กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังการใช้ประโยชน์จากสื่อ ของกลุ่มแม่บ้านตำบลเกาะเกร็ด

อภิรดี ภูริปาณิก

DPU

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2545

ISBN : 974 – 281 – 711 – 1

LIFESTYLE ACTIVITIES , MEDIA EXPOSURE BEHAVIOR AND EXPECTATION OF MEDIA USE OF HOUSEWIVES' GROUP, KOH KRET SUB-DISTRICT

APIRADEE PHURIPANIK

DPU

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

For the Degree of Master of Arts

Department of Business Communication Arts

Graduate School, Dhurakijpundit University

2002

ISBN : 974 – 281 – 711 – 1

ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ **กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด**

เสนอโดย น.ส.อภิรดี ภูริปาณิก

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.อรนุช เลิศจรรยารักษ์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(อาจารย์อรุณ งามดี)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รศ.อรนุช เลิศจรรยารักษ์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ)

..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย

(รศ.ดร.พีระ จิรโสภณ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รศ.ดร.สมพงษ์ อรพินท์)

วันที่ 31 เดือน มี.ค. พ.ศ. 2547

DPU

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจากท่านรองศาสตราจารย์ อรนุช เลิศจรรยารักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้ความเป็นกันเอง คำแนะนำ ตรวจทาน และดูแลแก้ไขอย่างสม่ำเสมอตลอดมา ซึ่งผู้เขียนมีความรู้สึกซาบซึ้งและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านอาจารย์ได้ให้ความเมตตา

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณท่านรองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิรโสภณ ท่านอาจารย์ อรุณ งามดี และ ดร. กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ กรรมการวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจทานปรับปรุงแก้ไขในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ และพี่ชาย ด้วยความซาบซึ้งในพระคุณของท่านที่สนับสนุนให้ได้ศึกษาเล่าเรียนจวบจนกระทั่งปัจจุบัน รวมทั้งเพื่อน ๆ ที่เป็นกำลังใจให้ผู้เขียนตลอดมา จนกระทั่งจบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย หากมีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องแต่ประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

อภิรดี ภูริปาณิก

พฤษภาคม 2545

DPU

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย		ฆ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ง
กิตติกรรมประกาศ		จ
สารบัญตาราง		ฌ
สารบัญภาพ		ฎ
บทที่		
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	ปัญหานำวิจัย	7
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย	7
	สมมติฐานของการวิจัย	7
	ขอบเขตของการวิจัย	8
	นิยามศัพท์เฉพาะ	8
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	9
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
	แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง	10
	แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม	15
	แนวคิดทฤษฎีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ	18
	แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ	25
	ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
3	ระเบียบวิธีวิจัย	32
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	32
	การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
	การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน	37
	สถิติที่ใช้ในการวิจัย	42

DPU

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการศึกษา.....	43
	ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้าน.....	44
	กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน.....	49
	พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้าน.....	54
	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน.....	66
	การทดสอบสมมติฐาน.....	69
5	สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	95
	สรุปและอภิปรายผล.....	96
	ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	105
	ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	106
บรรณานุกรม.....		107
ภาคผนวก.....		111
	แบบสอบถาม.....	112
ประวัติผู้เขียน.....		117

DPU

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มแม่บ้าน.....	44
2	จำนวนและร้อยละของอาชีพของกลุ่มแม่บ้าน.....	45
3	จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของกลุ่มแม่บ้าน.....	46
4	จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนของกลุ่มแม่บ้าน.....	47
5	จำนวนและร้อยละของสถานภาพปัจจุบันของกลุ่มแม่บ้าน.....	48
6	จำนวนและร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมงานประจำ.....	49
7	จำนวนและร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน.....	51
8	จำนวนและร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก.....	53
9	จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อโทรทัศน์.....	54
10	จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อวิทยุ.....	55
11	จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์.....	56
12	จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์.....	57
13	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์.....	58
14	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อวิทยุ.....	59
15	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์.....	60
16	จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์.....	61
17	จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อโทรทัศน์	62
18	จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อวิทยุ.....	63
19	จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อหนังสือพิมพ์.....	64
20	จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อคอมพิวเตอร์.....	65
21	จำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารของกลุ่มแม่บ้าน.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
22	จำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น.....	67
23	จำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการความบันเทิงของกลุ่มแม่บ้าน.....	68
24	จำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง.....	69
25	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare.....	70
26	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare.....	71
27	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	72
28	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	73
29	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	74
30	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.1 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	75
31	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.2 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	76
32	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.3 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	77
33	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.4 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	78
34	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.5 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	79
35	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.6 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	80
36	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.7 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	81
37	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.8 โดยใช้สถิติ Chi-Spuare	82
38	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.1 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA....	83
39	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.2 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA....	84
40	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.3 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA....	85
41	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.4 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA....	86
42	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.5 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA....	87
43	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.6 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA....	88
44	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.7 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA....	89

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
45	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.8 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA….	90
46	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.9 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA….	91
47	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.10 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA….	92
48	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.11 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA….	93
49	ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.12 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA….	94

DPU

สารบัญภาพ

ภาพที่ หน้า

1. โครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร..... 34

DPU

ชื่อวิทยานิพนธ์ กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด
ชื่อนักศึกษา นางสาว อภิรดี ภูริปาณิก
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ อรนุช เลิศจรรยารักษ์
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา 2544

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจรูปแบบกิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ รวมทั้งความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 330 ชุด ผลการศึกษาพบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ดนั้นส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 35 ปี ประกอบอาชีพรับจ้าง มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท สถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน

กิจกรรมการดำเนินชีวิตในกกลุ่มกิจกรรมงานประจำ มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงที่สุด เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่แม่บ้านส่วนใหญ่ทำจนเกิดความเคยชินและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของกลุ่มแม่บ้าน ในขณะที่กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก มีค่าเฉลี่ยในระดับสูงน้อยที่สุด

