

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้กับการเห็นคุณค่าในตนเองของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย

ตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้กับการเห็นคุณค่าในตนเองของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย” มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยตอบแบบสอบถาม

(n=285)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	143	50.2
หญิง	142	49.8
2. อายุ		
ต่ำกว่า 5 ปี	11	3.9
5 - 14 ปี	13	4.6
15 - 23 ปี	59	20.7
24 - 32 ปี	126	44.2
33 - 41 ปี	42	14.7

ตารางที่ 1 (ต่อ)

(n=285)		
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
42 - 50 ปี	23	8.1
51 - 59 ปี	8	2.8
มากกว่า 60 ปี	3	1.1
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	19	6.7
มัธยมศึกษา	36	12.6
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	37	13.0
ปริญญาตรี	157	55.1
ปริญญาโท	36	12.6
ปริญญาเอก	-	-
4. รูปแบบการดำเนินชีวิต		
โสด	89	59.3
มีครอบครัว (สามี/ภรรยา)	36	24.0
อยู่กับครอบครัว (พ่อ/แม่/ญาติ)	24	16.0
5. ประสบการณ์ในการเป็นนักแสดงละครโทรทัศน์		
ต่ำกว่า 1 ปี	33	11.6
1- 5 ปี	125	43.9
6- 10 ปี	69	24.2
11 - 15 ปี	32	11.2
16 - 20 ปี	15	5.3
มากกว่า 21 ปี	11	3.9
6. บทบาทในการแสดงละครโทรทัศน์		
พระเอก / นางเอก	54	18.9
พระรอง / นางรอง	74	26.0
ตัวรอง	50	17.5
ตัวตลก	22	7.7
ตัวร้าย	28	9.8
ตัวประกอบ	57	20.0

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย จำนวน 285 คน ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามของการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้ เป็นเพศชาย ร้อยละ 50.2 (จำนวน 143 คน) และเพศหญิง ร้อยละ 49.8 (จำนวน 142 คน) ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 24- 32 ปี ร้อยละ 44.2 (จำนวน 126 คน) รองลงมา อายุในช่วง 15-23 ปี ร้อยละ 20.7 (จำนวน 59 คน) และส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.1 (จำนวน 157 คน) ซึ่งนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบ โสด ร้อยละ 63.2 (จำนวน 180 คน) ในด้านประสบการณ์การทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่ มีประสบการณ์ด้านการแสดงละครโทรทัศน์ประมาณ 1- 5 ปี ร้อยละ 43.9 (จำนวน 125 คน) และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือผู้ที่ได้รับบทบาทในการแสดงละครโทรทัศน์เป็นบทพระรองและนางรอง ร้อยละ 26.0 (จำนวน 74 คน)

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการศึกษาที่จำเป็นต่อการเป็นนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย

(n=285)		
ระดับการศึกษาที่จำเป็น	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	17	6.0
มัธยมศึกษา	43	15.1
ประสบการณ์วิชาชีพ/ประสบการณ์วิชาชีพขั้นสูง/อนุปริญญา	42	14.7
ปริญญาตรี	173	60.7
ปริญญาโท	8	2.8
ปริญญาเอก	1	0.4

จากตารางที่ 2 แสดงข้อมูลความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยเกี่ยวกับระดับการศึกษาที่จำเป็นต่อการเป็นนักแสดงละครโทรทัศน์ ส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าควรเป็นระดับปริญญาตรี ร้อยละ 60.7 (173 คน) รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษา และระดับประสบการณ์วิชาชีพ/ ประสบการณ์วิชาชีพขั้นสูง / อนุปริญญา ร้อยละ 15.1 (43 คน) และร้อยละ 14.7 (42 คน) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้ของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของรายจ่ายโดยเฉลี่ยต่อเดือน ในการบริโภคสื่อจำแนกตามสื่อ

(n=285)

สื่อ	ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย (บาท / เดือน)			
	0-500	501- 1,000	1,001 – 1,500	มากกว่า1,500
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
1. หนังสือ / ตำรา	24.6 (70)	32.6 (93)	11.9 (24)	5.6 (16)
2. นิตยสาร	29.8 (85)	20.0 (57)	6.7 (19)	0.4 (1)
3. การ์ตูน	34.0 (97)	15.4 (44)	6.3 (18)	2.1 (6)
4. หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน	42.5 (121)	29.5 (84)	9.5 (27)	1.7 (4)
5. หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย	30.9 (88)	13.3 (38)	3.5 (10)	0.4 (1)
6. หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	31.2 (89)	9.5 (27)	4.9 (14)	0.7 (2)
7. นิตยสารสารคดีทั่วไป	26.3 (75)	15.4 (44)	8.1 (23)	1.4 (4)
8. นิตยสารแฟชั่น	32.3 (92)	19.6 (56)	8.8 (25)	4.6 (13)
9. นิตยสารสุขภาพ	29.1 (83)	13.7 (39)	4.6 (13)	1.1 (3)
10. นิตยสารวงการบันเทิง	36.8 (105)	24.6 (70)	5.3 (15)	3.2 (9)

11. DVD /CD /VCD	23.5	27.9	12.3	5.6
	(67)	(71)	(35)	(16)
12. อินเทอร์เน็ต	23.9	22.8	15.1	2.8
	(68)	(65)	(43)	(8)
13. เคเบิลทีวี	20.0	13.7	21.4	7.0
	(57)	(39)	(61)	(20)
14. คาวเทียม	26.3	6.0	6.7	4.6
	(75)	(17)	(19)	(13)

