มากกว่าการให้ความรู้ที่แท้จริง (educate)

♦ กลุ่มบุคคลซึ่งมีความรู้ด้านสุขภาพโดยตรง จะมาจัดรายการที่ให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ผู้ฟัง (educate) มีไม่มากนัก เนื่องจากมีปัจจัยที่ไม่เอื้ออำนวยหลายประการ ได้แก่ การขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากหน่วยงานต้นสังกัด ทั้งด้านการให้เวลาจัดรายการ และงบประมาณในการผลิตรายการ แม้ว่ามีหลายคนพร้อมจะจัดรายการ แต่ยังขาดทุนสนับสนุนในการเช่าเวลาผลิตรายการ อีกทั้งบางคนขาดทักษะในการสื่อสาร จึงทำให้ไม่สามารถผลิตรายการสุขภาพที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังได้

♦ โฆษณาสินค้าและบริการด้านสุขภาพทางสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดยังคงมีมากเช่นปัจจุบัน โดยเฉพาะโฆษณายา เครื่องสำอาง และสมุนไพร รวมทั้ง จะแฝงอยู่ในชื่อรายการ หรือช่วงต่างๆ ของรายการ อีกทั้งผู้ดำเนินรายการจะกล่าวถึงสินค้าเหล่านี้ระหว่างการดำเนินรายการเสมอ เนื่องจากเจ้าของสินค้าและบริการต่างแข่งขันกันโฆษณาสินค้าของตนมากขึ้น และใช้สื่อในการโฆษณาหลากหลายมากขึ้น ในส่วนของการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงเองก็เป็นไปในรูปแบบเชิงพาณิชย์ และต้องการรายได้จากค่าโฆษณาเช่นกัน

5.4.3 วิทยุชุมชน

♦ มีผู้ที่สนใจจัดรายการทางวิทยุชุมชนมีมากขึ้น ในขณะเดียวกันแนวโน้มของผู้สนใจจัดรายการด้านสุขภาพก็มีโอกาสจะเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน เนื่องจากชาวบ้านในชุมชนมีความรู้ด้านสุขภาพจำนวนมาก เช่น ปราชญ์ชาวบ้าน หมอสมุนไพร อสม. ฯลฯ อีกทั้งเรื่องสุขภาพยังเป็นเรื่องใกล้ตัวที่ทุกคนหันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญมากขึ้น

♦ การนำเสนอเนื้อหาของวิทยุชุมชนจะมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม สภาพสังคม และศักยภาพของชุมชนแต่ละแห่ง โดยชุมชนที่มีความพร้อมในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ เช่น มีโรงพยาบาล สถานีอนามัย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) ตั้งอยู่ใกล้ จะส่งผลให้มีบุคลากรที่มีองค์ความรู้ด้านสุขภาพมาจัดรายการมากขึ้น และได้รับการสนับสนุนด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านข้อมูลมากขึ้น

♦ เนื่องจากประชาชนยังขาดความเข้าใจในหลักการของการดำเนินงานด้านวิทยุชุมชนอย่างชัดเจน ส่งผลให้เกิดแนวโน้มที่จะใช้วิทยุชุมชนผิดวัตถุประสงค์ โดยอาจใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจให้ซื้อสินค้าและบริการมากกว่าการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

♦ สำหรับชาวบ้านในชุมชนที่มีความรู้เรื่องสุขภาพ มีแนวโน้มจะเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสาร เป็นผู้ส่งสารได้ หากได้รับโอกาสและการสนับสนุนและได้รับกำลังใจจากกรรมการดำเนินงานวิทยุชุมชน และจากชาวบ้านในชุมชนด้วยกันเอง

5.4.4 หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย

♦ แนวโน้มการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพผ่านหอกระจายข่าวมีแนวโน้มเป็นไปได้สูงมาก เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่สนับสนุน คือ ประเด็น**เนื้อหา**เรื่องสุขภาพเป็นประเด็นที่ได้เปรียบประเด็นอื่นๆ เช่น เศรษฐกิจ การเมือง เนื่องจากเป็นเรื่องใกล้ตัวคนทุกคนและเป็นสิ่งที่ชาวบ้านสนใจใคร่รู้ นอกจากนี้**สภาพสังคม**ยังมีแนวโน้มที่จะหันมาสนใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น **ผู้จัด**มีความพร้อมที่จะให้ความร่วมมือ **เครื่องมือ**ใช้ง่าย ไม่ซับซ้อน

♦ แนวโน้มการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในรูปแบบรายการเฉพาะจะเป็นไปได้สูง เนื่องจากแต่ละชุมชนมีคนที่มีศักยภาพ มีความรู้ด้านนี้อยู่แล้ว เช่น อสม. ปราชญ์ชาวบ้าน หมอสมุนไพร

5.4.5 เคเบิลทีวี

♦ สื่อเคเบิลทีวีมีแนวโน้มที่จะดำเนินงานสื่อสารด้านสุขภาพได้ไม่มากนัก ทั้งนี้ด้วยเหตุผล 3 ประการ กล่าวคือ

1) เนื่องจากสื่อท้องถิ่นประเภทเคเบิลทีวีเป็นสื่อที่ดำเนินงานโดยภาคเอกชน มีความเชื่อมโยงกับธุรกิจมาตั้งแต่เริ่มดำเนินงาน โดยมีการเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้สนใจเข้าร่วมเป็นสมาชิกรับสัญญาณภาพตั้งแต่แรก ซึ่งเป็นไปตามลักษณะของสื่อที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีการสื่อสาร ต้องอาศัยเครื่องมืออุปกรณ์ที่มีราคาแพง แนวคิด นโยบาย ตลอดจนวิธีการดำเนินงานของผู้ประกอบการจึงเป็นไปเพื่อหวังผลกำไร การจัดสรรช่องสัญญาณให้เป็นช่องของท้องถิ่นเพื่อนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่น เป็นการแสดงว่าผู้ประกอบการเห็นถึง

ความสำคัญของท้องถิ่นและเห็นถึงศักยภาพของสื่อประเภทเคเบิลในการพัฒนาท้องถิ่นได้ หากแต่จากวิธีการที่แต่ละบริษัทผู้ประกอบการดำเนินงาน เช่น ส่วนใหญ่จัดสรรช่องสัญญาณให้แก่ท้องถิ่นเพียง 1 ช่อง หรือส่วนใหญ่จัดวางผังรายการที่เน้นบันเทิงเป็นหลัก การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะของคนในท้องถิ่นจึงยังไม่ปรากฏมากนัก ส่วนใหญ่นำเสนอในรูปของข่าวท้องถิ่นเท่านั้น ยังไม่มีการผลิตรายการที่มีสาระเกี่ยวข้องกับท้องถิ่นโดยตรงรวมทั้งสาระด้านสุขภาพ การดำเนินงานในลักษณะต่างๆ ที่กล่าวมานี้เป็นเพราะบริษัทคำนึงถึงผลทางด้านธุรกิจเป็นสำคัญ

2) การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้และความชำนาญเฉพาะด้าน ซึ่งเป็นการยากที่ทีมงานที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบันจะสื่อสารด้วยตนเอง การดำเนินงานจึงต้องอาศัยแหล่งข้อมูลเพื่อขอข้อมูลมาจัดการเพื่อเผยแพร่ หรือการเชิญแหล่งข่าวมาทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารในรายการ การดำเนินงานต่างๆเหล่านี้มีขั้นตอนที่ต้องแสวงหาคนที่มีความรู้ และมีความพร้อมในการเป็นแหล่งข่าวหรือร่วมเป็นผู้ส่งสาร อีกทั้งมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อเคเบิลทีวีจึงเป็นเรื่องยุ่งยากสำหรับสถานการณ์ในปัจจุบัน ดังจะเห็นได้จากการยกเลิกจัดรายการสุขภาพของบริษัทเคเบิลทีวีที่จังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดแพร่ ซึ่งต่างมีเหตุผลสำคัญคือขาดข้อมูลและงบประมาณสนับสนุน

3) ผู้ชมเคเบิลทีวีเองซึ่งยังมีจำนวนน้อยกว่าผู้ที่ไม่ชม ยังคงคุ้นเคยกับบทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิงของสื่อโทรทัศน์ทั่วไป จึงพอใจกับการให้บริการของบริษัทเคเบิลทีวี ที่เน้นนำเสนอรายการบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น คาดว่าบริษัทผู้ประกอบการยังคงดำเนินงานโดยเน้นให้ความบันเทิงเป็นหลักเช่นนี้อยู่ต่อไป

♦ หากจะมีการสื่อสารสุขภาพเกิดขึ้น มีแนวโน้มว่าลักษณะของการสื่อสารจะมีรูปแบบของการสื่อสารประเภท สาระบันเทิง (Edutainment) ซึ่งนำเสนอเนื้อหาสาระด้านสุขภาพในรูปแบบของความบันเทิง ผู้ชมได้รับทั้งสาระและบันเทิงไปพร้อมๆกัน ทั้งนี้เพราะการที่ผู้ชมคาดหวังที่จะได้รับความบันเทิงจากการชมเคเบิลทีวี ทำให้ผู้ผลิตต้องพยายามผลิตรายการในรูปแบบที่ผู้ชมชื่นชอบ เพื่อให้รายการนั้นๆ มีผู้ชม ผู้ชมสนใจติดตาม และสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

บทที่ 6
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ด้วยข้อสงสัยเกี่ยวกับการทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น 5 ประเภท ได้แก่ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด วิทยุชุมชน หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย และเคเบิลทีวี ว่ามีการดำเนินงานสื่อสารด้านสุขภาพบ้างหรือไม่ เนื้อหามักเป็นลักษณะใด ปริมาณเท่าใด มีการนำเสนออย่างไร สื่อท้องถิ่นได้ให้ความสำคัญกับการสื่อสารด้านสุขภาพมากน้อยเพียงใด นักสื่อสารสุขภาพมีการปฏิบัติงานอย่างไร และมีข้อจำกัดในการทำงานบ้างหรือไม่ นอกจากนี้ยังมีข้อสงสัยในส่วนของผู้รับสารซึ่งเป็นคนในท้องถิ่น เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับสารและความคิดเห็นที่มีต่อการนำเสนอสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น ตลอดจนความต้องการรับสารทางด้านสุขภาพ จึงดำเนินงานวิจัย เรื่อง สถานภาพการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ **เพื่อศึกษาเนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น ศึกษาลักษณะการดำเนินงานของผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพ ศึกษาการเปิดรับสื่อและความคาดหวังของผู้รับสารในการรับข้อมูลด้านสุขภาพ และ วิเคราะห์แนวโน้มการใช้สื่อท้องถิ่นเพื่อการสื่อสารสุขภาพ**

ดำเนินงานวิจัยใน 6 จังหวัด ได้แก่ แพร่ นครพนม นครปฐม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สื่อท้องถิ่น ผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ และผู้รับสารในท้องถิ่น โดย**สื่อท้องถิ่น** คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 95 ฉบับ (16 หัว) สถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 14 สถานี วิทยุชุมชน 6 สถานี หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 6 แห่ง และเคเบิลทีวี 5 สถานี **ผู้ทำหน้าที่สื่อสารสุขภาพ** จำนวน 45 คน แบ่งเป็นนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น 14 คน ผู้ทำงานวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด 14 คน ผู้ทำงานวิทยุชุมชน 6 คน ผู้ทำงานหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย 6 คน และผู้ทำงานเคเบิลทีวี 5 คน ส่วน **ผู้รับสารในท้องถิ่น** จำนวน 643 คน จากจังหวัดแพร่ 115 คน นครพนม 110 คน นครปฐม 110 คน จันทบุรี 109 คน กาญจนบุรี 110 คน และสตูล 89 คน เก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสำรวจ สัมภาษณ์ และตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการแปรผลในส่วนของผู้ทำหน้าที่สื่อสารและประชาชนในท้องถิ่นในฐานะผู้รับสารด้วยสถิติ ผลการวิจัยเป็นดังนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 เนื้อหาและการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

การสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่นทั้ง 5 ประเภท เนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับอโรคยาและอาหาร โดยนำเสนอเพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ประชาชนในท้องถิ่น ได้ทราบถึงสถานการณ์ และวิธีการป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ รวมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับอาหาร สำหรับการนำเสนอเนื้อหาปรากฏในรูปแบบของข่าวแทรกอยู่ใน ข่าวท้องถิ่น ในสื่อทุกประเภท มีการนำเสนอเป็นการเฉพาะด้านสุขภาพ (บทความทางสื่อหนังสือพิมพ์/รายการทางสื่อวิทยุและหอกระจายข่าว/รายการทางสื่อเคเบิลทีวี) ในสื่อทุกประเภทแต่มีปริมาณไม่มากนักเมื่อเทียบกับเนื้อหาด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม พบการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ในลักษณะของการโฆษณาเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้ประชาชนในท้องถิ่นซื้อสินค้าหรือบริการ ในขณะที่ไม่พบในสื่อประเภทอื่น

1) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

ในภาพรวมหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ 1) อาหาร 2) อโรคยา 3) อารมณ์ 4) อนามัย 5) แอลกอฮอล์ และ 6) ออกกำลังกาย โดยจากเนื้อหาดังกล่าวพบว่าประเด็นต่างๆ ได้รับการนำเสนอใน 3 รูปแบบประกอบด้วย (เรียงตามลำดับที่พบมากไปหาน้อย) โฆษณา บทความ/บทวิเคราะห์ และ ข่าว ทั้งนี้การนำเสนอข่าวหน้า 1 มีทั้งพาดหัวใหญ่ และพาดหัวรอง แต่การพาดหัวรองมากกว่าพาดหัวใหญ่ถึงประมาณ 2 เท่า โดยการนำเสนอทั้ง 3 รูปแบบมีภาพประกอบตามความเหมาะสม เช่น ภาพถ่ายและภาพการ์ตูน เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหา จากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอเนื้อหาโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ อันดับ 1 เพื่อโน้มน้าวให้ใช้สินค้าและบริการ อันดับ 2 เพื่อป้องกันโรค อันดับ 3 เพื่อสร้างเสริมสุขภาพ และอันดับ 4 เพื่อรักษาโรค

2) วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสถานีวิทยุกระจายเสียง แบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ คือ 1) รายการสุขภาพโดยตรง 2) สปอต 3) โฆษณา และ 4) แทรกอยู่ในรายการอื่นๆ โดยเฉพาะรายการข่าวท้องถิ่น และรายการสาระทั่วไป เกือบทุกสถานีมีการผลิตรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพโดยตรง ยกเว้น 3 สถานี คือ 1) สถานีวิทยุ อสมท จังหวัดแพร่ 2) สถานีวิทยุ ทอ จังหวัดจันทบุรี และ 3) สถานีวิทยุ อสมท จังหวัดสตูล สรุปได้ว่าจังหวัดที่มีสัดส่วนการนำเสนอรายการที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพโดยตรงมากที่สุดคือ จังหวัดนครพนม รองลงมาคือ จังหวัดแพร่ โดย จังหวัดนครพนมนั้น รวมเวลารายการสุขภาพจาก 3 สถานี ได้ทั้งสิ้น 43 ชั่วโมง 15 นาที ต่อสัปดาห์ ส่วน จังหวัดแพร่ รวม 28 ชั่วโมง 35 นาที จาก 2 สถานี (เนื่องจากสถานี อสมท จังหวัดแพร่ ไม่มีรายการด้านสุขภาพโดยตรง) ส่วนจังหวัดที่มีสัดส่วนการผลิตรายการสุขภาพน้อยที่สุดคือ จังหวัดกาญจนบุรี และ จังหวัดสตูล โดย จังหวัดกาญจนบุรี มีสัดส่วนเพียง 1 ชั่วโมง 15 นาที และ จังหวัดสตูล มี 4 ชั่วโมง 50 นาที

หากพิจารณารายการที่นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพโดยตรงแล้ว แต่ละสถานีจะผลิต**รายการสุขภาพ** ตั้งแต่ 2-7 รายการ คิดเป็นสัดส่วนไม่มากนักเมื่อเทียบกับปริมาณการนำเสนอรายการอื่นๆ ทั้งหมด เนื้อหาเป็นเรื่อง**อโรคยา**มากที่สุด และยังมีเนื้อหาสุขภาพประเภทอื่นๆ ปนอยู่บ้าง แต่ไม่พบเนื้อหาด้านแอลกอฮอล์ นอกจากนั้นยังมีหลายรายการที่นำเสนอเนื้อหาโดยรวมๆ ไม่สามารถแยกประเภทได้ สำหรับ**วัตถุประสงค์**ในการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพนั้น ใน 1 รายการพบว่าอาจมีวัตถุประสงค์มากกว่า 1 อย่าง ข้อที่พบมากที่สุดคือ **ป้องกันโรค** รองลงมาคือ**สร้างเสริมสุขภาพ** ส่วนรายการที่มีวัตถุประสงค์ในการรักษาโรคมักจะเป็นรายการที่มีแพทย์เป็นผู้ดำเนินรายการ สำหรับวัตถุประสงค์ในการฟื้นฟูสุขภาพนั้น พบน้อยที่สุด

3) วิทยุชุมชน

สำหรับการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพนั้น สถานีวิทยุชุมชนส่วนมากจะนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ 2 รูปแบบ ได้แก่ **1) รายการสุขภาพ โดยตรง** มีการนำเสนอตั้งแต่ 3-10 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ แต่ก็ยังถือเป็นสัดส่วนที่ไม่มากเมื่อเทียบกับเวลาออกอากาศทั้งหมด **2) แทรกในรายการอื่น** มักอยู่ในรายการประเภทข่าวชุมชน และรายการประเภทสาระน่ารู้ เนื้อหาด้านสุขภาพที่นำเสนอทางวิทยุชุมชนนั้น ส่วนมากจะเป็นเนื้อหาประเภท**อโรคยา และ**

อาหาร แต่หลายรายการมีเนื้อหาหลากหลาย ขึ้นอยู่กับผู้ดำเนินรายการจะหยิบยกเรื่องใดมาพูดและขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในแต่ละรายการมีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพหลากหลาย ขึ้นอยู่กับสถานการณ์ แต่วัตถุประสงค์ที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือ **สร้างเสริมสุขภาพและป้องกัน** มากกว่าการรักษาและฟื้นฟู

4) หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย

หอกระจายข่าวทุกจังหวัด ไม่มีแห่งใดมีรายการสุขภาพโดยตรง การเสนอเนื้อหาสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของการแจ้งข่าวสารเรื่องต่างๆ ให้กับประชาชน คือ มีเรื่องอื่นที่ต้องประกาศด้วย เช่น เกษตร สวัสดิการ ข่าวการปกครอง ข่าวแรงงาน สาระในชีวิตประจำวัน ข่าวในหมู่บ้าน เป็นต้น อย่างไรก็ดี ผู้จัดส่วนใหญ่ คือ ที่นครพนม กาญจนบุรี จันทบุรี สตูล จะได้รับการสนับสนุนเนื้อหาด้านสุขภาพจาก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด (สสจ.) มากกว่าหน่วยงานราชการอื่น โดยเฉพาะที่นครพนมและสตูลเป็นของเทศบาล จะมีข่าวสารจากเทศบาลส่งมาอีกทางหนึ่งด้วย ที่ต้องการเพิ่มในเรื่องความรวดเร็วทันเหตุการณ์และความสม่ำเสมอในการส่งข้อมูล นอกจากนั้น ผู้จัดพยายามจัดรายการโดยยึดหลักว่า การนำเสนอสาระต้องมีบันเทิงเข้าแทรกด้วย มิฉะนั้นจะเครียดเกินไป คือต้องเปิดเพลงแทรกบ้าง ไม่ใช่พูดแต่สาระอย่างเดียว จะช่วยให้ผู้ฟังสามารถรับสาระได้ง่าย

การนำเสนอเนื้อหาสุขภาพของสื่อหอกระจายข่าวเมื่อเทียบกับปริมาณเวลาที่เปิดใช้ มี 5 จังหวัดที่นำเสนอเนื้อหาสุขภาพในปริมาณมาก คือ แพร่ นครพนม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล โดยนครพนม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล มีแหล่งข้อมูลสนับสนุนอย่างสม่ำเสมอ

5) เคเบิลทีวี

ลักษณะเนื้อหาด้านสุขภาพที่นำเสนอผ่านเคเบิลทีวี โดยเฉพาะผ่านช่องสัญญาณที่ถูกกำหนดให้เป็นช่องของท้องถิ่นนั้น ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ อโรคยา และอาหาร เป็นการนำเสนอเพื่อแจ้งให้ทราบ เพื่อให้สมาชิกผู้ชมรู้วิธีการดูแลและป้องกันตนเอง เนื้อหามักเป็นเรื่องหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น หรือเป็นประเด็นปัญหาในพื้นที่ เช่น สถานการณ์การระบาดของไข้หวัดนกและ วิธีการป้องกันตนเอง เป็นต้น

รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่พบ ส่วนใหญ่นำเสนอโดยเป็นส่วนหนึ่งของข่าวท้องถิ่น เป็นการรายงานข้อมูล รายงานเหตุการณ์ และกิจกรรม ที่ทีมงานผู้ผลิตเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสม ในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 5 จังหวัด พบเพียงแห่งเดียวที่มีการผลิตรายการด้านสุขภาพโดยตรง คือ บริษัทนครปฐมเคเบิลทีวี จังหวัดนครปฐม โดยผลิต 2 รายการ คือ รายการคุยกับหมอ และรายการ ฟู้ดฟอร์เฮลท์ อย่างไรก็ตาม พบว่า บริษัทเคเบิลในพื้นที่อื่นมีความพยายามที่จะจัดรายการด้านสุขภาพโดยตรงเช่นกัน แต่ไม่สามารถดำเนินงานอย่างต่อเนื่องได้ สาเหตุ คือ ขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณ และข้อมูล การดำเนินงานของผู้ผลิตรายการไม่ว่าจะในรูปแบบของรายการข่าว หรือรายการด้านสุขภาพ ผู้ผลิตจำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพโดยตรง เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล เป็นต้น ต้องอาศัยข้อมูล และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสาร ทั้งนี้พบว่า เจ้าของและผู้ปฏิบัติงานเคเบิลทีวีไม่มีความรู้ด้านสุขภาพ แต่จากการพูดคุยส่วนใหญ่เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ และมีความต้องการที่จะพัฒนางานด้านนี้ต่อไป

6.1.2 ผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่น

ในจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 45 คน ซึ่งเป็นชายมากกว่าหญิง (40 : 5 คน) ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 35-54 ปี และ ส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านสื่ออยู่ระหว่าง 1-20 ปี

ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ มีทั้งที่ยึดการทำงานสื่อเป็นอาชีพหลัก และอาชีพรอง ดังเช่นผู้ทำงานวิทยุชุมชน มีอาชีพหลักเป็น ตำรวจ ประธานสภา อบต. ประกอบธุรกิจส่วนตัว เป็นต้น โดยมีผู้ยึดเป็นอาชีพหลักและอาชีพรองในจำนวนใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้ในการทำงานสื่อท้องถิ่น ผู้ทำงานบางคนทำงานในสื่อท้องถิ่นหลายประเภทไปพร้อมกัน เช่น เป็นผู้สื่อข่าวให้กับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น และเคเบิลทีวี (รายการข่าวท้องถิ่น) หรือจัดรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด และเป็นผู้จัดรายการในสื่อเสียงตามสายด้วย เป็นต้น ในขณะที่บางคนทำงานให้กับสื่อระดับประเทศที่ผลิตจากส่วนกลางด้วย เช่นเป็นผู้สื่อข่าวของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐประจำจังหวัดจันทบุรี หรือเป็นผู้สื่อข่าวของ

สถานีโทรทัศน์ เป็นต้น สำหรับแหล่งข่าวที่ใช้ในการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพ มีการใช้แหล่งข่าวจากหลากหลายช่องทาง ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน มีการค้นหาข้อมูลจากทั้งสื่อบุคคล สื่อสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สำนักข่าวต่างๆ และสื่อประเภทอื่น

ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นต่างพบปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ทั้งในด้านข้อจำกัดของข้อมูล นโยบายของหน่วยงาน ความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน ตลอดไปจนถึงความพร้อมด้านงบประมาณ อุปกรณ์ และอื่นๆ

