

บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนในกรุงเทพมหานคร
Influence of Disk Jockies on Youths in Bangkok

วิทยานิพนธ์
โดย
นางสาวเบญจพร ไร่พินิจ

เสนอต่อคณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิ
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาสังคม)

พ.ศ.2543

วิทยานิพนธ์ : บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนในกรุงเทพมหานคร

: Influence of Disk Jockies on Youths in Bangkok

โดย : นางสาวเบญจพร ใช้พิณิจ

: Miss Benjapom Chaiphinit

นักศึกษาคณะพัฒนาสังคม : ภาคปกติ รุ่นที่ 20 รหัสประจำตัว 3820511004

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาแล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิสตรีนิยม (พัฒนาสังคม) ได้

ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงนาม.....ประธาน

(ผศ.ดร.ชัยพร พิบูลศิริ)

วันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2543

ลงนาม.....ที่ปรึกษา

(ผศ.สินี กมลนาวัน)

วันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2543

ลงนาม.....ที่ปรึกษา

(อาจารย์ประเสริฐ รักไทยดี)

วันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2543

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

ลงนาม.....ประธาน

(ผศ.ดร.ชัยพร พิบูลศิริ)

วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543

ลงนาม.....กรรมการ

(ผศ.สินี กมลนาวัน)

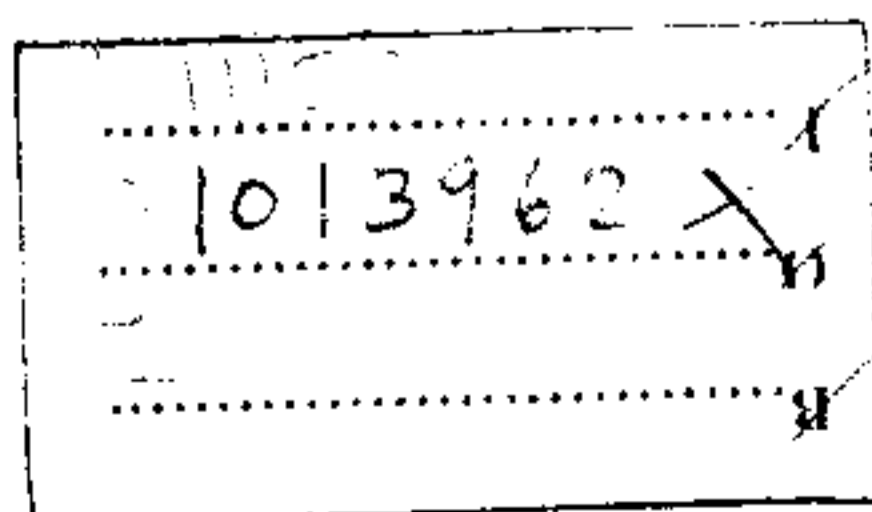
วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543

ลงนาม.....กรรมการ

(อาจารย์ประเสริฐ รักไทยดี)

วันที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543

คณะพัฒนาสังคมอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาลัทธิสตรีนิยม (พัฒนาสังคม)



ผู้ช่วยศาสตราจารย์.....คณบดี

(แดงอ่อน มั่นใจตน)

วันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2543

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ : บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนในกรุงเทพมหานคร
โดย : นางสาวเบญจพร ไข้พิณิจ
ชื่อปริญญา : ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (พัฒนาลังคม)
วิชาเอก : การวิเคราะห์และวางแผนทางสังคม
ปีการศึกษา : 2543

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน 2) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงของเยาวชน 3) ศึกษาถึงการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง 4) ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ประชากรในการศึกษา ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-4 ภาคปกติ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

ผลการศึกษา พบว่า

1) ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชน พบว่า เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.5) เพศชาย (ร้อยละ 47.5) มีอายุตั้งแต่ 20-22 ปี (ร้อยละ 59.2) มีการศึกษาระดับชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 38.8) มีผลการศึกษา 2.00-3.00 (ร้อยละ 76.0) อาศัยอยู่กับบิดาและมารดา (ร้อยละ 50.0) ส่วนมากได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบประชาธิปไตย (ร้อยละ 82.2) โดยครอบครัวมีรายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย (ร้อยละ 71.3)

2) ระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า เยาวชนมีความคิดเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 59.7) และเยาวชนมีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 40.3)

3) ผลการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ผลการศึกษา การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ส่วนตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะของครอบครัว สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง เป็นตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ABSTRACT

THESIS : Influence of Disk Jockies on Youths in Bangkok
BY : Miss Benjaporn Chaipinit
DEGREE : Master of Arts (Social Development)
MAJOR : Social Analysis and Planning
ACADEMIC YEAR : 2000

The objective of the research were 1) to investigate the influence of disk jockies on youths , 2) to find out youths' behavior in listening to music radio programs, (3) to reveal the use of disk jockies and the usefulness gained from them, 4) to see the relationship between youths' behavior in listening to music programs and the use and the usefulness gained from disk jockies, and their influence on youths.

The sample consisted of 385 regular college students from the first year to the fourth year level at Rajabhat Chandrakasem Institute. A questionnaire was used for data collection.

The findings were summed up below :

1. Socio-economic background of the youths. Female students accounted for 52.5 percent of the total subject. Their ages were 20–22 (59.2%). Many were in the junior year (38.8%). Their grade point average was 2.00-3.00 (76.0%). About half lived with their percent (50.0%). The majority grew up in democratic families (82.2%). The families has more or less the same income as the expense (71.3%).

2. Influence of disk jockies on youths. About 59.7 percent of the youths agreed that disk jockies had moderate influence on them, while about 40.3 percent said that they had great influence on them.

3. The factors found to be significantly related to the influence of disk jockies on the youths were the method of bringing-up and the use of disk jockies and the usefulness gained from them. On the contrary, sex, age, education, family status, economic status and behavior in listening to the music programs run by disk jockies were found to have no relationship with the influence of disk jockies on youths in Bangkok.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยพร พิบูลศิริ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สินี กมลนาวิน และ อาจารย์ประเสริฐ รักไทยดี อาจารย์กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาชี้แนะ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่างๆเป็นอย่างดีตลอดมา รวมทั้งอาจารย์คณะพัฒนาสังคมทุกท่านที่ได้ ประสาทความรู้ในวิชาต่างๆ ซึ่งผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณพี่ๆ และเพื่อนๆทุกคนในรุ่น พค.20 ที่ให้คำปรึกษา และเป็นกำลังใจ มาโดยตลอด และขอขอบคุณ คุณชาวิณี-คุณกัญชัย จันทรแสงศรี คุณดวงจันทร์ บุญรอดชู คุณรุ่งสรวรรค์ วรรณสุทธิ และคุณกาญจนา ปภาทิสดี ที่มีน้ำใจให้ความช่วยเหลือในทุกเรื่อง

ขอขอบคุณ คุณสุเทพ บรรณทอง และคุณสุรียพร เขียงนิยม ที่ช่วยกรุณาเป็น อู๋ระในทุกเรื่อง ตลอดจน คุณวศิน-คุณพรนิภา หาญวโรดม ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูล ที่ใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ และนักศึกษาสถาบันราชภัฏจันทรเกษมทุกท่านที่ให้ความร่วมมือ เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ-คุณแม่ และคุณธีรพัฒน์ พร้อมมูล ที่ให้การสนับสนุนด้านกำลังใจตลอดมา

เบญจพร ใช้พิณิจ

พฤศจิกายน 2543

คำนำ

รายการวิทยุประเภทรายการเพลงไทยสากล เป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากเยาวชนมาทุกยุคทุกสมัย เนื่องจากรูปแบบของรายการจะเน้นความบันเทิงและความเพลิดเพลินด้านเสียงเพลงซึ่งสอดคล้องกับความต้องการและธรรมชาติของเยาวชน การที่เยาวชนรับฟังรายการประเภทนี้ ย่อมทำให้เยาวชนเกิดความคุ้นเคยและมีความใกล้ชิดกับนักจัดรายการเพลง ดังนั้น นักจัดรายการเพลงจึงเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเยาวชนเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะมีบทบาทในการให้ความบันเทิงผ่านเสียงเพลงแล้ว คำพูดที่นำเสนอผ่านรายการจะมีอิทธิพลต่อการชักนำทางความคิดและโน้มน้าวใจให้เยาวชนมีความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมไปในแนวทางที่นักจัดรายการเพลงนำเสนอได้

ในการศึกษาครั้งนี้ มุ่งเน้นในด้านบทบาทของนักจัดรายการเพลงพฤติกรรม การเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง ตามความคิดเห็นของเยาวชน เพื่อเป็นแนวทางที่จะพัฒนาบทบาทของนักจัดรายการเพลงเพื่อ ให้เป็นแบบอย่างที่ดีของเยาวชนต่อไป

เบญจพร ไร่พิณีจ

สารบัญ

	หน้า
หน้าอนุมัติ	
<u>บทคัดย่อ</u>	(1)
ABSTRACT	ab (3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
คำนำ	(6)
<u>สารบัญ</u>	co (7)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญแผนภูมิ	(12)
<u>บทที่ 1</u> บทนำ	c1 1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
<u>บทที่ 2</u> แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	c2-1 5
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลของสื่อมวลชน	5
2.1.1 บทบาทหน้าที่และอิทธิพลของสื่อมวลชน	5
2.1.2 ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชน	14
2.1.3 คุณสมบัติและบทบาทของนักจัดรายการเพลง	21
2.1.4 สรุปรูปร่างคดีของบทบาทของนักจัดรายการเพลง	27
2.1.5 องค์ประกอบในเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลง	27
<u>2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ</u>	c2-2 28
2.2.1 เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน	28
2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	30
2.2.3 สรุปรูปร่างคดีของพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง	35
2.2.4 องค์ประกอบในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง	35

	หน้า
2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ จากสื่อมวลชน	36
2.3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความ พึงพอใจจากสื่อมวลชน	36
2.3.2 สรุปรูปร่างคติของการใช้และการได้รับประโยชน์จาก นักจัดรายการเพลง	41
2.3.3 องค์ประกอบในเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จาก นักจัดรายการเพลง	41
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	43
2.4.1 ผลงานวิจัยในประเทศ	43
2.4.2 ผลงานวิจัยต่างประเทศ	49
<u>บทที่ 3 กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย</u>	c3 50
3.1 ตัวแปรที่ทำการศึกษา	50
3.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา	52
3.3 นิยามปฏิบัติการ	54
3.4 สมมติฐาน	56
3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	57
3.6 เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล	59
3.7 ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม	61
3.8 เกณฑ์การให้คะแนนและการวัดระดับตัวแปรที่ทำการศึกษา	62
3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล	64

	หน้า
<u>บทที่ 4 ผลการศึกษา</u>	c4 65
4.1 ผลการวิเคราะห์ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชน	65
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลง ระดับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง	69
4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน	81
4.4 ผลการวิเคราะห์ที่ได้นอกเหนือจากสมมติฐาน	96
<u>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</u>	c5 115
5.1 สรุป	115
5.2 อภิปรายผล	126
5.3 ข้อเสนอแนะ	130
<u>บรรณานุกรม</u>	bi 132
ภาคผนวก	ap 140
<u>ก</u>	q 142
<u>ข</u>	
<u>ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์</u>	v 147

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
3.1	แสดงลักษณะของข้อคำถามในเชิงปฏิฐานและเชิงนิเสธของบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	60
3.2	แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	61
4.1	แสดงภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชน	67
4.2	แสดงระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	69
4.3	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	71
4.4	แสดงระดับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง	73
4.5	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง	75
4.6	แสดงระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง	77
4.7	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง	79
4.8	แสดงเพศกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	82
4.9	แสดงช่วงอายุกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	83
4.10	แสดงระดับการศึกษากับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	85
4.11	แสดงผลการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	86
4.12	แสดงลักษณะของครอบครัวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	87
4.13	แสดงการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	89
4.14	แสดงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	91
4.15	แสดงระดับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	93
4.16	แสดงระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	95

ตารางที่	หน้า
4.17	แสดงเพศกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง 97
4.18	แสดงช่วงอายุกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง 98
4.19	แสดงระดับการศึกษากับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง 99
4.20	แสดงผลการศึกษากับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง 100
4.21	แสดงลักษณะของครอบครัวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง 101
4.22	แสดงการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟัง นักจัดรายการเพลง 102
4.23	แสดงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับฟัง นักจัดรายการเพลง 103
4.24	แสดงเพศกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง 104
4.25	แสดงช่วงอายุกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง 105
4.26	แสดงระดับการศึกษากับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการ เพลง 106
4.27	แสดงผลการศึกษากับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง 107
4.28	แสดงลักษณะของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัด รายการเพลง 108
4.29	แสดงการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จาก นักจัดรายการเพลง 109
4.30	แสดงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จาก นักจัดรายการเพลง 110
4.31	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์ จากนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน 112
4.32	แสดงอันดับความคิดเห็นเรื่องความต้องการของเยาวชนที่มีต่อ นักจัดรายการเพลง 113
4.33	แสดงอันดับความคิดเห็นเรื่องนักจัดรายการเพลงที่เยาวชนชื่นชอบ 114

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่		หน้า
2.1	แสดงเนื้อหาหลักของทฤษฎีการพึ่งพาซึ่งมวชน	17
2.2	แสดงแบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ	37
3.1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม	53

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เยาวชนอยู่ในวัยสำคัญที่กำลังจะพัฒนาทั้งทางร่างกาย สติปัญญา ทางสังคม และศีลธรรม ถ้าการพัฒนาด้านหนึ่งด้านใดบกพร่อง ก็มักจะฝังแน่นติดตัวไปยากที่จะแก้ไขเปลี่ยนแปลง สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเยาวชนคือ ข่าวสาร ข้อมูล และตัวอย่างชีวิตที่พบเห็นกันเป็นประจำ เพราะเยาวชนอยู่ในวัยที่อยากรู้อยากเห็น และเราจะเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วที่สุด (สุภักดิ์ อภินันท์, 2526 : 28) และเป็นที่ยอมรับกันว่าสื่อมวลชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเรียนรู้ด้วยตนเองของเยาวชนเช่นเดียวกับครอบครัว โรงเรียน และกลุ่มเพื่อนฝูง เยาวชนทั่วไปใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับการอ่านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ และชมภาพยนตร์ ดังนั้น การที่เยาวชนจะตกอยู่ใต้อิทธิพลของสื่อมวลชนจึงมีมาก (บุญเลิศ ศุภติลก, 2525 : 40)

สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการปลูกฝังคุณธรรม ความคิด ตลอดจนค่านิยมต่างๆ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชน โดยเฉพาะสื่อทางด้านวิทยุกระจายเสียง (สุภักดิ์ อภินันท์, 2526 : 28) ซึ่งถือได้ว่าเป็นสื่อที่เข้าถึงประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมากที่สุดถ้าเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอย่างอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทยที่สาม ดังนั้นจึงมีบทบาทสำคัญในการให้อิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมวลชนในแต่ละสังคมอย่างมหาศาล (วัฒนา พุทธางกูรานนท์, 2531 : 155) นอกจากนี้ สื่อวิทยุกระจายเสียงยังมีบทบาทเสมือนเป็นทั้งครูผู้ให้ความรู้ความเข้าใจ และเป็นทั้งเพื่อนผู้ให้ข้อคิดเห็นหรือแก้เหงา (ขวัญเรือน กิติวัฒน์, 2526 : 103)

แม้วิทยุจะเป็นสื่อมวลชนที่ครอบครัวสามในสี่ของครอบครัวในประเทศไทยสามารถซื้อมาเป็นสมบัติครอบครองได้ แต่สิ่งที่สำคัญกว่าจำนวนเครื่องรับวิทยุก็คือเนื้อหาที่ถ่ายทอดไปสู่ผู้ฟัง สถานีวิทยุกระจายเสียงของไทยมีมากกว่า 480 สถานี แต่รายการที่แข่งขันกันออกอากาศส่วนใหญ่คือรายการบันเทิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเพลง รายการเช่นนี้มีให้ฟังเกือบตลอด 24 ชั่วโมง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทางสถานีวิทยุกระจายเสียง ระบบเอฟ เอ็ม

(เสถียร เขยประทับ, 2536 : 155) ปัจจุบันสถานีวิทยุกระจายเสียงจัดรายการเพลงกันเป็นส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลินแก่ผู้ฟัง (พูนพิศ อมาตยกุล, สุกีร์ เจริญสุข และพิไลพรรณ ปุกนุต, 2539 : 553) ซึ่งมักจะมีรูปแบบการจัดรายการด้วยการเปิดเพลงสลับกับการพูดสั้นๆ น้อยๆ ของนักจัดรายการเพลง (กาญจนา แก้วเทพ, 2539:189) ดังนั้น นักจัดรายการเพลง หรือดี.เจ. จึงถือเป็นหัวใจสำคัญของรายการ เพราะเป็นผู้ที่ทำให้รายการแต่ละครั้งดำเนินไปได้ เพลงที่เปิดแต่ละครั้งเป็นไปตามการคัดเลือกเพลงของผู้จัดรายการ ภาษาที่ใช้พูดสนทนาในรายการ รสนิยมในการเลือกเพลง การตัดสินใจ ปฏิภาณไหวพริบต่างๆ เป็นเรื่องที่ประกอบขึ้นและมีลักษณะเฉพาะสำหรับนักจัดรายการแต่ละคน (วันชัย ธนะวังน้อย, 2526 : 45) ด้วยรูปแบบของรายการเพลงที่มีลักษณะเป็นกันเอง และใกล้ชิดกับผู้ฟังเป็นอันมาก นักจัดรายการเพลงจึงอาจทำตัวเป็นพี่ เพื่อน น้องของผู้ฟัง โดยที่ไม่ใช่ญาติกันได้อย่างไม่ขัดเขิน ในขณะที่เดียวกันคนฟังก็เรียกนักจัดรายการว่าพี่ น้าหรืออาได้โดยไม่ลำบากใจ (ผีนกล้ำ, 2534 : 4)

จากผลการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชนด้านวิทยุ พ.ศ. 2537 พบว่า กลุ่มเยาวชนเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนของผู้ฟังวิทยุมากที่สุด กล่าวคือ ในกลุ่มเยาวชนทั้งหมดซึ่งมีจำนวนประมาณ 12.3 ล้านคน มีผู้ฟังวิทยุคิดเป็นร้อยละ 56.8 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2540 : 18) การที่เยาวชนรู้สึกชื่นชอบนักจัดรายการเพลงคนใดคนหนึ่ง อาจเนื่องมาจากดี.เจ.คนนั้นเปิดเพลงได้ถูกใจมีลีลาการพูดที่สนุกสนานเป็นกันเอง รู้จักให้กำลังใจแก่ผู้ฟัง หรือให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในรายการ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของเยาวชนในขณะนั้น ทำให้เยาวชนเกิดความชื่นชอบในตัวนักจัดรายการเพลง จนกระทั่งติดตามรับฟังอยู่เสมอจนกลายเป็นความผูกพันจึงเป็นไปได้อย่างยิ่งที่เยาวชนจะซึบซับเอาความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด รวมทั้งพฤติกรรมของนักจัดรายการเพลงที่แสดงออกโดยผ่านทางสื่อวิทยุมาเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต

บทบาทของนักจัดรายการเพลงนอกเหนือไปจากความบันเทิงที่นักจัดรายการเพลงมีให้ผ่านเพลงที่เปิดในรายการวิทยุแล้ว การให้ข้อมูลข่าวสาร และการสอดแทรกความรู้ในรายการยังถือเป็นบทบาทพื้นฐานที่สำคัญที่จะทำให้ผู้ฟังได้รับการศึกษาและสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ และพัฒนาตนเองได้ ยิ่งไปกว่านั้น นักจัดรายการเพลงไทยสากลยังสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้ฟังเห็นคุณค่าและยอมรับความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมที่ดีของสังคม

เพื่อนำไปเป็นแบบแผนความประพฤติเพื่อให้ตนเป็นพลเมืองที่ดีตามที่สังคมมุ่งหวัง (วิระ พัทธวิวัฒน์การ, 2541 :4) นั้นย่อมแสดงว่า นักจัดรายการเพลงจะมีอิทธิพลต่อการปลูกฝัง และเปลี่ยนแปลงคุณธรรมความคิด ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมของเยาวชนแทนที่อิทธิพลของพ่อแม่และผู้ปกครอง

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาจากเยาวชนที่รับฟังรายการเพลง ซึ่งเป็นที่นิยมในวัยของพวกเขา เช่น รายการ Hot Wave คลื่น F.M. 91.5 MHz., รายการ Radio Vote Satellite คลื่น F.M. 93.5 MHz., รายการ Green Wave คลื่น F.M. 104.5 MHz. และรายการ Love F.M. คลื่น F.M. 104.5 MHz. ซึ่งรายการต่างๆเหล่านี้จะมีนักจัดรายการเพลง ที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในกลุ่มเยาวชน นักจัดรายการเพลงกลุ่มนี้จะมีลีลาการจัดรายการที่น่าสนใจ มีรูปแบบการดำเนินรายการ การพูดคุย หรือการเปิดเพลงเป็นที่ถูกใจกลุ่มเยาวชน

จากสภาพการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาในเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางให้หน่วยงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแผนงานส่งเสริมบทบาทของนักจัดรายการเพลง เพื่อการพัฒนาเยาวชนตามนโยบายการพัฒนาเยาวชนแห่งชาติในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.2.1 เพื่อศึกษาถึงบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน
- 1.2.2 เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงของเยาวชน
- 1.2.3 เพื่อศึกษาถึงการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง
- 1.2.4 เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ มีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา

ศึกษาเฉพาะกรณีเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันราชภัฏจันทรเกษม ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ

1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษา 2 ลักษณะ คือ

1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษานี้ คือ ช่วงเวลาเดือนสิงหาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2543

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทำให้ทราบถึงบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

1.4.2 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงของเยาวชน

1.4.3 ทำให้ทราบถึงการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

1.4.4 ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

1.4.5 ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อนักจัดรายการเพลง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของนักจัดรายการเพลง ให้เป็นประโยชน์ต่อเยาวชน

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวความคิด ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลของสื่อมวลชน
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ
3. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน
4. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่และอิทธิพลของสื่อมวลชน

2.1.1 บทบาทหน้าที่และอิทธิพลของสื่อมวลชน

แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 อ้างใน ประมะ สตะเวทิน, 2533 : 142) ได้เสนอแนวความคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนผู้รับสารไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรง แต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆที่กั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้รับสาร (Predisposition) ประชาชนจะมีความคิดเห็น ค่านิยม และมีความโน้มเอียงที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลผู้นั้นสัมผัสกับสื่อมวลชน ก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้ติดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Process) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องหรือขัดแย้งกับความคิดเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายาม

ตีความสารตามความเชื่อและค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความคิดและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (Personal Influence) ชาวสารจากสื่อมวลชนอาจไม่ได้ไปถึงประชาชนทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความคิดเห็นก่อนจะไปถึงประชาชน ผู้นำความคิดเห็นมักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้อย่างเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็น และค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นใดความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนใดดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชน เป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือสื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชนให้มีความเข้มแข็งขึ้น และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมาเมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

สื่อมวลชนเป็นกิจการที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ในประเทศต่างๆ ทั่วโลกอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อการดำเนินชีวิตของคนย่อมเป็นที่ประจักษ์แก่ประชาชนทุกหมู่เหล่า (ก่อ สวัสดิพานิช, 2534 : 53)

อีริค กู๊ด (Erich Goode, 1984 อ้างใน สุเกษม อิงคินันท์, 2537 : 39-40) ได้เสนอผลการศึกษา ผลกระทบของสื่อมวลชน (The Impact of the Mass Media) ของนักสังคมวิทยา ไว้ว่า

1. สื่อมวลชน สามารถทำให้คนเราปฏิเสธต่อต้านหรือเข้าใจผิดต่อข่าวสารที่ส่งมา การกระทำของสื่อมวลชนอาจทำให้เกิดผลในทางตรงข้ามกับเจตนาในการส่งข่าวสาร ที่เรียกว่า "Boomerang Effect"

2. สื่อมวลชนมีผลทำให้เราใช้ชีวิตง่าย และฉิวเฉียดกับสิ่งต่างๆ มากเกินไป เราอาจจะทำอะไรบางอย่างที่มีผลมาจากสื่อมวลชน เช่น เราอาจเลือกซื้อสินค้าเพราะโฆษณามากกว่าตัดสินใจด้วยตนเองหรือจากความเป็นจริง

3. สื่อมวลชนมีผลกระทบมากมาย ถ้าเรารู้จักกับสิ่งนั้นเพียงเล็กน้อย หรือเข้าใจกับสิ่งเหล่านั้นเพียงเล็กน้อย แต่มันดูเหมือนจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมเพียงเล็กน้อยในสิ่งที่มีประสบการณ์ หรือมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ถ้าคุณเคยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน 2 ยี่ห้อ และเป็นที่ยืนยันว่าคุณชอบอยู่ยี่ห้อหนึ่งไม่ว่าจะมีโฆษณาเล็กน้อยเพียงใด ก็ไม่สามารถเปลี่ยนความคิดคุณได้

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติสะท้อนกลับของคนดู ได้มากกว่าผลของตัวเอง เช่น ในสังคมที่ไม่ยอมรับการเท่าเทียมกันของหญิงและชาย และมีภาระหน้าที่แสดงออกทางภาพยนตร์หรือรายการโทรทัศน์ หากสื่อมวลชนกระทำการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างรวดเร็วเพื่อยุติสภาพดังกล่าวสังคมนั้นอาจจะมีการต่อต้านแต่กรณีนี้มีได้เหมือนกันไปหมดทุกครั้ง

5. สื่อมวลชนดูเหมือนว่าจะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมมากกว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยตรง ประชาชนสามารถหลีกเลี่ยงข่าวสารจากสื่อมวลชนได้ง่ายถ้าไม่เชื่อข่าวสารนั้นๆ ประชาชนจะให้ความสนใจต่อสารและพิจารณาว่าสิ่งใดควรเชื่อ และถ้าเขาไม่เชื่อในครั้งแรกสื่อมวลชนก็จะมีผลกับเขาน้อยมาก

เสรี วงษ์มณฑา (2535 : 686-687) อธิบายถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อคนในสังคมปัจจุบัน ดังนี้

1. สื่อมวลชนสอนบทบาท การอยู่ในสังคมมนุษย์เราจะต้องมีบทบาทต่างๆ บทบาทของความเป็นแม่ เป็นพ่อ เป็นครู เป็นนักเรียน เป็นพี่ เป็นน้อง เป็นผู้บังคับบัญชา เป็นลูกน้อง ปัจจุบันนี้เราได้เรียนรู้สิ่งต่างๆเหล่านี้จากสื่อมวลชนนั้นอย่างมากมาย ทั้งจากคอลัมน์ในหนังสือพิมพ์ บทความในนิตยสาร บทบาทของตัวละครในนวนิยาย ในวิทยุ โทรทัศน์ ในภาพยนตร์

นับตั้งแต่เป็นเด็กๆ พวกเราจะแสวงหาข้อมูลซึ่งเป็นไปตามธรรมชาติของความอยากรู้อยากเห็น เราจะเริ่มได้นิยามของโลกและสังคมรอบตัวเราจากสื่อมวลชนที่เป็นผู้ให้ข่าวสารแก่เรา และเราก็จะรู้ว่าคนเป็นพ่อแม่เขาต้องเลี้ยงดูให้การศึกษาลูก ในรายที่ลูกๆต้องกตัญญูกับพ่อแม่ เป็นลูกที่ดี เอาใจใส่พ่อแม่ ภาพของโลกรอบตัวเราเป็นโลกที่กว้าง

ขวางและสลับซับซ้อน เพราะสื่อมวลชนชี้ให้เราเห็นว่าเป็นเช่นนั้น การเรียนรู้บทบาท อันได้แก่ การรู้จักสิทธิและหน้าที่นั้นเราได้เรียนรู้จากสื่อมวลชนตั้งแต่วัยเด็ก ทำให้เราได้เรียนรู้อะไรๆมากกว่าที่พ่อแม่สามารถจะสอนเราได้ ซึ่งบางทีก็เป็นการแบ่งเบาภาระการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ แต่บางทีก็เป็นที่มาของความขัดแย้งที่เกิดจากช่องว่างระหว่างวัย

เราได้เรียนรู้ ในระยะต่างๆที่เราเป็นสมาชิกส่วนหนึ่งนั้น เราต้องประพฤติปฏิบัติตนอย่างไร ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเรียนรู้จากสื่อมวลชนอย่างแท้จริง การเรียนรู้จากสื่อมวลชนเป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นโดยไม่ตั้งใจ ไม่ต้องตั้งใจเรียน ทำให้เกิดการซึมซาบได้ง่าย