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้าน ส่วนใหญ่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ทุกวัน เป็นระยะเวลา 31-60 นาทีต่อครั้ง นิยมเปิดดูภาพยนตร์จีนชุด ในขณะที่เปิดรับสื่อวิทยุทุกวัน น้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง นิยมเปิดฟังเพลงลูกทุ่ง ส่วนการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์จะเปิดรับสัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือน้อยกว่า ใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาที นิยมเปิดอ่านเนื้อหาละคร และสื่อคอมพิวเตอร์ สัปดาห์ละ 1 ครั้งหรือน้อยกว่า ใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง นิยมเปิดเล่นเกมเป็นส่วนใหญ่

ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ได้แก่ ด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.84) ด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.73) และด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร (ค่าเฉลี่ย 3.71)

Thesis Title	Lifestyle Activities, Media Exposure Behavior and Expection of Media Use of Housewives' Group, Koh Kred Sub-District
Name	Ms. Apiradee Phuripanik
Thesis Advisor	Assoc. Prof. Oranuj Lertchanyarak
Department	Business Communication Arts
Academic Year	2001

ABSTRACT

Theobjective of this research is to examine the pattern of lifestyle activities, media exposure behavior, including the expectation of media use of housewives' group, Koh Kred Sub-District . This is a survey research, using a total of 330 questionnaires completed by the sample group.

The findings of the research reveal that the demographic characteristics of the housewives in Koh kred Sub-District are as follows. the majority of them belong to an average age group of 31-35 years olds. They are employees and have at least primary educational background. Their average income is 5,100-10,000 baht per month. Regarding their marital status, most of them are married and live with their spouses.

In view of their lifestyle activities, especially the full-time activity grouping, the mean value is at the highest level. This is due to the fact that the majority of the housewives are accustomed to such activities which have become an essential part of their daily routines. By contrast, the mean value of their hobby activities is at the lowest level.

In view of their media exposure behavior, it is found that most of the housewives are exposed to the television medium on a daily basis, each period lasts 31-60 minutes. Their favorite programs are the Chinese movie series. They are also exposed to the radio on a daily basis, but each period lasts less than 30 minutes. They enjoy listening to the country music programs the most . By comparison, they are exposed to the newspapers once a week or less , each exposure lasts less than 30 minutes.

They enjoy reading television drama the most. And lastly, they are exposed to the computer once a week or less, each exposure lasting less than 30 minutes. They enjoy playing video games the most.

Their expectation of the media use are as follows: the need for interaction with other people (the mean value being 3.84); the need to create their own identities (the mean value being 3.74); the need for entertainment (the mean value being 3.73) and the need for information (the mean value being 3.71).

DPU

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกาะเกร็ด แต่เดิมมีสภาพพื้นที่เป็นแหลมยื่นไปตามโค้งแม่น้ำเจ้าพระยา เดิมเรียกว่าบ้านแหลม ต่อมาประมาณปี พ.ศ. 2264 รัชสมัยพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระแห่งกรุงศรีอยุธยา พระองค์ได้เสด็จทางชลมารคเลียบลำน้ำเจ้าพระยามาถึงวัดปากอ่าว ทางตอนบนของบ้านแหลมทรงพิจารณาเห็นว่าลำน้ำเจ้าพระยาบริเวณวัดปากอ่าวไปจรดท้ายด่านทางตอนใต้ของบ้านแหลมที่เรียกว่าคุ้งบัวทองนั้น มีสภาพทางน้ำที่คดเคี้ยวและอ้อมโค้งมาก ทำให้สิ้นเปลืองเวลาในการเดินทาง จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ขุดคลองลัดแม่น้ำเจ้าพระยาตรงบ้านแหลม ระยะทางจากวัดปากอ่าวไปจดท้ายด่านตามคันดูส่งน้ำ เพื่อย่นระยะทางและอำนวยความสะดวกในการสัญจรไปมาตามลำน้ำให้รวดเร็วยิ่งขึ้นและทรงเรียกคลองขุดขึ้นใหม่นี้ว่า คลองลัดเกร็ด

เมื่อขุดคลองแล้ว บ้านแหลมยังมิได้มีสภาพเป็นเกาะ เพราะคลองที่ขุดนั้นยังเป็นเพียงคลองลัดแคบ ๆ ต่อมากระแสน้ำในแม่น้ำเจ้าพระยาได้เปลี่ยนทางเดินทำให้น้ำไหลมาทางคลองลัดแห่งนี้มากขึ้น เนื่องจากเป็นทางตรงไหลสะดวกแรงน้ำกัดเซาะพื้นที่ทั้งสองฝั่งจนลำคลองกว้างและกลายเป็นแม่น้ำอีกสายเรียกว่า แม่น้ำลัดเกร็ด ความเป็นเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยาจึงได้ปรากฏชัดเจนขึ้น

หลังจากนั้นบ้านแหลมจึงได้ถูกเรียกว่า เกาะ ชื่อที่เรียกกันแรก ๆ คือ เกาะศาลากุล ตามชื่อวัดบนเกาะนี้คือ วัดศาลากุล สันนิษฐานว่าได้ชื่อมาจากผู้สร้างศาลาถวายวัดคือ เจ้าพระยารัตนาธิเบศร์ (ชื่อเดิมว่า กุล) ท่านเจ้าพระยานี้รับราชการเป็นสมุหนายกในสมัยพระเจ้าตากสินมหาราชแห่งกรุงธนบุรี จนถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยรัชกาลที่ 2 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ (จุรีรัตน์ นันทวนิช, 2535)

เกาะเกร็ด เป็นชุมชนที่เจริญมาตั้งแต่สมัยปลายกรุงศรีอยุธยา สังเกตได้จากวัดที่สร้างขึ้นปลายสมัยอยุธยามีความสวยงามทางด้านสถาปัตยกรรมและคุณค่าทางวัฒนธรรม

คนเกาะเกร็ดมีทั้งเชื้อสายไทยและมอญที่อพยพเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภารของกษัตริย์ไทยตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย คนไทยและคนมอญนั้นมีความคล้ายคลึงกันมากทั้งรูปร่าง ลักษณะ หน้าตา ผิวพรรณ ทั้งยังนับถือศาสนาพุทธเหมือนกัน จึงทำให้เกิดการผสมผสานของวัฒนธรรมได้อย่างกลมกลืน