6.1.3 การเปิดรับสื่อและความคาดหวังของคนท้องถิ่นในการรับข้อมูลด้านสุขภาพ

คนท้องถิ่นซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง รวม 643 คน เป็นหญิงจำนวนมากกว่าครึ่ง คือ จำนวน 371 คน (ร้อยละ 57.70) ในขณะที่เพศชายมีจำนวน 263 คน (ร้อยละ 40.90) ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31 - 60 ปี มีจำนวน 364 คน (ร้อยละ 56.61) ส่วนใหญ่จบศึกษาในระดับมัธยมศึกษา 287 คน (ร้อยละ 44.63) ระดับรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ต่ำกว่า 5,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 217 คน (ร้อยละ 33.75)

คนท้องถิ่นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการรับสารจากสื่อมวลชนส่วนกลางที่น่าสนใจดังนี้ กล่าวคือ มีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ส่วนกลางเป็นประจำ 322 คน (ร้อยละ 50.08) ในขณะที่มีผู้รับฟังวิทยุส่วนกลางเป็นประจำ จำนวน 319 คน (ร้อยละ 49.61) สำหรับโทรทัศน์มีผู้ดูเป็นประจำมากถึง 538 คน(ร้อยละ 83.67) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อ 3 ชนิดนี้ สื่อโทรทัศน์จึงได้รับความนิยมสูงสุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และวิทยุกระจายเสียง ตามลำดับ

เมื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการรับสื่อท้องถิ่น พบว่า ในภาพรวมของทุกจังหวัดสื่อท้องถิ่นที่กลุ่มตัวอย่างนิยมรับข่าวสารมากที่สุด คือ **วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด** โดยสื่อที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับถัดมาคือ **หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย**

คนท้องถิ่นล้วนต้องการให้สื่อท้องถิ่นทุกประเภทนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ โดยเมื่อเปรียบเทียบพบว่าคนท้องถิ่นมีความต้องการ(ลำดับจากมากไปหาน้อย) ดังนี้

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย วิทยุชุมชน และเคเบิลทีวี

สำหรับประเด็นสุขภาพที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้นำเสนอผ่านสื่อท้องถิ่นมากที่สุด คือ **อโรคยา** รองลงมาคือ **อาหาร และ ออกกำลังกาย** และเมื่อเปรียบเทียบความต้องการของคนท้องถิ่นต่อการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพระหว่างสื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อท้องถิ่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้สื่อมวลชนส่วนกลางและสื่อท้องถิ่นทำหน้าที่นี้ในปริมาณใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีผู้ต้องการให้สื่อมวลชนส่วนกลางนำเสนอข้อมูลสุขภาพร้อยละ 53.19 และมีผู้ต้องการให้สื่อท้องถิ่นทำหน้าที่นี้ร้อยละ 45.57

6.1.4 การวิเคราะห์เงื่อนไขการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาของสื่อท้องถิ่น

เมื่อศึกษาลักษณะเนื้อหา การนำเสนอเนื้อหา ลักษณะและวิธีทำงานของสื่อท้องถิ่น ตลอดจนความคิดเห็นของคนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้รับสารแล้ว ทำให้วิเคราะห์ได้ว่าสื่อท้องถิ่นสามารถมีบทบาทในการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาได้หรือไม่ หรือมากน้อยเพียงไรขึ้นอยู่กับปัจจัย 7 ประการ คือ การอยู่ภายใต้สังกัดของหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน หรือ ภาคประชาชน ขอบเขตการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสาร จังหวัด อำเภอ/เทศบาล หมู่บ้าน การกำหนดหน้าที่หรือการตั้งเป้าหมายในการสื่อสารของสื่อท้องถิ่นเอง การเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องของหน่วยงานภายนอก การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของชุมชน ผู้ทำหน้าที่สื่อสารเป็นคนในท้องถิ่น และการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น

6.1.5 แนวโน้มการใช้สื่อท้องถิ่นในการสื่อสารสุขภาพ

1) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

- หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังคงมีบทบาทด้านการให้ความรู้ (educate) เป็นหลัก บทบาทรองลงไป คือ บทบาทการรายงานข้อมูลข่าวสารให้ทราบ (inform)
- สื่อหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเป็นสื่อที่มีความพร้อมสำหรับการนำเสนอด้านสุขภาพมากกว่าสื่ออื่นและคอลัมน์สุขภาพมีโอกาสเพิ่มปริมาณขึ้นได้อีก

- ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความต้องการข้อมูลสุขภาพมากขึ้นทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ
- ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพมีโอกาสในการเป็นผู้ส่งสารหลัก
- เนื้อหาด้านสุขภาพยังคงเกี่ยวข้องกับด้านอาหาร และอโรคยาเป็นหลัก
- โฆษณาด้านสุขภาพยังคงมีมากและอาจจะมากขึ้นกว่าปัจจุบัน

2) วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

- ผู้รับสารมีแนวโน้มจะฟังวิทยุกระจายเสียงฯ มากขึ้น
- การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพผ่านทางวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด รวมทั้งการจัดรายการสุขภาพโดยเฉพาะนั้นยังคงมีไม่มากนัก
- การนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ จะอยู่ในรูปแบบที่ผู้ดำเนินรายการของสถานีฯ จัดรายการเป็นครั้งคราว มากกว่า ที่จะเป็นรายการประจำโดยให้ผู้เชี่ยวชาญมาจัดรายการโดยตรง
- กลุ่มบุคคลซึ่งมีความรู้ด้านสุขภาพโดยตรง จะมาจัดรายการที่ให้ความรู้ด้านสุขภาพแก่ผู้ฟัง (education) มีไม่มากนัก
- โฆษณาสินค้าและบริการด้านสุขภาพทางสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดยังคงมีมากเช่นปัจจุบัน

3) วิทยุชุมชน

- มีผู้สนใจจัดรายการทางวิทยุชุมชนมีมากขึ้น ในขณะเดียวกันแนวโน้มของผู้สนใจจัดรายการด้านสุขภาพก็มีโอกาสจะเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน
- การนำเสนอเนื้อหาของวิทยุชุมชนจะมีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม สภาพสังคม และศักยภาพของชุมชนแต่ละแห่ง
- วิทยุชุมชนอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารสุขภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ในการโน้มน้าวใจให้ซื้อสินค้าและบริการมากกว่าการให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน

◆ สำหรับชาวบ้านในชุมชนที่มีความรู้เรื่องสุขภาพ มีแนวโน้มจะเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับสาร เป็นผู้ส่งสารได้

4) หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย

◆ การนำเสนอเนื้อหาสุขภาพผ่านหอกระจายข่าวมีแนวโน้มเป็นไปได้สูงมาก

◆ การนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในรูปแบบรายการเฉพาะจะเป็นไปได้สูง

5) เคเบิลทีวี

◆ สื่อเคเบิลทีวีมีแนวโน้มที่จะดำเนินงานสื่อสารด้านสุขภาพได้ไม่มากนัก ทั้งนี้ด้วยเหตุผล การดำเนินงานมุ่งเป้าทางด้านธุรกิจ การดำเนินงานสื่อสารสุขภาพต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้และความชำนาญเฉพาะด้าน ผู้ชมเคเบิลทีวีเองซึ่งยังมีจำนวนน้อยยังคงคุ้นเคยกับบทบาทหน้าที่ในการให้ความบันเทิง

◆ หากจะมีการสื่อสารสุขภาพเกิดขึ้น มีแนวโน้มว่าจะมีรูปแบบของการสื่อสารประเภท สาระบันเทิง (Edutainment)

6.2 อภิปรายผล

ประเด็นที่ 1 ลักษณะทางกายภาพ (ที่ตั้ง) มีผลต่อความเป็นที่นิยมของสื่อท้องถิ่น

ตามที่โครงการวิจัยนี้กำหนดพื้นที่ศึกษาเป็น 6 จังหวัด จากทุกภูมิภาค ได้แก่ แพร่ นครพนม นครปฐม จันทบุรี กาญจนบุรี และสตูล ซึ่งมีระยะทางห่างจากกรุงเทพฯ แตกต่างกัน บางจังหวัดอยู่ใกล้บางจังหวัดอยู่ไกล พบว่า ในจังหวัดที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ ได้แก่ นครปฐม จันทบุรี และกาญจนบุรี สื่อท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อคนในท้องถิ่นน้อยกว่าสื่อท้องถิ่นของจังหวัดที่ตั้งอยู่ไกลจากกรุงเทพฯ ได้แก่ แพร่ นครพนม และสตูล เมื่อเปรียบเทียบระหว่างสื่อส่วนกลางและสื่อท้องถิ่น ผู้รับสารในจังหวัดใกล้กรุงเทพฯ เลือกที่จะรับข้อมูลด้านสุขภาพจากสื่อส่วนกลางมากกว่าสื่อท้องถิ่น ในขณะที่ผู้รับสารในจังหวัดไกลกรุงเทพฯ เลือกที่จะรับสารด้าน

สุขภาพจากสื่อท้องถิ่นมากกว่าสื่อส่วนกลาง เนื่องด้วยคนในจังหวัดใกล้มีโอกาสได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อส่วนกลางโดยตรงและในเวลาอันรวดเร็ว ด้วยรูปลักษณ์ของสื่อส่วนกลางมีความน่าสนใจและชวนให้ติดตาม อย่างไรก็ตาม แม้ในจังหวัดที่ตั้งอยู่ใกล้กรุงเทพฯ แต่มีลักษณะทางกายภาพที่เป็นอุปสรรคต่อการสื่อสาร เช่น จังหวัดจันทบุรีมีหลายพื้นที่ตั้งอยู่ในเขตที่ไม่สามารถรับสัญญาณภาพจากสถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (free T.V.) ได้ หรือรับได้ไม่ชัดเจน ส่งผลให้กิจการเคเบิลทีวีซึ่งเป็นสื่อท้องถิ่นเติบโตและเป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น เนื่องด้วยคนในท้องถิ่นจะสามารถใช้เคเบิลทีวีทดแทนการชมโทรทัศน์จากส่วนกลางได้

ประเด็นที่ 2 ความพร้อมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีผลต่อการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพ

เนื่องจากการสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะทางที่ต้องอาศัยผู้รู้และเชี่ยวชาญ ในขณะที่ผู้ทำงานในสื่อท้องถิ่นมีลักษณะ เป็นทีมงานขนาดเล็ก คนหนึ่งต้องปฏิบัติหน้าที่หลายอย่าง และไม่มีความรู้ด้านสุขภาพ การนำเสนอเรื่องราวด้านสุขภาพจึงเป็นลักษณะตั้งรับ คือ เมื่อมีข้อมูลมาให้จึงนำเสนอ ไม่สามารถปฏิบัติงานในเชิงรุก คือ เป็นผู้ตั้งประเด็นและติดตามข้อมูลมานำเสนอ ดังนั้น การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่นจึงขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่ดำเนินงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพเป็นสำคัญ เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด โรงพยาบาล เป็นต้น หากหน่วยงานดังกล่าวมีศักยภาพในการเป็นผู้สนับสนุนข้อมูลด้วยการเป็นแหล่งข้อมูล และจัดหาผู้เชี่ยวชาญที่มีความพร้อมในการร่วมเป็นผู้ส่งสารมากจะส่งผลให้สื่อท้องถิ่นสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารด้านสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังเช่นจังหวัดนครพนม ผู้ปฏิบัติงานด้านสุขภาพของรัฐตระหนักในบทบาทนี้ จึงให้การสนับสนุนข้อมูลด้านสุขภาพแก่สื่อท้องถิ่น เกิดเป็นความร่วมมือระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้ทำงานสื่อท้องถิ่น สามารถนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพได้อย่างอย่างต่อเนื่อง

ประเด็นที่ 3 ความใกล้ชิดกับท้องถิ่นเป็นทั้งปัจจัยเอื้อและปัจจัยขัดขวางการดำเนินงาน

ลักษณะพิเศษของสื่อท้องถิ่นประการหนึ่ง คือ ความใกล้ชิด (Nearness) ระหว่างผู้ปฏิบัติงานสื่อกับคนในท้องถิ่น ซึ่งลักษณะเช่นนี้บางครั้งช่วยให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่าง