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในการบริโภคสื่อและแบ่งค่าใช้จ่ายออกเป็น 4 ระดับ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในการบริโภคสื่อดังนี้ ค่าใช้จ่ายเดือนละไม่เกิน 500 บาท ได้แก่ นิยาย ร้อยละ 29.8 (85 คน) การ์ตูน ร้อยละ 34.0 (97 คน) หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน ร้อยละ 42.5 (121 คน) หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย ร้อยละ 30.9 (88 คน) หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 31.2 (89 คน) นิตยสารสารคดีทั่วไป ร้อยละ 26.3 (75 คน) นิตยสารแฟชั่น ร้อยละ 32.3 (92 คน) นิตยสารสุขภาพ ร้อยละ 29.1 (83 คน) นิตยสารวงการบันเทิง ร้อยละ 36.8 (105 คน) อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 23.9 (68 คน) และคาวเทียม ร้อยละ 26.3 (75 คน) ส่วนสื่อประเภทหนังสือตำรา ร้อยละ 32.6 (93 คน) และ ดีวีดี /วีซีดี/ซีดี ร้อยละ 24.9 (71 คน) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 501- 1,000 บาท สำหรับสื่อประเภทเคเบิลทีวี นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 21.4 (61 คน) มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 1,001- 1,500 บาท

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของสื่อต่อการศึกษา
หาความรู้ จำแนกตามระดับความสำคัญ

(n=285)

สื่อ	ระดับความสำคัญ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	
1. หนังสือ / ตำรา	0.4 (1)	12.6 (36)	27.7 (79)	37.2 (106)	20.4 (58)	98.2 (280)
2. หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน	2.1 (6)	9.5 (27)	31.2 (89)	41.8 (119)	15.1 (43)	99.6 (284)
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย	8.4 (24)	20.7 (59)	43.5 (124)	19.6 (56)	5.3 (15)	97.5 (278)
4. หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	11.9 (34)	26.7 (76)	35.4 (101)	17.9 (51)	5.6 (16)	97.5 (278)
5. นิตยสาร	1.1 (3)	11.6 (33)	28.8 (82)	43.2 (123)	13.3 (38)	97.9 (279)
6. โทรทัศน์	1.4 (4)	1.4 (4)	9.8 (28)	37.5 (107)	49.8 (142)	100.0 (285)
7. วิทยุ	0.7 (2)	4.6 (13)	18.9 (54)	40.4 (115)	35.4 (101)	100.0 (285)
8. DVD /CD /VCD	1.4 (4)	12.6 (36)	24.2 (69)	31.2 (89)	28.1 (80)	97.5 (278)
9. อินเทอร์เน็ต	0.7 (2)	13.7 (39)	26.7 (76)	27.4 (78)	30.5 (87)	98.9 (282)
10. เบบี้ลทีวี	2.5 (7)	13.3 (38)	31.9 (91)	26.0 (74)	24.9 (71)	98.6 (281)
11. ดาวเทียม	9.5 (27)	15.4 (44)	28.1 (80)	24.6 (70)	17.9 (51)	95.4 (272)

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=285)

สื่อ	ระดับความสำคัญ					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
12. ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้รู้/ผู้มีประสบการณ์	3.5 (10)	6.0 (17)	23.9 (68)	37.5 (107)	27.7 (79)	98.6 (281)
13. สถาบันการศึกษาของเอกชน	3.9 (11)	10.5 (30)	44.6 (127)	27.7 (79)	10.9 (31)	97.5 (278)
14. สถาบันการศึกษาของรัฐบาล	4.2 (12)	11.2 (32)	39.6 (113)	30.9 (88)	11.2 (32)	97.2 (277)

จากตารางที่ 4 เมื่อพิจารณาด้านระดับความสำคัญของสื่อที่มีต่อการศึกษาหาความรู้ของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ามีค่าสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ โทรทัศน์ ร้อยละ 49.8 (142 คน) และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 30.5 (87 คน) ส่วนสื่อที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ได้แก่ หนังสือ/ตำรา ร้อยละ 37.2 (106 คน) หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน ร้อยละ 41.8 (119 คน) นิตยสาร ร้อยละ 43.2 (123 คน) วิทยุ ร้อยละ 40.4 (115 คน) ดีวีดี/ซีดี/วีซีดี ร้อยละ 31.2 (89 คน) และผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ ร้อยละ 37.5 (107 คน) สำหรับสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีค่าสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย ร้อยละ 43.5 (124 คน) หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 35.4 (101 คน) เคเบิลทีวี ร้อยละ 31.9 (91 คน) ดาวเทียม ร้อยละ 28.1 (80 คน) สถาบันการศึกษาของเอกชน ร้อยละ 44.6 (127 คน) และสถาบันการศึกษาของรัฐบาล ร้อยละ 39.6 (113 คน) ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย
จำแนกตามระดับการใช้

(n=285)