การผสมผสานทางประเพณีและวัฒนธรรมเหล่านี้ ทำให้พื้นที่เกาะเกร็ดเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยเสน่ห์น่าประทับใจแก่ผู้ที่มาเยี่ยมเยือน แต่ถึงเช่นนั้นชาวมอญก็มีขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างที่แตกต่างจากคนไทยและกลายเป็นเอกลักษณ์ที่น่าจดจำ ในต้นรัชกาลที่ 3 ประมาณ 150 ปีมาแล้ว (ราวปี พ.ศ. 2327) สุนทรภู่เคยล่องเรือผ่านพื้นที่บริเวณนี้และได้กล่าวถึงเกาะเกร็ดในนิราศภูเขาทองของชุมชนชาวมอญ (สุด แสงวิเชียร, 2513) ว่า

ถึงเกร็ดบ้านย่านมอญแต่ก่อนเก่า ผู้หญิงเกล้าผมงามตามภาษา
เดี๋ยวนี้มอญถอนไรจุกเหมือนตุ๊กตา ทั้งผัดหน้าจับเขม่าเหมือนชาวไทย

พื้นที่ส่วนใหญ่ของเกาะเกร็ดมีลักษณะเป็นที่ราบน้ำท่วมถึง เหมาะสำหรับการทำการเกษตรทั้งมีคูคลองซอยตามธรรมชาติที่แตกแขนงจากแม่น้ำเข้าไปในพื้นที่เกาะอย่างทั่วถึง ประชากรจึงมีอาชีพเป็นเกษตรกร พืชที่ปลูกโดยมากได้แก่ สวนผลไม้ ชาวมอญมีฝีมือในด้านการปั้นจึงมีอาชีพปั้นโอ่งและหม้อน้ำรวมถึงภาชนะจากดินเผาด้วย การตั้งถิ่นฐานอยู่ตามริมน้ำ

สังคมและการเมืองการปกครองในอดีต

ในปี พ.ศ. 2427 พื้นที่ที่เป็นอำเภอปากเกร็ดในปัจจุบัน ยังมีฐานะเป็นแขวงเรียกว่า แขวงตลาดขวัญ ได้ถูกประกาศเป็น อำเภอปากเกร็ด มีพระรามัญนนทเขตต์คดี (เนียม นนทนาคร) ผู้มีเชื้อสายมอญ เป็นนายอำเภอปากเกร็ดคนแรก ที่ทำการอำเภอปากเกร็ดตั้งอยู่ที่บ้านของพระรามัญนนทเขตต์คดี หมู่ 7 บนเกาะศาลากุล ต่อมาพื้นที่บนเกาะศาลากุลนี้ได้เลื่อนฐานะเป็นตำบลเรียกว่า ตำบลเกาะเกร็ด จากนั้นเกาะศาลากุลจึงได้ชื่อใหม่ว่า เกาะเกร็ด อย่างเป็นทางการสืบจนปัจจุบัน คำว่า "เกร็ด" โดยความหมายคือ ทางน้ำเล็ก ๆ ที่เชื่อมลำน้ำสองสายเข้าด้วยกันมักเกิดขึ้นด้วยการขุดจากฝีมือมนุษย์ (หมายถึงคลองลัดเกร็ด

น้อยที่เชื่อมแม่น้ำเจ้าพระยาช่วงวัดปากอ่าวหรือวัดปรมัยยิกาวาสกับแม่น้ำเจ้าพระยาช่วงท้ายด่าน

การตั้งถิ่นฐานของเกาะเกร็ด สันนิษฐานว่ามีชาวไทยอาศัยอยู่บ้างแต่ดั้งเดิม เนื่องจากพื้นที่บริเวณท้ายด่านเคยเป็นด่านเก็บภาษีเรือสินค้าที่จะเดินทางออกทะเลที่อ่าวไทยเพื่อไปค้าขายยังต่างแดน และมีวัดเดิมคือ วัดปากอ่าว จึงสันนิษฐานว่าน่าจะมีชุมชนอาศัยอยู่ ต่อมาเมื่อเกิดสงครามไทย-พม่า ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา พม่าได้ยึดพื้นที่แถบนี้เป็นที่ตรวจเรือแพของคนไทย จึงน่าจะมีการอพยพครัวเรือนหนีข้าศึกลึกเข้าไปในแผ่นดินไกล ๆ ชุมชนชาวน้ำบนพื้นที่แถบนี้ร้างไป ต่อมาสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงพระราชทานที่ดินแถบนี้ให้ชาวมอญอพยพได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานจึงพบว่าพื้นที่นี้เป็นที่ร้างอยู่ก่อน

ดังนั้น ชาวมอญที่ตั้งถิ่นฐานที่เกาะเกร็ด น่าจะเป็นชาวมอญใหม่ที่เพิ่งอพยพเข้ามาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และเป็นครั้งที่ 3 ของการอพยพเข้ามาของชาวมอญ ก่อนหน้านั้นได้มีชาวมอญอพยพเข้ามาในประเทศไทยครั้งใหญ่ในสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราชระหว่างสงครามไทย-พม่า สมเด็จพระนเรศวรทรงพระกรุณาแก่มอญกลุ่มนี้มาก โดยพระราชทานที่ดินในหัวเมืองต่าง ๆ ให้ทำมาหากิน และทรงตั้งขุนนางมอญขึ้นให้เป็นผู้ปกครองกันเอง และให้สิทธิเสรีภาพเหมือนคนไทยทุกประการ ชาวมอญได้รับความไว้วางใจให้รับราชการสืบข่าวข้าศึก และลาดตระเวนในบริเวณที่ติดต่อกับประเทศพม่า