2. สื่อมวลชนสร้างค่านิยม ในขณะที่เรากำลังเรียนรู้บทบาทของการเป็นสมาชิกสังคมต่างๆจากสื่อมวลชนนั้น เราก็เรียนรู้ค่านิยมไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมในเรื่องการสะสมทรัพย์สิน การดำเนินชีวิต ความทะเยอทะยาน จุดหมายปลายทางของชีวิต หรือค่านิยมทางเพศ ในปัจจุบันนี้โฆษณา ภาพยนตร์ นวนิยาย และข่าวสารเกี่ยวกับคนดังในสังคม ทำให้เราเรียนรู้เรื่องของวัตถุนิยมและกระตุ้นให้เรานิยมการสะสมทรัพย์สินไม่รู้จบ การดำเนินชีวิตของเรากำลังรีบเร่งขึ้น มีหลักของศีลธรรมที่ยืดหยุ่นลงไปมากจนบางทีมีคนมองเป็นความเสื่อมของศีลธรรม การแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่ก้าวร้าว ไม่ว่าจะเป็นการก้าวร้าวทางวาจาหรือทางร่างกาย เพราะพระเอกนางเอกในภาพยนตร์ ในนวนิยายมักจะใช้กำลังใช้วาจาที่รุนแรงในการเอาชนะคู่ต่อสู้ และการที่เรายกย่องพระเอกนางเอกทำให้เราปรับเอาค่านิยมอันนั้นมาเป็นแนวทางของชีวิต ความเป็นคนสุขุม ยอมแพ้ตามหลักแพ้เป็นพระชนะเป็นมารเริ่มลดหายไปจากสังคม อาชีพของพระเอกนางเอกทำให้ความทะเยอทะยานของเราเปลี่ยนไปจากสมัยก่อนที่เราเคยอยากเป็นข้าราชการ เป็นขุนนาง กลายมาเป็นหมอเป็นตำรวจ เป็นนักธุรกิจที่ก้าวหน้า ค่านิยมทางเพศเปลี่ยนแปลงไปมาก การมีความสัมพันธ์ทางเพศก่อนแต่งงานเริ่มเป็นที่ยอมรับของคนยุคใหม่ แม้ว่าสังคมส่วนใหญ่ยังไม่กล้าลุกขึ้นมายอมรับกันอย่างแท้จริง ความเชื่อในเรื่องของพรหมจรรย์เสื่อมถอย การชะลอการตอบสนองความต้องการทางเพศเริ่มหายไปกลายเป็นการตอบสนองที่ฉับพลัน

ค่านิยมต่างๆที่สื่อมวลชนได้มอบให้กับสังคมนี้ก่อให้เกิดช่องว่างระหว่างวัยได้มาก ทั้งทางด้านค่านิยมทางเพศ กฎเกณฑ์ของศีลธรรมจรรยา ความเชื่อในวัตถุ

นิยม ความเชื่อในเรื่องของเสรีภาพของชีวิตที่จะไม่ยอมใช้ชีวิตภายใต้คำพิพากษาของสังคม และการผละหนีจากเอกลักษณ์ของความเป็นชาติทำให้เกิดปัญหาช่องว่างระหว่างวัย

3. สื่อมวลชนสร้างทัศนคติ ทัศนคติคือความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติ ประกอบไปด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม สื่อมวลชนจะเป็นผู้ให้ข่าวสารแก่เรา ให้ความรู้แก่เรา และจะสอนวิธีประเมินสิ่งต่างๆรอบตัวเรา ตลอดจนชี้แนวทางที่จะเลือกอำนวยความสะดวกต่อการปฏิบัติ ซึ่งให้ทัศนคติของคนเราเปลี่ยนแปลงไป การรับรู้เรื่องความยุ่งยากของชีวิตทำให้เราเห็นว่าเล่นήปลายจวักเป็นเรื่องโบราณ และผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้าน ถ้าไม่สามารถที่จะดูแลครอบครัวได้ไม่ถูกประณามเท่าแต่ก่อนแล้ว การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของพระสงฆ์หรือกิจของสงฆ์ในบางกรณี ทำให้ท่าทีของเราที่มีต่อศาสนาเปลี่ยนแปลงไป เราจะรักสิ่งใดซึ่งสิ่งใดนั้น สื่อมวลชนมีส่วนที่จะสร้างให้เราได้โดยวิธีการเสนอข้อมูลและชี้แนะมาตรการในการประเมินให้กับเรา

4. สื่อมวลชนสอนวิธีการใช้เวลาให้กับเรา มนุษย์เรามีเวลาว่างเสมอไม่ว่ายุคใดสมัยใด และเราจะใช้เวลาว่างนั้นไปทำอะไร เราก็กำลังเรียนรู้ได้จากสังคม แต่ก่อนเราอาจจะใช้เวลาว่างใกล้เคียงกับเพื่อนฝูงหรือพ่อแม่ เพราะเราเรียนรู้เรื่องการใช้เวลาจากพ่อแม่และเพื่อนบ้าน เพื่อนในโรงเรียน แต่ในปัจจุบันนี้ลูกกับพ่อแม่อาจจะมีการใช้เวลาว่างที่ต่างกันไปเลย เช่น กีฬา ดนตรี การท่องเที่ยว หรือการสะสมอะไรก็ตาม ทั้งนี้เพราะเราได้เรียนรู้วิธีการใช้เวลาว่างเหล่านั้นจากสื่อมวลชนมากกว่าจากพ่อแม่ เราได้จากแนวทางการใช้เวลาว่างของตัวคนในภาพยนตร์ นวนิยาย และข่าวจากคนดังในสังคม คนที่เป็นเพื่อนสนิทกันไม่จำเป็นต้องมีการใช้เวลาว่างตรงกัน เพราะต่างคนต่างก็มีหนังสือ มีภาพยนตร์เป็นตัวชี้แนวทางก่อนการใช้เวลา

5. สื่อมวลชนสอนวิธีการใช้เงิน รายได้ของมนุษย์นั้นจะถูกนำไปกระจายใช้แตกต่างกันออกไปตามยุคตามสมัย บางทีเราก็ใช้ไปกับการเล่นกีฬา การเที่ยว การกิน การแต่งตัว ก่อนหน้าสมัยนี้เราอาจจะฟังพ่อแม่และครูกันมากที่สุดที่ว่าเงินที่มีอยู่จะใช้อย่างไร แต่ในปัจจุบันนี้เด็กๆวัยรุ่นจะใช้เงินที่พ่อแม่ให้เขาไปในแนวทางที่ต่างไปจากพ่อแม่คิดหรือบางทีรับไม่ได้เอาเลย เด็กวัยรุ่นบางคนอาจจะมีการหาเงินเองซึ่งเป็นเรื่องใหม่ในสังคมเรา ทั้งนี้เพราะความทะเยอทะยานเกี่ยวกับการใช้เงินที่พวกเขาได้เรียนรู้จากสื่อมวลชน การแต่งตัว

การนั่งตามร้านอาหารราคาแพง ถือได้ว่าเป็นอิทธิพลของสื่อสารมวลชนอย่างแท้จริง เพราะหน้าแฟชันในนิตยสาร คือที่มาของการแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าราคาแพง ยี่ห้อดังๆ และการโฆษณาตลอดจนบทความข่าวสังคมต่างๆ คือที่มาของการนิยมใช้เงินไปกับการสั่งอาหารราคาแพง

6. สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการหล่อหลอมรสนิยม ด้วยเทคโนโลยีที่เจริญขึ้น เช่น การอัดเสียง การถ่ายภาพยนตร์ และวิดีโอ ทำให้สื่อสารมวลชนมีส่วนลดรสนิยมของประชาชน มาตรฐานของสุนทรีย์ทางด้านศิลปะวัฒนธรรมในจุดนี้ลดลงไปมาก ประชาชนในปัจจุบันรับอะไรที่เป็นศิลปะได้ง่ายกว่าเดิม คนเป็นนักแสดงได้ง่ายขึ้น เป็นนักร้องได้ง่ายขึ้น เพราะมีการผลิตกันมากขึ้น เพราะเทคโนโลยีก้าวหน้า และต้นทุนการผลิตลดลง ในปัจจุบันเราจะพบเห็นเพลงในทุกรูปแบบ ทั้งที่มีศิลปะสูงสุดและที่ไม่มีศิลปะเท่าใดนัก แต่สื่อมวลชน เช่น คอลัมน์บันเทิงในหนังสือพิมพ์ บทความในนิตยสารดารา และสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ต่างๆ มีส่วนทำให้เพลงเหล่านี้เป็นที่นิยม และทำให้คนคิดว่านี่คือศิลปะที่ดีเพราะว่ามีความดังมาก ตลาดของศิลปะด้านต่างๆกว้างขวางออกไปมาก ยิ่งตลาดของศิลปะกว้างขวางไปเท่าไร มาตรฐานของสุนทรีย์ของมนุษย์ก็ยิ่งต่ำลง ทำให้เรายอมรับอะไรได้ง่ายขึ้น ความถี่ของการปรากฏในสื่อมวลชนกลายเป็นที่มาของการยอมรับแทนการพิจารณาแง่มุมของสุนทรีย์อย่างที่เราเคยเรียนรู้จากสถาบันการศึกษาในสมัยก่อนๆ ละคร นวนิยาย ภาพยนตร์ ดนตรี มีทุกประเภท สำหรับคนทุกระดับชั้น จนความปรารถนาที่จะพัฒนารสนิยมเหมาะสมกับงานศิลปะวัฒนธรรมชั้นสูงกลายเป็นสิ่งที่ไม่จำเป็นอีกต่อไป

7. สื่อมวลชนชี้แนะการตอบโต้ทางอารมณ์ ในการดำเนินชีวิตในสังคม เราต้องเผชิญกับสิ่งเร้าต่างๆมากมาย ทั้งที่เป็นสิ่งของ เหตุการณ์ และตัวบุคคล สื่อมวลชนได้สอนให้เราเรียนรู้การตอบโต้ทางอารมณ์กับสิ่งเหล่านั้น เราจะพูดเพราะกับใคร เราจะพูดจาแสดงอำนาจกับใคร เราจะรักอะไรชอบอะไร เราจะแสดงออกกับพ่อแม่อย่างไรกับครูอย่างไรกับผู้บริหารประเทศอย่างไร สื่อมวลชนมีส่วนสร้างแนวทางอารมณ์ของเราได้ทั้งนั้น เช่น ปัจจุบันความขี้เกรงกลัวผู้บริหารลดลง การวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลมีสูงขึ้น เพราะข่าวในสื่อมวลชนออกมาในรูปแบบนั้น ภาพยนตร์หลายเรื่องชี้ให้เห็นการตอบโต้ที่รุนแรง การเถียงครู เถียงพ่อแม่ ซึ่งทำให้เด็กจำนวนไม่น้อยยอมรับและคิดว่าเป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้อย่างไม่เสียหาย การจับมือถือแขนหรือการแสดงความรัก เช่น การกอดจูบในที่สาธารณะ หรือการจับมือถือแขนกันในที่

สาธาณะเริ่มเป็นที่ยอมรับ เพราะสื่อมวลชนได้ชี้ให้เห็นปรากฏการณ์เหล่านี้ว่าน่าจะยอมรับได้ เพราะว่าพระเอกนางเอกในละคร ในภาพยนตร์มีความสนิทสนมกันอย่างมาก การจับเนื้อต้องตัวกัน การแสดงความรักเช่นการกอดชบกันในที่สาธารณะทำให้เห็นเป็นประจำ จนคนหลายคนคิดว่าการแสดงอารมณ์ออกมาเช่นนั้นไม่ใช่สิ่งที่เสียหายอะไร

8. สื่อมวลชนกำหนดปทัสถานของพฤติกรรม การอยู่ร่วมกันในสังคม เราจะมีปทัสถานของการประพฤติ แต่ก่อนนี้กลุ่มเคยมีบทบาทสำคัญที่สุดในการกำหนดปทัสถาน ในปัจจุบันกลุ่มยังมีความสำคัญอยู่ แต่ในขณะที่เดียวกันสื่อมวลชนได้สร้างกลุ่มอ้างอิงขึ้นมา เช่น การเป็นดารา การเป็นนักกีฬา การเป็นนักวิชาการ การเป็นผู้บริหาร การเป็นนักการเมือง สื่อมวลชนจะชี้ให้เราเห็นว่า เขาเหล่านั้นมีปทัสถานของพฤติกรรมเป็นอย่างไร กลุ่มเหล่านี้ไม่จำเป็นต้องเป็นกลุ่มที่แท้จริงของเรา แต่เป็นกลุ่มอ้างอิงที่เราไม่ฝันทะเยอทะยานจากการได้เรียนรู้เกี่ยวกับกลุ่มจากสื่อมวลชน แล้วก็นำเอาปทัสถานของพฤติกรรมของกลุ่ม อ้างอิงเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต

อรุณีประภา หอมเศรษฐี (2535 : 89-90) กล่าวถึงหน้าที่ของสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. สื่อสารมวลชนมีหน้าที่สืบเสาะสังเกตการณ์และรายงานสถานการณ์ต่างๆ ที่คิดว่ามีความสำคัญเพียงพอที่จะรายงานให้แก่ประชาชนทั่วไปได้รับรู้ การเสนอข่าวและเหตุการณ์ (Information) ที่เกิดขึ้นรอบๆตัว จะต้องเสนออย่างตรงไปตรงมาไม่แทรกความคิดเห็น ข่าวนั้นจะต้องเป็นประโยชน์ และดึงดูดความสนใจ (Attention) เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป (Acceptance) เป็นข่าวที่ง่ายต่อการแปลความหมาย (Interpretation) และการจดจำ (Memory) ทั้งนี้เพื่อจะได้ใช้เป็นที่ยอ้างอิงในภายหลัง

2. สื่อสารมวลชนมีหน้าที่เสนอความคิดเห็น (Opinion) และโน้มน้าวให้เกิดประชามติ (Persuasion) สื่อสารมวลชนเป็นผู้นำทางความคิด หรือเร้าให้เกิดประชามติเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคม ในรูปของบทความ สารคดี บทวิจารณ์ บทบรรณาธิการ นอกจากนั้นสื่อสารมวลชนยังมีหน้าที่ดำรงรักษาประเพณี บทบาท และทัศนคติ ค่านิยมอันควรมีในสังคมนั้นให้ดำรงอยู่ต่อไป

3. สื่อสารมวลชนมีหน้าที่ให้ความรู้ (Learning) สร้างบรรยากาศของการเรียนรู้ เช่น โทรทัศน์การศึกษา เพื่อให้คนที่อยู่ในสังคมมีความรู้ การศึกษาที่ดีต่อไป

4. สื่อสารมวลชนมีหน้าที่บริการทางด้านบันเทิง (Entertainment) เนื้อหาของสารจะมุ่งเร้าอารมณ์ และความรู้สึก (Emotional) มากกว่าให้ความรู้ หรือความคิดเห็น เช่น ดนตรี ละคร เพลง กีฬา และการรื่นเริงต่างๆ

สื่อสารมวลชนมีอิทธิพลอย่างมากต่อสังคม โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ๆ ซึ่งเต็มไปด้วยความสับสนวุ่นวาย สื่อสารมวลชนจะช่วยสนองความต้องการในการดำรงชีวิตอยู่ของคนในสังคมใหญ่ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยสื่อสารมวลชนจะสามารถดึงดูดความสนใจจากมวลชนได้อย่างดี สิ่งที่ดีติดตามมากกับการดึงดูดความสนใจนี้ ก็คือเมื่อมีคนสนใจมาก ก็ย่อมมีรายได้จากการขายมากขึ้นอีกด้วย ดังนั้น บางทีการหารายได้นี้อาจจะรวมเข้าเป็นหน้าที่ประการที่ห้าด้วยก็ได้

सनัน पीठमठिन (2538 : 64) ได้สรุปถึงบทบาททั่วไปของสื่อมวลชนในปัจจุบัน จากที่ใช้เวลาในการเสนอมากไปสู่ที่ใช้เวลาน้อย ได้ดังนี้

1. ให้ความบันเทิงแก่มวลชนเป็นส่วนใหญ่ (ยกเว้นหนังสือพิมพ์เกือบทั้งหมด)
2. เสนอรายงานข่าว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข่าวในเมืองหลวง
3. ให้ความรู้หรือพัฒนาคุณภาพชีวิต ซึ่งเป็นส่วนน้อย
4. ตลอดเวลาที่เสนอรายการตามบทบาทในข้อ 1 ถึง 3 จะต้องสอดแทรกด้วยการโฆษณาธุรกิจหรือบริการอื่นๆ หรือที่เรียกว่า สปีด (spot) เสมอ ด้วยค่าโฆษณาที่สูงมาก ซึ่งนอกจากจะกระตุ้นความอยากได้หรืออยากใช้บริการที่โฆษณา ซึ่งต้องใช้เงินเกินฐานะแล้วยังทำให้ราคาสินค้า หรือค่าบริการสูงขึ้นมากตามมาด้วย

กาญจนาก แก้วเทพ (2543 : 224-226) อธิบายว่า สื่อมวลชนยุคใหม่ เช่น วิทยุและโทรทัศน์มีลักษณะเป็น "สื่อนานาชาติ" อย่างมาก เช่น มีการใช้ดาวเทียมถ่ายทอดข่าวสารผ่านโทรทัศน์ในเหตุการณ์สำคัญๆ ไปได้ทั่วโลก (เช่น ชาวมนุษย์ไปเหยียบดวงจันทร์) ดังนั้น อิทธิพลของสื่อจึงดูขยายอาณาเขตออกไปกว้างขวางมากขึ้น

เมอร์ฟี (Murphy, 1977) ได้รวบรวมแนวคิดเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชนในรูปแบบใหม่ๆเอาไว้ว่าจะมีอะไรบ้าง เช่น

- Social Regulation สื่อมวลชนได้ช่วยสังคมแสดงออกซึ่งระเบียบกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่สังคมต้องการให้ผู้คนได้มองเห็นและยอมรับอย่างเต็มที่ เช่น ในบรรดาละครหรือภาพยนตร์ เมื่อมีผู้ทำผิดกฎหมาย ก็จะมีตำรวจมาจับกุมผู้กระทำผิดไปขึ้นศาล ถูกลงโทษ เป็นต้น

- Status Conferral เป็นหน้าที่และศักยภาพของสื่อในการให้การรับรองบุคคลและสถาบันว่ามีคุณสมบัติที่ดี หรือเป็นตัวแทนความคิดหรือเป็นตัวแทนของสถาบันต่างๆ เช่น เมื่อเกิดเหตุการณ์ต่างๆในสังคม โจรที่คนก็จะเลือกนักวิชาการหรือบุคคลในวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับ (เพราะผลงานในอดีตของสื่อที่ "ปั้น" บุคคลเหล่านั้นขึ้นมาให้เป็นที่ยอมรับ) มาเป็นผู้แสดงทัศนะ เป็นต้น

- Agenda-setting เป็นบทบาทของสื่อมวลชน ในการจัดข่าวสารที่เกิดขึ้นอย่างมากมายเอาไว้ให้เป็นระบบระเบียบเพื่อพร้อมสำหรับการนำเสนอ ซึ่งในขั้นตอนของการนำเสนอนั้น สื่อก็จะช่วยจัดวาระเรียงตามลำดับความสำคัญเพื่อที่ประชาชนจะได้พูดถึง อภิปราย ถกเถียง และให้ความสนใจต่อประเด็นที่สื่อ "เลือกมานำเสนอ" อันก่อให้เกิดอิทธิพลทางอ้อม กล่าวคือ ถึงแม้สื่อจะไม่สามารถทำให้ประชาชน "คิดแบบที่สื่อคิดได้" (Think What) แต่สื่อก็ยังสามารถทำให้ "คนคิดในเรื่องที่เกี่ยวกับสื่อบอกได้" (Think About) นอกจากนี้ประชาชนยังเรียนรู้กฎกติกาต่างๆที่อยู่ใน "รูปแบบ" ของสื่อ เช่น อะไรที่พูดถึงมาก แปลว่า "สำคัญ" อะไรที่พูดถึงก่อน แปลว่า "สำคัญ" อะไรที่พาดหัวใหญ่ที่สุด แปลว่า "สำคัญที่สุด" เป็นต้น

- Narcotisation หมายถึง อิทธิพลทางอ้อมของสื่อมวลชนที่เข้าครอบงำชีวิตประจำวันของคนทำให้คนใช้สื่ออย่างมาก ใช้อย่างเป็นประจำสม่ำเสมอราวกับยาเสพติด และหมดความสนใจกับสิ่งเร้าแบบอื่นๆในชีวิต เช่น ตัวอย่างชีวิตคนที่หมกมุ่นทั้งวันอยู่กับการอ่านหนังสือพิมพ์ อ่านนิยายกำลังภายใน ดูโทรทัศน์ เล่นเกมกด เล่นอินเทอร์เน็ต อ่านการ์ตูนญี่ปุ่น ฯลฯ จนมิติอื่นๆ ที่หลากหลายของชีวิตเลือนหายไป เช่น ไม่สนใจพูดคุยกับผู้คน ไม่สนใจกิจกรรมนอกบ้าน ไม่ไปหาเพื่อนฝูง ฯลฯ

- Surveillance เป็นบทบาทของสื่อที่คอยดูแลความเป็นไปต่างๆในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นไปที่สื่อไปในทางร้ายหรือความผิดปกติ หน้าที่ดังกล่าวนี้มีอิทธิพลเพิ่มมากขึ้นในสังคมที่เป็นสังคมมวลชน สังคมขนาดใหญ่ สังคมที่มีอัตราการเสี่ยงสูงขึ้นไป ไม่ว่าจะเป็นจากสิ่งแวดล้อมรอบตัว (สื่อต้องคอยรายงานว่ ระดับสารตะกั่วในถนนถึงขีดอันตรายหรือยัง หรือภัยจากมนุษย์ เช่น การหลอกลวง การฆาตกรรม) รวมทั้งภัยจากโครงสร้างต่างๆของสังคม เช่น ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ด้วยเหตุนี้ เราจึงเห็นรายการโทรทัศน์ประเภท “เจียด” “ตามล่าหาความจริง” “จับกระแสด่วน” ฯลฯ ที่มีอิทธิพลในการสอดส่องตรวจตราและรายงานข่าวให้คนในสังคมได้รับรู้

- Two-steps Flow of Information เป็นอิทธิพลทางอ้อมของสื่อที่แม้ว่าอาจจะทำหน้าที่ขัดยาแบบทฤษฎี Hypodemic Theory แต่ทว่ายาที่ฉีดนั้นจะยังไม่เข้าถึงตัวคนไข้โดยตรง เพราะจะต้องเผชิญกับ “หน้าด่านของมวลชน” หรือ “เกาะเครือข่ายทางสังคม” ที่เรียกว่า “ผู้นำทางความคิด” (Opinion Leaders) ในการนี้อิทธิพลของสื่อจะมีมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความสามารถของสื่อมวลชนในการประมือกับแหล่งข่าวสารอื่นๆที่มวลชนมีไว้ใกล้ตัว

- Media Dependency เป็นอิทธิพลที่เกิดจากโครงสร้างแบบหนึ่งๆ อันจะทำให้บุคคลจำเป็นต้องพึ่งพาสื่อมวลชนมากขึ้นแตกต่างกันออกไป

- Spiral of Silence เป็นอิทธิพลของสื่อที่คล้ายกับ Agenda-setting แต่ในขณะที่ Agenda-setting เป็นอิทธิพลระดับปัจเจกบุคคล Spiral of Silence เป็นอิทธิพลที่จะกำหนดวาระให้แก่ระดับสังคม

2.1.2 ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชน (Media Dependency Theory)

กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 240-244) อธิบายว่า เป้าหมายหลักของทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชนนั้น ก็เพื่อที่จะไขข้อข้องใจว่า เพราะเหตุใดในเงื่อนไขหนึ่ง สื่อมวลชนจึงมีอิทธิพลโดยตรงและอย่างมากต่อบุคคล แต่ทว่าในอีกเงื่อนไขหนึ่งก็มีอิทธิพลน้อยมากและเป็นอิทธิพลทางอ้อมๆเท่านั้น เพื่อบรรลุเป้าหมายนี้ ทฤษฎีพึ่งพาสื่อมวลชนได้พยายามประสานคำอธิบายจากสำนักคิดทั้ง 5 สำนักเข้าด้วยกันคือ

1. Structural Functionalism ที่สนใจเรื่องเสถียรภาพของสังคม
2. Conflict Theory ที่เน้นความขัดแย้งอันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคม
3. Evolution Theory ที่เน้นการปรับตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปของการเปลี่ยนแปลง
4. Symbolic Interactionism ที่สนใจการสร้างความหมายเชิงสัญลักษณ์
5. Cognitive Paradigm ที่ให้ความสนใจกับหน่วยการวิเคราะห์ระดับปัจเจกบุคคล ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจ ทักษะ ค่านิยม และการกระทำของบุคคล

เดอเฟลอร์ และบอลล์-โรคิช (DeFleur and Ball-Rokeach, 1989)

ผู้บุกเบิกทฤษฎีการพึ่งพาสื่อได้อาศัยวิธีการทำงานสร้างทฤษฎีแบบนิเวศวิทยา กล่าวคือ ให้ความสนใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยเล็ก (บุคคล) หน่วยกลาง (สื่อมวลชน) และหน่วยใหญ่ (สังคม) ว่าสัมพันธ์ในระดับต่างๆนี้เป็นอย่างไร ร่วมมือหรือว่าขัดแย้ง เปลี่ยนแปลงหรือว่าหยุดนิ่ง ฯลฯ

ความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานย่อยๆเหล่านี้ ทำงานอยู่ระหว่างหลักการ 2 ด้าน คือ การมีเป้าหมาย (Goals) และการมีทรัพยากร (Resource) เช่น เป้าหมายของปัจเจก ของสื่อมวลชน และของสังคมมีอะไรบ้าง และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว แต่ละหน่วยย่อยมีทรัพยากรอะไรบ้างอยู่ในมือ

ในแง่สื่อมวลชนจะเป็นสถาบันที่มีทรัพยากรอยู่ 3 แห่ง ที่จะเอื้ออำนวยให้หน่วยอื่นๆ (ทั้งปัจเจกและสังคม) มาใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายของตนเองคือ

1. เป็นแหล่งทรัพยากรในการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือสร้างข้อมูล
2. เป็นแหล่งจัดการแปรรูปข้อมูล (Information Processing)
3. เป็นแหล่งแพร่กระจายข่าวสารข้อมูล

เนื้อหาหลักของทฤษฎีฟังก์ชันมีสมมติฐาน 4 ข้อที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา
ทฤษฎีฟังก์ชันคือ

1. ลักษณะของโครงสร้างสังคมแต่ละแบบเป็นอย่างไร



2. โครงสร้างดังกล่าวจะกำหนดให้สื่อมวลชนมีบทบาทต่อผู้รับสารมาก

น้อยแตกต่างกันไป

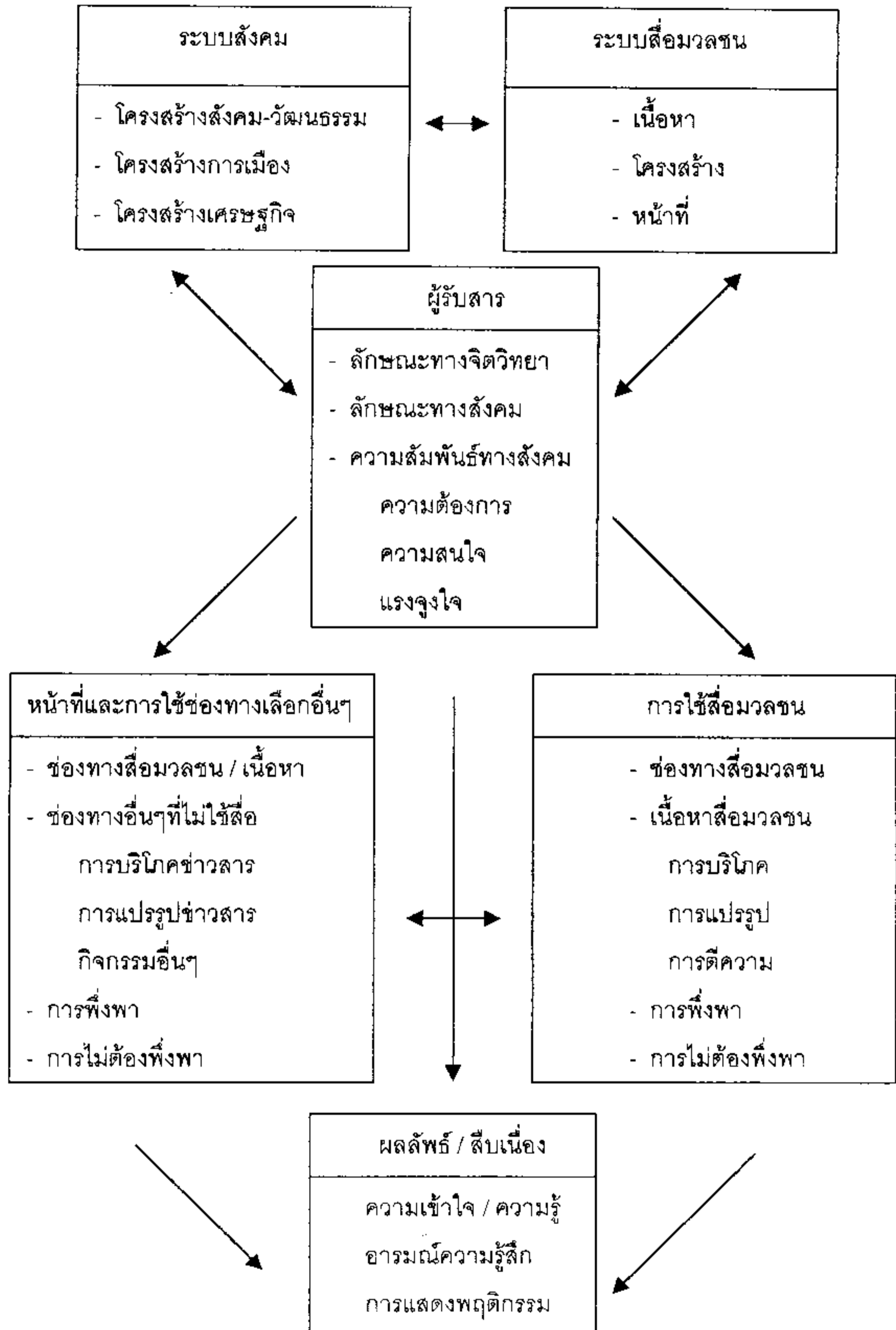


3. อันจะมีผลทำให้ผู้รับสารต้องพึ่งพาสื่อมากน้อยแตกต่างกันไป



4. และผลลัพธ์สุดท้ายก็คือจะตัดสินว่าสื่อมวลชนจะมีอิทธิพลต่อผู้รับ

สารมากหรือน้อยต่างกันไป



แผนภูมิที่ 2.1 แสดงเนื้อหาหลักของทฤษฎีการฟังพาสื่อมวลชน

ที่มา : กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 242)