สื่อ	ระดับการใช้				
	ไม่เคยใช้	น้อยครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ	รวม
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
	(จำนวน)	(จำนวน)	(จำนวน)	(จำนวน)	(จำนวน)
1. หนังสือ / ตำรา	5.3 (15)	40.7 (116)	39.6 (113)	13.3 (38)	98.9 (282)
2. การ์ตูน	14.0 (40)	55.8 (159)	26.0 (74)	2.8 (8)	98.6 (281)
3. หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน	4.6 (13)	30.5 (87)	48.8 (139)	15.1 (43)	98.9 (282)
4. หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย	13.3 (38)	54.0 (154)	27.0 (77)	3.5 (10)	97.9 (279)
5. หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	20.0 (57)	59.6 (170)	16.1 (46)	1.4 (4)	97.2 (277)
6. วารสาร	25.3 (72)	54.4 (155)	14.7 (42)	2.1 (6)	96.5 (275)
7. จุลสาร	37.9 (108)	49.5 (141)	7.4 (21)	1.8 (5)	96.5 (275)
8. นิตยสาร	6.7 (19)	29.8 (85)	49.8 (142)	12.6 (36)	98.9 (282)
9. โทรทัศน์	2.8 (8)	8.8 (25)	39.3 (112)	48.8 (139)	99.6 (284)
10. วิทยุ	3.5 (10)	13.7 (39)	42.5 (121)	39.6 (113)	99.3 (283)
11. อินเทอร์เน็ต	5.6 (16)	29.1 (83)	37.2 (106)	26.7 (76)	98.6 (281)
12. DVD /CD /VCD	5.6 (16)	28.1 (80)	41.4 (118)	22.8 (65)	97.9 (279)

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=285)

สื่อ	ระดับการใช้				
	ไม่เคยใช้	น้อยครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
13. ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้รู้/ผู้มีประสบการณ์	6.3 (18)	29.5 (84)	45.3 (129)	16.1 (46)	97.2 (277)
14. เคนัลทีวี	13.3 (38)	41.4 (118)	31.9 (91)	10.2 (29)	96.8 (276)
15. ดาวเทียม	20.7 (59)	51.6 (147)	17.2 (49)	5.3 (15)	94.7 (270)

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาด้านระดับการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในระดับเป็นประจำมีเพียงสื่อเดียว คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 48.8 (139 คน) ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ในระดับบ่อยครั้ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน ร้อยละ 48.8 (139 คน) นิตยสาร ร้อยละ 49.8 (142 คน) วิทยุ ร้อยละ 42.5 (121 คน) อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 37.2 (106 คน) ดีวีดี/ซีดี/วีซีดี ร้อยละ 41.4 (118 คน) และผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์ ร้อยละ 45.3 (129 คน) และสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ในระดับน้อยครั้ง ได้แก่ หนังสือ/ตำรา ร้อยละ 40.7 (116 คน) การ์ตูน ร้อยละ 55.8 (159 คน) หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย ร้อยละ 54.0 (154 คน) หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 59.6 (170 คน) วารสาร ร้อยละ 54.4 (155 คน) จุลสาร ร้อยละ (141 คน) เคนัลทีวี ร้อยละ 41.4 (118 คน) และดาวเทียม ร้อยละ 51.6 (147 คน)

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของการใช้สื่อของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามสื่อความถี่ในการใช้ต่อสัปดาห์

(n=285)

สื่อ	ความถี่ในการใช้				รวม
	ไม่เคยใช้	น้อยครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ	
		(1-3 วัน)	(4-6 วัน)	(ทุกวัน)	
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
1. หนังสือ / ตำรา	3.2 (9)	48.8 (139)	36.1 (63)	10.2 (29)	98.2 (280)
2. หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน	2.5 (7)	22.1 (63)	51.9 (148)	21.4 (61)	97.9 (279)
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย	11.6 (33)	53.0 (151)	26.3 (75)	6.0 (17)	96.8 (276)
4. หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	20.4 (58)	57.9 (165)	16.5 (47)	1.8 (5)	96.5 (275)
5. นิตยสารสารคดี	8.1 (23)	47.7 (136)	35.4 (101)	6.0 (17)	97.2 (277)
6. นิตยสารแฟชั่น	4.9 (14)	40.0 (114)	40.7 (116)	11.9 (34)	97.5 (278)
7. นิตยสารสุขภาพ	8.1 (23)	45.3 (129)	37.5 (107)	6.3 (18)	97.2 (277)
8. นิตยสารวงการบันเทิง	2.1 (6)	29.8 (85)	48.4 (138)	18.6 (53)	98.9 (282)
9. วิทยุ	1.4 (4)	13.3 (38)	44.2 (126)	38.6 (110)	97.5 (278)
10. อินเทอร์เน็ต	3.2 (9)	33.0 (94)	28.8 (82)	31.9 (91)	96.8 (276)
11. โทรทัศน์	0.7 (2)	6.3 (18)	37.2 (106)	54.4 (155)	98.6 (281)

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=285)

สื่อ	ความถี่การใช้สื่อ				รวม
	ไม่เคยใช้	น้อยครั้ง	บ่อยครั้ง	เป็นประจำ	
		(1-3 วัน)	(4-6 วัน)	(ทุกวัน)	
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
12. DVD /CD /VCD	2.1 (6)	28.8 (82)	40.4 (115)	26.3 (75)	97.5 (278)
13. ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้รู้/ผู้มี ประสบการณ์	7.0 (20)	28.4 (81)	44.2 (126)	15.8 (45)	95.4 (272)
14. คาวเทียม	22.1 (63)	38.2 (109)	22.5 (64)	10.5 (30)	93.3 (266)