ราบรื่นบรรลุเป้าหมาย แต่บางครั้งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานเช่นกัน ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นมักจะรู้จักผู้รับสาร เข้าใจความคิด ความเชื่อ และความต้องการของผู้รับสาร รู้จักสภาพสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เข้าใจปัญหาและความเป็นในท้องถิ่น จึงสามารถเสนอเรื่องราว หรือประเด็นปัญหาในท้องถิ่นได้ดี ในขณะเดียวกันผู้รับสารเองก็รู้จักคุ้นเคยผู้ปฏิบัติงานสื่อท้องถิ่นเช่นกัน กล้าที่จะพูดคุย แสดงความคิดเห็น และให้ข้อเสนอแนะ สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากกว่าการเป็นเพียงผู้รับสาร ในบางครั้งอาจเป็นแหล่งข้อมูล ในบางครั้งอาจร่วมเป็นผู้ส่งสาร สภาพเหล่านี้ทำให้สื่อท้องถิ่นเป็นสื่อของคนในท้องถิ่นที่สามารถทำประโยชน์ให้แก่ท้องถิ่นได้จริงอย่างไรก็ตาม ความใกล้ชิดระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารนี้อาจกลายเป็นปัญหา และอุปสรรคต่อการดำเนินงานได้เช่นกัน กล่าวคือ ในการทำหน้าที่สื่อสารกับคนในท้องถิ่น อาจมีความขัดแย้งหรือขัดผลประโยชน์กับคนบางคนหรือกลุ่มคน ทำให้เกิดความไม่พอใจ และเนื่องจากผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความใกล้ชิด จึงทำให้ทราบได้โดยง่ายว่าใครคือผู้ส่งสาร ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นจึงอาจถูกข่มขู่ หรือทำร้ายเป็นอันตรายได้ ดังมีผู้ปฏิบัติงานสื่อท้องถิ่นถูกข่มขู่และถูกลอบทำร้ายเป็นจำนวนมาก ตัวอย่างเช่น นักข่าวหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่จังหวัดแพร่และนครปฐมที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้

ประเด็นที่ 4 ความพร้อมของสื่อท้องถิ่นกับบทบาทการเป็นสื่อเพื่อพัฒนา

ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2543) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับคุณสมบัติของสื่อท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาไว้ว่า สื่อที่สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อเพื่อการพัฒนาได้ควรมีลักษณะหลากหลาย (Multiplicity) เป็นการสื่อสารขนาดเล็ก (Smallness of Scale) และ ไม่มีลักษณะแข็งตัว ยืดหยุ่นได้ ไม่เป็นสถาบัน (Deinstitutionalization) เป็นการสื่อสาร 2 ทาง (Two- way Communication) มีการแลกเปลี่ยนบทบาทกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เป็นการสื่อสารในแนวราบ (Horizontal Communication) หรือแนวนอนในทุกระดับของสังคม เป็นการสื่อสารที่มาจากล่างสู่บน (Bottom –up) เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาทุกระดับ เป็นการสื่อสารที่ให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการสื่อสาร ทั้งในฐานะผู้รับสาร วางแผนและผลิตเนื้อหา เป็นการสื่อสารที่วางแผนมาจากท้องถิ่น สร้างอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งการผลิตสื่อควรใช้วัสดุและเทคโนโลยีจากท้องถิ่น และมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่น เผยแพร่ข้อมูลด้านความรู้ที่เหมาะสมกับท้องถิ่น และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ทั้งนี้เพื่อจะทำให้สื่อในแต่ละท้องถิ่นแต่ละชุมชนนั้นมีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง และที่สำคัญสามารถตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นได้

หากใช้แนวคิดดังกล่าวข้างต้นเป็นฐานในการพิจารณา จะเห็นได้ว่าในบรรดาสื่อท้องถิ่นที่ศึกษา 5 ประเภท สื่อวิทยุชุมชน และหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย มีคุณสมบัติของการเป็นสื่อเพื่อการพัฒนาค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นสื่อที่มีขนาดเล็ก มีความยืดหยุ่น เป็นการสื่อสารแบบ 2 ทาง เกิดการสื่อสารในแนวราบระหว่างคนในชุมชน คนในชุมชนมีโอกาสเข้าร่วมสูง เนื้อหาเกี่ยวข้องกับท้องถิ่น คนในชุมชนบริหารงานและจัดการสื่อสารเอง ในขณะที่วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดและเคเบิลทีวีมีคุณสมบัติเหล่านี้น้อย แต่เมื่อสอบถามผู้รับสารต่อประเภทของสื่อท้องถิ่นที่ต้องการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดในอันดับต้น แต่เลือกวิทยุชุมชนและหอกระจายข่าว/เสียงตามสายในอันดับท้าย นั่นหมายความว่า

1) สื่อวิทยุกระจายเสียงมีคุณสมบัติบางประการถูกใจผู้รับสาร ดังเช่นคุณสมบัติบางประการที่ Robert McLeish (อ้างใน ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ, 2542) กล่าวไว้ เช่น วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่สามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้ความรวดเร็ว (The speed of radio) ราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับสื่ออื่น (Radio is cheap) มีความเรียบง่าย (The simplicity of radio) ซับซ้อนน้อยกว่าสื่ออื่น สามารถแทรกเพลงในรายการ ไม่ว่าจะใช้เพลงนำรายการ คั่นรายการ หรือเชื่อมรายการ ซึ่งสามารถสร้างเสริมอารมณ์ ก่อให้เกิดจินตนาการ เป็นต้น

2) สื่อวิทยุชุมชนและหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ยังไม่แสดงบทบาทให้คนในท้องถิ่นเห็นถึงความสามารถในการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพได้อย่างน่าสนใจและตรงกับความต้องการ อาจจะยังไม่ได้ใช้ศักยภาพของความเป็นสื่อท้องถิ่นขนาดเล็กให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ คนในท้องถิ่นจึงยังไม่คาดหวังเนื้อหาสุขภาพจากสื่อประเภทนี้

3) ความต้องการข้อมูลด้านสุขภาพของผู้รับสารอาจจะขึ้นกับลักษณะของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต คนในท้องถิ่นคาดหวังจะได้รับข้อมูลที่มีความถูกต้อง แม่นยำ และชัดเจน ซึ่งการสื่อสารในกรณีเช่นนี้ผู้ส่งสารต้องเป็นผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ สาเหตุที่ผู้รับสารเลือกที่จะรับสารจากวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัดมากกว่าวิทยุชุมชนและหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย อาจเป็นเพราะความคิดที่ว่า ผู้ส่งสารทางวิทยุกระจายเสียงเป็นผู้ที่มีความรู้มากกว่า และอาจมีความสามารถเสาะแสวงหาข้อมูลได้ดีกว่าก็เป็นได้

6.3 ข้อเสนอแนะ

6.3.1 ข้อเสนอแนะรวมสำหรับการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

1. การนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพควรเน้นการให้ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ (อโรคยา) เพราะเป็นเนื้อหาที่ผู้รับสารส่วนใหญ่มีความต้องการมากที่สุด

2. ในการนำเสนอข้อมูลด้านสุขภาพ ควรใช้สื่อท้องถิ่นหลายประเภทอย่างผสมผสาน (Integrated Media) เพราะสื่อแต่ละประเภทมีธรรมชาติและมีศักยภาพแตกต่างกัน เช่น สื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด เป็นสื่อท้องถิ่นที่คนในท้องถิ่นมิได้ดำเนินงานเองทั้งหมด มีหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนเข้าไปเกี่ยวข้อง แต่เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติของการสื่อสารที่ดีประการสำคัญคือ ผู้ฟังเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) ดังนั้นจากการศึกษาในครั้งนี้จึงพบว่า คนในท้องถิ่นเลือกที่จะรับข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพจากสื่อวิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด ในอันดับต้นๆ

3. ผู้ปฏิบัติงานสื่อท้องถิ่นควรร่วมกันดำเนินงานสื่อสารสุขภาพ โดยอาจร่วมมือกันหาและแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมกันผลิตรายการ และอื่นๆ เพื่อทำให้การสื่อสารด้านสุขภาพลดความยุ่งยาก และอาจทำให้แหล่งข่าว/ข้อมูลด้านสุขภาพในท้องถิ่น ซึ่งมีจำนวนไม่มากนักสามารถทำหน้าที่ในการร่วมในกระบวนการส่งสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. หน่วยงานที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับสุขภาพ ควรเห็นความสำคัญของการสื่อสารสุขภาพไปสู่ประชาชนในท้องถิ่น ให้การสนับสนุนผู้ทำงานด้านสื่ออย่างจริงจังต่อเนื่อง และในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ตรงกับความต้องการของคนในท้องถิ่น การจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพที่พร้อมเป็นแหล่งข้อมูลหรือร่วมในการสื่อสารกับคนในท้องถิ่น การให้ทุนสนับสนุนบางส่วนในกรณีที่สื่อไม่สามารถจัดหาทุนเพื่อดำเนินงาน การผลิตรายการ/บทความ รวมทั้งสปอตที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพ ที่พร้อมเผยแพร่ส่งไปยังสื่อท้องถิ่นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่น เป็นต้น

5. ควรจัดการอบรมให้ความรู้และพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารสุขภาพ แก่ผู้ทำงานสื่อท้องถิ่น ทั้งนี้เนื่องจากผู้ทำงานสื่อท้องถิ่นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะสื่อวิทยุชุมชน และหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย ไม่มีความรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์ ในการเป็นผู้ส่งสาร

เช่น ไม่ทราบวิธีการหาข้อมูล การย่อยข้อมูล การเตรียมข้อมูลเพื่อนำเสนอ การเขียน/การพูดที่กระชับ ชัดเจน และน่าสนใจ เป็นต้น เพื่อให้คนทำงานสื่อเหล่านี้สามารถสื่อสารสุขภาพให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

6.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานสื่อสารสุขภาพของสื่อท้องถิ่นแต่ละประเภท

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น

1. ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพในหนังสือพิมพ์ควรใช้วิธีการที่แปลกใหม่น่าสนใจเพื่อให้ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านนอกเหนือจากการนำเสนอด้วยบทความหรือบทวิเคราะห์และข่าว เช่น การ์ตูน และการถาม-ตอบข้อสงสัยของผู้มีชื่อเสียงในท้องถิ่น การยกตัวอย่างประกอบ การนำเสนอด้วยกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นจริง การนำเสนอเชิงเปรียบเทียบ หรือนำวิธีอื่นๆ เพื่อมาใช้ในการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ อย่างไรก็ดีสิ่งที่สำคัญที่สุดในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพทางหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คือ *"เนื้อหาควรกระชับ ชัดเจน เป็นภาษาที่เข้าใจง่าย อาจจะมีภาพประกอบ"*

2. เนื้อหาควรมีความครอบคลุมทุกกลุ่มคน ทุกเพศทุกวัย ทั้งเด็ก วัยรุ่น กลางคน และวัยชรา และครอบคลุมหลากหลายเรื่อง (6 อ.) มากขึ้น เช่น อนามัย ออกกำลังกาย แอลกอฮอล์ ซึ่งเป็นประเด็นที่พบในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นน้อยมาก บางฉบับไม่นำเสนอเรื่องแอลกอฮอล์เลย อย่างไรก็ดี ประเด็นอาหารที่พบมากที่สุดนั้น ยังควรมีอยู่ต่อไปเนื่องจากเป็นเรื่องสำคัญและผู้อ่านยังมีความต้องการ

3. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการควรคัดกรองการรับโฆษณา โดยนำเสนอเฉพาะโฆษณาที่ไม่เป็นโทษต่อสุขภาพของผู้บริโภค และอาจใช้วิธีการโฆษณาที่สร้างสรรค์ เช่น นำเสนอและยกย่องสินค้าหรือบริการที่ได้มาตรฐานและมีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภค เช่น โฆษณาของหนังสือพิมพ์เสียงทักษิณ ฉบับ วิชั่นภาคใต้ (จังหวัดสตูล) เนื่องจากโฆษณามีความโดดเด่นและมีผลกระทบโดยตรงต่อคนจำนวนมาก อีกทั้งหนังสือพิมพ์หลายฉบับมีสัดส่วนการโฆษณาประมาณครึ่งหนึ่งของทั้งหมด บางฉบับเกินครึ่ง ซึ่งมีทั้งโฆษณาตรงอย่างตรงไปตรงมา และโฆษณาแฝงแทรกท้ายบทความ การชวนชิมอาหารจานเด็ด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าด้านอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น

ร้านอาหาร คลินิคเสริมความงาม ร้านเสริมสวย สปา และโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งล้วนมีผลกระทบต่อผู้บริโภค ขณะเดียวกัน ในส่วนของผู้บริโภคไม่ควรหลงเชื่อคำโฆษณามากจนเกินไป