จากแผนภูมิดังกล่าวนี้ DeFleur and Ball-Rokeach ได้วิเคราะห์ข้อสรุป
ของทฤษฎีการพึ่งพาสื่อดังนี้

ระดับที่ปัจเจกจะต้องพึ่งพาสื่อ จะขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ

- หน้าที่ในการนำข่าวสารมาให้ประชาชนนั้น สื่อทำได้อย่างมากและ
ทำได้อย่างสำคัญมากน้อยเพียงใด (มองจากการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสื่อในสังคม)
- ระดับของการเปลี่ยนแปลง และวิกฤตการณ์ของโครงสร้างสังคมมี
มากน้อยเพียงใด เช่น ในช่วงเวลาที่มีภาวะวิกฤตการณ์ต่างๆ เช่น มีภัยธรรมชาติ (แผ่นดิน
ไหว น้ำท่วม) หรือหายนะต่างๆ (เช่น ช่วงสงคราม) ประชาชนต้องมีการพึ่งพาสื่อมากขึ้น
จนกระทั่งข่าวสารเรื่องนั้นอาจจะครอบคลุมใจความสนใจของประชาชนไว้ได้ทั้งหมด ในกรณี
เช่นนี้ หากช่องทางการใช้และการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนล้มเหลว (เช่น ไฟฟ้าในบ้านดับ รัฐ
ปิดกั้นข่าวสาร) ประชาชนก็จะหันไปใช้ช่องทางทางเลือกอย่างอื่น ๆ (เช่น โทรศัพท์ตามเพื่อน
บ้าน)

นอกจากนั้น ผลจากการวิจัยเรื่องการพึ่งพาสื่อของปัจเจกบุคคลยัง
พบว่า มีตัวแปรที่เข้ามาเกี่ยวข้อง คือ ช่วงระยะเวลา (When) ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว เหตุผลใน
การใช้สื่อ (Why) เช่น การใช้สื่อประเภทใดเป็นเครื่องมือสำคัญ หรือการใช้สื่อด้วยความเคยชิน
และลักษณะข่าวสารของสื่อ (Media Messages) เช่น ข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นสามารถ
แสวงหาได้จากแหล่งข่าวทางเลือกอื่น ๆ หรือเปล่า หากเป็นข่าวสารที่เกินขีดความสามารถของ
แหล่งข่าวอื่น ๆ ในกรณีนี้ปัจเจกจะต้องพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างมาก

กล่าวสำหรับโครงสร้างสังคมแบบอุตสาหกรรมนั้น ประชาชนมีความ
จำเป็นและมีความต้องการที่จะต้องพึ่งพาสื่อมวลชนอย่างมาก ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะสังคม
อุตสาหกรรมนั้นมีลักษณะซับซ้อนมากกว่าสังคมเกษตรกรรม ดังนั้น ประชาชนจึงต้องการสื่อ
มวลชนมาช่วยทำหน้าที่หลายๆอย่าง เช่น

- มาช่วยอธิบายเรื่องราวว่าโลกเราได้มีอะไรคืบหน้าไปบ้างแล้ว เช่น
การรายงานข่าวเรื่องการโคลนนิ่ง เป็นต้น

- มาช่วยชี้นำผู้บริหาร ตัวอย่างเช่น บรรดาคำอธิบายให้ป้องกันสุข
ภาพอนามัยในช่วงเวลาที่เกิดโรคระบาด

- มาช่วยผ่อนคลายความตึงเครียด อันเป็นผลสืบเนื่องที่หลีกเลี่ยงได้
ยากของสังคมอุตสาหกรรม

ตามปกติคนในสังคมอุตสาหกรรมทำความรู้จักโลกโดยมิได้ผ่าน
ประสบการณ์ตรง (Direct Experience) อยู่แล้ว หากแต่รู้จักโลกโดยผ่านสื่อ (Mass Mediated
Experience) ดังนั้น สื่อมวลชนจึงมีหน้าที่เกือบจะรอบด้านในการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับ
โลก เช่น

- ช่วยให้ปัจเจกบุคคลเข้าใจโลก ช่วยในการอ่านความหมายของโลก
(Make Sense) เช่น ด้วยการติดตามดูละครโทรทัศน์ไทย ช่วยให้คนต่างชาติ Make Sense
กับสังคมไทยได้

- ช่วยให้คนรู้จักวิธีการแสดงออกอย่างมีความหมายต่อการเคลื่อนไหว
ของสังคมและโลกภายนอก เช่น รายงานจากข่าวพยากรณ์อากาศ ทำให้รู้สึกว่าควรเตรียม
ตัวอย่างไรบ้าง

- สื่อมวลชนเป็นตัวช่วยวางรูปแบบความคาดหวังของเรา (ในราชการ
ไทยเราจะคาดหวังจากผู้นำทางการเมืองได้มากเท่ากับในอเมริกาหรือไม่) รวมทั้งช่วยลากเส้น
ของขอบฟ้าแห่งจินตนาการของมนุษย์ด้วย เช่น เด็กที่อยู่ในสหรัฐย่อมจินตนาการได้ว่าสักวัน
หนึ่งเขาอาจจะได้เป็นประธานาธิบดีหรือออกไปท่องอวกาศได้

- ระดับความต้องการกับการพึ่งพาสื่อ ตัวแปรตัวหนึ่งที่จะมีส่วน
กำหนดระดับการพึ่งพาสื่อก็คือ ความต้องการของปัจเจกบุคคล หากบุคคลมีความต้องการ
ข่าวสารอย่างมาก (ตัวอย่างเช่น คนที่มีอาชีพเล่นหุ้นกับชาวไร่ชาวนา ย่อมมีความต้องการข่าว
สารที่แตกต่างกัน) อัตราการพึ่งพาข่าวสารก็จะมีมากขึ้น และในกรณีเช่นนี้ทั้งสื่อมวลชน
และข่าวสารจะมีผลต่อบุคคลนั้นอย่างสูงตามไปด้วย ด้วยคำอธิบายเช่นนี้ เราจึงสามารถ
อธิบายในทางกลับกันได้ว่า มิใช่ปัจเจกบุคคลทุกคนจะต้องพึ่งพาสื่อหรือจะได้รับอิทธิพลจาก
สื่ออย่างเสมอหน้าทั่วกันและอย่างเสมอไปในทุกกรณี

พีระ จิระโสภณ (2535 : 659-661) อธิบายว่า การพึ่งพาในที่นี้ หมายถึง การที่ฝ่ายหนึ่งจะบรรลุเป้าหมายหรือจะได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการนั้นจะขึ้นอยู่กับทรัพยากรของอีกฝ่ายหนึ่ง จะเห็นได้ว่ามนุษย์ในสังคมยุคใหม่ต้องพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนเป็นอย่างมาก จนแทบว่าจะกลายเป็นปัจจัยพื้นฐานอีกอย่างหนึ่งของมนุษย์ในสังคมปัจจุบันนี้ การที่มนุษย์เราจำเป็นต้องพึ่งพาข่าวสารนั้นมีเหตุผลด้วยกันหลายประการ เช่น ต้องการเข้าใจสังคมหรือโลกที่เราอยู่ให้ดีขึ้น ต้องการปรับตัวเพื่อให้อยู่ในโลกดังกล่าวได้อย่างราบรื่น หรือต้องการสร้างจินตนาการของโลกในความฝันเพื่อหนีให้หลุดพ้นปัญหาประจำวันและความเครียดไปชั่วขณะ (เช่น โดยการดูภาพยนตร์ ดูละคร อ่านนิยาย ฯลฯ) เป็นต้น ยิ่งมีความต้องการสิ่งเหล่านี้มาก ก็ย่อมต้องพึ่งพาข่าวสารจากสื่อมวลชนมากขึ้น และยังได้รับข่าวสารมากเท่าไรก็มียุทธการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมมากขึ้นด้วย

เดอเฟลอร์ และบอลล์-โรคิช (DeFleur and Ball-Rokeach, 1989) ได้อธิบายให้เห็นว่า ผลต่างๆ จากการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น

1. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้ความคิดเห็น ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความกระฉับหรือบางทีก็อาจก่อให้เกิดความกำกวมขึ้นก็ได้ นอกจากนั้นก็ยังก่อให้เกิดผลในแง่ทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ และผลในแง่ความคิดเห็นว่า สิ่งไหนเป็นเรื่องสำคัญที่ควรพิจารณา รวมทั้งผลในด้านการขยายความเชื่อของบุคคลแต่ละคนและการกำหนดค่านิยมด้วย

2. ก่อให้เกิดผลในด้านความรู้สึก ข่าวสารจากสื่อมวลชนอาจจะสร้างความรู้สึกต่างๆ เช่น กลัว วิดก กังวล รวมทั้งการสร้างกำลังใจ หรือบางทีก็อาจทำลายขวัญและกำลังใจได้เช่นเดียวกัน และ

3. ก่อให้เกิดผลในด้านพฤติกรรม ซึ่งมีทั้งการเร่งเร้าให้ลงมือกระทำ หรือหยุดยั้งการกระทำ รวมทั้งก่อให้เกิดการกระทำทั้งในด้านดี เช่น การช่วยเหลือผู้อื่น หรือในด้านไม่ดี เช่น ความก้าวร้าวรุนแรงต่างๆ เป็นต้น

2.1.3 คุณสมบัติและบทบาทของนักจัดรายการเพลง

วันชัย ธนะวังน้อย (2526 : 10-14) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้จัดรายการเพลงที่มาจากใบประกาศรับสมัครนักจัดรายการวิทยุฉบับหนึ่ง โดยอธิบายไว้ดังนี้

1. วุฒิปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มองโดยกว้างได้ในแง่ที่ว่า ผู้จัดจะต้องมีความรู้พื้นฐานเป็นอย่างดี มีความรับผิดชอบพอสมควร สามารถที่จะตัดสินใจแก้ปัญหาได้ วุฒิความรู้เป็นเพียงมาตรฐานระดับหนึ่งที่เราใช้บอกความสามารถ ความรับผิดชอบ ซึ่งบางครั้งคนที่มีวุฒิน้อยอาจจะมีความรับผิดชอบดีกว่าผู้ที่มีวุฒิกnowledge สูงก็ได้ และคุณสมบัติของผู้ทดสอบเป็นผู้ประกาศก็มีได้ระบุว่าจบชั้นอะไร เพียงแต่ระบุให้แสดงใบสุทธิเท่านั้น

2. อ่านและพูดภาษาไทยให้ชัดเจนที่สุด ตัว ร , ล และคำควบกล้ำ จะต้องชัดเจนโดยเฉพาะคำว่า "เพลง" ซึ่งเราจะได้ยินบ่อยครั้งว่า "เชิญฟังเพลง จากรายการได้แล้วครับ ค่ะ..." เป็นต้น การอ่านและพูดจะต้องเป็นไปในลักษณะที่เป็นการสนทนาพูดคุยจริงๆ ไม่ใช่เป็นการประกาศบอกรายการเพลง ความเป็นกันเองในการสนทนาในรายการเพลงอาจมีน้ำหนักรสนทนาที่ย่อมจะแตกต่างกันไปได้ เพราะฉะนั้นผู้จัดรายการควรจะต้องรู้ตัวเองว่าจัดรายการประเภทใด ผู้ฟังควรจะเป็นใคร ลักษณะการพูดของนักจัดรายการจะแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทของประเภทเพลงที่จัด

3. อธิษาศัยดี รักษากระจายเสียง ทั้งนี้เพราะจะต้องทำงานร่วมกับบุคคลอื่น นอกจากนั้น การเป็นผู้มีนิสัยใจคอดีย่อมจะมีผลต่อลีลาและน้ำเสียงขณะพูดออกในรายการเพลงด้วย ส่วนเรื่องรักษากระจายเสียงเป็นคุณสมบัติสำคัญที่นักจัดรายการเพลงจะต้องมี งานกระจายเสียงโดยเฉพาะงานพูดออกเสียงผ่านไมโครโฟนนั้นมีความช่วยวนอยู่ในตัวของมันเองที่จะทำให้คนหลายๆคนอยากจะประกอบอาชีพนี้ แต่งานกระจายเสียงไม่เหมือนอาชีพอื่นตรงที่ต้องทำสม่ำเสมอตรงตามเวลา ฝนจะตกฟ้าจะร้องรายการเพลงของเราก็จะต้องมี ถึงแม้บางครั้งผู้จัดมีอารมณ์ที่อยู่ในภาวะที่ไม่มีความสุขเหมือนกับทุกวันที่จัดรายการมา และทุกครั้งที่ทำรายการจะต้องทำด้วยความรู้สึกที่รักอยากจะทำ อยากจะพูด อยากจะเลือกเพลงเพียงเพื่อให้รายการถูกใจคนฟัง

4. รักความก้าวหน้า ทะเยอทะยานและสร้างสรรค์ เป็นคุณสมบัติอีกสิ่งหนึ่งที่จะมีผลต่อความมีชีวิตชีวาของรายการที่เราจัดอยู่ เราต้องบอกกับตัวเองเสมอว่า

พรุ่งนี้จะต้องจัดรายการให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ ต้องแสวงหาความแปลกใหม่มาไว้ในรายการอยู่เสมอ สิ่งเปลี่ยนแปลงจะต้องเป็นไปในทางที่ดี คนฟังฟังได้ ในเรื่องของความทะเยอทะยานควรเข้าใจว่าเป็นความอยากที่จะให้รายการที่จัดอยู่ดีมีความก้าวหน้าอยู่เสมอ

5. มีบัตรนักจัดรายการและใบโฆษณา ซึ่งเป็นเรื่องที่ถูกกำหนดโดยระเบียบคณะกรรมการบริหารวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.) ว่าด้วยการออกไปรับรองให้เป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายรายการ พ.ศ. 2522 และระเบียบว่าด้วยการทดสอบเป็นผู้ประกาศของสถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2523 ซึ่งผู้ที่จะเป็นนักจัดรายการจะต้องปฏิบัติตาม

พูนพิศ อมาตยกุล, สุกฤษี เจริญสุข และพิไลพรรณ ปุกหุด (2539 : 564) อธิบายว่า ผู้ดำเนินรายการเพลงทั้งที่ให้เสียงอย่างเดียว หรือทั้งให้เสียงและควบคุมการเปิดปิดแผ่น (DJ) ควรเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติพิเศษ คือ ชัยนคั่นคว่าหาความรู้ใหม่ๆ ชัยนอ่าน ชัยนฟัง ชัยนพูดคุย มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น และกล่าวถึงคุณสมบัติทั่วไปของผู้ดำเนินรายการเพลง สรุปได้ดังนี้

- ต้องชอบเพลงและมีความรู้ความสนใจที่จะหาความรู้เกี่ยวกับเพลงที่จัด
- ต้องมีความรู้ภาษาอังกฤษ อ่านออก เขียนได้ และเข้าใจ รวมทั้งสนใจที่จะหาความรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มเติม
- เสียงพูดเมื่อผ่านไมโครโฟนแล้วจะต้องชัดเจนแจ่มใส ตลอดจนมีน้ำเสียง สีสากการพูดเข้ากับบรรยากาศของรายการเพลงนั้นๆ
- มีวิธีพูดที่ดี คือ อย่าพูดให้เหมือนอ่าน แต่จงอ่านให้เหมือนพูด พูดให้เหมือนคุยกับผู้ฟัง พูดให้มีความรู้สึกไปกับเรื่องที่พูด
- คำพูดที่พูดออกมาต้องชัดถ้อยคำ ออกเสียงให้ถูกต้องโดยเฉพาะภาษาไทย ส่วนภาษาอังกฤษก็ควรพยายามให้ถูกต้องเช่นกัน ใช้ถ้อยคำที่สุภาพ พูดประโยคสั้นๆ ให้ได้ความดีและชัดเจน ใช้ภาษาไทยให้มากที่สุด สำหรับคำพูดที่ต้องการให้เพราะหรือต้องการเน้นควรเตรียมไว้ก่อน

ฤทัย กำแพง (2539 : 110-115) ได้สรุปคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ อันนำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โหม้ มีเดีย จำกัด ประกอบไปด้วย

1. ความรู้ และประสบการณ์ในวิชาชีพ

ความรู้พื้นฐานทางการศึกษาที่ตรงกับสาขาอาชีพในการทำงานย่อมเป็นรากฐานสำคัญ ที่นำไปสู่ความก้าวหน้าในอาชีพนั้นๆ และการเป็นนักจัดรายการวิทยุก็เช่นเดียวกัน การมีพื้นฐานทางด้านนี้โดยตรงย่อมได้เปรียบหลายประการ คือ ได้เรียนรู้เรื่องการเป็นนักจัดรายการวิทยุทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ หรือได้รับการปลูกฝังให้เป็นนักสื่อสารมวลชนที่ดี ตระหนักถึงความสำคัญ ของการเป็นผู้ส่งสารผ่านสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อผู้ฟังจำนวนมาก จึงต้องรู้จักใช้สื่ออย่างถูกต้อง และหมั่นศึกษาหาข้อมูลในเรื่องต่างๆอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นคนที่มีโลกทัศน์กว้างไกล และไม่หยุดนิ่ง

2. ความสามารถในการจัดรายการ

นักจัดรายการวิทยุ ในที่นี้หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการพูดคุย เปิดเพลง เปิดโฆษณา และนำเสนอเนื้อหาทั้งหมดของรายการผ่านสื่อวิทยุ ซึ่งแน่นอนว่าต้องมีความสามารถในการควบคุมเครื่องมือเครื่องมืต่างๆภายในสถานี นอกเหนือไปจากนี้ ยังต้องมีความสามารถในการดำเนินรายการด้วย

เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อมวลชนที่อาศัยเสียงในการสื่อสาร นักจัดรายการวิทยุจึงต้องมีพื้นฐานทางเสียงที่ดี อาจกล่าวได้ว่า นักจัดรายการวิทยุเป็นอาชีพขายเสียงเลยก็ว่าได้ ไม่จำเป็นต้องมีเสียงที่ไพเราะ แต่ต้องมีเสียงที่น่าฟัง มีความชัดเจนในการพูด รวมทั้งมีลีลาและจังหวะในการพูดที่ดีด้วย

ความสามารถในการจัดรายการมีความสำคัญมาก นอกจากนี้ยังหมายถึงการมีไหวพริบปฏิภาณในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เพราะรายการวิทยุเป็นรายการที่จัดขึ้นสดๆ โดยไม่มีการตัดต่อ นักจัดรายการวิทยุต้องมีความสามารถในการดำเนินรายการให้เป็นไปด้วยดี และเป็นไปตามแนวคิดหลักและโครงสร้างของรายการที่กำหนดไว้ หน้าที่ของนักจัดรายการวิทยุจึงไม่ได้หมายความว่าเพียงแค่ว่า ความเชี่ยวชาญในการใช้เครื่องมือต่างๆเท่านั้น ดังที่ เพ็ทตี และแอนดี้ (Pete and Andy, 1994) ได้กล่าวไว้ในหนังสือ The Radio Handbook

ว่าเครื่องมือในการสื่อสารเป็นเพียงช่องทางในการติดต่อระหว่างนักจัดรายการวิทยุกับผู้ฟัง แต่ความสำเร็จของการสื่อสารนั้น ขึ้นอยู่กับวิธีการของผู้นำเสนอ นั่นคือ การใช้น้ำเสียง สีลา และเทคนิคต่างๆของนักจัดรายการวิทยุ

3. อุปนิสัยส่วนตัวของนักจัดรายการวิทยุ

คุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุในข้อนี้มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการจัดรายการ กล่าวคือ อุปนิสัยใจคอ ความคิด และทัศนคติ ของนักจัดรายการวิทยุ มักแสดงออกมาในขณะที่จัดรายการ เนื่องจากการเป็นนักจัดรายการวิทยุนั้น ต้องอาศัยความเป็นตัวของตัวเองมาก คนที่มองโลกในแง่ดี มักพูดจาออกมาในลักษณะที่ทำให้ผู้ฟังมีความสุข ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพราะผู้ฟังรายการวิทยุ ย่อมต้องการฟังในสิ่งที่เพลิดเพลินใจ จึงไม่ใช่เรื่องที่แปลกที่นักจัดรายการวิทยุ ซึ่งมีอุปนิสัย สนุกสนานร่าเริง มักจะได้รับความสนใจจากผู้ฟังมาก และสิ่งสำคัญของคุณสมบัติด้านอุปนิสัยส่วนตัวของนักจัดรายการวิทยุนี้ คือ เป็นสิ่งที่ยากจะเปลี่ยนแปลงแก้ไขด้วย

นอกจากนักจัดรายการวิทยุจะต้องมีอารมณ์ขันที่สร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ฟังแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่มองข้ามไปไม่ได้ คือ การพูดคุยอย่างเป็นกันเองกับผู้ฟัง เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อที่มีความใกล้ชิดกับผู้ฟังมาก จนเรียกได้ว่า เป็นสื่อส่วนบุคคล (Personalized Medium) นักจัดรายการวิทยุมีโอกาสที่จะติดต่อสื่อสารกับผู้ฟังได้โดยตรง จึงต้องสร้างความสัมพันธ์อันดี และก่อให้เกิดความคุ้นเคย นักจัดรายการวิทยุที่ผู้ฟังติดตามกันมากมักเป็นผู้ที่ขอบกระเช้าเหย้าเหยื่อผู้ฟัง สร้างความอบอุ่นเป็นกันเอง

บทบาทของนักจัดรายการเพลงไทยสากลในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารด้านสังคมประภคิต แบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ (วีระ พัทธวีวัฒนการ, 2541 : 179-181)

1. ประเภทบันเทิง ได้แก่

- ข้อมูลหรือการวิจารณ์รายการต่างๆ ทางโทรทัศน์ เช่น เกมส์โชว์ วาไรตี้ ฯลฯ
- ข้อมูลหรือการวิเคราะห์วิจารณ์ภาพยนตร์
- ข้อมูลเกี่ยวกับดารานักร้องไทยหรือต่างประเทศ
- แฟชั่นการแต่งกาย

- คอนเสิร์ต หรือมิวสิกวิดีโอ ของนักร้องยอดนิยม
2. ประเภทข่าวสารและความรู้รอบตัว ได้แก่
- ข่าวหน้าหนึ่งในหนังสือพิมพ์ฉบับต่างๆ
 - ข้อมูลเกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี
 - ข่าวและการวิพากษ์วิจารณ์การเมือง
 - ข่าวต่างประเทศ
 - ความรู้รอบตัว
3. ประเภทระเบียบวินัย
- การกระตุ้นให้ผู้ฟังตั้งใจเรียนหนังสือ
 - การปลุกฝังผู้ฟังให้เป็นคนตรงต่อเวลา
 - การกระตุ้นผู้ฟังให้รู้จักเคารพสิทธิและความคิดเห็นของผู้อื่น
 - การเป็นคนมีระเบียบวินัยในสังคม
 - การฝึกความอดทนอดกลั้นในสถานการณ์ต่างๆ
4. ประเภททักษะต่างๆ
- การกระตุ้นให้คนทำงานรักษาจรรยาบรรณในอาชีพ
 - การปลุกฝังให้มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่การงาน
 - การรู้จักมารยาทสังคม
 - การเตือนให้ผู้ฟังขับชื้อรถยนต์ด้วยความปลอดภัย
5. ประเภทความเชื่อและค่านิยม
- ความเชื่อเรื่องโชคลาง
 - คำทำนายดวงชะตาราศรี
 - ความเชื่อเรื่องดวงวิญญาณ ภูติผี
 - การทำดีได้ดี
 - ให้คำปรึกษาแนะนำเรื่องการคบเพื่อน
 - แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเรื่อง การเลือกคู่ครอง
 - ทศนคติที่มีต่อความรักในแง่มุมต่างๆ

6. ประเภทการสร้างแรงบันดาลใจ

- การแนะนำให้ผู้ฟังเป็นตัวของตัวเอง
- การสร้างแรงบันดาลใจ ความทะเยอทะยานเพื่อความก้าวหน้า
ในชีวิต
- การให้กำลังใจในการเรียนและการทำงาน
- สร้างความมุ่งมั่น กำลังใจในการสอบเข้ามหาวิทยาลัย
- การกระตุ้นความมานะพยายาม เพื่อความสำเร็จในอนาคต

7. ประเภทความรู้ทั่วไป

- ความรู้เกี่ยวกับภาษาต่างประเทศ
- วิธีอนุรักษ์พลังงานไฟฟ้า น้ำมัน ฯลฯ
- การดูแลรักษาสุขภาพ
- การให้ความรู้เรื่องการรักษาสัตว์แวดล้อม และธรรมชาติ
- ข้อมูลเกี่ยวกับปรากฏการณ์บนท้องฟ้า เช่น พายุฝนดาวตก

8. ประเภทการปลูกฝังจริยธรรม

- การสนับสนุนคนที่มีความซื่อสัตย์สุจริต
- ความกตัญญูกตเวที
- ให้ความสำคัญกับความเสียสละ
- เสริมสร้างความสามัคคีในระดับต่างๆ เช่น ชุมชน ฯลฯ
- การส่งเสริมความมีน้ำใจให้แก่กันและกัน
- การให้ข้อคิดผ่านสำนวน สุภาษิต หรือคำคม
- การส่งเสริมให้คนพึงยึดมั่นในศีลธรรม
- การสนับสนุนความยุติธรรม

9. ประเภทการส่งเสริมบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดี

- เนื้อหาเกี่ยวกับการมีสัมมาคารวะ เคารพผู้อาวุโส
- ส่งเสริมให้คนพึงประหยัด อดออม
- สนับสนุนให้ใช้สินค้าไทย

- ปลุกฝังความคิดในการเป็นพลเมืองที่ดี
- อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย
- ส่งเสริมประชาธิปไตย เช่น การเลือกตั้ง
- สนับสนุนการเสียภาษีอากร

2.1.4 สรุปฐานคติของบทบาทของนักจัดรายการเพลง

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดในเรื่องบทบาทหน้าที่และอิทธิพลของสื่อมวลชน ทฤษฎีการพึ่งพาสื่อมวลชนของ เดอเฟลอร์ และบอลล์-โรคิช (DeFleur and Ball-Rokeach) และคุณสมบัติและบทบาทของนักจัดรายการเพลง จึงสรุปฐานคติของบทบาทของนักจัดรายการเพลงได้ดังนี้

- บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่แสดงออกมาจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของเยาวชนผู้รับสารทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม
- ความต้องการ ความสนใจ และแรงจูงใจของเยาวชนผู้รับสารจะเป็นตัวกำหนดให้เยาวชนพึ่งพาสื่อวิทยุกระจายเสียง และได้รับอิทธิพลจากนักจัดรายการเพลงมากน้อยต่างกัน กล่าวคือ ยิ่งเยาวชนมีความต้องการสื่อมากก็ย่อมต้องพึ่งพาสื่อมากขึ้น และยิ่งถ้าเยาวชนได้รับสารจากนักจัดรายการเพลงมากขึ้นเท่าใด ก็จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงความรู้ ความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมของเยาวชนมากขึ้นด้วย

2.1.5 องค์ประกอบในเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลง

ในการศึกษาเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ผู้ศึกษาได้กำหนดองค์ประกอบของบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยนำมาจากผลการศึกษาของ วีระ พัทธวีวัฒน์ (2541) ซึ่งแยกออกเป็น 9 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ด้านบันเทิง
2. ด้านข่าวสารและความรู้รอบตัว
3. ด้านระเบียบวินัย

4. ด้านทักษะต่างๆ
5. ด้านความเชื่อและค่านิยม
6. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ
7. ด้านความรู้ทั่วไป
8. ด้านการปลูกฝังจริยธรรม
9. ด้านการส่งเสริมบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดี

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ

2.2.1 เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน

เมอร์ริล และโลเวนสเตียน (Merrill and Lowenstien, 1971 อ้างใน วลัยลักษณ์ เศรษฐี, 2539 : 19) ได้สรุปถึงสาเหตุที่บุคคลต่างๆจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่

- ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้ตามลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และบางครั้งคนเราพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะว่าสื่อไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อสนองต่อความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าจะสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

- ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้สิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm, 1973) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (Promise of Reward)

- ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้ตนเกิดความพึงพอใจ

4. ด้านทักษะต่างๆ
5. ด้านความเชื่อและค่านิยม
6. ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ
7. ด้านความรู้ทั่วไป
8. ด้านการปลูกฝังจริยธรรม
9. ด้านการส่งเสริมบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดี

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ

2.2.1 เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน

เมอร์ริล และโลเวนสเตียน (Merrell and Lowenstien, 1971 อ้างใน วลัยลักษณ์ เศรษฐ์, 2539 : 19) ได้สรุปถึงสาเหตุที่บุคคลต่างๆจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร ได้แก่

- ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้ตามลำพัง ต้องหันมาสื่อสารกับผู้อื่น และบางครั้งคนเราพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคล เพราะว่าสื่อไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้แก่ตนเอง

- ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อสนองตอบความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าจะสิ่งที่ยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองหรือไม่ก็ตาม

- ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ตนเอง ทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนสะดวกสบาย หรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้สิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilber Schramm, 1973) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Least effort) และได้รับประโยชน์ตอบแทนดีที่สุดในที่สุด (Promise of Reward)

- ลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละอย่าง ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหา ลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการและทำให้อันเกิดความพึงพอใจ

โดมินิค (Dominick, 1990 อ้างใน พิรฤดา พจนพิสุทธิ์, 2539 : 14-15)

กล่าวว่า ผู้รับสารมีสิทธิที่จะเลือกเปิดรับสื่อมวลชนตามที่ตนต้องการ เหตุผลในการเลือกเปิดรับสื่อมวลชนของผู้รับสารแต่ละคน สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. เพื่อความรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสารต้องการข่าวสาร เพื่อสนองต่อความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้ และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลัก คือ

- ข่าว
- ความรู้
- บันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversions) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป เช่น

- การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความเร้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ทั้งนี้เพื่อต้องการลดความเบื่อหน่ายในชีวิต
- การพักผ่อน (Relaxation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดที่มากเกินไป หรือลดความเร่งเร้าในชีวิตประจำวันลง
- การหย่อนอารมณ์ (Emotional Release) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความบันเทิงไม่ว่าในลักษณะใดๆ เช่น ความตื่นเต้น ความเพ้อฝัน เพื่อหย่อนอารมณ์โดยตรง มิใช่เนื่องจากสาเหตุปัจจัยภายนอก

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับการสมาคมในสังคม (Prosocial) และความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

- การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversational Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อเพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูดและความเข้าใจต่อค่านิยมใหม่ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นสะพาน

เชื่อมของคนในกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

- สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้น ปัจเจกชนกลับยังมีความรู้สึกโดดเดี่ยว ทั้งนี้เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและประกอบอาชีพ มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันเท่านั้น ถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอุตสาหกรรม มนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทน หรืออย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชนในการแสวงหามิตร ดังเช่น สังคมในชุมชนเมืองอย่างกรุงเทพฯ เป็นต้น ที่ประชาชนส่วนใหญ่อาศัยสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการคบกันกับเพื่อนบ้านด้วยกัน

4. การผละสังคัม (Withdrawal) มีลักษณะที่ตรงข้ามกันกับเพื่อประโยชน์ทางสังคม กล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อหรือเข้าหาสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำ ตัวอย่างของการผละสังคัม เช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จสิ้นเพื่อจะได้ไปรับชมโทรทัศน์

2.2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ

แนวความคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับข่าวสารนี้อาจจะพิจารณาในหัวข้อต่อไปนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2535 : 636-640)

1. การเลือกสรรในการรับสาร

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักจะมีการกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร นั่นก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่างๆแม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็มิได้ประกันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่คุณส่งสารต้องการได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ ทั้งนี้เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ตามความเชื่อ ตามทัศนคติ ตามความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวดสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้

1.1 การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้ออ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเลือกเปิดรับนี้ได้มีการศึกษาวิจัยกันอย่างกว้างขวาง และพบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิเช่น ทักษะคติเดิมของผู้รับสารตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) นั้นกล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยหรือสอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว จะเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า "Cognitive Dissonance" ดังนั้น การที่จะลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวสารที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน เมื่อบุคคลได้ตัดสินใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีความได้เปรียบเสียเปรียบก้ำกึ่งกัน เช่น ระหว่างการซื้อรถยนต์ยี่ห้อ A กับรถยนต์ยี่ห้อ B ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกัน บุคคลย่อมมีแนวโน้มที่จะแสวงหาข่าวสารที่สนับสนุนการตัดสินใจนั้นๆ (Reinforcement Information) มากกว่าที่จะแสวงหาข่าวสารที่ขัดกับสิ่งที่กระทำลงไป

อย่างไรก็ดี ทฤษฎีที่ว่าด้วยการเลือกเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมนั้น บางครั้งต้องพิจารณาร่วมกับปัจจัยอื่นๆด้วย เช่น เราอาจจะพบว่าผู้นิยมพรรคการเมืองพรรคหนึ่งชอบไปฟังการปราศรัยหาเสียงของพรรคการเมืองฝ่ายตรงข้าม พฤติกรรมเช่นนี้อาจเป็นเพราะบุคคลผู้นั้นต้องการรับรู้ข้อมูลจากฝ่ายตรงข้าม เพื่อเป็นประโยชน์ในการปกป้องความเชื่อของตนเองก็ได้ หรืออาจจะเป็นเหตุผลอื่น เช่น เพื่อความสนุกสนานบันเทิงหรือเพราะสนใจในเรื่องนั้นเป็นพิเศษ เป็นต้น แต่โดยทั่วไปแล้วในการเปิดรับข่าวสารผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนเสมอ

นอกจากทัศนคติดั้งเดิมที่เป็นตัวกำหนดในการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจ และลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการที่ทำให้เราพบว่า คนบางคนเลือกอ่านหนังสือพิมพ์มติชน คนบางคนเลือกอ่านเดลินิวส์ คนบางคนเลือกดูข่าวช่อง 5 คนบางคนดูข่าวช่อง 9 ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (เช่น ระดับการศึกษา วัย อาชีพ รายได้ ฯลฯ) ความเชื่อ อุดมการณ์ ทัศนียม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

1.2 การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้วก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารชั้นเดียวกันที่ส่งผ่านสื่อมวลชนไม่ตรงกัน เช่น การลดค่าเงินบาท บางคนอาจจะมองว่ามีผลดี บางคนอาจจะเห็นว่ามีผลเสียมากกว่า หรือการเล่นสเก็ต บางคนอาจจะมองว่าเป็นกีฬาพักผ่อนหย่อนใจ บางคนอาจจะคิดว่าเป็นแหล่งมั่วสุมสิ้นเปลือง หรือแม้แต่ภาพใบ้ บางคนมองว่าเป็นศิลปะบางคนว่าเป็นอนาจาร เป็นต้น ความหมายของข่าวสารที่ส่งไปถึงจึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสารที่จะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายความเข้าใจของตัวเอง หรือตามทัศนคติตามประสบการณ์ ตามความเชื่อ ตามความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

1.3 กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า ตัวอย่างที่เรามักจะพบในชีวิตประจำวันเสมอ เช่น การที่เราดูภาพยนตร์หรือรายการวิทยุโทรทัศน์ หรือฟังรายการวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวหนังสือพิมพ์ แล้วนำไปบอกต่อกับผู้อื่น เราก็มักจะเลือกจดจำแล้วนำไปเล่าเฉพาะที่เราสนใจหรือเราต้องการเท่านั้น ดังนั้นการสื่อสารมวลชน เช่น การโฆษณา หรือการรณรงค์ในเรื่องต่างๆ อาจจะไม่ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย แม้ว่าผู้รับสารจะได้รับสารนั้นครบถ้วน แต่ผู้รับสารอาจจะไม่สนใจจดจำสิ่งที่เราต้องการให้รู้ให้จดจำก็เป็นได้เสมอ

การเลือกจดจำนั้นเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งข่าวสารอาจจะถูกปฏิเสธตั้งแต่ชั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่อมวลชนบางฉบับหรือบางรายการ ในกรณีที่ผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่ได้ (เช่น การถ่ายทอดวิทยุโทรทัศน์รายการเดียวกันทุกช่องในเวลาพร้อมๆกัน) ผู้รับสารก็อาจจะพยายามตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง แต่หากว่าข่าวสารนั้นไม่เปิดโอกาสให้ตีความหมายแตกต่างกันไป (เพราะความชัดเจนที่เข้าใจตรงกันอยู่แล้ว) ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสปฏิเสธข่าวสารนั้นได้อีกเป็นชั้นสุดท้าย กล่าวคือเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนของตนเองสนใจหรือต้องการเท่านั้น

2. การแสวงหาข่าวสาร

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin, 1973 อ้างใน พิระ จิระโสภณ, 2535 : 639) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารได้จากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ (เช่น การได้รับข่าวสารหรือความบันเทิงตามที่ต้องการ) สูงกว่าการลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา) หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่า การรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจ ไม่สบายใจหรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้ง ถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้งๆที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำๆซากๆในโทรทัศน์ก็เนื่องจากซีเกียจเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหมุนไปช่องไหนๆก็เจอแต่โฆษณาก็เลยจำใจต้องนั่งดูทั้งๆที่ไม่ชอบ

ชาร์ลส์ แอตคิน ชี้ให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง และ
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสถานะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้น แอดคิน เรียกว่า “ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค” (Immediate Consummatory Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) นั้น แอดคินให้ชื่อว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ” (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงขณะเดียวกัน

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงเริงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เฉยเมยต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการ

เปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใดๆ ด้วย

2.2.3 สรุปฐานคติของพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ จึงสรุปฐานคติของพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลงของเยาวชน ได้ดังนี้

- เยาวชนรับฟังนั้กัจัดรายการเพลงเพื่อสนองความต้องการด้านต่างๆ เช่น เพื่อความบันเทิง เพื่อการพักผ่อน เพื่อคลายความเหงา เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจ แก้ปัญหา ฯลฯ
- เยาวชนสามารถเลือกรับฟังและแสวงหานั้กัจัดรายการเพลงที่ตนชื่นชอบ ตามความต้องการ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด ผลประโยชน์ที่จะได้รับ ฯลฯ

2.2.4 องค์ประกอบในเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง

ในการศึกษาเรื่องอิทธิพลของนั้กัจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ผู้ศึกษาได้กำหนดองค์ประกอบของพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลงในครั้งนี้ โดยนำมาจากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ และงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแยกออกเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ความถี่ในการรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง
2. ระยะเวลาในการรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง
3. เหตุผลในการรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง
4. ลักษณะการรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง
5. การมีส่วนร่วมในรายการ

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

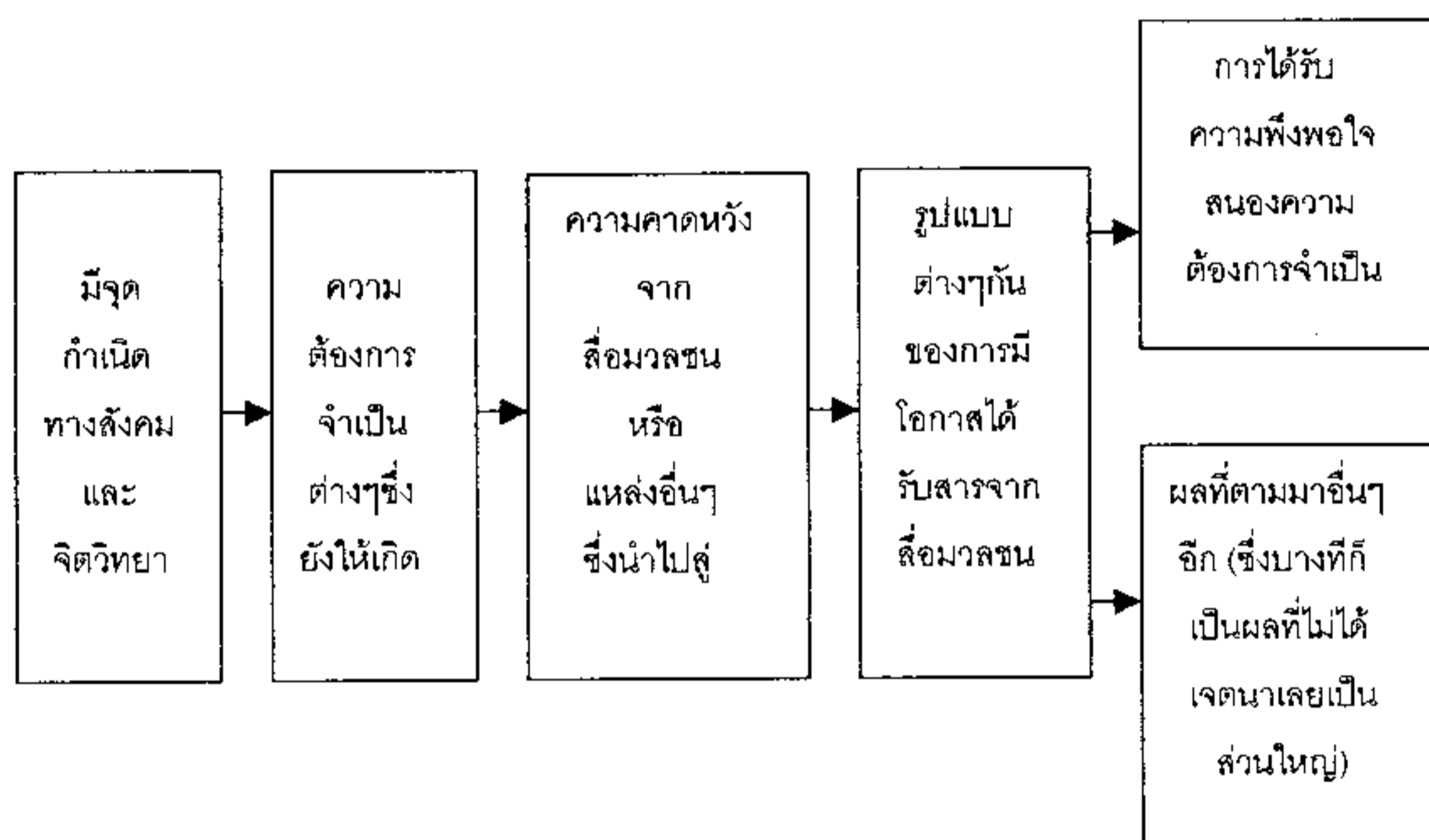
2.3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

แมกซ์เวลล์ อี แมคคอมบ์ และลี บี เบคเคอร์ (Maxwell E., McCombs and Lee B. Becker, 1979 : 51-52) ได้กล่าวไว้ในเรื่องการใช้สื่อตามความพอใจและความต้องการ (Uses and Gratifications) ว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆจากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์เฉพาะตัว
3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุย สนทนา (Discussions) โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่น่าไปใช้ในการพูดคุยกับคนอื่น
4. ความต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความ เป็น ไปต่างๆที่เกิดขึ้นรอบๆตัว
5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. ต้องการความบันเทิง (Relaxing and Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

แคทซ์ และคณะ (Katz, E. and Other, 1974 อ้างใน สวณิต ยมาภัย และรวีวรรณ ประกอบมล, 2537 : 126-127) ได้กล่าวถึงตรรกะที่อยู่เบื้องหลังการพิจารณาตรวจสอบถึงเรื่องของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของบุคคลผู้รับสาร ดังนี้

แนวทางการศึกษาการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ คือ การศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับ (1) จุดกำเนิดทางสังคมและจิตวิทยา (2) ความต้องการจำเป็นต่างๆ ซึ่งยังให้เกิด (3) ความคาดหวังจาก (4) สื่อมวลชน หรือแหล่งอื่นๆ ซึ่งนำไปสู่ (5) รูปแบบต่างๆกันของการมีโอกาสได้รับสารจากสื่อมวลชน (หรือเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอย่างอื่นๆ) อันก่อให้เกิดผลลัพธ์คือ (6) การได้รับความพึงพอใจสนองความต้องการจำเป็น และ (7) ผลที่ตามมาอื่นๆอีก ซึ่งบางทีก็เป็นผลที่ไม่ได้เจตนาเลยเป็นส่วนใหญ่ ดังแผนภูมิที่ 2.2



แผนภูมิที่ 2.2 แสดงแบบจำลององค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ

ที่มา : พีระ จิระโสภณ (2535 : 635)

นอกจากหน่วยประกอบหลักๆ ดังได้กล่าวมาข้างต้น บรรดาแบบจำลองการวิจัยการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจต่างๆ มักจะรวมเอาเหตุจูงใจที่จะสนองความต้องการจำเป็นและทางเลือกเชิงการหน้าที่ต่างๆ เพื่อสนองความต้องการจำเป็นนั้นๆให้เต็มที่ สำหรับสิ่งหลังนี้ การบริโภคสื่อมวลชนบางชนิดอาจเป็นตัวอย่างของทางเลือกเชิงการหน้าที่อีกทางหนึ่งแทนที่จะเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมชนิดอื่น

แบบจำลองการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองซึ่งได้กำหนดขึ้นมาอธิบายถึงกระบวนการรับสารในการสื่อสารมวลชน และเพื่ออธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง บุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ ซึ่งมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลต่างๆกัน

การศึกษาตามแนวคิดนี้มีได้แบ่งได้ว่า สื่อมวลชน คือ ตัวการที่มีผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับโดยตรง แต่กลับมองว่า กลุ่มผู้รับสารต่างหากที่ใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจของตน การศึกษาในลักษณะนี้จึงตรงกับวิธีการศึกษาในเชิงหน้าที่ของสื่อมวลชน (Functional Approach) ที่มุ่งพิจารณาว่า สื่อมวลชนมีหน้าที่ต่างๆกัน เพื่อสนองความต้องการของผู้รับสาร เช่น หน้าที่ในการเสนอข่าวสาร หน้าที่ในการให้ความบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ หน้าที่ในการเป็นสื่อเพื่อการติดต่อกับสังคม และหน้าที่ในการเสริมสร้างลักษณะส่วนบุคคลให้แก่ผู้รับสาร เป็นต้น (พีระ จิระโสภณ, 2535 : 635-636)

สมควร กวียะ (2537 : 38-39) อธิบายว่า บทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนจากทัศนะของประชาชนผู้รับสารซึ่งเป็นผู้ที่จะต้องได้รับผลกระทบจากการสื่อสารมวลชนมากที่สุด สามารถสรุปได้ดังนี้

1. เกี่ยวกับข่าวสาร

- 1.1 ทำให้รู้เหตุการณ์และสภาพการณ์ครบครัน รอบสังคมและรอบโลก
- 1.2 ให้คำแนะนำปรึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติตน ความคิดเห็นและการเลือกตัดสินใจ
- 1.3 สนองตอบความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจในเรื่องต่างๆ
- 1.4 ช่วยกระบวนการเรียนรู้และศึกษาด้วยตนเองของผู้รับสาร
- 1.5 ให้ความรู้ที่ทำให้เกิดความรู้สึกปลอดภัย

2. เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของบุคคล (Personal Identity)
 - 2.1 ทำให้มั่นใจในค่านิยมของบุคคล
 - 2.2 ให้แบบอย่างของการประพฤติตน (Models of Behavior)
 - 2.3 ทำให้สามารถเปรียบเทียบตนเองกับบุคคลอื่นที่ล้อมวลชน
ประเมินค่าแล้ว
 - 2.4 ทำให้รู้จักตนเองลึกซึ้งมากขึ้น
3. เกี่ยวกับการเข้าสังคมและอันตรกิริยาทางสังคม(Social Interaction)
 - 3.1 ให้เรียนรู้ลึกซึ้งในสถานการณ์ของผู้อื่น หรือที่เรียกว่าการ
รู้เขารู้เรา (Social Empathy)
 - 3.2 ทำให้เข้ากับผู้อื่นได้และเกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกัน
 - 3.3 ทำให้มีเรื่องราวที่จะสนทนากัน และเกิดความตอบสนองกัน
ทางสังคม
 - 3.4 ช่วยทำหน้าที่แทนเพื่อนในชีวิตจริง
 - 3.5 ช่วยทำให้บทบาททางสังคมบรรลุตามเป้าประสงค์
 - 3.6 ทำให้บุคคลสามารถติดต่อกับครอบครัว เพื่อนฝูง และสังคม
4. เกี่ยวกับการบันเทิงใจ
 - 4.1 ช่วยให้หนีหรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
(Escape from Problems)
 - 4.2 พักผ่อนหย่อนอารมณ์
 - 4.3 ทำให้ชื่นชมกับความงามของศิลปะและวัฒนธรรม
 - 4.4 ช่วยฆ่าเวลา
 - 4.5 ช่วยกระตุ้นความสนใจทางเพศ

กรีนเบิร์ก (Greenberg, 1974 อ้างใน ปรียาธร มาดาเมนท์, 2539 : 7-8) ได้สรุปว่าการเรียนรู้ที่เด็กได้จากสื่อประกอบด้วย

- การเรียนรู้เกี่ยวกับตนเองและสิ่งอื่นๆ (to Learn about Self / to Learn about Things) ได้แก่ การที่เด็กใช้สื่อจะทำให้เกิดการเรียนรู้ทางสังคมหรือสิ่งแวดล้อม และทำให้ทราบว่าตนเองควรจะวางตัวหรือแสดงออกอย่างไร มีข้อมูลเพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ทำให้เป็นที่ยอมรับในสังคม หรือในหมู่เพื่อนฝูง รวมทั้งเป็นการสร้างภาพพจน์เกี่ยวกับตนเอง
- การได้รับข่าวสาร วิชาความรู้ (for Learning, Information) ได้แก่ การที่เด็กได้เรียนรู้อย่างเป็นทางการ หรือการใช้สื่อเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากความรู้ที่ได้ในห้องเรียน
- การใช้สถานการณ์ในการเปิดรับสื่อทำให้เกิดการรวมกลุ่ม ได้แก่ การที่ครอบครัวมาอยู่รวมกันเวลาดูโทรทัศน์ การไปชมภาพยนตร์กับเพื่อนฝูง
- การได้มีเพื่อนหรือความรู้สึกว่าตนเองไม่ได้อยู่โดดเดี่ยว (for Companionship) ได้แก่ การใช้สื่อเพื่อช่วยคลายความเหงา ทำให้ไม่รู้สึกว่ายู่ตัวคนเดียว หรือมีเพื่อนคอยช่วยปลอบใจอยู่ทุกเมื่อ ซึ่งในทางจิตวิทยาเป็นการแสดงถึงความต้องการความรัก และความเป็นเจ้าของ
- การได้รับการกระตุ้นหรือการเกิดความรู้สึกตื่นเต้น สนุกสนาน ได้แก่ การใช้สื่อเนื่องจากความต้องการกระตุ้นจากสิ่งใหม่ๆ (Sensory Stimulation) เพื่อไม่ให้ชีวิตดูน่าเบื่อหรือซ้ำซากจำเจเกินไป
- การพักผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxation) ได้แก่ การเปิดรับสื่อเพื่อความเพลิดเพลินบันเทิงใจ หรือการพักผ่อนหย่อนใจ
- การลืมบางสิ่งบางอย่าง (to Forget as A Mean of Diversion) ได้แก่ การใช้สื่อเพื่อหลบหนีไปจากโลกภายนอก หลีกเลี่ยงปัญหาหรือสภาพแวดล้อมที่วุ่นวาย สับสนในชีวิตจริง หรือลืมความทุกข์ยากที่ต้องเผชิญอยู่อย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก
- การสร้างมโนภาพแบบเพื่อฝันเกินความเป็นจริง (for Fantasy, Dreamworld) ได้แก่ การใช้สื่อในการสร้างจินตนาการที่เพ้อฝัน ความหวังที่ตนเองไม่สามารถ

ไปถึงได้ หรือความต้องการบางอย่างที่ขาดหายไปในชีวิตจริง ในทางจิตวิทยาเท่ากับเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากความต้องการศักดิ์ศรี และความภูมิใจของตนเองอย่างหนึ่ง

2.3.2 สรุปรูปร่างคติของการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน จึงสรุปรูปร่างคติของการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง ได้ดังนี้

- เยาวชนแต่ละคนมีวัตถุประสงค์ ความตั้งใจ และความต้องการในการใช้ประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงเพื่อสนองความพึงพอใจของตนด้วยเหตุผลต่าง ๆ กัน
- ผลที่เยาวชนได้รับจากการฟังนักจัดรายการเพลง คือการได้รับความพึงพอใจเพื่อสนองความต้องการของตน และผลอื่น ๆ ที่ไม่ได้คาดหวังไว้

2.3.3 องค์ประกอบในเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

ในการศึกษาเรื่องอิทธิพลของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ผู้ศึกษาได้กำหนดองค์ประกอบของการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง โดยนำมาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน ซึ่งแยกออกเป็น 10 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ความสนุกสนาน
2. ความรู้
3. การได้มีเพื่อน
4. การผ่อนคลายอารมณ์
5. การได้แบบอย่างของการประพฤติตน
6. การได้รู้จักตนเองมากขึ้น
7. การได้มีเรื่องราวที่จะสนทนากับผู้อื่น

8. การสร้างมโนภาพแบบเพื่อฝัน
9. การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
10. การฆ่าเวลา

นอกจากนี้ในการสร้างมาตรวัดในเรื่อง “บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนกรุงเทพมหานคร” ได้ใช้การสร้างมาตรวัดทัศนคติแบบลิเคอร์ต์ (Likert) ซึ่งเป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย สำหรับคุณลักษณะสำคัญของข้อคำถามในมาตรวัดนี้มี 2 อย่างดังนี้ (จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์, 2536 : 45-46)

1. การประเมิน ชอบหรือไม่ชอบ คำถามแต่ละข้อที่สร้างขึ้นจะกล่าวถึงส่วนที่ดีและส่วนที่ไม่ดีของเป้าหมายทัศนคติ (Attitude Object) เพื่อให้ผู้ตอบฯ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับข้อคำถามนั้น อันจะแสดงถึงทัศนคติในทางบวก “ชอบ” หรือทางลบ “ไม่ชอบ” (Favorable or Unfavorable Attitude) ต่อเป้าหมายทัศนคติที่กำลังต้องการทราบอยู่ การระบุด้านดี และไม่ดีต้องระบุในระดับปานกลาง (Moderate + และ -) เพราะจะวัดได้ดีกว่าข้อคำถามที่กล่าวถึงด้านดีหรือไม่ดีมากๆ (Extreme + หรือ -) นอกจากนี้ข้อคำถามในทางบวกและลบก็ควรจะต้องมีจำนวนพอๆกัน

2. คำถามแต่ละข้อจะมีลักษณะสเกลในตัวมันเอง เพื่อบอกถึงระดับการประเมินว่า ชอบมาก ค่อนข้างมาก ปานกลาง ไม่ค่อยชอบ ไม่ชอบเลย มาตรวัดแบบลิเคอร์ต์ ใช้ชั้นการประเมิน 5 ระดับ

การคิดคะแนน ถ้าเป็นรูปคำถามเชิงบวก (Positive Items) คำตอบจาก “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (ชอบมาก) ไปถึง “ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง” (ไม่ชอบเลย) คะแนนจะเป็น 4, 3, 2, 1, 0 ในทางตรงข้าม ถ้าเป็นคำถามเชิงลบ (Negative Items) คำตอบจาก “เห็นด้วยอย่างยิ่ง” ไปจนถึง “ไม่เห็นด้วยเลย” คะแนนจะเป็น 0, 1, 2, 3, 4

2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 ผลงานวิจัยในประเทศ

ผ่องลักษณ์ จิตต์การุณ (2526 : 64-69) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษา การเปิดรับสื่อมวลชน กับ "ความทันสมัย" ของนักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาตรีปีที่ 2 หลักสูตร 2 ปี (2524-2525) วิทยาลัยครูพิบูลสงคราม พิษณุโลก พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อมวลชน และ "ความทันสมัย" อยู่ในระดับปานกลาง และพบว่า นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์สูง มีการเปิดรับสื่อมวลชนสูงกว่านักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ

ดวงเดือน พันธมนาวิน, อรพินทร์ ชูชม และสุภาพร ลอยด์ (2529 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การควบคุมอิทธิพลสื่อมวลชนของครอบครัวกับจิตลักษณะที่สำคัญของเยาวชนไทย ผลการวิจัยเกี่ยวกับปริมาณการรับสื่อมวลชนของวัยรุ่นไทย พบว่า เด็กวัยรุ่นตอนต้นฟังวิทยุ 11 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ ในการวิจัยนี้พบว่า ปริมาณการรับสื่อมวลชนดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรอื่นๆที่ศึกษาน้อยกว่าที่ความชอบรับเนื้อหาที่มีประโยชน์จากสื่อมวลชนจะเกี่ยวข้องกับตัวแปรเหล่านั้น นอกจากนี้ คุณภาพของการรับสื่อมวลชนในการวิจัยนี้คือปริมาณความชอบรายการโทรทัศน์ที่มีประโยชน์ ความชอบฟังรายการวิทยุที่มีประโยชน์ และปริมาณความชอบอ่านเรื่องที่มีประโยชน์ในสิ่งตีพิมพ์ โดยอาจกล่าวได้ว่านักเรียนที่รายงานว่าชอบรับเนื้อหาที่ (นักวิชาการจัดว่า) มีประโยชน์ในสื่อมวลชนทั้งสามชนิดมากเท่าใด ก็เป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตสูง เชื่ออำนาจในตนเองสูง และสามารถใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมในระดับสูงด้วย

จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร คลื่นพิเศษ F.M. SCA. พบว่า ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน ผู้โดยสารที่มีช่วงอายุต่างกัน มีความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกัน ผู้โดยสารที่มีรายได้ต่างกัน มีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจแตกต่างกัน ซึ่งผู้ที่มีความ

คาดหวังต่ำ และความพึงพอใจต่ำ เป็นผู้มีอายุมาก ผู้ที่มีความคาดหวังสูง และความพึงพอใจสูง เป็นผู้มีอายุน้อย

อรรวรรณ วิจักขณะ (2533 : 168-170) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร พบว่า นิสิตนักศึกษาทั้งวิทยุเพื่อความบันเทิงมากกว่าเหตุผลอื่น ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นว่าสื่อมวลชนประเภทวิทยุเสนอเนื้อหาบันเทิง (เพลง) มากกว่าเนื้อหาประเภทอื่นๆ ในด้านการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่น พบว่า นิสิตนักศึกษาส่วนใหญ่ นำเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์มาพูดคุยเสมอ โดยบุคคลที่นิสิตนักศึกษาพูดคุยเสมอ คือ เพื่อน รองลงมาคือบุคคลในครอบครัว นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ และภาพยนตร์มีส่วนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความคิดเห็น และพฤติกรรมพอสมควร สำหรับผลการวิจัยด้านการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า วิทยุช่วยสนองความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารและเหตุการณ์ได้ไม่มากนัก ช่วยสนองความต้องการด้านความบันเทิงได้มาก และช่วยสนองความต้องการที่จะหาความรู้ได้พอสมควร