หลังจากนั้นชาวมอญได้มีการอพยพครั้งใหญ่เข้ามาในประเทศไทยอีก ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราช ประมาณปี พ.ศ. 2317 เนื่องจากในตอนนั้นชาวมอญไม่ยอมรับการอยู่ใต้อำนาจของพม่า เมื่อจับอาวุธสู้กับพม่าไม่สำเร็จจึงพากันมาพึ่งพระบารมี ซึ่งสมเด็จพระเจ้าตากสินทรงโปรดให้รับมอญที่อพยพเข้ามา และพระราชทานที่ดินให้ทำกินเป็นหลักแหล่งในเขตจังหวัดนนทบุรีและปทุมธานี และโปรดให้ตั้งขุนนางขึ้นปกครองมอญด้วยกันอย่างที่เคยเป็นมา และชาวมอญในสมัยนี้ก็ได้ถวายความจงรักภักดีต่อสมเด็จพระเจ้าตากสินอย่างสูงเช่นเดียวกัน ชาวมอญที่อพยพเข้ามาในช่วงเวลานี้ส่วนมากเป็นครอบครัวทหาร และได้ร่วมกับชาวมอญเก่าที่อพยพมาตั้งแต่สมัยอยุธยา และทหารไทยทำศึกสงครามขับไล่ทหารพม่าอย่างเข้มแข็งกล้าหาญยิ่งโดยเฉพาะสงครามเก้าทัพ จึงได้รับพระราชทานยศเป็นนายทหารชั้นผู้ใหญ่จำนวนมาก เช่น ท่านพระยาเจ่ง นายทหารมอญ

คนสำคัญในศึกครั้งนั้น ได้ตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนอยู่ที่ปากคลองบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และเป็นต้นสกุล "คชเสนี" ในสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ได้รับพระราชทานบรรดาศักดิ์เป็นเจ้าพระยามหาโยธา

ชาวมอญที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยครั้งใหญ่ล่าสุด คือชาวมอญที่อพยพเข้ามาในสมัยสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย โดยได้อพยพเข้ามาถึงสองแสนกว่าคนในครั้งนั้น สมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงโปรดให้จัดทัพหลวง มีสมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้ามงกุฎหรือพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ซึ่งขณะนั้นมีพระชันษาเพียง 8 หรือ 9 ปี สมมุติวงศ์เป็นจอมทัพไปรับชาวมอญกลุ่มนี้นำเข้ามาใกล้กรุงเทพฯ นับว่าเป็นเกียรติแก่มอญกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก ซึ่งมีผู้ให้ข้อสังเกตว่า การที่ทรงมีพระกรุณาแก่ชาวมอญในครั้งนั้นอาจจะเนื่องมาจากทรงรำลึกถึงสมเด็จพระบรมราชชนนีคือ สมเด็จพระอมรินทราบรมราชชนนี ซึ่งได้ชื่อว่าทรงถือกำเนิดมาในตระกูลมอญที่อัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามก็เป็นได้ จากนั้นทรงโปรดให้ชาวมอญกลุ่มนั้นตั้งรกรากอยู่ที่เมืองปทุมธานี ปากลัด และปากเกร็ด ลงไปจนถึงพระประแดง และโปรดให้ตั้งขุนนางมอญปกครองดูแลกันเองอย่างที่เคยเป็นมา (วินัย, 2536)

ชาวมอญจึงได้ตั้งบ้านเรือนเป็นชุมชนชาวน้ำริมแม่น้ำเจ้าพระยาตั้งแต่ปากน้ำไปจนถึงบางปะอิน ชาวมอญรุ่นนี้เรียกว่ามอญใหม่ และเป็นชาวมอญที่มีความรู้ความสามารถเป็นอย่างมาก ชาวมอญอาวุโสที่สุดที่พอสืบประวัติได้ท่านหนึ่งคือ "หลวงนราบริรักษ์" รับราชการสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ในกรมพลตระเวนกรุงเทพฯ ของ "กรมพระนเรศวรฤทธิ์" เจ้ากรมตำรวจนครบาลคนแรกของประเทศไทยและทรงเป็นต้นสกุล "กฤดากร" เป็นพระโอรสในพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เกิดจากเจ้าจอมมารดากลิ่น ซึ่งเป็นชาวมอญโดยแท้สืบเชื้อสายมาจากท่านเจ้าพระยามหาโยธา (ทอเรี่ยะ) ซึ่งเป็นบุตรของเจ้าพระยามหาโยธา (เจ่ง) ดังนั้นในสมัยรัชกาลที่ 5 กรมพระนเรศวรฤทธิ์จึงดำรงพระยศเป็นพระเจ้าน้องยาเธอ ทรงมีบุตรและธิดาหลายคน หนึ่งในนั้นคือพระองค์เจ้าบวรเดช ซึ่งทรงมีบุตรกับหม่อมแช่มคือ "พลโท หม่อมเจ้า ชิดชนกกฤดากร" ปัจจุบันอายุ 90 กว่าปี แม้จะย้ายจากพื้นที่เกาะเกร็ดไปแล้ว แต่ก็ยังคงพำนักอยู่ที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ส่วนตำหนักของเจ้าจอมมารดากลิ่น ซึ่งเป็นย่าของพระองค์เจ้าบวรเดช และเป็นทวดของพลโท หม่อมเจ้า ชิดชนก ในปัจจุบันก็ยังคงปรากฏอยู่บนเกาะเกร็ด บริเวณหมู่ที่ 7 หลังวัดปรมัยยิกาวาสด้วย

ประชาชนในเกาะเกร็ดส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จึงทำให้สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ของชุมชนบนพื้นที่แห่งนี้เป็นชุมชนที่เกี่ยวพันกับคติความเชื่อและแนวความคิดทางด้านพระพุทธศาสนา อย่างไรก็ดีชาวมอญก็มีขนบธรรมเนียมประเพณีบางอย่างเป็นลักษณะเฉพาะในหมู่ตน ที่น่าสนใจและแตกต่างจากคนไทยโดยทั่วไป ซึ่งประเพณีเหล่านั้นจะเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันตั้งแต่ระยะแรกสุดของชีวิตคือ ขณะอยู่ในครรภ์จนเกิด กระทั่งถึงสุดท้ายของชีวิตคือ การตาย

ช่วงระหว่างงานบุญ ประเพณีของชาวมอญจะนิยมจัดให้มีการแสดงนาฏศิลป์ชั้นสูงตามแบบชาวรามัญโบราณ เช่น การรำมอญ การรำเจ้า การแสดงมโหรี และทะแยมอญ มรดกล้ำค่าทางด้านดีตศิลป์ และขบวนแห่ที่ยิ่งใหญ่ตระการตา แสดงถึงความสามัคคีกลมเกลียว การร่วมแรงร่วมใจ และความศรัทธายึดมั่นในพุทธศาสนา เช่น ขบวนแห่หางหงส์ ขบวนแห่นก แห่ปลา ขบวนแห่น้ำหวาน ขบวนแห่ข้าวแช่ รวมถึงการละเล่นต่าง ๆ เช่น การเล่นสะบ้า การเล่นเพลงเรือ