4. ควรหาโอกาสให้นักหนังสือพิมพ์และผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพสาขาต่างๆ ได้มีโอกาสพบปะกัน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการสื่อสารด้านสุขภาพทางหนังสือพิมพ์ เช่น จัดประชุมหารือความเป็นไปได้ในการสื่อสารประเด็นสุขภาพผ่านหน้าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น หรือพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ด้านทักษะการเขียนบทความลงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น เป็นต้น

5. ควรสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางให้เป็นผู้ส่งสารหลัก โดยเปิดโอกาสและกระตุ้นให้ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้ได้นำเสนอข้อมูล และความรู้ด้านสุขภาพผ่านทางคอลัมน์หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นให้มากขึ้น เนื่องจากเนื้อหาด้านสุขภาพเป็นเนื้อหาเฉพาะทาง หากผู้ส่งสารเป็นผู้เชี่ยวชาญที่แท้จริง จะทำให้สามารถนำเสนอความรู้สู่ผู้อ่านได้อย่างถูกต้องและชัดเจน ซึ่งจะทำให้ลดปัญหาความสับสนด้านข้อมูลได้มาก อย่างไรก็ดี ผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวควรได้รับการฝึกฝน เพิ่มพูนทักษะในการสื่อสาร โดยเฉพาะด้านการเขียนให้มากขึ้น เพื่อให้เนื้อหาด้านสุขภาพซึ่งเป็นเรื่องเข้าใจยากกลายเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ เป็นรูปธรรม และเข้าใจง่าย *“เป็นรูปแบบที่เป็นรูปธรรมที่สามารถนำมาใช้ในการปรับใช้กับชีวิตประจำวันได้”*

วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด

1. จากลักษณะของสื่อวิทยุกระจายเสียงฯ ที่สถานีแม่ข่ายส่วนกลางเป็นผู้กำหนดนโยบายในการดำเนินงานหลักของสถานีลูกข่ายทุกจังหวัด รวมทั้งการแบ่งสัดส่วนให้ทุกสถานีถ่ายทอดรายการจากส่วนกลางในปริมาณค่อนข้างมาก หลายสถานีถ่ายทอดส่วนกลางถึง 50% ดังนั้นจึงควรผลักดันให้สถานีแม่ข่ายผลิตรายการส่วนกลางที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพในปริมาณมากขึ้น รวมทั้งควรผลักดันให้สถานีส่วนกลางกำหนดนโยบายให้สถานีลูกข่ายผลิตรายการท้องถิ่นเกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้นเช่นกัน

2. เนื่องด้วยลักษณะของการดำเนินงานเชิงพาณิชย์ของวิทยุกระจายเสียงฯ ที่ทำให้อาจไม่สามารถแบ่งเวลาในการผลิตรายการด้านสุขภาพได้มากเท่ากับความต้องการของผู้รับสาร ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับรูปแบบในการให้ข้อมูลข่าวสาร นอกจากจะให้ข้อมูล

ที่เป็นเอกสารแล้ว ควรจะจัดทำในรูปแบบอื่นๆ ที่ง่ายและน่าสนใจ เช่น สปอต ทั้งนี้เพื่อที่ผู้ดำเนินรายการวิทยุฯ จะสามารถนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพได้อย่างสะดวกและถูกต้อง โดยไม่ต้องใช้งบประมาณในการผลิตเอง

3. ผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงฯ ควรพยายามสอดแทรกข้อมูลที่เป็นความรู้ด้านสุขภาพแก่ผู้ฟัง เข้าในช่วงต่างๆ ของรายการในปริมาณมากขึ้น โดยอาจนำเสนอเป็นเกร็ดความรู้สั้นๆ แต่ได้ใจความ เพื่อให้ผู้รับสารได้ความรู้ที่นำไปใช้ได้อย่างง่ายๆ ในขณะที่ผู้ดำเนินรายการไม่ต้องเสียเวลาในการนำเสนอเนื้อหาอื่นมากนัก

4. ในเรื่องของโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงนั้น นอกจากจะมีกฎหมายบังคับให้โฆษณายาต้องได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แล้ว ควรมีมาตรการอื่นๆ ที่รัดกุมเพิ่มเติมมากขึ้น เนื่องจากมีโฆษณาที่เป็นโทษต่อสุขภาพของผู้รับสารแอบแฝงในรูปแบบต่างๆ ทั้งที่ตอนแรกขออนุญาตโฆษณาเป็นสมุนไพรและเครื่องสำอาง แต่ในเนื้อหาคำโฆษณากลับอ้างสรรพคุณเป็นยา รวมถึงการโฆษณาโดยผู้ดำเนินรายการเอ่ยย้ำถึงสินค้านั้นในรายการบ่อยๆ จนกลายเป็นการตอกย้ำสรรพคุณของสินค้านั้นๆ เป็นต้น

5. สำหรับนักผลิตรายการอาชีพที่ผลิตรายการส่งขายให้สถานีวิทยุกระจายเสียงต่างๆ ในหลายจังหวัดนั้น ควรได้รับการผลักดันและกระตุ้นให้หันมาสนใจผลิตรายการที่มีเนื้อหาสาระด้านสุขภาพมากขึ้น หรือนำเสนอเกร็ดความรู้ด้านสุขภาพสอดแทรกในรายการที่ผลิตอยู่เดิมเพิ่มขึ้น

6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพควรให้การสนับสนุนด้านต่างๆ แก่ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง และผู้จัดรายการ ได้แก่ **ด้านข้อมูล** หน่วยงานควรจัดผู้รับผิดชอบทำหน้าที่ส่งข้อมูล ข่าวสารที่เป็นประโยชน์ ถูกต้อง และมีความน่าเชื่อถือ และควรส่งข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพแก่ผู้ดำเนินรายการอย่างรวดเร็ว ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรมสุขภาพ และสำหรับกรณีที่ผู้สื่อข่าวเข้าไปสอบถามข้อมูลเองนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือแก่ผู้สื่อข่าวให้สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านสุขภาพได้อย่างสะดวก **ด้านผู้เชี่ยวชาญ** ผู้บริหารหน่วยงานฯ ควรสนับสนุนให้ผู้เชี่ยวชาญ โดยเฉพาะผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น จักษุแพทย์ ทันตแพทย์ หรือผู้มีความรู้ด้านสุขภาพอื่นๆ ในหน่วยงานของตนมีโอกาสเป็นผู้ส่งสารด้านสุขภาพ ทั้งในแง่ของการให้ข้อมูล หรือให้สัมภาษณ์ในรายการต่างๆ และใน

แง่ของการเป็นผู้จัดรายการด้านสุขภาพเอง **ด้านเงินทุน** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีงบประมาณสนับสนุนแก่ผู้ที่สนใจจะจัดทำรายการด้านสุขภาพ หรืออาจให้ทุนสนับสนุนแก่ผู้ที่จัดทำรายการสุขภาพอยู่แล้ว เพื่อให้เกิดกำลังใจในการทำงาน รวมทั้งควรจัดสรรงบประมาณในการผลิตรายการและโครงการสำคัญที่เป็นประเด็นปัญหาสำคัญในท้องถิ่นแก่สื่อ เพื่อขยายผลถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเต็มที่ สุดท้ายคือ **ด้านการจัดอบรม ให้ความรู้** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพควรให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินรายการวิทยุกระจายเสียงฯ โดยการเปิดอบรมให้ความรู้ด้านสุขภาพ หรือพาไปศึกษาดูงานด้านสุขภาพ เพื่อให้บุคคลเหล่านี้เกิดความเข้าใจและตระหนักในการนำเสนอสารด้านสุขภาพมากขึ้น

7. หน่วยงานหรือองค์กรทั้งหมดที่เกี่ยวข้อง ทั้งด้านสุขภาพ และด้านสื่อสารมวลชน ควรประสานงานและร่วมมือกัน เพื่อทำความเข้าใจในสถานภาพและบทบาทการสื่อสารด้านสุขภาพ และสามารถกำหนดประเด็นสำคัญและทิศทางในการสื่อสารสุขภาพให้ในทางเดียวกัน อีกทั้งสามารถนำเสนอข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และถูกต้องสู่ประชาชนได้อย่างรวดเร็ว ทันเหตุการณ์ ซึ่งจะทำให้การสื่อสารด้านสุขภาพสู่ประชาชนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

วิทยุชุมชน

1. หน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องด้านสุขภาพ ควรเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนการจัดรายการด้านสุขภาพมากขึ้น โดยการสนับสนุนด้านข้อมูลแก่ผู้ที่จัดรายการอยู่เดิม รวมทั้งการจัดรายการเสริมรายการปกติเป็นครั้งคราว หรือจัดทำสปอตให้ความรู้ด้านสุขภาพในแง่มุมต่างๆ ที่น่าสนใจ ส่งให้ทางสถานีวิทยุชุมชนเปิด

2. ในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพทางวิทยุชุมชนนั้น เนื้อหาควรครอบคลุมสุขภาวะในทุกด้าน แต่อาจมีสัดส่วนแตกต่างกันออกไป โดยควรนำเสนอเนื้อหาด้านอโรคยาในสัดส่วนที่มากที่สุด เนื่องจากเป็นเรื่องที่ประชาชนในทุกท้องถิ่นสนใจมากที่สุด ในด้านรูปแบบการนำเสนอนั้น ควรมีรูปแบบที่หลากหลายและน่าสนใจมากขึ้น เช่น การให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการด้วยการตั้งคำถามเกี่ยวกับสุขภาพให้ชาวบ้านผู้ฟังตอบ หรือ ตั้งประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพให้ชาวบ้านร่วมแสดงความคิดเห็น เป็นต้น ในส่วนนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการจัดรายการด้วยการให้รางวัลตอบแทนเล็กๆ น้อยๆ แก่ผู้ตอบปัญหา หรือผู้มาร่วม

อภิปรายให้ความเห็นในรายการ เพื่อเป็นกำลังใจให้ชาวบ้านอยากติดตามรายการสุขภาพ เป็นต้น

3. คณะกรรมการดำเนินงานวิทยุชุมชนควรได้รับการกระตุ้นให้ตระหนักถึงความสำคัญในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ และควรได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือในการจัดทำรายการด้านสุขภาพจากชาวบ้านในชุมชนมากขึ้น

4. คณะกรรมการดำเนินงานวิทยุชุมชนควรเฟ้นหาชาวบ้านผู้มีองค์ความรู้ด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านสุขภาพ มาฝึกฝนทักษะการสื่อสาร และให้โอกาสในการจัดรายการ

5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหน่วยงานด้านสุขภาพควรเข้ามาสนับสนุนการสื่อสารด้านสุขภาพทางสื่อวิทยุชุมชนมากขึ้น ทั้งการสนับสนุนด้านข้อมูล ด้านบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งด้านเงินทุนด้วย ใน**ด้านข้อมูล**นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ ถูกต้อง ชัดเจน เข้าใจง่าย นำไปใช้ได้จริง และทันต่อเหตุการณ์ ใน**ด้านบุคลากร**นั้น ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีความรู้ด้านสุขภาพควรให้ความร่วมมือในการตอบข้อซักถาม การให้สัมภาษณ์ หรือรับเชิญมาร่วมในรายการให้มากขึ้น นอกจากนั้นบุคลากรที่เป็นชาวบ้านที่จัดรายการด้านสุขภาพวิทยุชุมชนอยู่แล้ว ควรได้รับการฝึกฝนทักษะในการจัดรายการให้น่าสนใจและควรได้รับการอบรมความรู้เพิ่มเติมให้มากขึ้น และใน**ด้านเงินทุน**นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดสรรงบประมาณในการจัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดรายการเพิ่มเติม เช่น คอมพิวเตอร์ เทป ซีดี เครื่องบันทึกเสียง เป็นต้น และงบประมาณในการซ่อมบำรุงอุปกรณ์ที่ชำรุดทรุดโทรม รวมถึงงบประมาณสนับสนุนค่าสาธารณูปโภคในการดำเนินงาน เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ เพื่อช่วยให้การดำเนินรายการมีประสิทธิภาพขึ้น

หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย

1. หน่วยงานด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนข้อมูลให้แก่หอกระจายข่าวแต่ละแห่งอย่างสม่ำเสมอเพราะมีข้อมูลข่าวสารด้านสุขภาพใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา ผู้ฟังมีความต้องการข้อมูลเหล่านี้ และสื่อที่จัดส่งไปควรมีความเหมาะสมกับเครื่องเสียงของแต่ละหมู่บ้าน หลายท้องที่ยังเป็นพื้นที่ยากจนโดยเฉพาะหอกระจายข่าวนอกเขตอำเภอเมือง แม้แต่เวลาในการใช้หอกระจายข่าวก็ต้องคำนึงถึงค่าไฟฟ้า บางแห่งมีแต่เครื่องเล่นเทปคาสเซ็ท ไม่มีเครื่องเล่นซีดีแต่มักได้รับข้อมูลเป็นซีดี เป็นต้น โดยอาจสำรวจเพื่อปรับปรุงข้อมูลหอกระจาย