วันทนีย์ แสนภักดี (2533 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน

เนาวรัตน์ โรจน์วิทยา (2534 : บทคัดย่อ, 83) ได้ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบครึ่งมีทัศนคติโน้มเอียงในทางบวกต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย นอกจากนี้ หลังจากรับฟังรายการเพื่อแผ่นดินไทยแล้ว กลุ่มตัวอย่างได้นำไปใช้ประโยชน์โดยบอกกล่าวให้ผู้อื่นทราบถึงสิ่งที่ได้รับฟังมา นำความรู้ที่ได้ไปใช้ในการแก้ปัญหา ค้นคว้าเพิ่มเติมในเรื่องที่ยังสงสัยอยู่ เขียนจดหมายไปถามปัญหา ขอเอกสารหรือเสนอข้อคิดเห็นไปยังรายการ ตลอดจนนำรายการนี้ไปพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน มีบางส่วนที่ฟังรายการนี้แล้วไม่ได้ทำอะไรเลย สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า อายุและระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มี

ต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย กล่าวคือ ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 29 ปี และสูงกว่า 50 ปีขึ้นไป มีทัศนคติ
โน้มเอียงในทางบวกมากกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง

จาระไน แกลโกศล (2536 อ้างใน ฤทัย กำแพง, 2539 : 32-33) ได้
ทำวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า รายการวิทยุที่ผู้ฟังชอบ
มากที่สุด คือ รายการเพลงไทยสากล และการวิจัยในครั้งนี้อย่างมีการสำรวจถึงคุณสมบัติของ
ดีเจที่ผู้ฟังต้องการ ผลปรากฏว่า คุณสมบัติที่สำคัญมากที่สุด คือ เปิดเพลงมากน้อย พุดจา
มีสาระ คุยสนุก ให้ข่าวสารสาระ พุดน้อยน้อย และให้ความรู้ คุณสมบัติที่ต้องการมากรอง
ลงมา คือ เปิดเพลงไทยสากล คุยเก่ง พุดตลกมีอารมณ์ขัน พุดสนุกสนานบันเทิง พุดน้อย
เปิดเพลงมาก และพุดดี นอกจากนี้ยังมีการสำรวจถึงคุณสมบัติของดีเจที่ผู้ฟังไม่ต้องการ ได้แก่
พุดมาก พุดไร้สาระ พุดแทรกเพลง มีเล่นเกมในรายการ มีโฆษณามาก พุดจาที่เล่นเกินไป
พุดปนหัวเราะ และพุดเพ้อเจ้อ พุดโอเวอร์ พุดดุดันโฉบเฉี่ยว จัดรายการซีเรียส ตามลำดับ
นอกจากนี้ยังมีบทวิเคราะห์ไว้ว่า การพัฒนารายการวิทยุเพื่อให้ก้าวไปข้างหน้า จะต้องปรับปรุง
ในรายละเอียดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพของดีเจ และ
ขจัดสิ่งที่ไม่ต้องการออกไปให้หมดด้วย

วรกิจ นิรัญวัฒน์ศิริ (2536 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษา
ทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวและสาระความรู้
“คุยกันที่ซานเรื่อน” ของสถานีวิทยุกระจายเสียง 919 สำนักงานพัฒนาพิเศษ กองอำนวยการ
กลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ กองบัญชาการทหารสูงสุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่
ใหญ่เกินครึ่ง มีทัศนคติและความคิดเห็นโน้มเอียงไปในทางบวกต่อรายการคุยกันที่ซานเรื่อน
แต่กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ไม่สามารถระบุได้ว่าได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากราย
การหรือไม่ สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประโยชน์และความพึงพอใจที่แสวงหาและ
ได้รับจากรายการคุยกันที่ซานเรื่อน มีผลต่อการเปิดรับฟังรายการคุยกันที่ซานเรื่อน กล่าวคือ
ผู้ที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจมากจะมีการเปิดรับฟังมาก

อุไร จักร์ตรีมงคล (2537 : 69) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรม การเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม.ของวัยรุ่นในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอน ปลายในกรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นมีความเห็นเกี่ยวกับผู้จัดรายการวิทยุว่าเป็นบุคคลที่มีความ สำคัญ เช่น เป็นเพื่อนคุยให้เกิดความเพลิดเพลิน เป็นผู้ใหญ่ที่สามารถให้คำแนะนำ ปรีกษาเมื่อมีปัญหาได้ และเป็นบุคคลที่มีความสามารถควรจะนำมาเป็นแบบอย่าง

เกศแก้ว ศรีงาม (2537 : 96-97) ได้ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างของ การใช้เวลาว่างในกิจกรรมนันทนาการของเยาวชนไทย พบว่า มีเยาวชนที่ใช้เวลาว่างรับชม โทรทัศน์มากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ เยาวชนที่ใช้เวลาว่างในการรับฟังวิทยุ-ฟังเทป ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเครื่องรับวิทยุ-เทปมีราคาค่อนข้างถูกและได้มีการพัฒนาให้สามารถพกพาติดตัว ได้สะดวกขึ้น ประกอบกับรายการวิทยุในปัจจุบันมีการตอบสนองต่อกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น และให้ ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมด้วย เช่น สามารถขอเพลง ร่วมเล่นเกมส์ได้ เป็นต้น เยาวชนไทยใช้เวลา ว่างในการรับฟังวิทยุ-เทป โดยทั่วไปจะใช้เวลาประมาณ 14.31 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ นอกจากนี้ ยังพบว่า เยาวชนไทยที่มีลักษณะทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม ได้แก่ เพศ ขนาด ของครัวเรือน ระดับการศึกษา ภาวะการทำงาน เขต และภาคที่อยู่อาศัย แตกต่างกัน มีการ ใช้เวลาว่างในการรับฟังวิทยุ-ฟังเทปแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ภูษงค์ น้อยสง่า (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้วิทยุและ โทรทัศน์ของคนงานไร่อ้อยที่หมู่บ้านหนองประเสริฐ อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี พบว่า การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ของคนงานไร่อ้อยได้ตอบสนองความต้องการจำเป็น 4 ประเภท คือ การสนองตอบทางด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมา การสนองความต้องการข่าวสารความรู้ และความเข้าใจในเหตุการณ์ต่างๆ อันที่สามการสนองความต้องการสร้างความมั่นใจและ สถานภาพของคนงาน อันดับสุดท้ายการสนองความต้องการหลีกเลี่ยงหนีจากสภาพความเป็นจริง ซึ่งความต้องการทั้งหมดนี้เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของคนงานไร่อ้อย

รัตนา ภัทรธนาภานต์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่น เอฟ เอ็ม 104.5 Mhz. พบว่า

1. นิสิตนักศึกษาที่มีเพศ และรายได้เพื่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวันแตกต่างกัน มีการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟแตกต่างกัน
2. นิสิตนักศึกษาที่มีลักษณะทางประชากร อันได้แก่ เพศ, สาขาวิชาที่เรียน, รายได้เพื่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน, รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัว และบุคคลที่อาศัยร่วมอยู่ด้วยแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการกรีนเวฟ ไม่แตกต่างกัน
3. การเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

วลัยลักษณ์ เศษรฤทธิ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น พบว่า รายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่นทั้งหมดอยู่ในรูปแบบของรายการเพลง ส่วนพฤติกรรมในการเปิดฟังวิทยุของกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นจะติดตามฟังรายการที่ตนเองมีความสนใจในแต่ละช่วงเป็นประจำทุกวัน เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป การตัดสินใจในการเลือกรายการในช่วงต่างๆเหล่านั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะประเภทของเพลง ท่วงทำนองลีลาของดีเจ และเกมการแข่งขันชิงรางวัล สำหรับแรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นมีพฤติกรรมการฟังดังกล่าวเกิดจากความต้องการด้านนี้ ความต้องการที่มีผลตอบสนองทางอารมณ์ (Affective Need) เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนานและมีเพื่อนแก้เหงา, ความต้องการตระหนักรู้ (Cognitive Need) เพื่อรับทราบสาระความรู้และข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคมและวงการบันเทิง, ความต้องการการรวมกลุ่ม (Integrative Need) เพื่อให้เกิดการยอมรับจากเพื่อนและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมได้, ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา (Escape Need) เพื่อผ่อนคลายความเครียดและลืมปัญหาหรือแรงกดดันที่ตนเผชิญ

ฤทัย กำแพง (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่นำไปสู่ความ มีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด พบว่า ปัจจัยที่นำไปสู่ความ มีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด ที่สำคัญ มีอยู่ 4 ประการคือ ประการแรก ปัจจัยด้านคุณสมบัติของนักจัดรายการวิทยุ อันประกอบไปด้วย ความรู้และ ประสบการณ์ในวิชาชีพ ความสามารถในการจัดรายการ และอุปนิสัยส่วนตัวของนักจัด รายการวิทยุ ประการที่สอง ปัจจัยด้านผู้บริหารและทีมผู้ผลิตรายการ ที่ทำงานร่วมกันกับนักจัด รายการวิทยุ ประการที่สาม ลักษณะรายการเพลงทางวิทยุ ที่มีความน่าสนใจ และประการ สุดท้าย การทำโปรโมชันให้กับนักจัดรายการวิทยุ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ มีการเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน และร่วมกันผลักดันให้นักจัดรายการวิทยุของบริษัท เอ-โทม์ มีเดีย จำกัด กลายเป็นนักจัด รายการวิทยุที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน

พิชญา รัตนพล (2540 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการ สื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคมและ ชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน พบว่า

1. เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ สื่อสาร
2. ระดับความคาดหวังผลประโยชน์ต่อตนเองและต่อสังคมจากสถานี วิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร
3. ระดับความน่าเชื่อถือด้านผู้ดำเนินรายการและข้อมูลข่าวสารในสาย ตาของสมาชิกสถานีวิทยุชุมชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร

ธิติมา อุ่นเมตตาจิต (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษา ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ ฟู้ด ฟิต ฟอ ไฟ กับ แสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. พบว่า เพศ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อรายการ ฟู้ด ฟิต ฟอ ไฟ ๓ ส่วน อายุ และรายได้ไม่มีความคาดหวังต่อรายการ นอกจากนั้น พบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะ ทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ, อายุ, อาชีพ, รายได้ และการศึกษา กับพฤติกรรมการ เปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจต่อรายการ นอกจากนั้น ผลการวิจัยยังพบว่า ความ

คาดหวังต่อรายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ ฯ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ และความพึงพอใจต่อรายการ และพบว่าพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความพึงพอใจต่อรายการ

2.4.2 ผลงานวิจัยต่างประเทศ

บาร์นมัน และบอทเชอร์ (Barnemann and Bottcher,1970 อ้างใน อุไร จักร์ตรีมงคล, 2537 : 28-29) ได้ทำการสังเกตการณ์จากนักเรียนมัธยมและนักเรียนพาณิชย์ว่าเลือกใช้วิธีใดในการเลือกฟังรายการวิทยุกระจายเสียง พบว่าร้อยละ 55 จะหมุนหาคลื่นไปเรื่อยๆ จนกว่าจะพบรายการที่สนใจ ประมาณร้อยละ 30 จะเลือกรายการจากคู่มือรายการสถานีวิทยุ และร้อยละ 15 เลือกรายการจากหนังสือพิมพ์ และจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า คนในช่วงอายุ 5-25 ปี มากกว่าร้อยละ 90 ฟังรายการวิทยุเป็นประจำ และยังพบอีกว่าการที่วัยรุ่นฟังวิทยุกระจายเสียงพร้อมกับการดูหนังสือ นั้น ก็เนื่องมาจากเหตุผลที่ว่า การฟังวิทยุจะทำให้รู้สึกที่ตนเองไม่ได้อยู่คนเดียว และใช้เสียงจากวิทยุแทนเพื่อน ทำให้เขารู้สึกสบายใจ

ฟาธิ และเฮิลท์ (Fathi and Healt ,1974 อ้างใน ตุลย์ บุญชัย, 2540 : 42) ได้ทำการศึกษาเรื่องอิทธิพลของกลุ่มสื่อมวลชน และรสนิยมการฟังดนตรีของนักศึกษาชาวแคนาดา ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า กลุ่มนักศึกษาที่ฟังเพลงสมัยนิยม มีพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นเกี่ยวกับเพลงที่พวกเขาสนใจจากสื่อวิทยุมากที่สุด

บทที่ 3

กรอบแนวคิดและวิธีการวิจัย

จากแนวความคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษานำมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษาวิจัยถึงบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนในกรุงเทพมหานคร ได้ดังต่อไปนี้

3.1 ตัวแปรที่ทำการศึกษา

ตัวแปรที่ทำการศึกษาคำนี้แบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) โดยที่ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งตัวแปรแต่ละตัวแปรมีองค์ประกอบที่ใช้ศึกษา โดยแยกได้ดังนี้

3.1.1 ตัวแปรอิสระ

- 1) ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชน มีองค์ประกอบที่ศึกษาดังนี้
 - 1.1) เพศ
 - 1.2) อายุ
 - 1.3) ระดับการศึกษา
 - 1.4) ผลการศึกษา
 - 1.5) ลักษณะของครอบครัว
 - 1.6) การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว
 - 1.7) สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว

2) พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง มีองค์ประกอบที่ศึกษาดังนี้

- 2.1) ความถี่ในการรับฟังนักจัดรายการเพลง
- 2.2) ระยะเวลาในการรับฟังนักจัดรายการเพลง
- 2.3) เหตุผลในการเลือกรับฟังนักจัดรายการเพลง
- 2.4) ลักษณะการรับฟังนักจัดรายการเพลง
- 2.5) การมีส่วนร่วมในรายการ

3) การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง มีองค์ประกอบที่ศึกษาดังนี้

- 3.1) ความสนุกสนาน
- 3.2) ความรู้
- 3.3) การได้มีเพื่อน
- 3.4) การผ่อนคลายอารมณ์
- 3.5) การได้แบบอย่างของการประพฤติตน
- 3.6) การได้รู้จักตนเองมากขึ้น
- 3.7) การได้มีเรื่องราวที่จะสนทนากับผู้อื่น
- 3.8) การสร้างมโนภาพแบบเพื่อฝัน
- 3.9) การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ
- 3.10) การฆ่าเวลา

3.1.2 ตัวแปรตาม

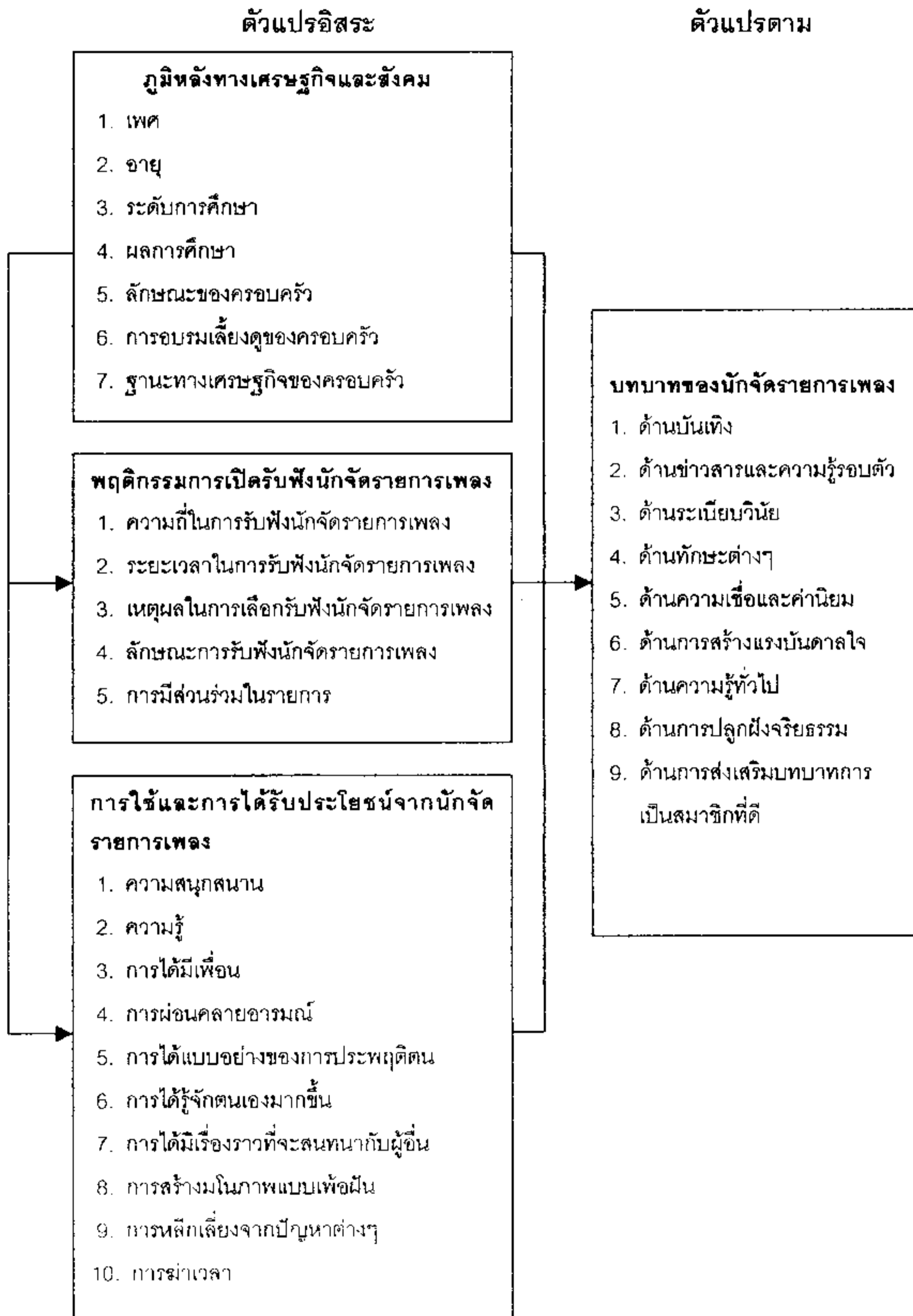
ได้แก่ บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน โดยมีองค์ประกอบในเรื่องต่อไปนี้

- 1) ด้านบันเทิง
- 2) ด้านข่าวสารและความรู้รอบตัว
- 3) ด้านระเบียบวินัย

- 4) ด้านทักษะต่างๆ
- 5) ด้านความเชื่อและค่านิยม
- 6) ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ
- 7) ด้านความรู้ทั่วไป
- 8) ด้านการปลูกฝังจริยธรรม
- 9) ด้านการส่งเสริมบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดี

3.2 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากฐานคติในเรื่องแนวความคิดทฤษฎี และการกำหนดตัวแปรข้างต้น ผู้วิจัย
ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังแผนภูมิที่ 3.1



แผนภูมิที่ 3.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

3.3 นิยามปฏิบัติการ

เยาวชน หมายถึง เยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 17-25 ปี ซึ่งเป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ภาคปกติ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม

นักจัดรายการเพลง หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการพูดคุย เปิดเพลง เปิดโฆษณา รวมทั้งนำเสนอเนื้อหาทั้งหมดของรายการผ่านสื่อวิทยุ โดยให้เป็นไปตามแนวคิดหลักของรายการที่กำหนดไว้ อาจเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า DJ ซึ่งย่อมาจากคำว่า Disc Jockey (ฤทัย กำแพง, 2539 : 15) ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะจำกัดเฉพาะนักจัดรายการเพลงที่จัดรายการเพลงไทยสากลในวิทยุกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. ซึ่งมีความถี่คลื่นวิทยุ 87 ถึง 108 เมกกะเฮิร์ต

บทบาทของนักจัดรายการเพลง หมายถึง บทบาทหน้าที่ของนักจัดรายการเพลงในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆต่อผู้ฟัง ซึ่งจะส่งผลทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อความคิดทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมของผู้ฟัง โดยพิจารณาจากบทบาทด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านบันเทิง ด้านข่าวสารและความรู้รอบตัว ด้านระเบียบวินัย ด้านทักษะต่างๆ ด้านความเชื่อและค่านิยม ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านความรู้ทั่วไป ด้านการปลูกฝังจริยธรรม และด้านการส่งเสริมบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดี

พฤติกรรมการรับฟังนักจัดรายการเพลง หมายถึง การปฏิบัติ หรือเลือกที่จะปฏิบัติในการรับฟังนักจัดรายการเพลง โดยพิจารณาจาก ความถี่ในการรับฟัง ระยะเวลาในการรับฟัง เหตุผลในการเลือกรับฟัง ลักษณะการรับฟัง และการมีส่วนร่วมในรายการ

การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง หมายถึง การที่เยาวชนเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงเพื่อสนองความต้องการหรือทำให้เกิดความพึงพอใจในด้านต่างๆ ได้แก่ ความสนุกสนาน ความรู้ การได้มีเพื่อน การผ่อนคลายอารมณ์ การได้แบบอย่างของการประพฤติตน การได้รู้จักตนเองมากขึ้น การได้มีเรื่องราวที่จะสนทนากับผู้อื่น การสร้างมโนภาพแบบเพื่อน การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ และการฆ่าเวลา

ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่เป็นลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผลการศึกษาลักษณะของครอบครัว การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว

ลักษณะของครอบครัว หมายถึง ลักษณะการอยู่ร่วมกันกับบิดามารดาของเยาวชน โดยแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ คือ อยู่กับบิดามารดา อยู่กับบิดาหรือมารดา และไม่ได้อาศัยอยู่กับบิดามารดา

การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว หมายถึง ความรู้สึกของเยาวชนต่อการอบรมเลี้ยงดูที่ได้รับจากบิดามารดา หรือผู้ปกครอง โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ แบบเข้มงวด กวดขัน แบบประชาธิปไตย และแบบปล่อยปละละเลย

ความถี่ในการรับฟังนักจัดรายการเพลง หมายถึง ความบ่อยครั้งที่เยาวชนรับฟังนักจัดรายการเพลง ใน 1 สัปดาห์ (ไม่จำกัดจำนวนนักจัดรายการเพลง)

ระยะเวลาในการรับฟังนักจัดรายการเพลง หมายถึง จำนวนชั่วโมงที่เยาวชนรับฟังนักจัดรายการเพลงในแต่ละวัน

เหตุผลในการเลือกรับฟังนักจัดรายการเพลง หมายถึง การที่เยาวชนเลือกรับฟังนักจัดรายการเพลง โดยพิจารณาจากความสามารถและคุณสมบัติส่วนตัวของนักจัดรายการเพลง

ลักษณะการรับฟังนักจัดรายการเพลง หมายถึง ความตั้งใจของเยาวชนในการรับฟังนักจัดรายการเพลง โดยพิจารณาจาก การตั้งใจฟังนักจัดรายการเพลงโดยไม่เปลี่ยนคลื่น หรือตั้งใจฟังโดยไม่ได้ทำกิจกรรมอื่นไปด้วย เช่น อ่านหนังสือ เล่นเกมส์ เป็นต้น

การมีส่วนร่วมในรายการ หมายถึง การที่เยาวชนเข้าร่วมในกิจกรรมที่ นักจัดรายการเพลงจัดขึ้น ทั้งไปร่วมกิจกรรมโดยตรง หรือผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ เครื่องฝากข้อความ จดหมาย อีเมลล์ ฯลฯ หรือการร่วมเล่นเกมอยู่ทางบ้านไปพร้อมๆกับผู้ฟังที่เข้าแข่งขันกับทางรายการ

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านบันเทิง หมายถึง การให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักร้องไทยและต่างประเทศ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับคอนเสิร์ตหรือมิวสิกวิดีโอของ นักร้องยอดนิยม

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านข่าวสารและความรู้รอบตัว หมายถึง การกระตุ้นให้เยาวชนสนใจติดตามข่าวสารทั้งในและต่างประเทศ และการสนับสนุนให้เยาวชนสนใจหาความรู้รอบตัว

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านระเบียบวินัย หมายถึง การกระตุ้นให้เยาวชนตั้งใจเรียนหนังสือ การสอนให้รู้จักระเบียบวินัยในสังคม และการกระตุ้นให้เยาวชนรู้จักเคารพสิทธิและความคิดเห็นของผู้อื่น

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านทักษะต่างๆ หมายถึง การปลูกฝังให้เยาวชนมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ และรู้จักรักษามารยาทในสังคม

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านความเชื่อและค่านิยม หมายถึง การปลุกฝังให้เยาวชนเชื่อเรื่องทำดีได้ดี การให้คำปรึกษาแนะนำเรื่องการคบเพื่อน และการนำเสนอทัศนคติที่มีต่อความรักในแง่มุมต่างๆ

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านการสร้างแรงบันดาลใจ หมายถึง การให้กำลังใจในการเรียน การกระตุ้นความมานะพยายามเพื่อความสำเร็จในอนาคต และการแนะนำให้เยาวชนเป็นตัวของตัวเอง

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านความรู้ทั่วไป หมายถึง การกระตุ้นให้เยาวชนดูแลรักษาสุขภาพ และการนำเสนอข้อมูลที่กำลังอยู่ในความสนใจของเยาวชนในขณะนั้น เช่น การเลือกตั้ง เศรษฐกิจ

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านการปลุกฝังจริยธรรม หมายถึง การปลุกฝังให้เยาวชนมีความกตัญญูกตเวที และการกระตุ้นการเสริมสร้างความสามัคคี

บทบาทของนักจัดรายการเพลงด้านการส่งเสริมบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดี หมายถึง การปลุกฝังความคิดในการเป็นพลเมืองที่ดี การส่งเสริมให้เยาวชนประหยัดและอดออม และการปลุกฝังให้มีสัมมาคารวะ เคารพผู้อาวุโส

3.4 สมมติฐาน

จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพฤติกรรมการรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง และบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นหลักในการตั้งสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 5 ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 6 การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 7 ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 8 พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

สมมติฐานที่ 9 การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

3.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

3.5.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-4 ภาคปกติ สถาบันราชภัฏจันทรเกษม จำนวนรวมทั้งสิ้น 8,824 คน (จำนวนนักศึกษาที่ลงทะเบียนในเทอม 2 / 2542) โดยแบ่งเป็น 6 คณะ ได้แก่

1. นักศึกษาคณะเกษตรและอุตสาหกรรม	643 คน
2. นักศึกษาคณะครุศาสตร์	876 คน
3. นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์	2,310 คน
4. นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ	2,022 คน
5. นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	2,973 คน

3.5.2 กลุ่มตัวอย่าง

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กำหนดได้โดยการเปิดตารางสำเร็จของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane อ้างใน วิเชียร เกตุสิงห์, 2537 : 29) โดยใช้ค่าจำนวนประชากรที่ใกล้เคียงกันคือ 9,000 คน ที่ระดับความมีนัยสำคัญ .05 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ + 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 383 คน แต่เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างใกล้เคียงกับขนาดที่ต้องการ ในกรณีที่แบบสอบถามบางฉบับไม่สมบูรณ์และต้องคัดออก ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็น 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) มีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. แบ่งนักศึกษาออกตามคณะ

2. คำนวณหาจำนวนนักศึกษาที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของ
จำนวนนักศึกษาในแต่ละคณะ

$$\text{จากสูตร } n/N = n_1/N_1 = n_2/N_2 \dots n_n/N_n$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

N = ขนาดของประชากรทั้งหมด

$n_1, n_2 \dots n_n$ = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการสุ่มในประชากรแต่ละกลุ่ม

$N_1, N_2 \dots N_n$ = ขนาดของประชากรในแต่ละกลุ่ม

ในที่นี้ n = 400

N = 8,824

$$n/N = 400/8,824 = 0.0453$$

N_1 = นักศึกษาคณะเกษตรและอุตสาหกรรม = 643 คน

N_2 = นักศึกษาคณะครุศาสตร์ = 876 คน

N_3 = นักศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ = 2,310 คน

N_4 = นักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ = 2,022 คน

N_5 = นักศึกษาคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี = 2,973 คน

ดังนั้น จะได้จำนวนนักศึกษาสำหรับสุ่มเป็นตัวอย่างในแต่ละคณะดังนี้

คณะเกษตรและอุตสาหกรรม = $0.0453 \times 643 = 29.13 = 29$ คน

คณะครุศาสตร์ = $0.0453 \times 876 = 39.6 = 40$ คน

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ = $0.0453 \times 2,310 = 104.64 = 105$ คน

คณะวิทยาการจัดการ = $0.0453 \times 2,022 = 91.59 = 91$ คน

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี = $0.0453 \times 2,973 = 134.68 = 135$ คน

3.6 เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

3.6.1 การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยในการสร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าจากเอกสารวิชาการ และผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง

สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ประกอบด้วย คำถามปลายปิด (Close Ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open Ended Questions) ซึ่งคำถามดังกล่าวประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้และการได้รับประโยชน์ประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง
4. มาตรวัดบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