จากตารางที่ 6 เมื่อพิจารณาถึงความถี่ในการใช้สื่อของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการใช้ระดับเป็นประจำมีเพียงสื่อเดียว คือ โทรทัศน์ ร้อยละ 54.4 (155 คน) ส่วนสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ในระดับบ่อยครั้ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน ร้อยละ 51.9 (148 คน) นิตยสารแพชั่น ร้อยละ 40.7 (115 คน) นิตยสารวงการบันเทิง ร้อยละ 48.4 (138 คน) วิทยุ ร้อยละ 44.2 (126 คน) ดีวีดี /ซีดี /วีซีดี ร้อยละ 40.4 (126 คน) และผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญผู้มีประสบการณ์ ร้อยละ 44.2 (126 คน) และสื่อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ในระดับน้อยครั้ง ได้แก่ หนังสือ / คารา ร้อยละ 48.8 (135 คน) หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย ร้อยละ 53.0 (151 คน) หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 57.9 (165 คน) นิตยสารสารคดี ร้อยละ 47.7 (136 คน) นิตยสารสุขภาพ ร้อยละ 45.3 (129 คน) อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 33.0 (94 คน) และคาวเทียม ร้อยละ 38.2 (109 คน)

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้ของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย
จำแนกตามสถานที่

(n=285)

สื่อ	สถานที่				
	ที่พักอาศัย	กองถ่าย	ยานพาหนะ	ห้องนักแสดง	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
1. หนังสือ / ตำรา	78.9 (225)	10.5 (30)	5.3 (15)	1.4 (4)	96.1 (274)
2. หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน	55.1 (157)	35.4 (101)	1.4 (4)	3.2 (9)	95.1 (271)
3. หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย	47.7 (136)	23.5 (64)	3.9 (11)	3.2 (9)	78.2 (223)
4. หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ	46.0 (131)	22.8 (65)	4.2 (12)	1.1 (3)	74.0 (211)
5. นิตยสารแฟชั่น	51.9 (148)	30.5 (87)	3.5 (10)	4.9 (14)	90.9 (259)
6. นิตยสารสุขภาพ	54.7 (156)	27.7 (79)	2.1 (6)	3.5 (10)	88.1 (251)
7. นิตยสารวงการบันเทิง	52.3 (149)	32.3 (92)	3.2 (9)	5.6 (16)	93.3 (266)
8. โทรทัศน์	89.5 (255)	4.9 (14)	2.5 (7)	1.8 (5)	98.6 (281)
9. อินเทอร์เน็ต	86.0 (245)	4.9 (14)	3.2 (9)	0.0 (0)	94.0 (268)
10. วิทยุ	59.6 (170)	3.9 (11)	33.3 (95)	0.4 (1)	97.2 (277)
11. เบบี้ทีวี่	77.9 (222)	5.3 (15)	3.5 (10)	1.4 (4)	88.1 (251)
12. ดาวเทียม	64.6 (184)	7.0 (20)	2.1 (6)	2.5 (7)	76.1 (217)
13. ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้รู้/ผู้มีประสบการณ์	35.4 (101)	41.4 (118)	2.1 (6)	4.9 (14)	83.9 (239)
14. DVD /CD /VCD	85.6 (244)	5.3 (15)	3.2 (9)	1.8 (5)	95.8 (273)

จากตารางที่ 8 เมื่อพิจารณาว่าสื่อแต่ละสื่อนั้นนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ นำไปใช้ที่ใด พบว่า เกือบทุกสื่อนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ในที่พักอาศัย ดังนี้ หนังสือ / คาราวีรียละ 78.9 (225 คน) หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน ร้อยละ 55.1(157 คน) หนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย ร้อยละ 47.7 (136 คน) หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ ร้อยละ 46.0 (131 คน) นิตยสารแพชั่น ร้อยละ 51.9 (148 คน) นิตยสารสุขภาพ ร้อยละ 54.7 (156 คน) นิตยสารวงการบันเทิง ร้อยละ 52.3 (149 คน) โทรทัศน์ ร้อยละ 89.5 (255 คน) อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 86.0 (245 คน) วิทยุ ร้อยละ 59.6 (170 คน) เคเบิลทีวี ร้อยละ 77.9 (222 คน) ดาวเทียม ร้อยละ 64.4 (184 คน) ดีวีดี/ซีดี/วีซีดี ร้อยละ 85.6 (244 คน) สำหรับผู้รู้/ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีประสบการณ์ นั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ในกองถ่าย ร้อยละ 41.4 (118 คน)

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของ วัตถุประสงค์ในการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้ของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามระดับการใช้

(n=285)

วัตถุประสงค์	ระดับการใช้					รวม
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
1. หาความรู้และทักษะด้านการแสดง	0.4 (1)	2.8 (8)	32.3 (92)	46.0 (131)	18.6 (53)	100.0 (285)
2. หาความรู้ด้านการเมือง	4.2 (12)	12.3 (35)	46.0 (131)	29.8 (85)	7.4 (21)	100.0 (285)
3. หาความรู้ด้านเศรษฐกิจ	5.3 (15)	11.2 (32)	46.3 (132)	29.8 (85)	7.0 (20)	100.0 (285)
4. หาความรู้ด้านสังคมและวัฒนธรรม	2.8 (8)	8.4 (24)	41.1 (117)	40.4 (116)	7.4 (21)	100.0 (285)
5. พัฒนาความรู้และทักษะสู่อาชีพอื่น	4.6 (13)	4.6 (13)	27.0 (77)	48.4 (138)	14.7 (42)	99.3 (283)
6. พัฒนาบุคลิกภาพ	0.7 (2)	3.2 (9)	25.6 (73)	45.3 (129)	24.9 (71)	99.6 (284)
7. ฝึกทักษะตนเองให้เป็นบุคคลสาธารณะ	1.8 (5)	2.8 (8)	26.3 (75)	46.0 (131)	22.5 (64)	99.3 (283)
8. ฝึกทักษะการสื่อสาร	0.7 (2)	3.2 (9)	25.3 (72)	43.2 (123)	27.4 (78)	99.6 (284)