สถาปัตยกรรมด้านศาสนสถาน ถือเป็นมรดาทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าสำคัญยิ่งที่ชนชาวมอญได้นำติดตัวมาจากอาณาจักรมอญที่เคยรุ่งเรืองในอดีต ไม่ว่าพวกเขาจะตั้งถิ่นฐานอยู่ที่ใดก็จะสร้างองค์เจดีย์ที่เลียนแบบพระมหาเจดีย์มุเตาแห่งกรุงหงสาวดี ราชธานีของอาณาจักรมอญโบราณ

นอกจากนั้นความสามารถในการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมเครื่องเคลือบดินเผาในรูปของภาชนะประเภทต่าง ๆ เช่น โอ่ง ครก หม้อน้ำ โถน้ำ จาน ชาม รูปทรงลอดลายแปลกตาวิจิตรพิศดาร อันเป็นลักษณะของศิลปะมอญก็เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่งที่คนไทยเชื้อสายมอญบนเกาะเกร็ดยึดเป็นอาชีพมาช้านาน ในประวัติศาสตร์ได้ปรากฏว่าเครื่องปั้นดินเผาชาวมอญเกาะเกร็ดนี้เป็นสินค้าลือชื่อทั้งในด้านคุณภาพและความงดงาม จนสามารถส่งไปขายตามลำน้ำเจ้าพระยาถึงหัวเมืองทางด้านเหนือ ทั้งนี้เพราะดินที่เกาะเกร็ดคุณภาพดี ประกอบกับความสะดวกในการคมนาคมขนส่งทางน้ำ พื้นที่เกาะเกร็ดจึงกลายเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงโด่งดังในเวลาอันรวดเร็ว

สังคมและการเมืองการปกครองในปัจจุบัน

ปัจจุบันเกาะเกร็ด เป็นเกาะขนาดใหญ่กลางลำน้ำเจ้าพระยา มีฐานะเป็นตำบล ขึ้นอยู่กับอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 หมู่บ้าน มีพื้นที่ทั้งหมด 4,775 ไร่ พื้นที่เกษตร 1,266 ไร่ จำนวนประชากรทั้งหมด 5,659 คน ซึ่งมีเชื้อชาติมอญถึงร้อยละ 43 ยังคงมีหมู่บ้านปั้นงานดินเผาของชาวมอญอยู่ที่เกาะเกร็ด ที่เรียกกันเป็นภาษามอญว่า "กวานอาม่าน" ซึ่งแปลว่า "หมู่บ้านช่างปั้น" ยังคงเป็นอาชีพหนึ่งที่ทำรายได้ให้กับชาวมอญอยู่ จังหวัดนนทบุรีได้ใช้หม้อน้ำลายวิจิตรอันเป็นศิลปะมอญมาเป็นตราประจำจังหวัดและคำขวัญประจำจังหวัดนนทบุรีคือ "พระตำหนักสง่างาม ลือนามสวนสมเด็จ เกาะเกร็ดแหล่งดินเผา วัดเก่านามระบือ เลื่องลือทุเรียนนนท์" จะเห็นได้ว่าทางจังหวัดให้ความสำคัญของเกาะเกร็ดและเครื่องปั้นดินเผาด้วย

กาลเวลาเปลี่ยนไปการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารโทรคมนาคมได้ก้าวหน้าทำให้วิธีการสื่อสารใหม่ ๆ ที่สามารถขจัดอุปสรรคในด้านมิติของเวลาและสถานที่ที่กว้างใหญ่ โดยการจัดส่งสารสนเทศนั้นผ่านทางอุปกรณ์โทรคมนาคมต่าง ๆ ไปยังผู้เปิดรับสื่อต่าง ๆ ได้สะดวกรวดเร็วขึ้น ส่งผลให้กิจกรรมในแต่ละวันต้องเปลี่ยนแปลงไปตามการสื่อสาร และรับข่าวสารข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจต่อการดำเนินชีวิตนั้น ๆ เช่นเดียวกับประชาชนในตำบลเกาะเกร็ดที่ได้รับการส่งเสริมจากฝ่ายรัฐเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้ประชาชนในตำบลเกาะเกร็ดมีรายได้เพิ่มมากขึ้นนั่นเอง

หากจะกล่าวถึงจุดเด่นของชุมชนบนเกาะเกร็ดที่แตกต่างจากที่อื่น นอกจากสภาพแวดล้อมที่งดงามตามธรรมชาติ รูปแบบการดำเนินชีวิตแบบบ้านสวน และการเป็นชุมชนชาวน้ำ วัฒนธรรมมอญเป็นส่วนสำคัญของเกาะเกร็ดด้วย แม้ว่ารัฐจะเข้าไปพัฒนามากขึ้น โดยเฉพาะมีการรวมกลุ่มประชาชนจัดตั้งเป็นกลุ่ม ๆ ตามความถนัด ได้แก่ กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ศูนย์บ้านขนมหวาน กลุ่มนำเที่ยวทางเรือรอบเกาะเกร็ด และกลุ่มผู้ดูแลวัดปรมัยยิกาวาสวรวิหาร ฉะนั้นประชาชนในแต่ละกลุ่มจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อการจัดสรรเวลาในแต่ละวันให้สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของตนเองได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ปกติการจัดสรรเวลาในแต่ละวันเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ นั้น จากการศึกษาวิจัยของ John P. Robinson (1977) พบว่า คนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จะมีเวลาว่าง 23% ของเวลาหนึ่งสัปดาห์คิดเป็น 168 ชั่วโมง ส่วนเวลาที่เหลือ ใช้เพื่อการพักผ่อน 33% การ

ทำงาน 19% การดูแลครอบครัว 12% และการดูแลตนเอง 13% ในขณะที่กิจกรรมที่ทำในเวลาว่างนั้น ได้แก่ การเปิดรับสื่อ กิจกรรมทางสังคม และงานอดิเรก