3.6.2 แบบคำถามในแบบสอบถาม

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม
 ข้อคำถามส่วนนี้ เป็นการสอบถามในเรื่องที่เกี่ยวกับรายละเอียดส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผลการศึกษา ลักษณะของครอบครัว การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว รวม 7 ข้อ
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง
 ข้อคำถามส่วนนี้ เป็นการสอบถามถึงพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงของเยาวชนใน 5 ด้าน ได้แก่ ความถี่ในการรับฟัง ระยะเวลาในการรับฟัง เหตุผลในการเลือกรับฟัง ลักษณะการรับฟัง และการมีส่วนร่วมในรายการ ซึ่งมีข้อคำถามทั้งสิ้น 10 ข้อ
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง
 ข้อคำถามส่วนนี้ เป็นการสอบถามถึงการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงของเยาวชนใน 10 ด้าน ได้แก่ ความสนุกสนาน ความรู้ การได้มีเพื่อน การผ่อนคลายอารมณ์ การได้แบบอย่างของการประพฤติตน การได้รู้จักตนเอง

มากขึ้น การได้มีเรื่องราวที่จะสนทนากับผู้อื่น การสร้างมโนภาพแบบเพื่อฝัน การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ และการฆ่าเวลา ซึ่งมีข้อคำถามทั้งสิ้น 10 ข้อ

4. มาตรฐานบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ข้อคำถามส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการสร้างมาตรฐานวัดทัศนคติแบบลิเคอร์ต์เป็นเกณฑ์ มีข้อคำถามจำนวน 22 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงลักษณะของข้อคำถามในเชิงปฏิฐานและเชิงนิเสธของบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

องค์ประกอบย่อยของบทบาท ของนักจัดรายการเพลง	ลักษณะของข้อคำถาม		จำนวน ข้อ
	เชิงปฏิฐาน (ข้อที่)	เชิงนิเสธ (ข้อที่)	
- ด้านบันเทิง	1,2	-	2
- ด้านข่าวสารและความรู้รอบตัว	-	3,4	2
- ด้านระเบียบวินัย	5	6,7	3
- ด้านทักษะต่างๆ	8	9	2
- ด้านความเชื่อและค่านิยม	10,11	12	3
- ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ	13,15	14	3
- ด้านความรู้ทั่วไป	-	16,17	2
- ด้านการปลูกฝังจริยธรรม	18,19	-	2
- ด้านการส่งเสริมบทบาทการเป็น สมาชิกที่ดี	20	21,22	3

นอกจากนี้ยังได้มีข้อคำถามปลายเปิด (Open-ended) เพื่อให้เยาวชนได้แสดงความคิดเห็นจำนวน 2 ข้อ

3.7 ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาทดสอบตามขั้นตอนดังนี้

3.7.1 การทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Validity)

1) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้น ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษา เนื้อหา และโครงสร้าง เพื่อปรับปรุงแก้ไขก่อนจะนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

2) การทดลองใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติ สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักศึกษาในสถาบันจำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงแบบสอบถาม

3.7.2 ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาหาความเชื่อมั่น โดยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-ways Factorial Design) ระหว่างข้อคำถามและผู้ตอบ จากการประมาณค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม พบว่ามาตรวัดที่ใช้มีค่าความเชื่อมั่นสูงพอที่จะมั่นใจได้ว่าเป็นมาตรวัดที่เชื่อถือได้ ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

แบบวัด	ค่าความเชื่อมั่น
1. แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง	.7321
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้และการได้ประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง	.7643
3. มาตรวัดบทบาทของนักจัดรายการเพลง	.8124

3.8 เกณฑ์การให้คะแนนและการวัดระดับตัวแปรที่ทำการศึกษา

3.8.1 เกณฑ์การให้คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ถ้าตอบ จริงที่สุด	ให้	5	คะแนน
ถ้าตอบ ค่อนข้างจริง	ให้	4	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ถ้าตอบ ค่อนข้างไม่จริง	ให้	2	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่จริงเลย	ให้	1	คะแนน

เกณฑ์การให้คะแนนสำหรับมาตรวัดบทบาทของนักจัดรายการเพลง ใช้การวัดแบบลิเคอร์ต์ ดังนี้

กรณีที่ 1 ในข้อความที่มีความหมายเชิงปฏิฐาน (Positive) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ถ้าตอบ เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน
ถ้าตอบ เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน

กรณีที่ 2 ในข้อความที่มีความหมายเชิงนิเสธ (Negative) กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ถ้าตอบ เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	1	คะแนน
ถ้าตอบ เห็นด้วย	ให้	2	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่แน่ใจ	ให้	3	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่เห็นด้วย	ให้	4	คะแนน
ถ้าตอบ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้	5	คะแนน

3.8.2 เกณฑ์การวัดระดับตัวแปร

การวัดระดับตัวแปรของแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟัง นักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง และมาตรวัดบทบาทของนักจัดรายการเพลง แบ่งระดับได้เป็น 3 ระดับดังนี้

ระดับสูง = คะแนนเฉลี่ย 3.68 - 5.00

หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง และบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูง

ระดับปานกลาง = คะแนนเฉลี่ย 2.34 - 3.67

หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง และบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับกลาง

ระดับต่ำ = คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 2.33

หมายถึง มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง และบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับต่ำ

นอกจากนี้ในการหาความสัมพันธ์ของตัวแปร คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Coefficient of Correlation = r) ผู้วิจัยได้ใช้การพิจารณาความสัมพันธ์ดังนี้ (สากล จริยวิทยานนท์, 2539 : 130)

1. ถ้า r มีค่า 0.8 ขึ้นไป ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูงหรือสูงมาก
2. ถ้า r มีค่าระหว่าง 0.6-0.8 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างสูง
3. ถ้า r มีค่าระหว่าง 0.4-0.6 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
4. ถ้า r มีค่าระหว่าง 0.2-0.4 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับค่อนข้างต่ำ
5. ถ้า r มีค่าต่ำกว่า 0.2 ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำหรือต่ำมาก

ดังนั้น ถ้าค่า r เป็นบวก แสดงว่ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน และหากค่า r เป็นลบ แสดงว่ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกัน

3.9 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้ทำการลงรหัสข้อมูลเพื่อนำมาประมวลผลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistical Package for the Social Sciences) โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร ได้แก่ การวิเคราะห์ด้วยไค-สแควร์ (Chi-square) และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation) ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเพื่อทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 เป็นการเสนอผลการวิเคราะห์ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชน

ส่วนที่ 2 เป็นการเสนอผลการวิเคราะห์บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

ส่วนที่ 3 เป็นการทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 4 เป็นการเสนอผลการวิเคราะห์ที่ได้นอกเหนือจากสมมติฐาน

4.1 ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชน

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของเยาวชนที่ศึกษาในสถาบันราชภัฏจันทรเกษม มีข้อมูลที่สมบูรณ์และใช้ในการวิเคราะห์มีจำนวน 387 ชุด จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.75 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ (รายละเอียดตามตารางที่ 4.1)

เพศ

เยาวชนที่เป็นหญิง มีร้อยละ 52.5 และเป็นเยาวชนชายร้อยละ 47.5

อายุ

เยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 20-22 ปี ประมาณร้อยละ 59.2 รองลงมาอายุ 17-19 ปี มีร้อยละ 29.7 และกลุ่มที่มีอายุ 23-25 ปี มีร้อยละ 11.1

ระดับการศึกษา

เมื่อพิจารณาระดับการศึกษาของเยาวชน พบว่า มีเยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 38.8 เยาวชนที่กำลังศึกษาในระดับชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 30.2 เยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 20.2 และเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 10.9

ผลการศึกษา

เมื่อพิจารณาผลการศึกษาของเยาวชนแล้ว พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ยตั้งแต่ 2.00-3.00 คิดเป็นร้อยละ 76.0 เยาวชนที่มีเกรดเฉลี่ยตั้งแต่ 3.01-4.00 คิดเป็นร้อยละ 19.9 และเยาวชนที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 คิดเป็นร้อยละ 4.1

ลักษณะของครอบครัว

เมื่อพิจารณาลักษณะของครอบครัวของเยาวชน พบว่า เยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งอาศัยอยู่กับบิดามารดา คิดเป็นร้อยละ 55.0 รองลงมาคือเยาวชนที่ไม่ได้อาศัยอยู่กับบิดามารดา มีร้อยละ 26.1 และเยาวชนที่อาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดาคนเดียวคนหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 18.9

การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว

ในเรื่องการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวของเยาวชนนั้น พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบประชาธิปไตย มีประมาณร้อยละ 82.2 รองลงมาคือ เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขัน มีประมาณร้อยละ 14.0 และเยาวชนที่ได้รับการอบรมแบบปล่อยปละละเลย มีประมาณร้อยละ 3.9

ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว

เมื่อพิจารณาฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวของเยาวชน พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ครอบครัวมีรายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 71.3 รองลงมาคือเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 22.0 และเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่ายคิดเป็นร้อยละ 6.7

กล่าวโดยสรุป เยาวชนที่ศึกษามากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง ส่วนมากมีอายุตั้งแต่ 20-22 ปี กำลังศึกษาอยู่ระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 ส่วนมากมีผลการศึกษาระดับปานกลาง (2.00-3.00) เยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งอาศัยอยู่กับบิดามารดา และได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย และส่วนใหญ่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวแบบรายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย

ตารางที่ 4.1 ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของเยาวชน

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	184	47.5
หญิง	203	52.5
รวม	387	100.0
2. อายุ		
17-19 ปี	115	29.7
20-22 ปี	229	59.2
23-25 ปี	43	11.1
รวม	387	100.0
3. ระดับการศึกษา		
ปีที่ 1	78	20.2
ปีที่ 2	117	30.2
ปีที่ 3	150	38.8
ปีที่ 4	42	10.9
รวม	387	100.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลักษณะทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. ผลการศึกษา		
ต่ำกว่า 2.00	16	4.1
2.00-3.00	294	76.0
3.01-4.00	77	19.9
รวม	387	100.0
5. ลักษณะของครอบครัว		
อยู่กับบิดามารดา	213	55.0
อยู่กับบิดาหรือมารดาคนเดียวคนหนึ่ง	73	18.9
ไม่ได้อยู่กับบิดามารดา	101	26.1
รวม		100.0
6. การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว		
เลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขัน	54	14.0
เลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย	318	82.2
เลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย	15	3.9
รวม	387	100.0
7. ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว		
รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย	26	6.7
รายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย	276	71.3
รายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย	85	22.0
รวม	387	100.0

4.2 ระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ระดับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

จากการศึกษาเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนนี้ ตัวแปรที่ทำการศึกษา ได้แก่ บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง ซึ่งแต่ละเรื่องมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 ระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ในการศึกษาระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า เยาวชนมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับกลาง มีร้อยละ 59.7 และเยาวชนมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 40.3 (ตารางที่ 4.2)

ตารางที่ 4.2 แสดงระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน	จำนวน	ร้อยละ
สูง	156	40.3
กลาง	231	59.7
ต่ำ	-	-
รวม	387	100.0

$$\bar{X} = 3.550 ; \quad SD = .491$$

ผลการศึกษา พบว่า บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.550 และบทบาทของนักจัดรายการเพลงเมื่อแยกพิจารณาตัวแปรย่อย พบว่า ด้านมีความพร้อมที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักร้องไทยและต่างประเทศอย่างถูกต้องและทันสมัย อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.729) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับคอนเสิร์ต หรือมิวสิกวิดีโอของนักร้องยอดนิยมโดยไม่กีดกันค่ายเพลง อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.690) นักจัดรายการเพลงไม่ได้กระตุ้นให้ท่านสนใจติดตามข่าวสาร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.165) เปิดเพลงอย่างเดียวนำเสนอความรู้สึกส่วนตัว อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.401) คอยกระตุ้นให้ท่านตั้งใจเรียนหนังสือโดยหยิบยกตัวอย่างที่ดีมาพูดให้ฟัง อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.767) นักจัดรายการเพลงสอนเรื่องระเบียบวินัยน้อยกว่านักจัดรายการวิทยุประเภทอื่น อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.860) ขาดการกระตุ้นให้ท่านรู้จักเคารพสิทธิและความคิดเห็นของผู้อื่น อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.207) ปลุกฝังให้เยาวชนมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.819) ขาดการสอนเรื่องมารยาทในสังคม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.274) แนะนำให้เชื่อเรื่องทำดีได้ดีมากกว่าเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.664) แนะนำให้คบเพื่อนที่ดี อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.886) นำเสนอทัศนคติด้านความรักในแง่มุขที่ล้อแหลม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.287) ให้กำลังใจในการเรียน อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.010) สอนให้อยู่ไปวันๆ มากกว่าที่จะกระตุ้นความมานะพยายามเพื่อความสำเร็จในอนาคต อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.519) แนะนำให้ท่านมั่นใจในตัวเอง อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.943) ขาดการแนะนำให้ท่านดูแลรักษาสุขภาพ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.289) ให้ความสำคัญที่กำลังอยู่ในความสนใจน้อยกว่าการโฆษณาสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.568) ปลุกฝังความกตัญญูกตเวที อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.925) เสริมสร้างความสามัคคี อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.054) ปลุกฝังความคิดเรื่องการเป็นพลเมืองดี อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.106) ส่งเสริมให้ท่านมีค่านิยมที่พึงเพื่อกว่ากว่าการประหยัดและอดออม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.509) ขาดการปลุกฝังการมีสัมมาคาราวะและการเคารพผู้ใหญ่ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.393) (ตารางที่ 4.3)

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ข้อคำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. มีความพร้อมที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักร้องไทยและต่างประเทศอย่างถูกต้องและทันสมัย	3.729	.831	สูง
2. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคอนเสิร์ตหรือมิวสิกวิดีโอของนักร้องยอดนิยมโดยไม่กีดกันค่ายเพลง	3.690	.945	สูง
3. นักจัดรายการเพลงไม่ได้กระตุ้นให้ท่านสนใจติดตามข่าวสาร	3.165	1.027	ปานกลาง
4. เปิดเพลงอย่างเดียวโดยไม่นำเสนอความรู้รอบตัว	3.401	1.112	ปานกลาง
5. คอยกระตุ้นให้ท่านตั้งใจเรียนหนังสือโดยหยิบยกตัวอย่างที่ดีมาพูดให้ฟัง	3.767	.865	สูง
6. นักจัดรายการเพลงสอนเรื่องระเบียบวินัยน้อยกว่านักจัดรายการวิทยุประเภทอื่น	2.860	.894	ปานกลาง
7. ขาดการกระตุ้นให้ท่านรู้จักเคารพสิทธิและความคิดเห็นของผู้อื่น	3.207	1.084	ปานกลาง
8. ปลุกฝังให้เยาวชนมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่	3.819	.820	สูง
9. ขาดการสอนเรื่องมารยาทในสังคม	3.724	1.090	สูง
10. แนะนำให้เชื่อเรื่องทำดีได้ดีมากกว่าเชื่อเรื่องไสยศาสตร์	3.664	.947	ปานกลาง
11. แนะนำให้คบเพื่อนที่ดี	3.886	.838	สูง
12. นำเสนอทัศนคติด้านความรักในแง่มุขล้อแหลม	3.287	1.151	ปานกลาง
13. ให้กำลังใจในการเรียน	4.010	.821	สูง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ข้อคำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
14. ลอนให้อยู่ไปวันๆมากกว่าที่จะกระตุ้นความ มานะพยายามเพื่อความสำเร็จในอนาคต	3.519	1.179	ปานกลาง
15. แนะนำให้ท่านมีความมั่นใจในตัวเอง	3.943	.735	สูง
16. ขาดการแนะนำให้ท่านดูแลรักษาสุขภาพ	3.289	1.142	ปานกลาง
17. ให้เวลาในการนำเสนอข้อมูลที่กำลังอยู่ใน ความสนใจน้อยกว่าการโฆษณาสินค้า	2.568	1.044	ปานกลาง
18. ปลุกฝังความกตัญญูกตเวที	3.925	.800	สูง
19. เสริมสร้างความสามัคคี	4.054	.782	สูง
20. ปลุกฝังความคิดเรื่องการเป็นพลเมืองดี	4.106	.780	สูง
21. ส่งเสริมให้ท่านมีค่านิยมที่พึงเพื่อมากกว่า การประหยัดและอดออม	3.509	1.260	ปานกลาง
22. ขาดการปลุกฝังการมีสัมมาคารวะและ การเคารพผู้ใหญ่	3.393	1.276	ต่ำ
รวม	3.550	.491	ปานกลาง

4.2.2 ระดับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

ในการศึกษาระดับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 65.1 และมีพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 20.4 ส่วนร้อยละ 14.5 มีพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับต่ำ (ตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงของเยาวชน

พฤติกรรมกาเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
สูง	79	20.4
กลาง	252	65.1
ต่ำ	56	14.5
รวม	387	100.0

$$\bar{X} = 3.072 ; S.D. = .588$$

ผลการศึกษาพบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.072 และเมื่อแยกพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงตามตัวแปรย่อย พบว่า พฤติกรรมการฟังนักจัดรายการเพลงด้านการฟังนักจัดรายการเพลงที่ชอบทุกวัน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.481) การใช้เวลาฟังนักจัดรายการเพลงในแต่ละวันนานมากกว่า 2 ชั่วโมง อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.514) ความสามารถของนักจัดรายการเพลงเป็นเหตุผลที่ทำให้ฟังรายการมากกว่าความต้องการฟังเพลง อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.078) การตั้งใจฟังนักจัดรายการเพลงที่ชอบโดยไม่เปลี่ยนคลื่น อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.258) ความต้องการมีส่วนร่วมในรายการ เช่น ขอเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.654) ในขณะที่ฟังนักจัดรายการเพลงได้ทำกิจกรรมอื่น ไปด้วย เช่น ทำการบ้าน อ่านหนังสือ ฯลฯ อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.152) เมื่อไม่ได้อยู่ที่บ้านจะติดตามรับฟังนักจัดรายการเพลงจากวิทยุพกพาหรือวิทยุในรถยนต์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.910) การทุ่มเทเวลาให้กับการฟังนักจัดรายการเพลงมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น เช่น ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ ฯลฯ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.442) ความรู้สึกเสียดายเมื่อรายการจบ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.700) รู้จักนักจัดรายการเพลงที่ท่านรับฟังจากการแนะนำของเพื่อน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.535)

(ตารางที่ 4.5)

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

ข้อคำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านฟังนักจัดรายการเพลงที่ท่านชอบทุกวัน	3.481	1.159	ปานกลาง
2. ท่านใช้เวลาฟังนักจัดรายการเพลงในแต่ละวันนานมากกว่า 2 ชั่วโมง	3.514	1.173	ปานกลาง
3. ความสามารถของนักจัดรายการเพลงเป็นเหตุผลที่ทำให้ท่านฟังรายการมากกว่าความต้องการฟังเพลง	3.078	1.167	ปานกลาง
4. ท่านตั้งใจฟังนักจัดรายการเพลงที่ชอบโดยไม่เปลี่ยนคลื่น	3.258	1.200	ปานกลาง
5. ท่านต้องการมีส่วนร่วมในรายการเช่น ขอเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ	2.654	1.356	ปานกลาง
6. ในขณะที่ฟังนักจัดรายการเพลงท่านได้ทำกิจกรรมอื่น ไปด้วย เช่น ทำการบ้าน อ่านหนังสือ ฯลฯ	4.152	.867	สูง
7. เมื่อท่านไม่ได้อยู่ที่บ้านท่านจะติดตามรับฟังนักจัดรายการเพลงจากวิทยุพกพาหรือวิทยุในรถยนต์	2.910	1.309	ปานกลาง
8. ท่านทุ่มเทเวลาให้กับการฟังนักจัดรายการเพลงมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น เช่น ดูโทรทัศน์ อ่านหนังสือ ฯลฯ	2.442	1.195	ปานกลาง

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ข้อคำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
9. ท่านรู้สึกเสียดายเมื่อรายการจบ	2.700	1.238	ปานกลาง
10. ท่านรู้จักนักจัดรายการเพลงที่ท่านรับฟัง จากการแนะนำของเพื่อน	2.535	1.302	ปานกลาง
รวม	3.072	.588	ปานกลาง

4.2.3 ระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษา ระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง พบว่า เยาวชนมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 53.5 และมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 43.4 ส่วนร้อยละ 3.1 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับต่ำ (ตารางที่ 4.6)

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
สูง	168	43.4
กลาง	207	53.5
ต่ำ	12	3.1
รวม	387	100.0

$$\bar{X} = 3.561 ; S.D. = .551$$

ผลการศึกษา พบว่า เยาวชนมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.561 สำหรับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงเมื่อแยกพิจารณาตัวแปรย่อย พบว่า เยาวชนได้รับความสนุกสนานจากการฟังนักจัดรายการเพลง อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.044) นักจัดรายการเพลงช่วยทำให้ได้รับความรู้เพิ่มเติม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.881) ทำให้มีเพื่อนและไม่รู้สึกว่ายู่ตัวคนเดียว อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.682) นักจัดรายการเพลงช่วยทำให้ผ่อนคลายอารมณ์จากความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.990) ทำให้ได้รับข้อมูลที่เป็นแบบอย่างในการประพฤติตน เช่น สอนเรื่องการเข้าคิว การเสียดสละ แพชั่น ฯลฯ อยู่ในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 3.594) ทำให้ได้รู้จักตนเองมากขึ้น ทำให้สามารถปรับปรุงหรือพัฒนาตนเองได้ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.354) ทำให้นำเรื่องราวที่ได้รับฟังจากนักจัดรายการเพลงไปพูดคุยกับเพื่อนหรือญาติพี่น้อง อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.297) ช่วยกระตุ้นการสร้างภาพฝันของท่าน เช่น ความต้องการเป็นนักร้อง นักแสดง อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.630) ทำให้หลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆหรือสภาพแวดล้อมที่วุ่นวายสับสน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.455) การฟังนักจัดรายการเพลงเป็นการฆ่าเวลาเมื่อท่านว่างและไม่ทราบว่าจะทำอะไร อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.662) (ตารางที่ 4.7)

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

ข้อคำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านได้รับความสนุกสนานจากการฟัง นักจัดรายการเพลง	4.044	.849	สูง
2. นักจัดรายการเพลงช่วยทำให้ท่านได้รับ ความรู้เพิ่มเติม และสามารถนำไปใช้ ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	3.881	.796	สูง
3. ทำให้ท่านได้มีเพื่อนและไม่รู้สึก อยู่ตัวคนเดียว	3.682	.936	สูง
4. นักจัดรายการเพลงช่วยทำให้ท่าน ผ่อนคลายอารมณ์จากความตึงเครียด ในชีวิตประจำวัน	3.990	.811	สูง
5. ทำให้ท่านได้รับข้อมูลที่เป็นแบบอย่างใน การประพฤติตน เช่น สอนเรื่องการเข้าคิว การเสียดสละ แพ้ชั้น ฯลฯ	3.594	.929	สูง
6. ทำให้ท่านได้รู้จักตนเองมากขึ้น ทำให้ สามารถปรับปรุงหรือพัฒนาตนเองได้	3.354	.888	ปานกลาง
7. ทำให้ท่านได้นำเรื่องราวที่ได้รับฟังจาก นักจัดรายการเพลงไปพูดคุยกับเพื่อน หรือญาติพี่น้อง	3.297	1.059	ปานกลาง

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ข้อคำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับ
8. ช่วยกระตุ้นการสร้างภาพฝันของท่าน เช่น ความต้องการเป็นนักร้อง นักแสดง	2.630	1.222	ปานกลาง
9. ทำให้ท่านหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆหรือ สภาพแวดล้อมที่วุ่นวายสับสน	3.455	1.050	ปานกลาง
10. การฟังนักจัดรายการเพลงเป็นการฆ่าเวลา เมื่อท่านว่างและไม่ทราบว่าจะทำอะไร	3.672	1.110	ปานกลาง
รวม	3.561	.551	ปานกลาง

กล่าวโดยสรุป ในการศึกษาบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนใน กรุงเทพมหานครนั้น จะเห็นว่าเยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาถึงระดับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงแล้ว เยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงนั้น เยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง

4.3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบหาตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน มีองค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษาคือ ปัจจัยภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม ปัจจัยด้านพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และปัจจัยด้านการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงเป็นตัวแปรอิสระ ส่วนตัวแปรตามได้ศึกษาในเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน โดยการศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่สำคัญก็เพื่อชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบตัวแปรอิสระเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนหรือไม่ โดยการใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร การทดสอบสมมติฐานได้ผลการศึกษาดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนเพศชายมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 58.7 ส่วนเยาวชนเพศหญิงมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 60.6 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.8)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.8 แสดงเพศกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

เพศ	บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ชาย	76 (41.3)	108 (58.7)	- (-)	184 (47.5)
หญิง	80 (39.4)	123 (60.6)	- (-)	203 (52.5)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$$X^2 = .076 ; \quad \text{Sig.} = .7826$$

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 17-19 ปี มีความเห็นว่า นักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 65.2 ส่วน เยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 20-22 ปี มีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 58.1 และเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 23-25 ปี มีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 53.5 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.9)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรอายุไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.9 แสดงช่วงอายุกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

อายุ	บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
17-19 ปี	40 (34.8)	75 (65.2)	- (-)	115 (29.7)
20-22 ปี	96 (41.9)	133 (58.1)	- (-)	229 (59.2)
23-25 ปี	20 (46.5)	23 (53.5)	- (-)	43 (11.1)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$$X^2 = 2.40 ; \quad \text{Sig.} = .3020$$

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 1 มีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 59.0 ส่วนเยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 2 มีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 64.1 เยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 มีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 57.3 และเยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 4 มีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลางมีร้อยละ 57.1 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.10)

ดังนั้น จากผลการศึกษาก็จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.10 แสดงระดับการศึกษากับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ระดับการศึกษา	บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ปีที่ 1	32 (41.0)	46 (59.0)	- (-)	78 (20.2)
ปีที่ 2	42 (35.9)	75 (64.1)	- (-)	117 (30.2)
ปีที่ 3	64 (42.7)	86 (57.3)	- (-)	150 (38.8)
ปีที่ 4	18 (42.9)	24 (57.1)	- (-)	42 (10.9)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$X^2 = 1.42$; Sig. = .7002

สมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษา มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่มีผลการศึกษาต่ำกว่า 2.00 มีความเห็นว่ นักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 87.5 และเยาวชนที่มีผลการศึกษาตั้งแต่ 2.00-3.00 มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 60.9 ส่วนเยาวชนที่มีผลการศึกษาตั้งแต่ 3.01-4.00 มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูง มีร้อยละ 50.7 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการศึกษา มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีแนวโน้มว่าเยาวชนที่มีผลการศึกษาสูง เห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่มีผลการศึกษาในระดับอื่น (ตารางที่ 4.11)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรผลการศึกษา มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการศึกษา กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ผลการศึกษา	บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ต่ำกว่า 2.00	2 (12.5)	14 (87.5)	- (-)	16 (4.1)
2.00-3.00	115 (39.1)	179 (60.9)	- (-)	294 (76.0)
3.01-4.00	39 (50.7)	38 (49.3)	- (-)	77 (19.9)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$$X^2 = 8.74 ; \quad \text{Sig.} = .0127$$

สมมติฐานที่ 5 ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของ นักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่อยู่กับบิดามารดามีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 61.5 ส่วนเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 65.8 และเยาวชนที่ไม่ได้อยู่กับบิดามารดามีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 51.5 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.12)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน คือ ลักษณะของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.12 แสดงลักษณะของครอบครัวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อ
เยาวชน

ลักษณะของครอบครัว	บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
อยู่กับบิดามารดา	82	131	-	213
	(38.5)	(61.5)	(-)	(55.0)
อยู่กับบิดาหรือมารดา คนใดคนหนึ่ง	25	48	-	73
	(34.3)	(65.8)	(-)	(18.9)
ไม่ได้อยู่กับบิดามารดา	49	52	-	101
	(48.5)	(51.5)	(-)	(26.1)
รวม	156	231	-	387
	(40.3)	(59.7)	(-)	(100.0)

$$X^2 = 4.23 ; \quad \text{Sig.} = .1205$$

สมมติฐานที่ 6 การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับ บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบ
เข้มงวดกวดขัน มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับ
ปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 74.1 ส่วนเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบ
ประชาธิปไตย มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปาน
กลาง มีจำนวนร้อยละ 56.3 และเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบปล่อยปละ
ละเลยมีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง
มีจำนวนร้อยละ 80.0 จากการศึกษาสมมติฐาน พบว่า การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมี
ความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ .05 และมีแนวโน้มว่าเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบประชาธิปไตยมี
ความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนสูงกว่าเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจาก
ครอบครัวแบบอื่น (ตารางที่ 4.13)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรการอบรมเลี้ยงดู
ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงยอมรับ
สมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.13 แสดงการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว	บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
เข้มงวดกวดขัน	14 (25.9)	40 (74.1)	- (-)	54 (14.0)
ประชาธิปไตย	139 (43.7)	179 (56.3)	- (-)	318 (82.2)
ปล่อยปละละเลย	3 (20.0)	12 (80.0)	- (-)	15 (3.9)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$$X^2 = 8.74 ; \quad \text{Sig.} = .0126$$

สมมติฐานที่ 7 ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 65.4 ส่วนเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 59.8 และเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลางมีร้อยละ 55.7 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.14)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.14 แสดงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว	บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย	9 (34.6)	17 (65.4)	- (-)	26 (6.7)
รายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย	111 (40.2)	165 (59.8)	- (-)	276 (71.3)
รายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย	36 (42.3)	49 (57.7)	- (-)	85 (22.0)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$$X^2 = 4.99 ; \quad \text{Sig.} = .7793$$