ตารางที่ 9 (ต่อ)

(n=285)

วัตถุประสงค์	ระดับการใช้					
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
9. สร้างทัศนคติที่ดีให้กับตนเอง	0.0 (0)	1.4 (4)	25.3 (72)	45.6 (130)	27.4 (78)	99.6 (284)
10. สร้างทัศนคติที่ดีด้านการแสดง	0.0 (0)	2.5 (7)	23.2 (66)	48.4 (138)	25.6 (73)	99.6 (284)
11. สร้างทัศนคติที่ดีกับการทำงานส่วนรวม	0.0 (0)	2.8 (8)	23.5 (67)	51.2 (146)	22.1 (63)	99.6 (284)
12. เพื่อหาความบันเทิง	0.4 (1)	1.4 (4)	22.1 (63)	41.8 (119)	33.3 (95)	98.9 (282)

จากตารางที่ 9 เมื่อพิจารณาแต่ละวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อว่านักแสดงละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่มีการใช้สื่อเพื่อวัตถุประสงค์นั้นๆในระดับใด พบว่าเพื่อวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้สื่อในระดับมาก สร้างทัศนคติที่ดีด้านการแสดง ร้อยละ 51.2 (146 คน) พัฒนาความรู้และทักษะสู่อาชีพอื่น ร้อยละ 48.4 (138 คน) หาความรู้และทักษะด้านการแสดง ร้อยละ 46.0 (131 คน) ฝึกทักษะตนเองให้เป็นบุคคลสาธารณะ ร้อยละ 46.0 (131 คน) สร้างทัศนคติที่ดีให้กับตนเอง ร้อยละ 45.6 (130 คน) พัฒนาบุคลิกภาพ ร้อยละ 45.3 (129 คน) ฝึกทักษะการสื่อสาร ร้อยละ 43.2 (123 คน) และเพื่อหาความบันเทิง ร้อยละ 41.8 (119 คน) ส่วนการใช้สื่อเพื่อหาความรู้ด้านการเมือง ร้อยละ 46.0 (131) ด้านเศรษฐกิจ ร้อยละ 46.3 (132) และด้านสังคมและวัฒนธรรม ร้อยละ 41.1 (117) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการใช้สื่อในวัตถุประสงค์ระดับปานกลาง

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของสื่อ เพื่อการเรียนรู้ที่นักแสดงละครโทรทัศน์ไทยใช้ จำแนกตามการได้มา

(n=285)

สื่อ	การได้มา				
	ซื้อเอง	ยืม	เช่า	ได้รับฟรี	รวม
	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)	ร้อยละ (จำนวน)
1. หนังสือ / ตำรา	89.1 (254)	4.2 (12)	0.7 (2)	3.9 (11)	97.9 (279)
2. หนังสือพิมพ์	74.4 (212)	15.8 (45)	0.4 (1)	6.0 (17)	96.5 (275)
3. โทรทัศน์	87.4 (249)	3.2 (9)	0.4 (1)	7.7 (22)	98.6 (281)
4. วิทยุ	84.2 (240)	3.5 (10)	0.0 (0)	9.1 (26)	96.8 (276)
5. นิตยสาร	73.7 (210)	14.0 (40)	0.4 (1)	7.7 (22)	95.8 (273)
6. อินเทอร์เน็ต	79.6 (227)	3.9 (11)	6.3 (18)	5.6 (16)	95.4 (272)
7. เครื่องคอมพิวเตอร์ / โน้ตบุ๊ก	77.9 (222)	7.7 (22)	4.2 (12)	2.8 (8)	92.6 (264)
8. DVD / CD / VCD	78.6 (224)	9.8 (28)	6.7 (19)	2.1 (6)	97.2 (277)
9. VDO	68.4 (195)	9.1 (26)	10.2 (29)	2.8 (8)	90.5 (258)

จากตารางที่ 10 จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้สื่อมาด้วยการซื้อเองในทุกสื่อ ได้แก่ หนังสือ / ตำรา ร้อยละ 89.1 (254 คน) รองลงมาคือ โทรทัศน์ ร้อยละ 87.4 (249 คน) วิทยุ ร้อยละ 84.2 (240 คน) อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 79.6 (227 คน) ดีวีดี/ซีดี/วีซีดี ร้อยละ 78.6 (224 คน) เครื่องคอมพิวเตอร์ / โน้ตบุ๊ก ร้อยละ 77.9 (222 คน) หนังสือพิมพ์ ร้อยละ 74.4 (212 คน) นิตยสาร ร้อยละ 73.7 (210 คน) วีดีโอ ร้อยละ 68.4 (195 คน)

2.2 การเห็นคุณค่าในตนเองของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง

(n = 285)			
ระดับการเห็นคุณค่า	ช่วงคะแนน	จำนวน	ร้อยละ
สูง	31 – 40	160	56.1
ปานกลาง	21 – 30	125	43.9
ต่ำ	10 – 20	-	-
รวม		285	100.0

จากตารางที่ 11 กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้แสดงละครโทรทัศน์ไทย ที่เห็นคุณค่าในตนเองในระดับสูง มีร้อยละ 56.1 (160 คน) และที่เห็นคุณค่าในตนเองในระดับปานกลาง มีร้อยละ 43.9 (125 คน) และไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่เห็นคุณค่าในตนเองในระดับต่ำ

