

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของเจนเนอร์ชั้นเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 18-24 ปี หรือที่เรียกว่าเจนเนอร์ชั้นเอ็ม จำนวน 400 ราย แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนมากที่สุดเป็นเพศหญิง มีอายุ 20 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีพักอาศัยอยู่กับบิดามารดา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท และแหล่งที่มาของเงินรายได้มาจากบิดามารดาเป็นหลัก สำหรับสื่อมวลชนที่เจนเนอร์ชั้นเอ็มในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่เปิดรับมากที่สุดเรียงตามลำดับ คือ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร ภาพยนตร์ และสื่ออื่นๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ ไปปลิว

โทรทัศน์ เป็นสื่อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับมากและบ่อยที่สุด โดยเปิดรับมากที่สุดวันเสาร์-อาทิตย์ โดยชมโทรทัศน์วันละ 2 ครั้งหรือมากกว่า และมีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 4 ชั่วโมง 56 นาที สถานีโทรทัศน์ที่ชมบ่อยที่สุด คือ ช่อง 3 และชมรายการประเภทข่าวประจำวันมากที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพียงสื่อเดียวในขณะรับสื่อ

อินเทอร์เน็ต ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมใช้อินเทอร์เน็ตในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การใช้อินเทอร์เน็ตมาแล้ว 5 ปีขึ้นไป โดยใช้อินเทอร์เน็ตสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และมีระยะเวลาใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 4 ชั่วโมง สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าใช้ประจำ คือ Google

และ Hotmail เพื่อใช้ในการค้นหาข้อมูลข่าวสาร และรับส่งอีเมลล์ มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพียงสื่อเดียวในขณะที่รับสื่อ

หนังสือพิมพ์ ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยอ่านหนังสือพิมพ์วันละครั้งและช่วงเวลาที่อ่าน คือ ช่วงพักกลางวัน (12.00-12.29 น.) โดยในแต่ละครั้งจะอ่านหนังสือพิมพ์นานประมาณ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง หนังสือพิมพ์รายวันฉบับภาษาไทยที่นิยมอ่านมากที่สุด คือ ไทยรัฐ ไม่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษ โดยเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ที่อ่านส่วนใหญ่ คือ พาดหัวข่าว รองลงมาคือ บันเทิง ดารา และนิยมอ่านทั้งเล่ม มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อเพียงอย่างเดียวในขณะที่รับสื่อ

วิทยุ ผู้ตอบแบบสอบถามรับฟังวิทยุในวันจันทร์-ศุกร์มากที่สุด โดยรับฟังวิทยุสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง และมีระยะเวลาฟังต่อครั้งประมาณ 1-2 ชั่วโมง ส่วนใหญ่เลือกรับฟังประเภทหรือรายการเพลงเป็นหลักจากสถานีวิทยุส่วนกลางโดยจะรับฟังวิทยุที่บ้าน และรับฟังจากเครื่องเล่นวิทยุมากที่สุด มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับสื่อระหว่างทำกิจกรรมอื่นร่วมด้วย

นิตยสาร ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านนิตยสารในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด โดยอ่านนิตยสารสัปดาห์ละครั้ง นิยมอ่านนิตยสารในเวลาว่าง ช่วงกลางวันและบ่าย โดยมีระยะเวลาในการอ่านเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1-2 ชั่วโมง ประเภทหรือรายการของนิตยสารที่ส่วนใหญ่อ่าน คือ นิตยสารเป็นบันเทิงการารองลงมาคือนิตยสารวัยรุ่นและนิยมอ่านทั้งเล่มมากกว่าแยกอ่านเป็นคอลัมน์มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแบบเปิดรับสื่ออย่างเดียวน่าจะรับสื่อ

ภาพยนตร์ ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมชมภาพยนตร์ในวันเสาร์-อาทิตย์มากที่สุด โดยชมภาพยนตร์เดือนละ 2-3 ครั้ง เวลาที่นิยมชมภาพยนตร์คือ 12.00-18.00 น. นิยมชมภาพยนตร์แนวแอคชั่น ผจญภัย รองลงมาคือ ตลก และรัก โรแมนติก และนิยมไปชมภาพยนตร์กับเพื่อน

สำหรับเหตุผลในการเปิดรับสื่อมวลชนนั้น กลุ่มเจนเอเรชั่นเอ็ม ต้องการรับสื่อมวลชนเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือด้านข้อมูลข่าวสารและต้องการด้านสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง โดยมีความต้องการด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเป็นลำดับสุดท้าย

The objective of this research was to study generation M's exposure behavior towards mass media in Mueang District, Chiang Mai Province. The data was collected from questionnaire distributed to 400 generation M members aging 18-24 years. The data was from convenience sampling. The data was then analyzed using frequency, percentage and mean.

Results of the study showed that most respondents were female of 20 years of age, university education, live with parent. Their average earning was below 5,000 baht. Mass media exposures of their choices were television, the internet, newspaper, radio, magazines, movies, and other media such as mobile phone or leaflet, respectively.

The details of the analysis for each type of media were as follows. For television, the respondents watched television the most during Saturday and Sunday and watched it twice a day or more. The average viewing period for each time was 4 hours 56 minutes. The most frequented channel was Channel 3. They watched daily news the most. While watching television, they did not do other activities.

For the internet, the respondents used it the most during Monday-Friday and used it twice a week. They familiar with internet more than 5 years. The average period of each use was 4 hours. The most frequented website was Google, to search for information, and Hotmail, to sent e-mail. While using internet, they did not do other activities.

For newspaper, the respondents read them the most during Monday-Friday. Most read them once a day, during lunch break (12:00-12:29). The average period of reading was 30 minutes to one hour. The most preferred daily Thai newspaper was Thairath. They rarely like English newspaper. The section most preferred was headline news. Other preferred section was entertainment and also preferred reading the whole newspaper. While reading newspaper, they did not do other activities.

For radio, the respondents listened to it the most during Monday-Friday. They turned on radio twice a week with the average period of listening was couple hours. Most of them chose music program. They listened to the radio mostly at home. They listened the most from audio player. They listened to the radio while doing other activities.

For magazines, the respondents read them the most during Saturday and Sunday. They read them once a week, mostly in the afternoon. The average reading period was couple hours. The most preferred type of magazine was magazine related to entertainment and movie stars, followed by magazine related to teenagers. They preferred reading the whole magazine rather than by sections. While reading magazine, they did not do other activities.

For movie, the respondents watched movies the most on Saturday and Sunday, twice a month. Their viewing times were 12:00-18:00. They preferred action movies the most, other choices were comedy and romantic movies, respectively. They would like to see a movie with friends.

The reasons for exposing themselves to the media were as follows: demand for entertainment, current information, image and interaction with people, respectively.