ข่าวแต่ละแห่งทั่วประเทศก่อนจัดทำสื่อส่งไปให้เพื่อไม่ให้เป็นการสูญเสียงบประมาณโดยใช่เหตุ

2. ผู้จัดรายการเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้หอกระจายข่าวให้เป็นประโยชน์สูงสุดกับชุมชน ควรอบรมคนที่สนใจเพิ่ม เพื่อให้มีคนหลายคนใช้เครื่องเป็น สร้างความมั่นใจให้คนใหม่ๆ ว่าสามารถเป็นผู้จัดได้ไม่ยาก จะสามารถแก้ปัญหาเรื่องการไม่มีเวลาว่างของผู้นำได้โดยเฉพาะ อสม. ปราชญ์ชาวบ้าน หมอสมุนไพร ซึ่งการจัดรายการหอกระจายข่าวเป็นเรื่องที่ไม่ยากเกินไปเนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย ใช้ง่าย จึงควรพัฒนาบุคคลที่มีศักยภาพด้านสุขภาพอยู่แล้วนี้ให้เป็นผู้จัดรายการ ซึ่งจะเป็นการนำแหล่งข้อมูลบุคคลมาทำหน้าที่ผู้สื่อสารเอง ซึ่งทำให้คนเหล่านี้มีความมั่นใจและทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้อาจต้อง อบรมการใช้งานและการดูแลรักษาเครื่องอย่างถูกต้อง เพื่อให้เครื่องเสียงมีอายุการใช้งานยาวนาน

3. ควรปรับปรุงรูปแบบรายการให้น่าสนใจมากขึ้นกว่าการประกาศแจ้งข่าวสาร เช่น เชิญบุคคลมาสัมภาษณ์ จัดรายการสนทนา อาจทำโดยจัดอบรมเทคนิคการจัดรายการให้คนในท้องถิ่น

เคเบิลทีวี

1. ผู้บริหารสื่อเคเบิลทีวีควรมีความตระหนักถึงความสำคัญของสาระด้านสุขภาพเพิ่มมากขึ้น และให้การสนับสนุนการดำเนินงานสื่อสารด้านสุขภาพ แม้จะต้องทำให้เสียผลประโยชน์ของบริษัท แต่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่นโดยรวม

2. ควรมีการพิจารณานำเสนอเนื้อหาสาระด้านสุขภาพ ในลักษณะที่เป็นรายการเฉพาะด้านสุขภาพมากขึ้น เพราะการนำเสนอในรูปแบบข่าวดังเช่นที่ทำอยู่ในปัจจุบัน สื่อเคเบิลทีวีทำหน้าที่เพียงแจ้งหรือบอกเล่าให้ผู้ชมทราบว่าเกิดอะไรที่ไหนเท่านั้น ซึ่งมีลักษณะเป็นการให้ข้อมูล(Informative) แท้ที่จริงสื่อเคเบิลทีวีสามารถทำหน้าที่ให้ความรู้(Educative) ทำให้ผู้ชมมีความเข้าใจในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมากขึ้นและเป็นความเข้าใจที่ถูกต้อง สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริง หรือแม้แต่ทำหน้าที่โน้มน้าว(Persuasive) เชิญชวนให้ผู้ชมประพฤติปฏิบัติตนด้านสุขภาพได้อย่างเหมาะสมมากกว่าที่เคยปฏิบัติมา

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรอบแก้ว ปันยารชุน. 2539. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเป็นสมาชิก**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กิติมา สุรสนธิ. 2533. **ความรู้ทั่วไปทางการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

กาญจนา แก้วเทพ. 2541. **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

กาญจนา แก้วเทพ. 2543. **สื่อเพื่อชุมชน การประมวลองค์ความรู้**.กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ขนิษฐา สมร่าง. 2532. **ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ เนื้อหาข่าวและความต้องการของผู้อ่านในด้านการเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์รายวัน ไทยนิมิต จังหวัดลพบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คมสัน หุตะแพทย์. 2535. **ประสบการณ์จากงานวิจัยเพื่อปรับปรุงพฤติกรรมการกินของชาวบ้านอีสาน การสื่อสารเพื่องานพัฒนาชุมชน**. นครปฐม: ฝ่ายเผยแพร่และสื่อสาร ฝ่ายโภชนาการชุมชน สถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

จริมา ทองสวัสดิ์. 2545. **ความต้องการข่าวสาร การเปิดรับ และการใช้ประโยชน์ข่าวสารด้านสุขภาพจากเว็บไซต์สุขภาพของผู้ใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร** . วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จุมพล รอดคำดี. 2522. **บทบาทของสื่อกระจายเสียงต่อการพัฒนาประเทศ**. นิเทศสาร. 8(2) ,1.

----------. 2540. **วิทยุกระจายเสียงชุมชน (Community Radio) ของประชาชน โดยประชาชน เพื่อประชาชน วิทยุชุมชน การปฏิรูปสื่อเพื่อสังคม**. อุบลราชธานี: ศิริธรรมออฟเซ็ท.

----------. 2542. **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชม ภูมิภาค. 2520. **คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง**. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชลธิรา ซึ้งจิตตวิสุทธิ และวิภา ไชยณรงค์. 2542. **ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานหอกระจายข่าวสารหมู่บ้าน**. นนทบุรี : กองสุขศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.

ชวรัตน์ เชิดชัย. 2527. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร. บพิธการพิมพ์.

ชวลิต ปัญญาลักษณ์ และคณะ. 2528. **หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นพัฒนาประเทศได้อย่างไร. รายงานสรุปผลการสัมมนาเรื่อง พัฒนาการของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคเหนือ**. เชียงใหม่ : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วีรนุช พลนิกร – ไม้ไทย และคณะ. 2528. **หลายสำเนียงจากโลกเดียวกัน : การสื่อสารกับสังคม . แปลจาก Many Voices One World** กรุงเทพมหานคร : สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยการศึกษา ฯ สหประชาชาติ.

ดนยา ธัชชนก. 2538. **หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นรายวันจังหวัดเชียงใหม่กับการกำหนดวาระข่าวสารการพัฒนาแก่ชุมชน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงพร คำนูณวัฒน์. 2544. **ภาษาและวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ บริษัท สหธรรมิก จำกัด.

ดวงพร คำนูณวัฒน์ และคณะ. 2547. **การดำเนินงานหอกระจายข่าวสารที่สนองตอบความต้องการของชุมชนอย่างยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทิวาพร แสนเมืองชิน. 2543. **การสื่อสารแบบมีส่วนร่วมของประชาชนโดยผ่านรายการวิทยุชุมชนสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทยจังหวัดนครราชสีมา.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธงชัย เล็กกัมพร. 2530. **ประสิทธิผลของการให้การศึกษาด้านสาธารณสุขมูลฐานแก่ครอบครัวโดยใช้หอกระจายข่าวสารอย่างมีระบบและแบบเรียนด้วยตนเอง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.

ธีรารักษ์ โพธิสุวรรณ. 2542. **เทคนิคการสื่อข่าวและการเขียนข่าววิทยุกระจายเสียงเบื้องต้น**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นพรัตน์ มณีรัตน์. 2541. **การสื่อสารในการการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวงอำเภอลานสกา จังหวัด นครศรีธรรมราช**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิตยา จันฤาชัย. 2542. **วิทยุชุมชน** . สารนิพนธ์ ปริญญาวารศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุโทรทัศน์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปรมะ สตะเวทิน. 2526. **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองการพิมพ์.

----------. 2528. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

----------. 2533. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

----------. 2538. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

----------. 2539. **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

----------. 2541. **การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

ปรียานุช ห้องสำเริง. 2538. **แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโทรทัศน์ระบบ VHF และเคเบิ้ลทีวีในประเทศไทยที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีของดาวเทียมไทยคม**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ปาริชาต สถาปิตานนท์. 2545. **ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทด่านสุทธาการพิมพ์.

ผนุรัตน์ โกศัย. 2545. **พฤติกรรมการรับชมและการรับรู้รายการละครโทรทัศน์ไทยของคนลาวในเวียงจันทร์**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิทยา พัฒนธัญญา. 2535. **ความคิดเห็นของนักหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในเขตภาคเหนือตอนล่าง ต่อบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่ควรจะเป็นและที่กำลังเป็นอยู่ ในการเสนอข่าวสารเพื่อการพัฒนา**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พีระ จิระโสภณ. 2529. **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 11**. พิมพ์ครั้งที่ 2. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พีระ จิรโสภณ. 2531. **ทฤษฎีการสื่อสาร. หลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 11**. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมมาธิราช.

พีระ จิรโสภณ. 2536. **สิ่งพิมพ์ชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อัดสำเนา)

ไพชยนต์ ชนะกาญจน์. 2524. **ปัญหาและความต้องการการดำเนินงานหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้านของคณะกรรมการและผู้รับฟังในจังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

มณฑาวดี พูลเกิด. 2539. **ความสัมพันธ์ระหว่าง การเปิดรับสื่อมวลชน ความเชื่อทางศาสนา และความทันสมัยของนิสิตนักศึกษาระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มุกดา แก้วมุณีโชค. 2531. **ศึกษาประสิทธิผลของสื่อเสียงตามสายที่มีต่อความรู้ทัศนคติ และการปฏิบัติตนเกี่ยวกับการสุขาภิบาลอาหารของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เมธี มีมุข. 2536. **พัฒนาการของโทรทัศน์บอกรับสมาชิกในประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2525 – 2534**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งอรุณ อุดมศิลป์. 2535. **สภาพปัญหาและความต้องการในการดำเนินงานหอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้านในจังหวัดชัยภูมิ ตามการรับรู้ของผู้ดำเนินงานและประชาชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ละเอียด ศิลาอ่อน. 2532. **รายงานการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง เคเบิ้ลทีวี : บทบาทใหม่ต่อสังคมไทย** มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัลลภ สวัสดิวัลลภ. 2527. **หนังสือและการพิมพ์**. ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ วิทยาลัยครูเพชรบุรี.

วาสนา จันทร์สว่าง. 2534. **การประชาสัมพันธ์ในงานสาธารณสุข**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

วาณิชชา ชัยวงศ์. 2545. **การใช้สื่อวิทยุกระจายเสียงและความต้องการวิทยุชุมชนของประชาชนในจังหวัดสตูล**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาชนบทศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิจารณ์ คหัฏฐา. 2531. **ประสิทธิผลของทีมงานในการใช้หอกระจายข่าวเพื่อสนับสนุนงานสาธารณสุขมูลฐาน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิชัย วิริยา. 2533. **ประสิทธิผลการให้การศึกษาเรื่องโรคอุจาระร่วงแก่ประชาชนโดยวิธีการฝึกอบรมและการฟังเทปทางหอกระจายข่าวสารประจำหมู่บ้าน จังหวัดน่าน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาสาธารณสุขศาสตร์) สาขาสุขศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.

วิรัช อภิรัตนกูล. 2529. **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วีระศักดิ์ สาเลยยกานนท์. 2530. **คู่มือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น**. กรุงเทพมหานคร : สถาบันพัฒนาการหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.

วิไล ฉัตรกุล ณ อยุธยา. 2534. **หนังสือพิมพ์ไทยกับหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสาร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการหนังสือพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วุฒิชัย จำนง. 2523. **พฤติกรรมการตัดสินใจ**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.

ศกุนตลา ลัคนศิยานนท์. 2539. **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเป็นสมาชิกไอบีซีเคเบิ้ลทีวี ในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย .

ศิริชัย ศิริกายะ. 2525. **สื่อมวลชนเพื่อการพัฒนาในเขตเมืองในชนบท**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริชัย ศิริกายะ. 2526. **เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการเรื่อง ปัญหาเคเบิ้ลทีวีกับนโยบายการสื่อสารแห่งชาติ**. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุทธิชัย บุนนาค. 2542. **พันธกิจทางสังคมท้องถิ่นของวิทยุกระจายเสียง ปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น: ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมและผลักดันองค์กรปกครองท้องถิ่นให้อิสระตามรัฐธรรมนูญ** .กรุงเทพมหานคร :บริษัท ดับเบิ้ลนายน์ พริ้นติ้ง จำกัด.