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้กับระดับการเห็นคุณค่าใน ตนเอง ของ นักแสดงละครโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 12 ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลประชากรของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยกับ การเห็นคุณค่าในตนเอง

ข้อมูลประชากร	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง						χ^2	Sig
	ปานกลาง		สูง		รวม			
	n	%	n	%	n	%		
1. เพศ							4.38	.036*
ชาย	72	50.3	71	49.7	143	52.2		
หญิง	54	38.0	88	62.0	142	49.8		
2. อายุ							8.78	.269
ต่ำกว่า 5 ปี	6	54.5	5	45.5	11	3.9		
5 - 14 ปี	9	69.2	4	30.8	13	4.6		
15 - 23 ปี	27	45.8	32	54.2	59	20.7		
24 - 32 ปี	50	39.7	76	60.3	126	44.2		
33 - 41 ปี	20	47.6	22	52.4	42	14.7		
42 - 50 ปี	9	39.1	14	60.9	23	8.1		
51 - 59 ปี	5	62.5	3	37.5	8	2.8		
มากกว่า 60 ปี	0	0.0	3	100.0	3	1.1		
3. การศึกษา							8.72	.068
ประถมศึกษาศึกษา	13	68.4	6	31.6	19	6.7		
มัธยมศึกษา	19	52.8	17	47.2	36	12.6		
ปวช./ปวส./อนุปริญญาตรี	19	51.4	18	48.6	37	13.0		
ปริญญาตรี	62	39.5	95	60.5	157	55.1		
ปริญญาโท	13	36.1	23	63.9	36	12.6		
4. รูปแบบการดำเนินชีวิต							4.67	.097
โสด	75	41.4	106	58.6	181	63.4		
มีครอบครัว (สามี /ภรรยา)	25	41.7	35	58.3	60	21.1		
อยู่กับครอบครัว (พ่อแม่/ญาติ)	26	59.1	18	40.9	44	15.5		

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ข้อมูลประชากร	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง						χ^2	Sig
	ปานกลาง		สูง		รวม			
	n	%	n	%	n	%		

5. ประสบการณ์ด้านการแสดง							3.48	.626
ต่ำกว่า 1 ปี	16	48.5	17	51.5	33	11.6		
1 - 5 ปี	60	48.0	65	52.0	125	43.9		
6 – 10 ปี	26	37.7	43	62.3	69	24.2		
11 – 15 ปี	14	43.8	18	56.3	32	11.2		
16 - 20 ปี	7	46.7	8	53.3	15	5.3		
มากกว่า 21 ปี	3	27.3	8	72.7	11	3.9		
6. บทบาทในการแสดง							11.08	.050*
พระเอก / นางเอก	13	24.1	41	75.9	54	18.9		
พระรอง / นางรอง	37	50.0	37	50.0	74	26.0		
ตัวรอง	25	50.0	25	50.0	50	17.5		
ตัวตลก	11	47.8	12	52.2	23	7.9		
ตัวร้าย	14	48.3	15	51.7	29	11.2		
ตัวประกอบ	26	47.3	29	52.7	55	19.5		

* P < 0.05

จากตารางที่ 12 พบว่า เพศ และบทบาทในการแสดงของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีระดับการเห็นคุณค่าในตัวเองสูงมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างเพศชาย และกลุ่มตัวอย่างที่รับบทบาทการแสดงเป็นพระเอก / นางเอก ซึ่งมีระดับการเห็นคุณค่าในตัวเองสูงมีจำนวนมากกว่าบทบาทอื่นๆ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการดำเนินชีวิต และประสบการณ์ด้านการแสดง ไม่พบว่ามี ความสัมพันธ์กับการเห็นคุณค่าในตนเอง

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้กับระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง
ของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์การใช้สื่อ

วัตถุประสงค์	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง						χ^2	Sig
	ปานกลาง		สูง		รวม			
	n	%	n	%	n	%		
1. หาความรู้ทักษะการแสดง							2.28	.624
- มากที่สุด	25	47.2	28	52.8	53	18.6		
- มาก	57	43.5	74	56.5	131	46.0		
- ปานกลาง	42	45.7	50	54.3	92	32.3		
- น้อย	2	25.0	6	75.0	8	2.8		
- น้อยที่สุด	0	0.0	1	100.0	1	0.4		
2. หาความรู้ด้านการเมือง							3.95	.412
- มากที่สุด	7	33.3	14	66.7	21	7.4		
- มาก	33	38.4	53	61.6	86	30.2		
- ปานกลาง	62	47.3	69	52.7	131	46.0		
- น้อย	17	48.6	18	51.4	35	12.3		
- น้อยที่สุด	7	58.3	5	41.7	12	4.2		
3. หาความรู้ด้านเศรษฐกิจ							6.82	.146
- มากที่สุด	4	20.0	16	80.0	20	7.0		
- มาก	39	45.9	46	54.1	85	29.8		
- ปานกลาง	58	43.6	75	56.4	133	46.7		
- น้อย	16	50.0	16	50.0	32	11.2		
- น้อยที่สุด	9	60.0	6	40.0	15	5.3		
4. หาความรู้ด้านสังคมและวัฒนธรรม							11.82	.019*
- มากที่สุด	4	19.0	17	81.0	21	7.4		
- มาก	45	39.1	70	60.9	115	40.4		
- ปานกลาง	59	50.4	58	49.6	117	41.1		
- น้อย	15	62.5	9	37.5	24	8.4		
- น้อยที่สุด	3	37.5	5	62.5	8	2.8		