จากที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการศึกษาถึงกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนเชื้อสายมอญนั้น ในปัจจุบันได้มีการปรับตัวเปลี่ยนไปอย่างไร รวมทั้งพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่ออย่างไร

ปัญหานำวิจัย

1. กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านเป็นอย่างไร
2. การเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้านมีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการดำเนินชีวิตอย่างไร
3. กลุ่มแม่บ้านมีความคาดหวังประโยชน์จากสื่ออย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ด
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ด
3. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของกิจกรรมการดำเนินชีวิตกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ด

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านในแต่ละกลุ่มกิจกรรมที่ต่างกัน
2. กิจกรรมการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มกิจกรรมที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

DPU

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยจะทำการศึกษาถึงกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านที่มีอายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป

ระยะเวลาในการศึกษา มกราคม – เมษายน 2545

นิยามศัพท์เฉพาะ

กลุ่มแม่บ้าน หมายถึง ประชาชนที่เป็นเพศหญิง อายุตั้งแต่ 26 ปีขึ้นไป ทั้งที่มีสถานภาพสมรสและยังไม่สมรส ประกอบอาชีพนอกบ้าน หรือเป็นแม่บ้านอย่างเดียว

กิจกรรมการดำเนินชีวิต หมายถึง การใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละวันของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ กิจกรรมงานประจำ กิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน และกิจกรรมงานอดิเรก

กิจกรรมงานประจำ หมายถึง การใช้เวลาในการทำงานตามหน้าที่ในแต่ละวัน ได้แก่ ปรุงอาหาร เตรียมของใส่บาตร จัดร้านขายของ ทำความสะอาดบ้าน ซักรีดเสื้อผ้า และจ่ายตลาด

กิจกรรมงานเพื่อความเพลิดเพลิน หมายถึง การใช้เวลาในการทำงานที่ให้ความเพลิดเพลิน ได้แก่ ดูโทรทัศน์ ฟังวิทยุ อ่านหนังสือพิมพ์ ไปช็อปปิ้ง ไปเล่นไพ่ และเที่ยวนอกเกาะเกร็ด

กิจกรรมงานอดิเรก หมายถึง การใช้เวลาในการทำงานอดิเรก ได้แก่ ปลูกต้นไม้ เย็บปักถักร้อย เลี้ยงสัตว์ ตกปลา ฝึกอาชีพจากชมรมต่าง ๆ และไปวัดเรียนธรรมะ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ หมายถึง ลักษณะการเปิดรับสื่อประกอบด้วย การเปิดดูโทรทัศน์ การฟังวิทยุ การอ่านหนังสือพิมพ์ และการเล่นคอมพิวเตอร์

ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ หมายถึง ความคาดหวังจากการเปิดรับสื่อประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภท เพื่อตอบสนองความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งของกลุ่มแม่บ้าน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงกิจกรรมการดำเนินชีวิตในปัจจุบันของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากการเปิดรับสื่อ ของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาทางวิชาการและการค้นคว้าต่อไป

DPU

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้จะกล่าวถึง แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง
2. แนวคิดวัฒนธรรมท้องถิ่น
3. แนวคิดความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ
4. แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self - Concept)

ก่อนที่บุคคลจะสามารถให้นิยามอัตลักษณ์หรือตัวตนของเขาว่าเป็นอย่างไร กระบวนการแรกที่เกิดขึ้นคือ การตั้งคำถามถึงลักษณะของตัวเขาเอง บุคคลมักจะตั้งคำถามกับตนเองเสมอว่า ตัวเราเป็นใคร เช่น เป็นผู้หญิง เป็นนักศึกษา เป็นนักกิจกรรม และมักจะมีคำถามตามมาอีกว่า สิ่งที่เราเป็นอยู่นั้น เรากระทำได้ดีหรือไม่ เช่น เราเป็นนักขับรถที่ดีหรือเปล่า คำถามเช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่ามนุษย์เราสามารถที่จะนึกคิด รู้สึก และประเมินตัวเราเองได้เหมือนกับที่ตัวเรามองดูคนอื่น สิ่งนี้เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่เรียกว่า "แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) แนวคิดเกี่ยวกับตนเองหรืออัตมโนทัศน์คืออะไร บุคคลสร้างแนวคิดของตนขึ้นมาได้อย่างไร มีนักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้คำจำกัดความไว้ดังนี้

Rogers (1951 อ้างใน นวลมุกข์ สุทธิภาศิลป์) ได้ให้คำจำกัดความถึงแนวคิดเกี่ยวกับตนเองไว้ว่า "เป็นโครงสร้างของการรับรู้ (Configuration of perception) ที่บุคคลมี

ที่เกี่ยวกับ "ตน" ผู้อื่นและสิ่งแวดล้อม การรับรู้เกี่ยวกับคุณค่าของตนเองในแง่ต่างๆ เป็นต้น โรเจอร์สเห็นว่า แนวคิดเกี่ยวกับตนเองพัฒนาขึ้นมาจากผลของการที่บุคคลได้มีการปฏิสังสรรค์กับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการที่บุคคลได้รับการประเมินจากคนอื่น

Burns (1979 อ้างใน นวลมุกข์ สุทธิภาศิลป์) กล่าวว่า "แนวคิดเกี่ยวกับตนเองคือผลรวมทั้งหมดของความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อตนเอง ประกอบด้วยความเชื่อ การประเมินและแนวโน้มของพฤติกรรม หรือทัศนคติที่มีต่อตน (Self-attitudes) ซึ่งไม่เหมือนกันในแต่ละบุคคล หรืออีกนัยหนึ่งก็คือ คุณลักษณะ (attributes) และความรู้สึกซึ่งบุคคลประเมินตัวเองอย่างอัตตวิสัย (subjective)" เบิร์นได้สรุปโครงสร้างของความคิดเกี่ยวกับตนเองไว้ดังต่อไปนี้

1. ความคิดเกี่ยวกับตนเองตามที่บุคคลเข้าใจ (The cognized self-concept) หรือการรับรู้ของบุคคลในด้านความสามารถ สถานภาพและบทบาทของตน เป็นมโนทัศน์ของบุคคลนั้น ตามที่เขาคิดว่าเขาเป็น