สมมติฐานที่ 8 พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า เยาวชนที่มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงในระดับสูง มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 67.1 ส่วนเยาวชนที่มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงในระดับปานกลาง มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 57.2 และเยาวชนที่มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงในระดับต่ำ มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 60.7 จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.15)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.15 ระดับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง	บทบาทของนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
สูง	26 (32.9)	53 (67.1)	- (-)	79 (20.4)
กลาง	108 (42.8)	144 (60.7)	- (-)	252 (65.1)
ต่ำ	22 (39.3)	34 (60.7)	- (-)	56 (14.5)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$X^2 = 2.5$; Sig. = .2863

สมมติฐานที่ 9 การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาในเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า เยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับสูง มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 53.0 ส่วนเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับปานกลาง มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 63.7 และเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับต่ำ มีความเห็นว่าบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 83.3 เยาวชนที่มีระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับสูง จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีแนวโน้มว่าเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับสูงและระดับปานกลาง มีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับต่ำ (ตารางที่ 4.16)

ดังนั้น จากผลการศึกษาจึงเป็นไปตามสมมติฐาน คือ ตัวแปรการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตารางที่ 4.16 ระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงกับบทบาท
ของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

การใช้และการได้รับประโยชน์ จากนักจัดรายการเพลง	บทบาทของนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
สูง	79 (47.0)	89 (53.0)	- (-)	168 (43.4)
กลาง	75 (36.2)	132 (63.8)	- (-)	207 (53.5)
ต่ำ	2 (16.7)	10 (83.3)	- (-)	12 (3.1)
รวม	156 (40.3)	231 (59.7)	- (-)	387 (100.0)

$$X^2 = 7.37 ; \quad \text{Sig.} = .025$$

กล่าวโดยสรุป จากผลการศึกษาในเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนนั้น พบว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาของเยาวชนไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ในด้านผลการศึกษา นั้น พบว่า เยาวชนที่มีผลการศึกษาในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนสูงกว่าเยาวชนที่มีผลการศึกษาในระดับปานกลางและต่ำ ส่วนลักษณะของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ในด้านการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวนั้นเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนสูงกว่าเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบอื่น ส่วนฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวและพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ส่วนเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงสูงมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นว่่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนสูงกว่าเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงระดับอื่น

4.4 การเสนอผลการวิเคราะห์ที่ได้นอกเหนือจากสมมติฐาน

4.4.1 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

นอกจากการทดสอบสมมติฐานแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาเพิ่มเติมว่า ปัจจัยภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง และการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงหรือไม่ โดยการใช้สถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร การทดสอบความสัมพันธ์ได้ผลการศึกษาดังนี้

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนเพศชาย มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 59.8 ส่วนเยาวชนเพศหญิง มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 70.0 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีแนวโน้มว่าเยาวชนเพศชายมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนเพศหญิง (ตารางที่ 4.17)

ตารางที่ 4.17 แสดงเพศกับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลง

เพศ	พฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ชาย	39 (21.2)	110 (59.8)	35 (19.0)	184 (47.5)
หญิง	40 (19.7)	142 (70.0)	21 (10.3)	203 (52.5)
รวม	79 (20.4)	252 (65.1)	56 (14.5)	387 (100.0)

$\chi^2 = 6.66$; Sig. = .0358

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 17-19 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 60.9 ส่วนเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 20-22 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 65.9 และเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 23-25 ปี มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 72.1 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.18)

ตารางที่ 4.18 แสดงช่วงอายุกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

อายุ	พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
17-19 ปี	29 (25.2)	70 (60.9)	16 (13.9)	115 (29.7)
20-22 ปี	45 (19.7)	151 (65.9)	33 (14.4)	229 (59.2)
23-25 ปี	5 (11.6)	31 (72.1)	7 (16.3)	43 (11.1)
รวม	79 (20.4)	252 (65.1)	56 (14.5)	387 (100.0)

$$X^2 = 3.78 ; \quad \text{Sig.} = .4370$$

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัด

รายการเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 65.4 ส่วนเยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 2 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 66.7 เยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 60.7 และเยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 4 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 76.2 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.19)

ตารางที่ 4.19 แสดงระดับการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลง

ระดับการศึกษา	พฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ปีที่ 1	16 (20.5)	51 (65.4)	11 (14.1)	78 (20.2)
ปีที่ 2	26 (22.2)	78 (66.7)	13 (11.1)	117 (30.2)
ปีที่ 3	32 (21.3)	91 (60.7)	27 (18.0)	150 (38.8)
ปีที่ 4	5 (11.9)	32 (76.2)	5 (11.9)	42 (10.9)
รวม	79 (20.4)	252 (65.1)	56 (14.5)	387 (100.0)

$$X^2 = 5.43 ; \quad \text{Sig.} = .4896$$

ผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่มีผลการศึกษาน้อยกว่า 2.00 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 56.3 และเยาวชนที่มีผลการศึกษาระหว่าง 2.00-3.00 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 67.0 ส่วนเยาวชนที่มีผลการศึกษาระหว่าง 3.01-4.00 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 59.7 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.20)

ตารางที่ 4.20 แสดงผลการศึกษากับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องเพลง

ผลการศึกษา	พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ต่ำกว่า 2.00	4 (25.0)	9 (56.3)	3 (18.8)	16 (4.1)
2.00-2.99	54 (18.4)	197 (67.0)	43 (14.6)	294 (76.0)
3.00-4.00	21 (27.3)	46 (59.7)	10 (13.0)	77 (19.9)
รวม	79 (20.4)	252 (65.1)	56 (14.5)	387 (100.0)

$$X^2 = 3.56 ; \quad \text{Sig.} = .4683$$

**ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟัง
นักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่อยู่กับบิดามารดามีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 63.0 ส่วนเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 60.3 และเยาวชนที่ไม่ได้อยู่กับบิดามารดามีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 73.3 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่าลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีแนวโน้มว่าเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนกลุ่มอื่น (ตารางที่ 4.21)

ตารางที่ 4.21 แสดงลักษณะของครอบครัวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

ลักษณะของครอบครัว	พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
อยู่กับบิดามารดา	43 (20.2)	134 (63.0)	36 (16.9)	213 (55.0)
อยู่กับบิดาหรือมารดา คนใดคนหนึ่ง	25 (34.3)	44 (60.3)	4 (5.5)	73 (18.9)
ไม่ได้อยู่ กับบิดามารดา	11 (10.9)	74 (73.3)	6 (15.8)	101 (26.1)
รวม	79 (20.4)	252 (65.1)	56 (14.5)	387 (100.0)

$$X^2 = 17.87 ; \quad \text{Sig.} = .0013$$

**การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิด
รับฟังนักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบเข้มงวดกวดขัน มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 64.8 ส่วนเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบประชาธิปไตย มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 64.8 และเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบปล่อยปละละเลย มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 73.3 จากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.22)

**ตารางที่ 4.22 แสดงการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัด
รายการเพลง**

การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว	พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
เข้มงวดกวดขัน	13 (24.0)	35 (64.8)	6 (11.1)	54 (14.0)
ประชาธิปไตย	64 (20.1)	206 (64.8)	48 (15.1)	318 (82.2)
ปล่อยปละละเลย	2 (13.3)	11 (73.3)	2 (13.3)	15 (3.9)
รวม	79 (20.4)	252 (65.1)	56 (14.5)	387 (100.0)

$$X^2 = 1.41 ; \quad \text{Sig.} = .8411$$

ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 65.4 ส่วนเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 68.5 และเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 54.1 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีแนวโน้มว่าเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวแบบอื่น (ตารางที่ 4.23)

ตารางที่ 4.23 แสดงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลง

ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว	พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักร้องจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย	3 (11.5)	17 (65.4)	6 (23.1)	26 (6.7)
รายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย	47 (17.0)	189 (68.5)	40 (14.5)	276 (71.3)
รายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย	29 (34.1)	46 (54.1)	10 (11.8)	85 (22.0)
รวม	79 (20.4)	252 (65.1)	56 (14.5)	387 (100.0)

เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

การเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนเพศชาย มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 55.4 ส่วนเยาวชนเพศหญิง มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 51.7 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.24)

ตารางที่ 4.24 แสดงเพศกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

เพศ	การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ชาย	76 (41.3)	102 (55.4)	6 (3.3)	184 (47.5)
หญิง	92 (45.3)	105 (53.5)	6 (3.0)	203 (52.5)
รวม	168 (43.4)	207 (53.5)	12 (3.1)	387 (100.0)

$$\chi^2 = .636 ; \quad \text{Sig.} = .7276$$

อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษา พบว่า เยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 17-19 ปี มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง มีจำนวนร้อยละ 48.7 ส่วนเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 20-22 ปี มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 54.2 และเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 23-25 ปี มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 67.4 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.25)

ตารางที่ 4.25 แสดงช่วงอายุกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

อายุ	การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
17-19 ปี	56 (48.7)	54 (47.0)	5 (4.4)	115 (29.7)
20-22 ปี	99 (43.2)	124 (54.2)	6 (2.6)	229 (59.2)
23-25 ปี	13 (30.2)	29 (67.4)	1 (2.3)	43 (11.1)
รวม	168 (43.4)	207 (53.5)	12 (3.1)	387 (100.0)

$$X^2 = 5.79 ; \quad \text{Sig.} = .2151$$

**ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์
จากนักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษา พบว่า เยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 1 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 52.6 ส่วนเยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 2 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 57.3 เยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง มีจำนวนร้อยละ 49.3 และเยาวชนที่ศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 4 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 66.7 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.26)

ตารางที่ 4.26 แสดงระดับการศึกษากับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

ระดับการศึกษา	การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ปีที่ 1	33 (42.3)	41 (52.6)	4 (5.1)	78 (20.2)
ปีที่ 2	48 (41.0)	67 (57.3)	2 (1.7)	117 (30.2)
ปีที่ 3	74 (49.3)	71 (47.3)	5 (3.3)	150 (38.8)
ปีที่ 4	13 (31.0)	28 (66.7)	1 (2.3)	42 (10.9)
รวม	168 (43.4)	207 (53.5)	12 (3.1)	387 (100.0)

$$X^2 = 7.50 ; \quad \text{Sig.} = .2771$$

**ผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จาก
นักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่มีผลการศึกษามากกว่า 2.00 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูงและปานกลางพอๆกัน คือมีจำนวนร้อยละ 50 และเยาวชนที่มีผลการศึกษาตั้งแต่ 2.00-3.00 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 54.1 ส่วนเยาวชนที่มีผลการศึกษาตั้งแต่ 3.01-4.00 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 52.0 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.27)

**ตารางที่ 4.27 แสดงผลการศึกษากับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการ
เพลง**

ผลการศึกษา	การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
ต่ำกว่า 2.00	8 (50.0)	8 (50.0)	- (-)	16 (4.1)
2.00-2.99	124 (42.2)	159 (54.1)	11 (3.7)	294 (76.0)
3.00-4.00	36 (46.8)	40 (52.0)	1 (1.3)	77 (19.9)
รวม	168 (43.4)	207 (53.5)	12 (3.1)	387 (100.0)

$$X^2 = 2.24 ; \quad \text{Sig.} = .6912$$

**ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับ
ประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่อยู่กับบิดามารดามีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 50.2 ส่วนเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง มีจำนวนร้อยละ 60.3 และเยาวชนที่ไม่ได้อยู่กับบิดามารดามีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 71.3 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีแนวโน้มว่าเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนที่มีลักษณะของครอบครัวแบบอื่น (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 4.28 แสดงลักษณะของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

ลักษณะของครอบครัว	การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
อยู่กับบิดามารดา	99 (46.5)	107 (50.2)	7 (3.3)	213 (55.0)
อยู่กับบิดาหรือมารดา คนใดคนหนึ่ง	44 (60.3)	28 (38.4)	1 (1.4)	73 (18.9)
ไม่ได้อยู่กับบิดามารดา	25 (24.8)	72 (71.3)	4 (3.9)	101 (26.1)
รวม	168 (43.4)	207 (53.5)	12 (3.1)	387 (100.0)

$$X^2 = 23.84 ; \quad \text{Sig.} = .0001$$

การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบเข้มงวดกวดขัน มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง มีจำนวนร้อยละ 57.4 ส่วนเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบประชาธิปไตย มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 56.6 และเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบปล่อยปละละเลย มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง มีจำนวนร้อยละ 60 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.29)

ตารางที่ 4.29 แสดงการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว	การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
เข้มงวดกวดขัน	31 (57.4)	22 (40.7)	1 (1.9)	54 (14.0)
ประชาธิปไตย	128 (40.3)	180 (56.6)	10 (3.1)	318 (82.2)
ปล่อยปละละเลย	9 (60.0)	5 (33.3)	1 (6.7)	15 (3.9)
รวม	168 (43.4)	207 (53.5)	12 (3.1)	387 (100.0)

$$X^2 = 8.36 ; \quad \text{Sig.} = .0791$$

**ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการ
ได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาพบว่า เยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูงและระดับปานกลางพอๆ กัน มีจำนวนร้อยละ 50 ส่วนเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 56.5 และเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง มีจำนวนร้อยละ 50.6 จากการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ตารางที่ 4.30)

**ตารางที่ 4.30 แสดงฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์
จากนักจัดรายการเพลง**

ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว	การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง			
	สูง	กลาง	ต่ำ	รวม
รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย	13 (50.0)	13 (50.0)	- (-)	26 (6.7)
รายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย	112 (40.6)	156 (56.5)	8 (2.9)	276 (71.3)
รายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย	43 (50.6)	38 (44.7)	4 (4.7)	85 (22.0)
รวม	168 (43.4)	207 (53.5)	12 (3.1)	387 (100.0)

$$X^2 = 5.09 ; \quad \text{Sig.} = .2785$$

กล่าวโดยสรุป ในเรื่องพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง จะเห็นว่า เยาวชนเพศชายมีพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลงสูงกว่าเพศหญิง ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และผลการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลงสำหรับเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนที่มีลักษณะของครอบครัวแบบอื่น ส่วนการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง และพบว่าเยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายมีพฤติกรรมกาเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวแบบอื่น

สำหรับเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนั้กัจัดรายการเพลง พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผลการศึกษา การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนั้กัจัดรายการเพลง และพบว่าเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนั้กัจัดรายการเพลงมากกว่าเยาวชนที่มีลักษณะของครอบครัวแบบอื่น

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation)

นอกจากการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนั้กัจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนแล้ว ผู้ศึกษายังสนใจที่จะศึกษาหาความสัมพันธ์ของบทบาทของนั้กัจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนกับตัวแปรการใช้และการได้รับประโยชน์จากนั้กัจัดรายการเพลง ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation) ซึ่งได้ผลการศึกษาพบว่า การใช้และการได้รับประโยชน์จากนั้กัจัดรายการเพลงด้านความรู้ การผ่อนคลายอารมณ์ และการได้มีเพื่อน มีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างต่ำกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนั้กัจัดรายการเพลง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ($r = .282$, $r = .238$ และ $r = .206$) ด้านความสนุกสนาน การได้แบบอย่างของการประพฤติตน การสร้างมโนภาพแบบเพ้อฝัน และการได้รู้จักตนเองมากขึ้น มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนั้กัจัดรายการเพลง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .001 และ .01 ($r = .193$, $r = .158$, $r = .157$ และ $r = .119$) (ตารางที่ 4.31)

ตารางที่ 4.31 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน (n = 387)

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ (r)
1. ความสนุกสนาน	.198**
2. ความรู้	.282**
3. การได้มีเพื่อน	.206**
4. การผ่อนคลายอารมณ์	.238**
5. การได้แบบอย่างของการประพฤติตน	.158**
6. การได้รู้จักตนเองมากขึ้น	.119*
7. การได้มีเรื่องราวที่จะสนทนากับผู้อื่น	.105
8. การสร้างมโนภาพแบบเพื่อฝัน	.157**
9. การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ	.101
10. การฆ่าเวลา	.070

ความสัมพันธ์เชื่อถือได้ ณ ระดับความเชื่อมั่น *.01 **.001

4.4.3 ความคิดเห็นอื่นๆ

ผู้วิจัยได้ศึกษาเพิ่มเติมนอกเหนือจากสมมติฐานที่ตั้งไว้ เพื่อเป็นการสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนในเรื่องความต้องการของเยาวชนที่มีต่อนักจัดรายการเพลง และนักจัดรายการเพลงที่เยาวชนชื่นชอบ โดยให้แสดงความคิดเห็นอย่างละ 5 ลำดับ ซึ่งผลจากการศึกษาพอสรุปได้ดังนี้

1. ความคิดเห็นเรื่องความต้องการของเยาวชนที่มีต่อนักจัดรายการเพลง

เพื่อที่จะได้ทราบว่าเยาวชนมีความต้องการให้นักจัดรายการเพลงแสดงบทบาท 5 ประการ คืออะไรบ้าง โดยใช้หลักการให้คะแนน ดังนี้ หากตอบเป็นอันดับ 1 ให้ 5 คะแนน ตอบเป็นอันดับ 2 ให้ 4 คะแนน ตอบเป็นอันดับ 3 ให้ 3 คะแนน ตอบเป็นอันดับ 4 ให้ 2 คะแนน และตอบเป็นอันดับ 5 ให้ 1 คะแนน และจากผลการศึกษา พบว่า เยาวชนส่วนมากมีความต้องการให้นักจัดรายการเพลงแสดงบทบาทดังนี้ อันดับหนึ่งคือต้องการให้นักจัดรายการเพลงพูดให้น้อยลง อันดับสองคือ ต้องการให้นักจัดรายการเพลงเปิดเพลงให้มากขึ้น อันดับที่สามคือ ให้นำเสนอสิ่งที่มีสาระความรู้สลับกับความบันเทิง อันดับสี่คือ เปิดเพลงตามคำขอของผู้ฟัง ส่วนอันดับที่ห้าคือ ไม่ควรพูดแทรกระหว่างเพลง (ตารางที่ 4.32)

ตารางที่ 4.32 แสดงอันดับความคิดเห็นเรื่องความต้องการของเยาวชนที่มีต่อนักจัดรายการเพลง

อันดับที่	ความคิดเห็น
1	พูดให้น้อยลง
2	เปิดเพลงให้มากขึ้น
3	นำเสนอสิ่งที่มีสาระความรู้สลับกับความบันเทิง
4	เปิดเพลงตามคำขอของผู้ฟัง
5	ไม่ควรพูดแทรกระหว่างเพลง

2. ความคิดเห็นเรื่องนักจัดรายการเพลงที่เยาวชนชื่นชอบ

จากการสอบถามความคิดเห็นของเยาวชนในเรื่องนักจัดรายการเพลงที่เยาวชนชื่นชอบ โดยใช้หลักการให้คะแนนเช่นเดียวกับข้อ 1 ผลการศึกษา พบว่า เยาวชนส่วนมากให้คะแนนนักจัดรายการเพลงที่ตนชอบ อันดับหนึ่งคือ คุณวิศวะ กิจตันขจร ส่วนอันดับที่สองคือ คุณสุนิลา สุขบุญสังข์ อันดับที่สามคือ คุณสมพล ปิยะพงศ์ศิริ อันดับที่สุดคือ คุณบุญชู ดวงจินดา และอันดับที่ห้าคือ คุณอัศวพล ธนวิวิลาศ (ตารางที่ 4.33)

ตารางที่ 4.33 แสดงอันดับความคิดเห็นเรื่องนักจัดรายการเพลงที่เยาวชนชื่นชอบ

อันดับที่	ความคิดเห็น	
1	คุณวิศวะ	กิจตันขจร
2	คุณสุนิลา	สุขบุญสังข์
3	คุณสมพล	ปิยะพงศ์ศิริ
4	คุณบุญชู	ดวงจินดา
5	คุณอัศวพล	ธนวิวิลาศ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

การวิจัยเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนและหาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ในการทำความเข้าใจพฤติกรรมการรับฟังรายการเพลงของเยาวชน

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากเยาวชนที่กำลังศึกษาอยู่สถาบันราชภัฏจันทรเกษมจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วนด้วยกันคือ แบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง และมาตรวัดเกี่ยวกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน โดยแบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมนั้นประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผลการศึกษา ลักษณะของครอบครัว การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว ส่วนในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงนั้น ได้สร้างข้อคำถามจากการรวบรวมแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ซึ่งแบ่งเป็น องค์ประกอบต่างๆ คือ ความถี่ในการรับฟังนักจัดรายการเพลง ระยะเวลาในการรับฟังนักจัดรายการเพลง เหตุผลในการเลือกรับฟังนักจัดรายการเพลง ลักษณะการรับฟังนักจัดรายการเพลง และการมีส่วนร่วมในรายการ สำหรับในเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงนั้น ได้สร้างข้อคำถามจากมาตรวัดต่างๆ ที่มีผู้สร้างไว้ โดยได้ศึกษาองค์ประกอบด้านต่างๆ คือ ความสนุกสนาน ความรู้ การได้มีเพื่อน การผ่อนคลายอารมณ์ การได้แบบอย่างของการประพฤติตน การได้รู้จักตนเองมากขึ้น การได้มีเรื่องราว

ที่จะสนทนากับผู้อื่น การสร้างมโนภาพแบบเพื่อฝัน การหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆ และการ
 มาเวลา ในส่วนของบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ได้สร้างข้อคำถามจากมาตร
 วัดที่มีผู้สร้างไว้ โดยพิจารณาจาก บทบาทด้านบันเทิง ด้านข่าวสารและความรู้รอบตัว ด้าน
 ระเบียบวินัย ด้านทักษะต่างๆ ด้านความเชื่อและค่านิยม ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้าน
 ความรู้ทั่วไป ด้านการปลูกฝังจริยธรรม และด้านการส่งเสริมบทบาทการเป็นสมาชิกที่ดี

จากการออกแบบสอบถามดังกล่าวได้ทำการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของ
 แบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-ways Factorial
 Design) พบว่า มาตรฐานวัดบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนมีค่าความเชื่อมั่น
 เท่ากับ .8124 ในส่วนแบบสอบถามเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมีค่าความ
 เชื่อมั่นเท่ากับ .7321 และแบบสอบถามเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการ
 เพลงมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .7643

นอกจากนี้ในการประมวลผลการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม
 สำเร็จรูป SPSS/PC+ (Statistics Package for the Social Sciences) โดยใช้สถิติดังต่อไปนี้

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่ม
 ตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่า
 เบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง
 สองตัวแปร ได้แก่ การวิเคราะห์ด้วยไค-สแควร์ (Chi-square) และการหาค่าสัมประสิทธิ์
 สหสัมพันธ์ (Pearson Product Moment Correlation) ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทั่วไปของภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม

จากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเยาวชนที่ศึกษาในสถาบันราชภัฏจันทร
 เกษม พบว่า เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.5) มากกว่าครึ่งหนึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 20-22 ปี (ร้อยละ
 59.2) กำลังศึกษาอยู่ระดับชั้นปีที่ 3 (ร้อยละ 38.8) มีผลการศึกษาอยู่ระดับ 2.00-3.00
 (ร้อยละ 76.0) เยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งอยู่กับบิดามารดา (ร้อยละ 55.0) โดยส่วนมากได้รับ

การอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบประชาธิปไตย (ร้อยละ 82.2) และส่วนใหญ่ครอบครัวมีรายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย (ร้อยละ 71.3)

2. พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง และบทบาทของนักจัดรายการ เพลงที่มีต่อเยาวชน

ในการศึกษาระดับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ผลการศึกษาพบว่า เยาวชนมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 59.7 นอกนั้นมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 40.3

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง มีร้อยละ 65.1 และมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงในระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 20.4 ส่วนร้อยละ 14.5 มีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับต่ำ

จากผลการศึกษาระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 43.4 และร้อยละ 3.1 มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับต่ำ

สำหรับผลสรุปของบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนกับตัวแปรภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะของครอบครัวฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมีความไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ส่วนในเรื่องผลการศึกษา นั้น พบว่า เยาวชนที่มีผลการศึกษาระดับสูง (3.01-4.00) มีแนวโน้มที่จะมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่มีผลการศึกษาระดับอื่น ในด้านการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวนั้น เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่ได้รับ

การอบรมเลี้ยงดูแบบอื่น นอกจากนี้ยังพบว่า เยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับปานกลางและต่ำ

ส่วนผลสรุปของพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงกับตัวแปรภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า อายุ ระดับการศึกษา ผลการศึกษา และการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง เมื่อพิจารณาในเรื่องของเพศ พบว่า เยาวชนเพศชายมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงสูงกว่าเพศหญิง และเยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนเดียวคนหนึ่งมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนที่มีลักษณะของครอบครัวแบบอื่น นอกจากนี้ยังพบว่า เยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงสูงกว่าเยาวชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวแบบอื่น

สำหรับผลสรุปของตัวแปรการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผลการศึกษา การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว และฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวของเยาวชน ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง ส่วนในเรื่องลักษณะของครอบครัวนั้น พบว่า เยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนเดียวคนหนึ่งมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่มีลักษณะของครอบครัวประเภทอื่น

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ใช้ในการศึกษา สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาคำความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศ กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 อายุมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาคำความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอายุ กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรอายุไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากผลการศึกษาคำความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการศึกษา กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 4 ผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัด
รายการเพลงที่มีต่อเยาวชน**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการศึกษากับบทบาท
ของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรผลการศึกษามีความสัมพันธ์กับบทบาท
ของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่
ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 5 ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาท
ของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะของครอบครัว
กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรลักษณะของครอบครัวไม่มี
ความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 6 การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับ
บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูของ
ครอบครัว กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูของ
ครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งเป็นไปตาม
สมมติฐาน ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 7 ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับ
บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 8 พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมีความ
สัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงกับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงไม่มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานที่ 9 การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการ
เพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า ตัวแปรการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศ กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอายุ กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรอายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัด

รายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการศึกษา กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

ผลการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดราย

การเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการศึกษา กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรผลการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

**ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟัง
นักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะของครอบครัวกับ
พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรลักษณะของครอบครัวมีความ
สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

**การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิด
รับฟังนักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูของ
ครอบครัว กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูของ
ครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

**ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ
เปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจของ
ครอบครัว กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจ
ของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

**เพศมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดราย
การเพลง**

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพศ กับการใช้และการได้รับ
ประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับ
ประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

อายุมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอายุกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง พบว่า ตัวแปรอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง

ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรระดับการศึกษากับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง พบว่า ตัวแปรระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง

ผลการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรผลการศึกษากับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง พบว่า ตัวแปรผลการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

ลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง พบว่า ตัวแปรลักษณะของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักรายการเพลง

การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการ

ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

ความคิดเห็นอื่นๆ

จากการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของความต้องการของเยาวชนที่มีต่อนักจัดรายการเพลง เยาวชนส่วนใหญ่มีความต้องการให้นักจัดรายการเพลงแสดงบทบาทตามลำดับดังนี้ อันดับหนึ่งคือ ต้องการให้นักจัดรายการเพลงพูดให้น้อยลง อันดับสองคือ ต้องการให้นักจัดรายการเพลงเปิดเพลงให้มากขึ้น (มากกว่าพูดหรือโฆษณา) อันดับสามคือ ให้นำเสนอเรื่องราวที่มีสาระความรู้สึบลับกับความบันเทิง อันดับสี่คือ เปิดเพลงตามคำขอของผู้ฟัง และอันดับที่ห้าคือ ไม่ควรพูดแทรกระหว่างเพลง

จะเห็นได้ว่า เยาวชนส่วนใหญ่มีความต้องการรับฟังรายการเพลงที่มีนักจัดรายการเพลงที่พูดน้อยกว่าเปิดเพลง และพูดให้ได้สาระผสมผสานกับความบันเทิง และไม่ต้องการฟังนักจัดรายการเพลงที่พูดหรือโฆษณามาก ซึ่งสิ่งนี้เยาวชนต้องการจะเป็นเรื่องที่เป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ เนื่องจากรายการวิทยุจะต้องมีผู้ดำเนินรายการ นักจัดรายการเพลงจึงต้องพูดนำเสนอสินค้าในรายการ เปิดสปอตโฆษณา หรือนำสินค้ามาเล่นเป็นเกมส์

จากการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องนักจัดรายการเพลงที่เยาวชนชื่นชอบ เมื่อเรียงตามลำดับ พบว่า อันดับหนึ่งคือ คุณวิศวะ กิจตันขจร อันดับสองคือ คุณสุนิสา สุขบุญสังข์ อันดับที่สามคือ คุณสมพล ปิยะพงศ์ศิริ อันดับที่สี่คือ คุณบุญชู ดวงจินดา และอันดับที่ห้า คือ คุณอัศวพล ธนวิลาศ

ซึ่งจะพบว่านักจัดรายการเพลงวิทยุดังที่กล่าวมาแล้ว เป็นที่รู้จักของเยาวชนโดยผ่านทางโทรทัศน์ ในลักษณะของพิธีกรรายการเพลง เกมโชว์ หรือรายการประเภทอื่นๆ ทำให้เยาวชนได้เห็นหน้าตา และสามารถเห็นบุคลิกภาพของนักจัดรายการเพลง ซึ่งอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เยาวชนชื่นชอบ

5.2 อภิปรายผล

จากผลการศึกษา สามารถนำมาอภิปรายในประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