ศุทธิชัย บุนนาค. 2543. **การบริหารและการจัดรายการวิทยุ อ.ส.ม.ท. เพื่อชุมชน**. ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เศรษฐพร คูศรีพิทักษ์. 2534. **เอกสารประกอบการสัมมนาทางวิชาการเรื่อง "อนาคตเคเบิ้ลทีวีในประเทศไทย"**. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดสตูล. 2542. แผ่นพับประชาสัมพันธ์. (มปส.)

สนั่น สนธิสัมพันธ์. 2530. **ผลการใช้รูปแบบรายการเทปบันทึกเสียงสำหรับรายการกระจายเสียงทางหอกระจายข่าวในชุมชนที่มีต่อการเรียนรู้เรื่องพยาธิใบไม้ในตับเพื่อการพัฒนาสาธารณสุขมูลฐาน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมควร เจริญสุข. 2539. **พฤติกรรมการเปิดรับสารและความพึงพอใจจากการรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของนักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมพงษ์ ศิริเจริญ และคณะ. 2506. **คู่มือการใช้โสตทัศนวัสดุ** . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โครงการพัฒนาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

สมพร พรจันทร์. 2536. **สภาพความต้องการและปัญหาเกี่ยวกับหอกระจายข่าวสารหมู่บ้านในการเผยแพร่ความรู้ด้านสาธารณสุขมูลฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สากล ไพเราะ. 2542. **สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์เพื่อชุมชน.** เอกสารประกอบการบรรยายฝึกอบรมนักจัดรายการ(อัดสำเนา). กรุงเทพมหานคร : คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ส่งเสริมสุขภาพ, สำนัก. (มปป). **การส่งเสริมสุขภาพสำหรับสมาชิกชมรมสร้างสุขภาพ.** นนทบุรี: กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.

สุขศึกษา, กอง. 2527. **รายงานผลการศึกษาโครงการพัฒนาและสาธิตรูปแบบงานสุขศึกษาผ่านระบบสื่อมวลชน (วิทยุและหอกระจายข่าว) เพื่อสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชน พ.ศ. 2526-2527**. กระทรวงสาธารณสุข.

----------. 2542. **หอกระจายข่าวสารหมู่บ้านเพื่อเสียงตามสาย ปีงบประมาณ 2542**. นนทบุรี:กองสุขศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข.

----------. 2543. **คู่มือการปฏิบัติงานเผยแพร่ความรู้ข่าวสารเพื่อการพัฒนาและการดำเนินงานหอกระจายข่าวสารหมู่บ้าน**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ชุมนุม.

สุดฤทัย เลิศเกษม. 2535. **การวิเคราะห์ "ข่าวท้องถิ่น" ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุภา ศิริมานนนท์. 2528. **รายงานสรุปผลการสัมมนาเรื่องพัฒนาการของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคเหนือ**(อัดสำเนา). เชียงใหม่ : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุมน โมรากุล. 2539. **การศึกษาแนวทางการปรับปรุงงานหอกระจายข่าวของชุมชน**. วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรินทร์ แปลงประสพโชค. 2534. **การทดลองจัดวิทยุกระจายเสียงชุมชนสำหรับชนบทในเขตชานเมือง จังหวัดจันทบุรี**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วงศ์มณฑา. 2541. **108 การประชาสัมพันธ์**. กรุงเทพมหานคร : เอ.เอ็น. การพิมพ์.

เสียงฝน รัตนพรหม. 2545. **การเปิดรับสื่อวิทยุ- โทรทัศน์จากประเทศมาเลเซียของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย**.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร. 2541. **พิจารณาคัดเลือกคู่สัญญาฯ 4 จังหวัดภาคใต้**. เอกสารประกอบ (มปส.)

อัจฉรา หัสบำเรอ. 2520. **ข้อดีข้อเสียของวิทยุ** (อัดสำเนา). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์การประชาสัมพันธ์.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2522. **บทบาทของสื่อวิทยุกระจายเสียงต่อการพัฒนาประเทศ**. นิเทศสาร ปีที่ 8 ฉบับที่ 2, 32 -35.

----------. 2539. **บทบาทของรัฐในทางด้านสื่อมวลชน**. กรุงเทพมหานคร : ห้างหุ้นส่วนจำกัด บี.เจ. เพลท โปรเซสเซอร์.

----------. 2547. **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุษณีย์ จินาพงษ์. 2535. **ทัศนคติของสมาชิกที่มีต่อรายการโรงเรียนเกษตรทางอากาศ ของสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อการเกษตร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุษา จันทร์ประกาศ. 2534. **การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ฟังรายการวิทยุกระจายเสียงชุมชนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดจันทบุรี** . วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุพาร เนื่องจำนงค์. 2520. **สื่อสารมวลชน...วิทยุ –โทรทัศน์**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์อักษรบัณฑิต.

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์. 2542. **สถาบันการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม** เอกสารประกอบการเสวนาเรื่อง หลักการ แนวทางการดำเนินการวิทยุชุมชนเพื่อประชาสังคม ในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการเรื่อง วิทยุชุมชนเพื่อประชาสังคม วันที่ 24-26กันยายน 2542 ที่โรงแรม อมารีรีสอร์ท พัทยา.

---------- 2544. **แนวทางการพัฒนาแผนสื่อชุมชนสี่ภูมิภาค** .เอกสารประกอบการสัมมนา (มปส.)

---------- 2544. **แนวคิดวิทยุชุมชนจากเวทีปฏิรูปภาคประชาชน**. เอกสารประกอบการสัมมนา (มปส.)

ภาษาอังกฤษ

Berrigan , F. J. 1979. **Access and Participation**. Paris : UNESCO.

Blumler, Jay G. 1985. **Media Gratifications Research Current Perspective.** Beverly Hill : Sage Publications.

Charles K. , Atkin. 1973. **New Model For Mass Communication Research**. New York : The Free Press.

Hitchcock, David I. 1976. **The provincial Press and National Development in Malaysia and the Philippines Asian Communication: Research Training Planning**. Hawaii : East – West center .

Klapper, Joseph T. 1967. **The Effect of Mass Communication**. New York. Free Press.

Lansang, Blandinn T. 1968. **Content Analysis of Four community Newspapers**. Unpublished Undergaduated Research. Department of Development Communication, the University of Philippines at Los Banos.

Macknown H.C. 1949. **Audio –Visual Aids to Instruction**. New York : Mc Graw Hill , Co.

McQuail , Denis. 1983. **Mass Communication Theory.** London : Sage Publications.

----------. 1987. **Mass Communication Theory (2 ed).** London : Sage Publications.

McCombs, Maxwell and Becker, Lee B. 1979. **Using Mass Communications Theory**. Englewood cliffs: N.J. Princtice Hall.

Merdelsohn, Harraoad. 1930. **The roles of the radio, Cited by Krcher, Allen, Radio and television reading in the mass media** . New York.

Merill, John C. and Lowenstein, Ralph L. 1971. **Media Message and Men : New Perspective in Communication**. New York : David Meday Company Inc.

Roger, Everett M. 1969. **Modernization Among Peasants : The Impact of Communication**. New York : Holt, Rinehart and Winston Inc.

Rucher, Frank W. 1968. **Newspaper Organization and Management**. Iowa : Iowa State University Press.

Schramm, Willbur . 1973. **Channels and Audience in Handbook of Communication**. Chicago: Rac Mc Nelly College Publishing Company

Schramm, Wilbur. 1973. **Men Messages and Media : A look at Human Communication**. New York : Harper& Row Publisher.

Seymour-Ure, Colin. 1968. **The Press, Politics and the Public**. London : New fetter lane.

Singhal, A. and Roger, E.M. 1989. **Indian's Information Revolution.** Newdelhi : Sage Publications.

Singhal, A. and Sthapitanonda, P.1996. **The Role of Communication Development : Lessons Learned from the Critique of the Dominant , Dependency , and Alternative Paradigm**. Journal of Development Communication.

Tiffin , Joseph and Mc Cormick, Enseser J. 1965. **Industrial Psychology.** Englewood Cliffs : N. J : Prentice.

Wittich W.A. and Schuller C.F. 1953. **Audio – Visual Materials : Their Nature and Use**. New York : Harper.

เว็บไซต์

http://www.ctv.co.th

http://www.nctv.co.th

http://www.catvthai.org

http://www.songkhlatoday.com

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่น

แบบสอบถามผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่น

ประเภทของสื่อ

[ ] หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น [ ] วิทยุกระจายเสียงในจังหวัด [ ] วิทยุชุมชน

[ ] หอกระจายข่าว [ ] เคเบิลทีวี

1. ชื่อและที่อยู่

ชื่อ/นามสกุล : ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว.....

วันเดือนปีเกิด : ..... E-mail : .....

โทรศัพท์ :..... มือถือ :..... โทรสาร : .....

สถานที่ทำงาน : .....

โทรศัพท์ : ..... โทรสาร : .....

เว็บไซต์ : .....

2. การศึกษา

2.1) วุฒิการศึกษา : ..... คณะ : .....

สาขาวิชา : ..... สถาบัน : .....

☐ สำเร็จการศึกษาแล้ว ☐ กำลังศึกษา

3. ระยะเวลาการทำงาน (เริ่มจากปัจจุบัน)

3.1) ตำแหน่ง :..... สถานที่ทำงาน : .....พ.ศ.-พ.ศ.:.....

สาย* :... สื่อ** :...อาชีพหลัก/อาชีพรอง:..... /.....

---

* (สาย 1 = สายการเมือง, 2 = สายกีฬา, 3 = สายสาธารณสุข, 4 = สายเศรษฐกิจ, 5 = สายข่าวสังคม, 6 = ไม่แบ่งสาย) สามารถเพิ่มสายได้ และโปรดกำหนดความหมายให้ด้วย

** (สื่อ 1 = นิตยสาร, 2 = อินเทอร์เน็ต, 3 = โทรทัศน์, 4 = หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง, 5 = หอกระจายข่าวสาร, 6 = เคเบิลทีวี, 7 = หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, 8 = วิทยุชุมชน, 9 = วิทยุกระจายเสียง)

3.2) ตำแหน่ง :..... สถานที่ทำงาน : .....พ.ศ.-พ.ศ.:.....
สาย :... สื่อ :....อาชีพหลัก/อาชีพรอง:..... /.....

3.3) ตำแหน่ง :..... สถานที่ทำงาน : .....พ.ศ.-พ.ศ.:.....
สาย:... สื่อ :....อาชีพหลัก/อาชีพรอง:..... /.....

3.4) ตำแหน่ง :..... สถานที่ทำงาน : .....พ.ศ.-พ.ศ.:.....
สาย:... สื่อ :....อาชีพหลัก/อาชีพรอง:..... /.....

4. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการทำงาน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

4.1 หน่วยงานภาครัฐ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] 4.1.1 กระทรวงสาธารณสุข

[ ] 4 .1.2 โรงพยาบาล (โปรดระบุ) .....

[ ] 4.1.3 สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข

[ ] 4.1.4 สำนักปฏิรูประบบสุขภาพแห่งชาติ

[ ] 4.1.5 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

[ ] 4.1.6 มหาวิทยาลัย (โปรดระบุ) .....

[ ] 4.1.7 สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด

[ ] 4.1.8 อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

4.2 องค์การเอกชน / มูลนิธิ (โปรดระบุ) .....

.....

4.3 บุคคล (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

[ ] 4.3.1 แพทย์ / พยาบาล

[ ] 4.3.2 เจ้าหน้าที่สาธารณสุข

[ ] 4.3.3 นักวิชาการ

[ ] 4.3.4 อื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

4.4 สื่อสิ่งพิมพ์ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ / ระบุชื่อได้มากกว่า 1 ชื่อ)

[ ] 4.4.1 หนังสือ ชื่อ (โปรดระบุชื่อหนังสือ / ภาษา)

1) .....

2) .....

3) .....

[ ] 4.4.2 นิตยสาร/วารสาร ชื่อ (โปรดระบุชื่อนิตยสาร / วารสาร / ภาษา)

1) .....

2) .....

3) .....

[ ] 4.4.3 หนังสือพิมพ์ ชื่อ (โปรดระบุชื่อหนังสือพิมพ์ / ภาษา)

1) .....