2. "คนอื่น" หรือ "คนทางสังคม" (The other self or social self) คือ การที่บุคคลเชื่อว่าคนอื่นมองตัวเขาและประเมินตัวเขาอย่างไร

3. คนในอุดมคติ (The ideal self) คือ ลักษณะที่บุคคลหนึ่งหวังที่จะเป็นหรืออยากจะเป็น

Rosenberg (1979 อ้างใน ชัชสุนี ศุษิลวรณ์) ได้ให้คำจำกัดความถึงแนวคิดเกี่ยวกับตนเองไว้ว่าคือ "ความคิดและความรู้สึกทั้งหมดของบุคคล ซึ่งบุคคลมองดูตนเองเหมือนกับเป็นวัตถุอย่างหนึ่ง"

กล่าวโดยสรุป นักจิตวิทยาหลาย ๆ ท่านต่างเห็นพ้องกันว่า แนวคิดเกี่ยวกับตนเองคือ การที่บุคคลหนึ่งมีการรับรู้และประเมินคุณค่าของตนเองทั้งในด้านดีและไม่ดี ทั้งนี้เป็นการรับรู้และตีความประสบการณ์ที่ได้จากการมีสัมพันธภาพกับผู้อื่น นั่นคือ มนุษย์สามารถมองตนเองเสมือนเป็นวัตถุ (object) อย่างหนึ่งได้ ภาพของตนเองที่บุคคลมองจะเป็นเสมือนภาพของตนเองในสายตาของผู้อื่นแล้วสะท้อนกลับมาสู่การรับรู้ของเราอีกที บุคคลจึงสามารถรู้ได้ว่าตัวเรานั้น จัดอยู่ในกลุ่มคนแบบใด และเป็นคนอย่างไร เราจะ

DPU

อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับตนเองให้ชัดเจนมากขึ้นได้จากทฤษฎีปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) ซึ่งจะกล่าวต่อไป

อัตลักษณ์ (Personal Identity or Self-Identity)

เมื่อบุคคลสามารถแยกแยะและประเมินลักษณะที่ตนเป็นอยู่ได้ และถ้าลักษณะนั้นดำรงอยู่ในบุคคลอย่างต่อเนื่อง ลักษณะเช่นนั้นจะถือว่าได้พัฒนาขึ้นมาเป็น อัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของบุคคลนั้น อัตลักษณ์เป็นส่วนหนึ่งของพัฒนาการของมนุษย์จากวัยเด็กไปสู่วัยผู้ใหญ่ พัฒนาการทางอัตลักษณ์เป็นการพัฒนาจากการไม่มีอัตลักษณ์ไปสู่การมีอัตลักษณ์โดยการแสวงหาของตนเอง ด้วยเหตุนี้เด็กที่เกิดใหม่จึงยังไม่มีอัตลักษณ์ของตนเอง แต่เขาจะค่อย ๆ พัฒนาผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ขึ้นมาด้วยการเรียนรู้สภาพแวดล้อมและการเทียบเคียงกับผู้ที่ให้การอบรมทางสังคม การค้นหาตนเองจะเริ่มในระยะที่เป็นเยาวชน (Adolescence) หรือเป็นบุคคลที่กำลังอยู่ในช่วงของนิสิตนักศึกษา Erikson (1963 อ้างในประไพพรรณ ภูมิวุฒิสาร) เรียกระยะวัยรุ่นว่าเป็นระยะของการพัฒนาความมีเอกลักษณ์แห่งตนหรือความสับสนในเอกลักษณ์หรือบทบาทแห่งตน (achieving identity V.S. identity confusion)

กระบวนการจะเริ่มต้นด้วยการตระหนักถึงความเป็นหนึ่งเดียวและตระหนักในความแตกต่างของมนุษย์ พวกเขาจะต้องรวบรวมความรู้ต่าง ๆ ทั้งหมดเกี่ยวกับตนเอง เช่น การเป็นนักขับรถ เป็นนักกิจกรรม ฯลฯ และต้องมีการประเมินตัวเอง ผสมผสานภาพพจน์หรือความคิดต่าง ๆ ที่มีต่อตนเองเพื่อนำไปสู่นิยามที่ชัดเจนว่าเราเป็นใคร และอะไรที่เราต้องการเป็น นับเป็นกระบวนการที่ใช้เวลายาวนานและต่อเนื่อง

นักจิตวิทยาหลายท่านได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของบุคคล ดังนี้

Conger (1973 อ้างใน สายฝน ควรผดุง) สรุปไว้ว่า อัตลักษณ์ของตนเป็นสภาวะที่บุคคลยอมรับว่าตนเองแตกต่างจากผู้อื่น ซึ่งความแตกต่างนี้เป็นผลมาจากการบูรณาการระหว่างประสบการณ์ในอดีตกับสภาพปัจจุบัน ในลักษณะของความต่อเนื่องกันไปอย่างคงที่สม่ำเสมอ Mark Liechty กล่าวว่าอัตลักษณ์คือ ความสำนึกของบุคคลว่าตนสังกัดอยู่ในขอบเขตของบทบาทและแนวทางที่เป็นอยู่แบบใดทางสังคม

อุษา ศรีจินดารัตน์ (2532) ได้สรุปไว้ว่า อัตลักษณ์ของตนหมายถึง ความเข้าใจในตนเองว่าตนเป็นใคร มีความคิดในเรื่องการแสดงออกของตนเอง เพื่อการดำเนินชีวิตในแนวทางใดแนวทางหนึ่ง ยอมรับความแตกต่างและความเหมือนกันของบุคคลในเรื่องต่าง ๆ ความรู้สึกของการมีอัตลักษณ์ของตนเกิดจากการที่คน ๆ นั้นดำรงความเหมือน (sameness) และความต่อเนื่อง (continuty) ภายในตนของแต่ละคนที่สอดคล้องกับผู้อื่นมอง อุษาได้สรุปองค์ประกอบของพัฒนาการการมีอัตลักษณ์ว่ามี 3 ลักษณะคือ

1. แต่ละคนยอมรับว่าตนเองมีความเหมือน และความต่อเนื่องอยู่ภายในตน
2. ผู้อื่นในสังคมมองอย่างเดียวกับที่เรามองตนเอง
3. บุคคลจะมีความเชื่อมั่นและติดต่อสัมพันธ์ระหว่างโลกภายในและภายนอก และยอมรับผลสะท้อนกลับที่เกิดขึ้นได้