5.2.1 เรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

จากการศึกษาในเรื่องบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จะเห็นว่า เยาวชนที่มีผลการศึกษา 3.01-4.00 มีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่มีผลการศึกษาต่ำกว่า เป็นไปได้ว่า เยาวชนฟังวิทยุเพื่อใช้เป็นตัวแทนของเพื่อน ทำให้เกิดความสบายใจและใช้เวลาในการฟังวิทยุมากขึ้น ประกอบกับการดูหนังสือหรือทำการบ้านควบคู่กันไป จึงสามารถรับรู้ถึงบทบาทของนักจัดรายการเพลงได้มากกว่าเยาวชนที่ใช้เวลาในการฟังวิทยุน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Barnemann and Bottcher (1970) ที่ได้ทำการสังเกตการณ์จากนักเรียนมัธยมและนักเรียนพาณิชย์ พบว่าการที่วัยรุ่นฟังวิทยุกระจายเสียงพร้อมกับการดูหนังสือนั้น ก็เนื่องมาจากเหตุผลที่ว่า การฟังวิทยุจะทำให้รู้สึกว่าตนเองไม่ได้อยู่คนเดียว และใช้เสียงจากวิทยุแทนเพื่อน ทำให้เขารู้สึกสบายใจ

ส่วนตัวแปรการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว พบว่า เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูจากครอบครัวแบบประชาธิปไตยมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขันและแบบปล่อยปละละเลย เป็นไปได้ว่า เยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยมีโอกาสในการฟัง

วิทยุมากกว่าเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบอื่น เนื่องจากผู้ปกครองมีความเข้าใจหรืออาจร่วมฟังด้วย เยาวชนที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบปล่อยปละละเลย อาจใช้เวลาอยู่กับบ้านน้อย หรือเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบเข้มงวดกวดขัน ผู้ปกครองอาจให้เวลาในการฟังวิทยุค่อนข้างจำกัด จึงทำให้ไม่สามารถทราบถึงบทบาทของนักจัดรายการเพลงได้ดีเท่ากับเยาวชนที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตย

ส่วนตัวแปรการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง พบว่า เยาวชนที่มีระดับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับสูง มีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนอยู่ในระดับสูงกว่าเยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับปานกลางและต่ำ และพบว่าการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในด้านการได้ความรู้ การผ่อนคลายอารมณ์ การได้มีเพื่อน ได้ความสนุกสนาน การได้แบบอย่างของการประพฤติตน การสร้างมโนภาพแบบเพื่อน และการได้รู้จักตนเองมากขึ้น มีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน จึงเป็นไปได้ว่า เยาวชนที่มีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงในระดับสูงมีความเห็นว่านักจัดรายการเพลงทำหน้าที่ได้ตามความคาดหวังของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อูโร จักษัตริมงคล (2537) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงระบบเอฟ.เอ็ม. ของวัยรุ่นในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย ในกรุงเทพมหานคร พบว่า วัยรุ่นมีความเห็นเกี่ยวกับผู้จัดรายการวิทยุว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญ เช่น เป็นเพื่อนคุยให้เกิดความเพลิดเพลิน เป็นผู้ใหญ่ที่สามารถให้คำแนะนำปรึกษาเมื่อมีปัญหาได้ และเป็นบุคคลที่มีความสามารถควรจะนำมาเป็นแบบอย่าง

ส่วนตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะของครอบครัว สถานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว และพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงเป็นตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลในการทำนายบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ซึ่งตัวแปรเพศสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ จรัสศรี หาญสมวงศ์ (2533) ที่ได้ศึกษาเรื่องความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทาง พบว่า ผู้โดยสารเพศชายและเพศหญิงมีความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรอายุและระดับการศึกษา ขัดแย้งกับ เนาวรัตน์ โรจน์วิทยา (2534)

ที่ศึกษาเรื่องทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย พบว่า อายุและระดับการศึกษามีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย และตัวแปร พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง ชัดแย้งกับงานวิจัยของ วันทนีย์ แสนภักดี (2533) ที่ศึกษาเรื่อง ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการ เมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนมี ความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่ได้รับรู้ทางการเมืองจากสื่อมวลชน

5.2.2 เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง

จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง พบว่า ตัวแปรเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง ซึ่งสอดคล้อง กับ เกศแก้ว ศรีงาม (2537) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างของการใช้เวลาว่างในกิจกรรม นันทนาการของเยาวชนไทย พบว่า เยาวชนที่มีเพศต่างกันมีการใช้เวลาว่างในการรับฟังวิทยุ- เทปแตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตนา ภัทรธนาภานต์ (2539) ที่ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการ กรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz. พบว่า นักศึกษาที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับฟังรายการ กรีนเวฟแตกต่างกัน และสอดคล้องกับ พิชญา รัตนพล (2540) ที่ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม การสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคม และชุมชน : ศึกษากรณีวิทยุชุมชน พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อธิติมา อุ่นเมตตาดิจิต (2541) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาความ คาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการฟุตบอล ฟิต ฟอ ไฟ กับ แสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ฯ ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท พบว่า เพศมีความสัมพันธ์ กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการฟุตบอล ฟิต ฟอ ไฟ

ส่วนตัวแปรฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว พบว่า เยาวชนที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมากกว่าเยาวชนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัวแบบอื่น เป็นไปได้ว่า เยาวชนที่มีรายได้พอๆ กับค่าใช้จ่ายหรือมี รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย ไม่สามารถเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงได้มาก

เท่ากับเยาวชนที่ ครอบครัวมีรายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย เพราะมีภาระอื่นๆที่ต้องทำ เช่น ทำงานพิเศษ เป็นต้น

ส่วนตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา ผลการศึกษา และการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว เป็นตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ พิชญา รัตนพล (2540) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์ และความน่าเชื่อถือของรายการสถานีวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : ศึกษากรณีวิทยุชุมชน พบว่า อายุและระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสาร และขัดแย้งกับงานวิจัยของ ผ่องลักษณ์ จิตต์การุณ (2526) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการเปิดรับสื่อมวลชน กับ “ความทันสมัย” ของนักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาตรีปีที่ 2 หลักสูตร 2 ปี (2524-2525) วิทยาลัยครูพิบูลสงคราม พิษณุโลก พบว่า นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์สูง มีการเปิดรับสื่อมวลชน สูงกว่านักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำ

5.2.3 เรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

จากการศึกษาเรื่องการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง พบว่า เยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่งมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง มากกว่าเยาวชนที่มีลักษณะของครอบครัวแบบอื่น ซึ่งสอดคล้องกับเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง ที่พบว่า เยาวชนที่อยู่กับบิดาหรือมารดาคนใดคนหนึ่ง มีพฤติกรรมในการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลงมากกว่าเยาวชนที่มีสถานภาพครอบครัวแบบอื่น สะท้อนให้เห็นว่า เยาวชนเลือกที่จะรับฟังรายการเพลงเพื่อสนองความต้องการหรือทำให้เกิดความพึงพอใจเพื่อช่วยทำให้รู้สึกว่าได้มีเพื่อนมาชดเชยความอบอุ่นในครอบครัว

นอกจากนั้นยังพบว่า เยาวชนมีการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงด้านความสนุกสนาน ความรู้ การได้มีเพื่อน การผ่อนคลายอารมณ์ และการได้แบบอย่างของการประพฤติตนอยู่ในระดับสูง จากผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรวรรณ วิจักขณะ (2533) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร พบว่า วิทยุช่วยสนองความ

ต้องการด้านความบันเทิงได้มาก และช่วยสนองความต้องการที่จะหาความรู้ได้พอสมควร และสอดคล้องกับ วลัยลักษณ์ เศรษฐี (2539) ที่ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นมีพฤติกรรมการฟังเกิดจากความต้องการที่มีผลตอบสนองทางอารมณ์ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินสนุกสนานและมีเพื่อนแก้เหงา ความต้องการตระหนักรู้ เพื่อรับทราบสาระความรู้ และข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคมและวงการบันเทิง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภูซงค์ น้อยสง่า (2539) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การใช้วิทยุและโทรทัศน์ของคนงานไร่อ้อยที่หมู่บ้านหนองประเสริฐ อำเภอหนองแสง จังหวัดอุดรธานี พบว่า การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ของคนงานไร่อ้อยได้ตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์ ความต้องการข่าวสารความรู้และความเข้าใจในเหตุการณ์ต่างๆ

กล่าวโดยสรุป จากผลการวิจัยพบว่า การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลงมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดมาตรฐาน หรือตรวจสอบในด้านบทบาทของนักจัดรายการเพลงให้มีคุณภาพ สำหรับตัวแปรผลการศึกษาและการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัวมีความสัมพันธ์กับบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชนเช่นเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1) ด้านบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน พบว่า เยาวชนเห็นว่านักจัดรายการเพลงมีบทบาทต่อเยาวชนในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ระหว่างการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง ดังนั้นบทบาทของนักจัดรายการเพลงจึงควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพในปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ มีการดำเนินรายการที่สมดุลกันระหว่างความบันเทิงและความรู้ ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการเปิดรับข่าวสารแก่ผู้ฟังที่เป็นเยาวชน ซึ่งใช้สื่อวิทยุในการผ่อนคลายอารมณ์และต้องการความบันเทิงเป็นหลัก

2) ผู้ปกครองควรมีส่วนร่วมในการฟังรายการวิทยุหรือสื่ออื่นๆ เพื่อพิจารณาเนื้อหาและแนะนำประโยชน์หรือโทษที่จะได้รับจากสื่ออื่นๆแก่เยาวชน โดยการให้ความสนใจเรื่องข่าวสารข้อมูลและความรู้รอบตัวต่างๆ มีการเปิดรับสื่อ เช่น ฟังวิทยุ อ่าน นิตยสาร ชมโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ค้นหาข่าวสารด้านอินเทอร์เน็ต หรือแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆให้มากขึ้น และควรมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันระหว่างผู้ปกครองกับบุตรหลาน เพื่อนำมาประเมินความเข้าใจเกี่ยวกับสื่ออื่นๆที่เยาวชนได้รับ

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะในสถาบันราชภัฏจันทรเกษมเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างออกไปในระดับสถาบันการศึกษาของรัฐบาล สถาบันการศึกษาเอกชน หรือสถาบันการศึกษาอื่นๆ เช่น โรงเรียน เพื่อจะได้ความคิดเห็นที่หลากหลายมากขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาครั้งต่อไป

2) ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลและเหตุผลในการอธิบายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบทั้งในส่วนของนักจัดรายการเพลงและส่วนของผู้ฟัง

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ตาราง ก. แสดงจำนวนตัวอย่าง เมื่อทราบจำนวนประชากร จำแนกตามระดับความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่า ที่ระดับความเชื่อมั่นในการเลือกตัวอย่าง ประมาณ 95.5 %

จำนวนประชากร (N)	จำนวนตัวอย่าง (n) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน (e)					
	1%	± 2%	± 3 %	± 4%	± 5%	± 10%
500	*	*	*	*	222	83
1,000	*	*	*	385	286	91
1,500	*	*	638	441	316	94
2,000	*	*	714	476	333	95
2,500	*	1,250	769	500	345	96
3,000	*	1,364	811	517	353	97
3,500	*	1,458	843	530	359	97
4,000	*	1,538	870	541	364	98
4,500	*	1,607	891	549	367	98
5,000	*	1,667	909	556	370	98
6,000	*	1,765	938	566	375	98
7,000	*	1,842	959	574	378	99
8,000	*	1,905	976	580	381	99
9,000	*	1,957	989	584	383	99
10,000	5,000	2,000	1,000	588	385	99
15,000	6,000	2,143	1,034	600	390	99
20,000	6,667	2,222	1,053	606	392	100
25,000	7,143	2,273	1,064	610	394	100
50,000	8,333	2,381	1,087	617	397	100
100,000	9,091	2,439	1,099	621	398	100
∞	10,000	2,500	1,111	625	400	100

ภาคผนวก ข

<p>แบบสอบถาม เรื่อง บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน</p>
--

คำชี้แจง

- แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งเป็น 4 ตอน
ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม
ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับฟังนักจัดรายการเพลง
ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง
ตอนที่ 4 เป็นแบบวัดบทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน
- โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ที่ตรงกับคำตอบของท่าน และกรอกข้อความลงในช่องว่างที่กำหนดให้

ตอนที่ 1 ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ตอบแบบสอบถาม

- เพศ () ชาย () หญิง
- อายุ ปี
- ระดับการศึกษา () ปี 1 () ปี 2
() ปี 3 () ปี 4
- ผลการศึกษา (เกรดเฉลี่ย)
- ลักษณะของครอบครัว () อยู่กับบิดาและมารดา
() อยู่กับบิดาหรือมารดา
() ไม่ได้อยู่กับบิดามารดา
- การอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว () แบบเข้มงวดกวดขัน
() แบบประชาธิปไตย
() แบบปล่อยปละละเลย
- ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว () รายได้น้อยกว่าค่าใช้จ่าย
() รายได้พอๆกับค่าใช้จ่าย
() รายได้มากกว่าค่าใช้จ่าย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับฟังนั้กัจัดรายการเพลง

คำชี้แจง : โปรดอ่านข้อคำถามในแบบสอบถามทุกข้ออย่างละเอียด แล้วทำเครื่องหมาย ✓
ลงในช่องที่มีข้อความตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุดเพียง 1 ช่อง (โปรดตอบ
ให้ครบทุกข้อ)

ข้อความ	จริง ที่สุด	ค่อนข้าง จริง	ไม่ แน่ใจ	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่จริง เลย
1. ท่านฟังนั้กัจัดรายการเพลงที่ท่านชอบทุกวัน
2. ท่านใช้เวลาฟังนั้กัจัดรายการเพลงในแต่ละ วันนานมากกว่า 2 ชั่วโมง
3. ความสามารถของนั้กัจัดรายการเพลงเป็น เหตุผลที่ทำให้ท่านฟังรายการมากกว่า ความต้องการฟังเพลง
4. ท่านตั้งใจฟังนั้กัจัดรายการเพลงที่ชอบโดย ไม่เปลี่ยนคลื่น
5. ท่านต้องการมีส่วนร่วมในรายการ เช่น ขอเพลง เล่นเกมส์ ฯลฯ
6. ในขณะที่ฟังนั้กัจัดรายการเพลง ท่านได้ทำ กิจกรรมอื่นไปด้วย เช่น ทำกรบ้าน อ่าน หนังสือ ฯลฯ
7. เมื่อท่านไม่ได้อยู่ที่บ้านท่านจะติดตามรับฟัง นั้กัจัดรายการเพลงจากวิทยุพกพา หรือวิทยุ ในรถยนต์
8. ท่านทุ่มเทเวลาให้กับการฟังนั้กัจัดรายการ เพลงมากกว่าการทำกิจกรรมอื่น เช่น ดู โทรทัศน์ อ่านหนังสือ ฯลฯ
9. ท่านรู้สึกเสียดายเมื่อรายการจบ
10. ท่านรู้จักนั้กัจัดรายการเพลงที่ท่านรับฟัง จากการแนะนำของเพื่อน

ตอนที่ 3 การใช้และการได้รับประโยชน์จากนักจัดรายการเพลง

ข้อความ	จริง ที่สุด	ค่อนข้าง จริง	ไม่ แน่ใจ	ค่อนข้าง ไม่จริง	ไม่จริง เลย
1. ท่านได้รับความสนุกสนานจากการฟังนักจัดรายการเพลง
2. นักจัดรายการเพลงช่วยทำให้ท่านได้รับความรู้เพิ่มเติม และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน
3. ทำให้ท่านได้มีเพื่อนและไม่รู้สึกว่ายู่ตัวคนเดียว
4. นักจัดรายการเพลงช่วยทำให้ท่านผ่อนคลายอารมณ์จากความตึงเครียดในชีวิตประจำวัน
5. ทำให้ท่านได้รับข้อมูลที่เป็นแบบอย่างในการประพฤติตน เช่น สอนเรื่องการเข้าคิว การเสียดละ แฟชั่น ฯลฯ
6. ทำให้ท่านได้รู้จักตนเองมากขึ้น ทำให้สามารถปรับปรุงหรือพัฒนาตนเองได้
7. ทำให้ท่านได้นำเรื่องราวที่ได้รับฟังจากนักจัดรายการเพลงไปพูดคุยกับเพื่อน หรือญาติพี่น้อง
8. ช่วยกระตุ้นการสร้างภาพฝันของท่าน เช่น ความต้องการเป็นนักร้อง นักแสดง
9. ทำให้ท่านหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่างๆหรือสภาพแวดล้อมที่วุ่นวายสับสน
10. การฟังนักจัดรายการเพลงเป็นการฆ่าเวลาเมื่อท่านว่างและไม่ทราบว่าจะทำอะไร

ตอนที่ 4 บทบาทของนักจัดรายการเพลงที่มีต่อเยาวชน

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. มีความพร้อมที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักร้อง ไทยและต่างประเทศอย่างถูกต้องและ ทันสมัย
2. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับคอนเสิร์ตหรือมิวสิกวิดีโอ ของนักร้องยอดนิยมโดยไม่กีดกันค่ายเพลง
3. นักจัดรายการเพลงไม่ได้กระตุ้นให้ท่าน สนใจติดตามข่าวสาร
4. เปิดเพลงอย่างเดียวนำเสนอความรู้ รอบตัว
5. คอยกระตุ้นให้ท่านตั้งใจเรียนหนังสือ โดยหยิบยกตัวอย่างที่ดีมาพูดให้ฟัง
6. นักจัดรายการเพลงสอนเรื่องระเบียบวินัย น้อยกว่านักจัดรายการวิทยุประเภทอื่น
7. ขาดการกระตุ้นให้ท่านรู้จักเคารพสิทธิและ ความคิดเห็นของผู้อื่น
8. ปลุกฝังให้เยาวชนมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่
9. ขาดการสอนเรื่องมารยาทในสังคม
10. แนะนำให้เชื่อเรื่องทำดีได้ดีมากกว่าเชื่อ เรื่องไสยศาสตร์
11. แนะนำให้คบเพื่อนที่ดี
12. นำเสนอทัศนคติด้านความรักในแงุ่มที่ ล่อแหลม
13. ให้กำลังใจในการเรียน
14. สอนให้อยู่ไปวันๆมากกว่าที่จะกระตุ้น ความมานะพยายามเพื่อความสำเร็จใน อนาคต
15. แนะนำให้ท่านมีความมั่นใจในตัวเอง
16. ขาดการแนะนำให้ท่านดูแลรักษาสุขภาพ

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็นด้วย อย่างยิ่ง
17. ใช้เวลาในการนำเสนอข้อมูลที่กำลังอยู่ใน สนใจน้อยกว่าการโฆษณาสินค้า
18. ปลุกฝังความกตัญญูคุณ徳ที่
19. เสริมสร้างความสามัคคี
20. ปลุกฝังความคิดเรื่องการเป็นพลเมืองดี
21. ส่งเสริมให้ท่านมีค่านิยมที่พึงเพื่อกว่า การประหยัดและอดออม
22. ขาดการปลุกฝังการมีสัมมาคารวะและการ เคารพผู้อาวุโศ

กรุณาแสดงความคิดเห็น

1. ความต้องการของท่านที่มีต่อนักจัดรายการเพลง

1.1

1.2

1.3

1.4

1.5

2. นักจัดรายการเพลงที่ท่านชอบ

2.1

2.2

2.3

2.4

2.5

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ก๋อ สวัสดิพานิช. "การใช้สื่อมวลชนเพื่อการศึกษา", สื่อมวลชนปริทัศน์. ฉบับที่ 1 (มกราคม - มีนาคม, 2534).

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อส่องวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มุลนิธิภูมิปัญญา, 2539.

_____ . สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : บริษัท เอดิชั่น เพรส โปรดักส์ จำกัด, 2543.

เกศแก้ว ศรีงาม. ความแตกต่างของการใช้เวลาว่างในกิจกรรมนันทนาการของเยาวชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมวิทยามหาบัณฑิต, ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

ขวัญเรือน กิติวัฒน์. วิวัฒนาการสื่อมวลชนไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

จรัสศรี หาญสมวงศ์. ความแตกต่างของความคิดเห็น ความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้โดยสารที่มีต่อวิทยุบนรถประจำทางทั่วไปขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ คลื่นพิเศษ F.M. SCA. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

จระไน แกลโกศล. "พฤติกรรมการฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร". วารสารนิเทศศาสตร์. ปีที่ 14, ปีการศึกษา 2536.

จิระวัฒน์ วงศ์สวัสดิวัฒน์. ทศนคติ ความเชื่อ และพฤติกรรม : การวัด การพยากรณ์ และการเปลี่ยนแปลง. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2536.

- ดวงเดือน พันธุมนาวิน, อรพินทร์ ชูชม และสุภาพร ลอยด์. การควบคุมอิทธิพลสื่อมวลชนของครอบครัวกับจิตลักษณะที่สำคัญของเยาวชน. รายงานการวิจัย, สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร, 2529.
- ธิตติมา อุ่นเมตตาจิต. การศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ กับ แสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- เนาวรัตน์ ไรจน์วิทยา. ทศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการเพื่อแผ่นดินไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.
- บุญเลิศ ศุภดิลก. "ปัญหาสื่อมวลชนและสิทธิการสื่อสารของเด็กและเยาวชน", วารสารสื่อสารมวลชน. ปีที่ 2, ฉบับที่ 1 (มิถุนายน – ตุลาคม, 2525).
- ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์, 2533.
- ปรียาร มาดาเมนท์. บทบาทของสื่อมวลชนเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นนักร้องของเยาวชนผู้เข้าประกวดร้องเพลงเยาวชนด้วยพระราชทานชิงชนะเลิศแห่งประเทศไทย ปี 2537-2538. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ผ่องลักษณ์ จิตต์การุณ. การศึกษาการเปิดรับสื่อมวลชน กับ "ความทันสมัย" ของ นักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่างกัน : ศึกษาเฉพาะนักศึกษาปริญญาตรี ปีที่ 2 หลักสูตร 2 ปี (2524-2525) วิทยาลัยครูพิบูลย์สงคราม พิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.

ผืนกล้า (นามแฝง). "บางเลี้ยวของคลื่นวิทยุกับเสียงเพลง", เอกสารประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร สอนอย่างร่วมสมัย...ให้ใส่ใจสื่อมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534.

พิชญา รัตนพล. พฤติกรรมการสื่อสาร ความคาดหวังผลประโยชน์และความน่าเชื่อถือของรายการวิทยุเพื่อสังคมและชุมชน : ศึกษากรณีสถานีวิทยุชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

พิรฤดา พจนพิสุทธิ์. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์กับการตัดสินใจชมภาพยนตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

พีระ จิระโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน", เอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15. (พิมพ์ครั้งที่ 7). นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.

พูนพิศ อมาตยกุล, สุกรี เจริญสุข และพิไลพรรณ ปุกหุด. "การผลิตรายการเพลงทางวิทยุกระจายเสียง". เอกสารการสอนชุดวิชา การผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง หน่วยที่ 8-15. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี : สำนักพิมพ์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2539.

- ภูรงค์ น้อยสง่า. การใช้สื่อวิทยุและโทรทัศน์ของคณงานไร่อ้อยที่หมู่บ้านหนองประเสริฐ อำเภอนองแสง จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- รัตนา ภัทรธนาภานต์. ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- ฤทัย กำแพง. ปัจจัยที่นำไปสู่ความมีชื่อเสียงของนักจัดรายการวิทยุ บริษัทเอ-โทมี่ มีเดีย จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วรกิจ นิรัญวัฒน์ศิริ. การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการวิทยุกระจายเสียงประเภทข่าวและสาระความรู้ “คุยกันที่ซานเรื่อน” ของสถานีวิทยุกระจายเสียง 919 สำนักงานพัฒนาพิเศษ กองอำนวยการกลางรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ กองบัญชาการทหารสูงสุด. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536.
- วลัยลักษณ์ เศรษฐ์. รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการสื่อสารมวลชน จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- วัฒนา พุทธางกูรานนท์. สื่อสารมวลชนกับสังคม. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2531.

วันชัย ธนะวังน้อย. การจัดรายการเพลง. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2526.

_____ "คุณสมบัติของผู้จัดรายการเพลง", วารสารสื่อสารมวลชน. ปีที่ 2, ฉบับที่ 2 (พฤศจิกายน, 2525 - มีนาคม, 2526)

วันतीय แสนศักดิ์. ความคาดหวัง ความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อมวลชน และความต้องการทางการเมืองของนักศึกษาวิทยาลัยครูพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

วิเชียร เกตุสิงห์. คู่มือการวิจัย การวิจัยเชิงปฏิบัติ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี, 2537.

วีระ พักตร์วัฒนการ. บทบาทด้านสังคมประภิตของนักจัดรายการเพลงไทยสากล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

สนั่น ปัทมะทิน. "บทบาทของสื่อมวลชนในการพัฒนาประเทศ", วันสื่อสารแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : วิสคอมเซ็นเตอร์, 2538.

สมควร กวียะ. การสื่อสารมวลชน บทบาทหน้าที่ เสรีภาพ และความรับผิดชอบ. กรุงเทพฯ : พชรการพิมพ์, 2537.

สวนิต ยมาภัย และรวีวรรณ ประกอบผล. แบบจำลองการสื่อสาร : สำหรับศึกษาการสื่อสารมวลชน. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สวาล จริยวิทยานนท์. ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคม. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2539.

สุเกษม อิงคินันท์. ความสัมพันธ์ระหว่างความก้าวร้าวของนักเรียนอาชีวศึกษากับการ
รับชมโทรทัศน์ : กรณีศึกษานักเรียนอาชีวศึกษา วิทยาลัยเทคนิค
นครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชา
เทคโนโลยีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2537.

สุภัทวดี อภินันท์. "วิทยุกระจายเสียงกับการพัฒนาเยาวชนในชนบท", วารสารสื่อสารมวลชน
ชน. ปีที่ 3, ฉบับที่ 1 (มิถุนายน – ตุลาคม, 2526).

สถิติแห่งชาติ, สำนักงาน. รายงานการสำรวจเกี่ยวกับสื่อมวลชน (วิทยุและโทรทัศน์)
พ.ศ. 2537. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยอักษร, 2540.

เสรี วงษ์มณฑา. "การประยุกต์ทฤษฎีในการสื่อสาร", เอกสารการสอนชุดวิชา หลักและ
ทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15. (พิมพ์ครั้งที่ 7). นนทบุรี : สำนักพิมพ์
สุโขทัยธรรมมาธิราช, 2535.

เสถียร เขยประทับ. สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ : เน้นเฉพาะประเทศไทย.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

อรรณณ วิจักขณะ. การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษา
มหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร
มหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.

อารีพร อำนวยกิจเจริญ. ปัจจัยบุคลิกภาพและการเลี้ยงดูของครอบครัวของวัยรุ่นที่มี
อิทธิพลต่อการชม "ฟรีคอนเสิร์ต" ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2533.

อรุณีประภา หอมเศรษฐี. การสื่อสารเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2535.

อุไร จักร์ตรีมงคล. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงระบบ เอฟ.เอ็ม. ของวัยรุ่นในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, ภาควิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2537.

ภาษาต่างประเทศ

Atkin, C.K. *New Model for Mass Communication Research*. New York : The Free Press, 1973.

Barnemann, E., and Bottcher, H. "Der Jugendliche uad Seine Freiheit", *Psychology of Adolescent*.(7th ed.). USA : Holt, Rinehart and Winston, Inc., 1970.

DeFleur, M.L., and Ball-Rokeach, S.J. *Theories of Mass Communication*. (5th ed.). Longman, 1989.

Dominick, J.R. *The Dynamics of Mass Communication*. New York : McGraw Hill Publishing, 1990.

Fathi, A., and Heath, C.L. "Group Influence", *Mass Media and Musical Taste among Cannadian Students*. *Journalism Quarterly*, Vol.51, 1974.

Goode, E. *Sociology*. New Jersey : Prentice Hall Inc., 1984.

Greenberg, B.S. *Gratification of Television Viewing*. 1974.

Katz,E., Blumer,J.G., and Gurevitch, M. "Utilization of Mass Communication by the Individual", **The Use of Mass Communication Current Perspectives on Gratification Research.** (Ed.) Blumer, J.G., and Katz, E. Beverly Hill : Sage Publication, 1974.

Klapper,J.T. **The Effects of Mass Communication.** New York : The Free Press, 1960.

Maxwell E., McCombs, and Becker, Lee B. **Using Mass Communication Theory.** Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall, Inc., 1979.

Merrill, J.C., and Lowenstien, R.L. **Media Messages and Men : New Perspectives in Communication.** New York : David McKay Company, Inc., 1971.

Murphy, R.D. **Mass Communication and Human Interaction.** Houghton : Mifflin Company, 1977.

Pette,W., and Andy,C. **The Radio Handbook.** 1994.

Schramm,W. "Channels and Audiences", **Handbook of Communication.** Ithiel de Sola Pool Wilbure Schramm et.al.. Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973.

Yamane, Taro. **Statistics : An Introductory Analysis.** Tokyo : Harper International Edition, 1973.

ประวัติผู้ทำวิทยานิพนธ์

ชื่อ-นามสกุล : นางสาวเบญจพร ไร่พิณิจ

ภูมิลำเนา : จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประวัติการศึกษา : บ.ธบ.(การเงินการธนาคาร), เกียรตินิยมอันดับ 1,
มหาวิทยาลัยสยาม, 2538.

อาชีพ : เกษตรกร

ที่อยู่ปัจจุบันที่
สามารถติดต่อได้ : 178/198 ถนนพระรามที่ 2 แขวงแสมดำ
เขตบางขุนเทียน กรุงเทพฯ 10150