2) .....

3) .....

[ ] 4.4.4 อื่น ๆ (โปรดระบุ เช่น บทความ) .....

4.5 อินเทอร์เน็ต (ตอบได้มากกว่า 1 เว็บไซต์)

โปรดระบุชื่อเว็บไซต์ / ภาษา .....

.....

4.6 สำนักข่าว (ตอบได้มากกว่า 1 แห่ง)

โปรดระบุชื่อสำนักข่าว / ภาษา .....

.....

4.7 แหล่งข้อมูลอื่น ๆ (โปรดระบุ) .....

.....

5. ปัญหาที่พบในการทำงาน (ถ้ามี) .....

.....

.....

.....

.....

6. สิ่งที่ต้องการได้รับการสนับสนุน (ถ้ามี) .....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมืออย่างดี

กรอกข้อมูลวันที่ ...../ ...../.....

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามการเปิดรับและความคาดหวังของคนท้องถิ่น ต่อการสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

แบบสอบถามการเปิดรับและความคาดหวังของคนท้องถิ่น
ต่อการสื่อสารด้านสุขภาพของสื่อท้องถิ่น

<u>คำชี้แจง</u> : 1) แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 หน้า

2) ทุกคำตอบของท่านมีความสำคัญต่อผลการศึกษานี้

3) โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ใน ☐ หน้าคำตอบที่ท่านต้องการ / กรอกข้อมูลในช่องว่าง

4) หากท่านสงสัยข้อใด โปรดสอบถาม ..... (ผู้ประสานงานโครงการฯ ประจำจังหวัด)

<u>ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน</u>

สำหรับคณะวิจัย

1. เพศ

☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง ☐

2. อายุ

☐ 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี ☐ 2) 31 – 60 ปี ☐ 3) 61 ปีขึ้นไป ☐

3. การศึกษาขั้นสูงสุด

☐ 1) ประถมศึกษา ☐ 2) มัธยมศึกษา ☐ 3) อุดมศึกษา ☐

4. รายได้ต่อเดือน

☐ 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท ☐ 2) 5,001-10,000 บาท ☐

☐ 3) 10,001-15,000 บาท ☐ 4) สูงกว่า 15,000 บาท

<u>ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อมวลชนส่วนกลาง</u>

5. ท่านอ่านหนังสือพิมพ์หรือไม่

☐ 1) ประจำ (มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์) ☐

☐ 2) นานนานอ่านที (น้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์) ☐ 3) ไม่อ่าน

สำหรับคณะวิจัย

6. ท่านฟังวิทยุหรือไม่

☐ 1) ประจำ (มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์) ☐

☐ 2) นานนานฟังที (น้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์) ☐ 3) ไม่ฟัง

7. ท่านดูโทรทัศน์หรือไม่

☐ 1) ประจำ (มากกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์) ☐

☐ 2) นานนานดูที (น้อยกว่า 3 ครั้ง/สัปดาห์) ☐ 3) ไม่ดู

ส่วนที่ 3 การเปิดรับสื่อท้องถิ่น

8. ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาท่านอ่านหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นบ้างหรือไม่

☐ 1) อ่าน ☐ 2) ไม่อ่าน ☐

9. ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมาท่านฟังวิทยุกระจายเสียงในจังหวัดบ้างหรือไม่

☐ 1) ฟัง ☐ 2) ไม่ฟัง ☐

10. ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมาท่านฟังวิทยุชุมชนบ้างหรือไม่

☐ 1) ฟัง ☐ 2) ไม่ฟัง ☐

11. ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมาท่านฟังหอกระจายข่าว/เสียงตามสาย/เสียงไร้สายบ้างหรือไม่

☐ 1) ฟัง ☐ 2) ไม่ฟัง ☐

12. ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมาท่านดูเคเบิลทีวีบ้างหรือไม่

☐ 1) ดู ☐ 2) ไม่ดู ☐

ส่วนที่ 4 ความต้องการให้สื่อท้องถิ่นนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพ

13. ท่านต้องการให้หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพหรือไม่

☐ 1) ต้องการ ☐ 2) ไม่ต้องการ ☐

14. ท่านต้องการให้<u>วิทยุกระจายเสียงในจังหวัด</u>นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพหรือไม่

☐ 1) ต้องการ ☐ 2) ไม่ต้องการ ☐

15. ท่านต้องการให้<u>วิทยุชุมชน</u>นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพหรือไม่

☐ 1) ต้องการ ☐ 2) ไม่ต้องการ ☐

16. ท่านต้องการให้<u>หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย/เสียงไร้สาย</u>นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพหรือไม่

☐ 1) ต้องการ ☐ 2) ไม่ต้องการ ☐

17. ท่านต้องการให้<u>เคเบิลทีวี</u>นำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพหรือไม่

☐ 1) ต้องการ ☐ 2) ไม่ต้องการ ☐

<u>ส่วนที่ 5 เปรียบเทียบระหว่างสื่อ</u>

18. ท่านต้องการรับเนื้อหาด้านสุขภาพจากสื่อใด มากน้อยเพียงใด

(เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย : 1 = มากที่สุด)

☐ 1) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ☐ 2) วิทยุกระจายเสียงในจังหวัด ☐☐

☐ 3) วิทยุชุมชน ☐ 4) หอกระจายข่าว/เสียงตามสาย/เสียงไร้สาย ☐☐☐

☐ 5) เคเบิลทีวี

19. ท่านต้องการเนื้อหาด้านสุขภาพประเด็นใด มากน้อยเพียงใด

(เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย : 1 = มากที่สุด)

☐ 1) อาหาร ☐ 2) ออกกำลังกาย ☐☐☐

☐ 3) อโรคยา (โรคภัยไข้เจ็บ, สารเสพติด, อุบัติเหตุ) ☐☐☐

☐ 4) อารมณ์ (ช่วยให้สุขภาพกาย/จิตดีขึ้น)

☐ 5) แอลกอฮอล์ ☐ 6) อนามัย (สิ่งแวดล้อม)

20. ถ้าให้เลือก ท่านต้องการเนื้อหาด้านสุขภาพจากสื่อใดมากกว่ากัน

☐ 1) สื่อมวลชนส่วนกลาง ☐ 2) สื่อท้องถิ่น ☐

21. ข้อเสนอแนะในการนำเสนอเนื้อหาด้านสุขภาพในสื่อท้องถิ่น (ถ้ามี)

วันที่ ...../ ...../.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาตอบแบบสอบถาม

คณะผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยมหิดล และ

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข (สวรส.)

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพผู้ให้ข้อมูล

รายชื่อผู้ทำหน้าที่สื่อสารด้านสุขภาพผู้ให้ข้อมูล

ประเภทสื่อท้องถิ่น จังหวัด แพร่	ชื่อสื่อมวลชน	ชื่อ/สกุล
1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	เหนือแพร่	1. นายวิโรจน์ แสนใจยา
	แพร่ข่าว	2. นายศิริศักดิ์ ศิริทิชากร
2. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	อสมท	3. นายกิจชัยยงค์ พงษ์ศิริ
	สวท.	4. น.ส.ชนิสา ชมศิลป์
	ตำรวจ	5. นายสถิตย์ ตาราช
3. วิทยุชุมชน	วปถ. ลอง	6. นายคนอง แว่นแก้ว
4. หอกระจายข่าว	บ้านสะบู	7. นายสัมฤทธิ์ อินแสน
5. เคเบิลทีวี	บจ.เคเบิลทีวีแพร่	8. นายสิทธิชัย เหล่าสกุล
ประเภทสื่อท้องถิ่น จังหวัด นครพนม	**ชื่อสื่อมวลชน**	**ชื่อ/สกุล**
1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	ไทยนิยม	1. นายโฆษิต สุดสงวน
	นครสาร	2. นายกวี ศรีสรรค์
	เนชั่นข่าวไท	3. นายธนวัฒน์ จันทร์ต๊ะบุญ
2. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	อสมท	4. นายมุนินทร์ ชูฉัฏฐะ
	สวท.	5. นายเกรียงไกร วิวัฒน์พนชาติ
	ทหารอากาศ	6. นายกำจร อุดชุมพิสัย
3. วิทยุชุมชน	ภูมิพลังมวลชน	7. นายธนศักดิ์ คำด่าง
4. หอกระจายข่าว	เทศบาลนครพนม	8. นายเทิดศักดิ์ พลนารี
5. เคเบิลทีวี	บจ.เอ็นพีเคเบิ้ลทีวี	9. นางศรีสุพรรณ มาลาวิทยา

ประเภทสื่อท้องถิ่น จังหวัด นครปฐม	ชื่อสื่อมวลชน	ชื่อ/สกุล
1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	ยอดแหลมนิวส์	1. นายสุริยัน โรหิตเสถียร
	พลังธรรม	2. นายวิวัฒน์ บุญยเลขา
	เสรีไทย	3. นางกรองกาญจน์ ฉ่ำชื่น
2. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	ทหารอากาศ	4. นาวาอากาศตรี เสน่ห์ ศรีวัฒนา
3. วิทยุชุมชน	เพื่อนชุมชน	5. สมณะอิทธิภาโว
4. หอกระจายข่าว	เสียงตามสาย (ตลาดบน)	6. นายสมพงศ์ เอกจริยกร
5. เคเบิลทีวี	บจ.นครปฐมเคเบิ้ลทีวี	7. นายคมกฤษ นนทกลิ่น
ประเภทสื่อท้องถิ่น จังหวัด จันทบุรี	**ชื่อสื่อมวลชน**	**ชื่อ/สกุล**
1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	ซีทีวีนิวส์	1. นายสุพิทย์ ทองเกิด
	สื่อมหาชน	2. นายประภาส ตันเจริญ
2. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	อสมท	3. นายสุชาติ ชินบุญนาค
	สวท.	4. นายสมพงษ์ ชาญเนตร
	ทหารอากาศ	5. พันจ่าอากาศเอกสุรชัย สีตะปัน
3. วิทยุชุมชน	บางสระเก้า	6. ด.ต.พัฒนพงษ์ กระทุ่มเขต
4. หอกระจายข่าว	บ้านห้วงกระแจะ	7. นายนิมิต คุมคณะ
5. เคเบิลทีวี	บจ.เคเบิลทีวีจันทบุรี	8. นางวัลลา สืบสอน

ประเภทสื่อท้องถิ่น จังหวัด กาญจนบุรี	ชื่อสื่อมวลชน	ชื่อ/สกุล
1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	มติกาญจน์	1. นายปัญญา มังกโรทัย
	นายหน้าเศรษฐกิจ	2. นายสรวุฒิ จงสกุล
	ชาวกาญจน์	3. นายภูทิต ธรรัช
2. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	สวท.	4. นายสมโภชน์ วิสุทธิแพทย์
	ทหารบก	5. นายสุชาติ สุดเล็ก
3. วิทยุชุมชน	เสียงชุมชน	6. นายบุญส่ง จันทร์ส่องรัศมี
4. หอกระจายข่าว	ชุมชนโรงหีบอ้อย	7. นายรัชฤกษ์ ภังคานนท์
5. เคเบิลทีวี	บจ. เมืองกาญจน์เคเบิ้ลทีวี	8. น.ส. สุจินต์ ชาละวัลกุมภีย์
ประเภทสื่อท้องถิ่น จังหวัด สตูล	**ชื่อสื่อมวลชน**	**ชื่อ/สกุล**
1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น	เสียงทักษิณ ฉบับวิชั่นภาคใต้	1. นายไพศาล หลีเส็น
2. วิทยุกระจายเสียงประจำจังหวัด	อสมท	2. นายประยุทธ ศโรภาส
	สวท.	3. น.ส. ดวงใจ มาตยานุวัติ
3. วิทยุชุมชน	ควนกาหลง	4. นายประยูร จันทร์ชุ่ม
4. หอกระจายข่าว	เสียงไร้สาย เทศบาลสตูล	5. นายสันติ สถิตธีรกุล
5. เคเบิลทีวี	-	-

ภาคผนวก ง

ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

ชิ้นที่	เนื้อหา (6 อ)						รูปแบบการนำเสนอ			หน้า	ข่าวพาดหัว		ภาพประกอบ	หมายเหตุ
	ออกกำลังกาย	อาหาร	อารมณ์	อนามัย	อโรคยา	แอลกอฮอล์	ข่าว	บทความ/บทวิเคราะห์	โฆษณา		ใหญ่	รอง		
1														(สรุปประเด็น)
2														
3														
4														
5														
6														