ตารางที่ 13 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง						χ^2	Sig
	ปานกลาง		สูง		รวม			
	n	%	n	%	n	%		
5. พัฒนาความรู้และทักษะไปสู่อาชีพอื่น							6.86	.143
- มากที่สุด	13	31.0	29	69.0	42	14.7		
- มาก	63	45.3	76	54.7	139	48.8		
- ปานกลาง	34	43.6	44	56.4	78	27.4		
- น้อย	7	53.8	6	46.2	13	4.6		
- น้อยที่สุด	9	69.2	4	30.8	13	4.6		
6. พัฒนาบุคลิกภาพ							4.51	.340
- มากที่สุด	29	40.8	42	59.2	71	24.9		
- มาก	52	40.3	77	59.7	129	45.3		
- ปานกลาง	38	51.4	36	48.6	74	26.0		
- น้อย	6	66.7	3	33.3	9	3.2		
- น้อยที่สุด	1	50.0	1	50.0	2	0.7		
7. ฝึกทักษะตนเองให้เป็นบุคคลสาธารณะ							5.62	.229
- มากที่สุด	23	35.9	41	64.1	64	22.5		
- มาก	58	43.6	75	56.4	133	46.7		
- ปานกลาง	40	53.3	35	46.7	75	26.3		
- น้อย	4	50.0	4	50.0	8	2.8		
- น้อยที่สุด	1	20.0	4	80.0	5	1.8		
8. ฝึกทักษะการสื่อสารกับบุคคลและสื่อมวลชน							7.43	.115
- มากที่สุด	28	35.9	50	64.1	78	27.4		
- มาก	54	43.9	69	56.1	123	43.2		
- ปานกลาง	38	52.1	35	47.9	73	25.6		
- น้อย	6	66.7	3	33.3	9	3.2		
- น้อยที่สุด	0	0.0	2	100.0	2	0.7		

ตารางที่ 13 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	ระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง						χ^2	Sig
	ปานกลาง		สูง		รวม			
	n	%	n	%	n	%		
9.หาข้อมูลเพื่อสร้างทัศนคติที่ กับตนเอง							7.12	.068
- มากที่สุด	26	33.3	52	66.7	78	27.4		
- มาก	58	44.6	72	55.4	130	45.6		
- ปานกลาง	40	54.8	33	45.2	73	25.6		
- น้อย	2	50.0	2	50.0	4	1.4		
- น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
10.หาข้อมูลเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เกี่ยวกับงานด้านการแสดง							3.60	.308
- มากที่สุด	28	38.4	45	61.6	73	25.6		
- มาก	59	42.8	79	57.2	138	48.4		
- ปานกลาง	36	53.7	31	46.3	67	23.5		
- น้อย	3	42.9	4	57.1	7	2.5		
- น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
11. หาข้อมูลเพื่อสร้างทัศนคติที่ดี กับการทำงานเพื่อส่วนรวม							3.88	.274
- มากที่สุด	25	39.7	38	60.3	63	22.1		
- มาก	61	41.8	85	58.2	146	51.2		
- ปานกลาง	37	54.4	31	45.6	68	23.9		
- น้อย	3	37.5	5	62.5	8	2.8		
- น้อยที่สุด	0	0.0	0	0.0	0	0.0		
12. เพื่อหาความบันเทิง							5.84	.211
- มากที่สุด	35	36.5	61	63.5	96	33.7		
- มาก	57	47.5	63	52.5	120	42.1		
- ปานกลาง	30	46.9	34	53.1	64	22.5		
- น้อย	3	75.0	1	25.0	4	1.4		
- น้อยที่สุด	1		0	0.0	1	0.4		

* $P < 0.05$

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้กับการเห็นคุณค่าในตนเองของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้สื่อ พบว่ามีเพียงวัตถุประสงค์เดียว คือการใช้สื่อเพื่อหาความรู้ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ระดับการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับระดับการเห็นคุณค่าในตนเอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อวิจารณ์

จากการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้กับการเห็นคุณค่าในตนเองของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้รวมทั้งเพื่อสำรวจการเห็นคุณค่าในตนเองของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย และเพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้กับการเห็นคุณค่าในตนเองของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย ผู้วิจัยมีข้อวิจารณ์ดังนี้

1. จากการสำรวจข้อมูลทั่วไปของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการศึกษาที่จำเป็นต่อการเป็นนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าควรเป็นระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.7) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ร้อยละ 55.1 นั้น เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีเช่นกัน อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงคุณสมบัติของนักแสดงละครโทรทัศน์ที่ดีจำนวน 10 อย่างตามผลการศึกษาของสาวิตรี (2545) นั้น จะพบว่าทั้ง 10 คุณสมบัติไม่ได้มีการระบุถึงเรื่องวุฒิการศึกษาว่ามีความจำเป็นต่อการเป็นนักแสดงที่ดี คุณสมบัติที่ใกล้เคียงกับเรื่องการศึกษามากที่สุด คือต้องเป็นผู้ที่มีความจำดี เนื่องจากต้องท่องบทละครและจดจำบทละครให้ได้ก่อนแสดง รวมทั้ง ต้องมีความเข้าใจในบทบาทการแสดง บุคลิก ลักษณะ และอารมณ์ ของตัวละครที่ได้รับบทนั้น

2. ผลจากการสำรวจเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการบริโภคสื่อเพื่อการเรียนรู้ของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกบริโภคสื่อที่มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่ำกว่า 1,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ คือ หนังสือพิมพ์ไทยรายวัน นิตยสารวงการบันเทิง หนังสือ / ดารา ทั้งนี้จะเป็นเพราะสื่อดังกล่าวมีราคาไม่สูงและสะดวกต่อการจัดหาหรือได้มาและสะดวกต่อการใช้

3. จากผลการวิจัยเกี่ยวกับประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของสื่อต่อการศึกษาหาความรู้ ระดับการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติม และความถี่ในการใช้สื่อของนักแสดงละครโทรทัศน์ไทย พบว่า ข้อมูลทั้ง 3 ประเด็นนั้น เป็นไปในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ หากกลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญของสื่อใดมาก จะมีระดับการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมมาก และมีความถี่ในการใช้สื่อนั้นมากเช่นกัน ซึ่งสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้มากที่สุดก็คือ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต และ ดิวิดี/ซีดี/วีซีดี รวมทั้ง ผู้รู้/ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีประสบการณ์วงการบันเทิง ในขณะที่หากกลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญของสื่อใดน้อย จะมีระดับการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมน้อยและมีความถี่ในการใช้สื่อนั้นน้อยเช่นกัน ซึ่งสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเลือกใช้น้อยก็คือ ดาวเทียม หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์ธุรกิจไทย อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตบางประการเกี่ยวกับการใช้สื่อที่มีระดับความสำคัญของสื่อต่อการศึกษาหาความรู้ ระดับการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมและความถี่ในการใช้สื่อมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ซึ่งอาจเนื่องมาจากการที่นักแสดงเหล่านี้เป็นนักแสดงละครโทรทัศน์ ทำให้สื่อเพื่อการเรียนรู้ที่ใกล้ชิดและอาชีพนอกที่สุด รวมทั้งคุณสมบัติของการเป็นนักแสดงละครที่ดีจะต้องเข้าใจถึงคุณลักษณะของสื่อโทรทัศน์เพื่อที่จะได้มาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์กับการแสดง

4. สำหรับช่วงเวลาที่นักแสดงละครโทรทัศน์ไทย ใช้สื่อเพื่อการเรียนรู้เมื่ออยู่ในที่พักอาศัยนั้น สื่อที่ใช้มากที่สุดได้แก่ โทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต ซึ่งสื่อดังกล่าวสามารถใช้งานได้สะดวกเมื่ออยู่ในที่พักอาศัย อย่างไรก็ตามสื่อบุคคล คือ ผู้รู้/ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีประสบการณ์ เป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักแสดงต้องสื่อสารและเรียนรู้ด้วยมากที่สุด เมื่ออยู่ที่กองถ่ายทำละคร ซึ่งถือเป็นสถานที่ทำงานหลักของนักแสดงโทรทัศน์นักแสดง ต้องฟังคำแนะนำของผู้กำกับ การแสดงหรือผู้กำกับภาพ ซึ่งบุคคลเหล่านี้ถือว่าเป็นผู้รู้/ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้มีประสบการณ์ รวมทั้งต้องมีการซ้อมบทละครก่อนถ่ายทำเพื่อให้นักแสดงเข้าใจตรงกันในเรื่องของอารมณ์ บทบาท และท่าทางการแสดงในแต่ละฉากที่ถ่ายทำ

5. นักแสดงละครโทรทัศน์ไทยใช้สื่อนั้น คือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี การทำงานส่วนรวม พัฒนาความรู้และทักษะสู่อาชีพอื่น และสร้างทัศนคติที่ดีด้านการแสดงเป็นหลักในระดับมาก และเป็นที่น่าสังเกตว่า ในวัตถุประสงค์เพื่อสร้างทัศนคติที่ดีให้กับตนเอง สร้างทัศนคติที่ดีด้านการแสดงและสร้างทัศนคติที่ดีกับการทำงานส่วนรวมไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการใช้สื่อในระดับน้อยที่สุดเลย ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีของ Maslow (1970:45) ที่กล่าวว่าองค์ประกอบหลัก 2 ประการ ที่ทุกคนต้องการคือ ความต้องการเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) และความต้องการ

เห็นคุณค่าจากผู้อื่น (esteem of others) ซึ่งหากบุคคลได้รับก็จะเกิดความเชื่อมั่นในตนเอง ว่าตนเองมีคุณค่าทำให้บุคคลมีโอกาสไปสู่ภาวะการนับบรรลุสัจการณแห่งตน (self-actualization)

6. จากผลการสำรวจพบว่า ไม่มีนักแสดงละครโทรทัศน์ไทยที่เห็นคุณค่าในตนเองต่ำเลย โดยส่วนใหญ่มีการเห็นคุณค่าในตนเองสูง ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเห็นคุณค่าในตนเองทั้งองค์ประกอบภายนอกและภายในตนเอง คือ นักแสดงละครโทรทัศน์ที่ดีต้องควรมีลักษณะและคุณสมบัติที่ดีทั้ง 10 ประการ (สาวิตรี 2545) ซึ่งหมายถึงต้องมีย้องค์ประกอบภายนอกตนเองที่เป็นลักษณะทางกายภาพ เช่น รูปร่าง ต้องมีบุคลิกที่โดดเด่น รวมทั้งเป็นที่ยอมรับและเป็นที่สนใจของสาธารณชนซึ่งองค์ประกอบภายนอกเหล่านี้จะส่งผลให้เห็นคุณค่าในตนเองระดับสูง