กล่าวโดยสรุปก็คือ อัตลักษณ์ของบุคคลหนึ่งจึงเป็นการมองตนเองเพื่อตอบคำถามว่า "ฉันคือใคร" และ "ฉันเหมือนหรือแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร" โดยที่ลักษณะนั้นดำรงอยู่ในตนเองอย่างต่อเนื่อง เมื่อสามารถพัฒนาอัตลักษณ์ผ่านวิกฤตการณ์แต่ละขั้นได้เรียบร้อยแล้ว บุคคลก็จะมีภาพของอัตลักษณ์ในตนเองที่สมบูรณ์และสามารถปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานของสังคมที่อาศัยอยู่ได้ต่อไป อัตลักษณ์เป็นสิ่งไม่ตายตัวสามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามบริบทสังคมที่บุคคลเผชิญอยู่เช่น เมื่ออยู่ที่บ้านเกิดเป็นคนไทยเชื้อสายลาว เป็นสมาชิกของหมู่บ้าน เมื่อเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ มีสถานภาพเป็นลูกจ้าง

ทฤษฎีปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism)

ในแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ที่ได้กล่าวมาแล้ว พบว่า นักจิตวิทยาหลายท่านต่างเห็นตรงกันว่า อัตลักษณ์ของบุคคลประกอบด้วยคุณลักษณะ 2 ประการคือ

ประการแรก เป็นลักษณะภายในซึ่งหมายถึง การรู้จักและรับรู้ภาพพจน์เกี่ยวกับตนเองของบุคคล

ประการที่สอง เป็นลักษณะภายนอกซึ่งหมายถึง การยอมรับและการผูกพันกับอุดมคติของสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมรอบตัวอันแสดงถึงการมีส่วนในคุณลักษณะที่สำคัญร่วมกับผู้อื่น

นั่นคือ อัตลักษณ์เป็นกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ที่ซับซ้อนเกี่ยวกับตนเองโดยผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับสังคมและการแยกแยะภาพลักษณ์เกี่ยวกับตนเอง แนวคิดนี้สอดคล้องกับทฤษฎีปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์ ซึ่งมีรากฐานมาจากความคิดว่า มนุษย์มีลักษณะที่ตื่นตัวอยู่เสมอ (active) การกระทำและอัตตะของมนุษย์เกิดขึ้นจากกระบวนการที่ต่อเนื่องทางสังคม โดยมีการกระทำระหว่างกันของบุคคล (การปฏิสังสรรค์) ผ่านการให้ความหมาย (meaning) โดยใช้สัญลักษณ์ (symbol) แก่สิ่งต่าง ๆ หรือการนิยามสถานการณ์ (definition of situation) สัญลักษณ์ที่เป็นตัวสื่อความหมายที่มนุษย์ใช้สื่อสารกันนั้นจะมีลักษณะสำคัญคือ เป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายร่วมภายในสังคมเช่น นโยบาย "ตัดแต้มใบขับขี่" เป็นกลุ่มของสัญลักษณ์ที่มีความหมายร่วมในสังคม คนในสังคมเดียวกันสามารถใช้และเข้าใจได้ตรงกัน นอกจากนั้นยังรวมถึงอวัจนภาษาเช่น การแสดงออกทางด้านร่างกาย สีหน้า หรือการกระทำด้วย ทั้งนี้ ความคิดเกี่ยวกับตนเอง การประเมินคุณค่าของตนเอง ความรู้สึกต่อตนเอง หรือการรับรู้เกี่ยวกับตนเองเป็นผลมาจากการที่บุคคลมองตนเองเหมือนกับเป็นวัตถุทางสังคม (social object) อย่างหนึ่งซึ่งบุคคลจะสามารถให้ชื่อ (name) หรือให้ตราประทับแก่วัตถุนั้น ๆ ได้ ซึ่งการให้ชื่อและความหมายแก่ตนเองในฐานะที่เป็นวัตถุจะเป็นผลมาจากการที่บุคคลเข้าร่วมปฏิสังสรรค์กับบุคคลอื่นภายในโลกของความหมายที่ได้รับจากสังคม

โดยสรุปแนวคิดของทฤษฎีปฏิสังสรรค์สัญลักษณ์มีหลักสำคัญ 3 ประการคือ

ประการแรก มนุษย์เราตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมโดยอาศัยหลักว่าองค์ประกอบในสิ่งแวดล้อมรอบตัวมีความหมายต่อมนุษย์ในฐานะเป็นปัจเจกบุคคลอย่างไร

ประการที่สอง ความหมายเหล่านั้นเป็นผลผลิตจากแนวคิดของทฤษฎีปฏิสังสรรค์ทางสังคม

ประการที่สาม ความหมายทางสังคมและวัฒนธรรมนี้ถูกปรับเปลี่ยนไปตามการตีความ (Interpretation) ภายในขอบเขตของการมีปฏิสังสรรค์ร่วมกัน

เช่นเดียวกับการมองตนเองของกลุ่มแม่บ้านที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง การรับรู้ตนเองว่าตนอยู่ในกลุ่มแม่บ้านที่มีบทบาทในการพัฒนาสังคมหรือไม่ เป็นผลมาจากการที่เขามีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในเกาะเกร็ดหรือในสังคมภายนอก และประเมินความคิด ความรู้สึก

ที่ผู้อื่นมีต่อตัวเขา มีการตีความพฤติกรรมและความรู้สึกของตนเอง ถ้าบุคคลจินตนาการว่าภาพของตนในสายตาผู้อื่นเป็นภาพลักษณ์ที่ดีทำให้เขาพึงพอใจ เช่น ถ้าบุคคลรับรู้ว่าผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาชุมชนเป็นบุคคลที่เสียสละ เขาก็จะรับภาพของการเป็นกลุ่มแม่บ้านที่ทำงานเพื่อสังคมมาเป็นอัตลักษณ์ของตน นั่นคือ การที่บุคคลรับเอาความหมายอย่างใดอย่างหนึ่งมาเป็นอัตลักษณ์ของตน จะต้องผ่านกระบวนการเลือกสรรอย่างมีเหตุผลที่สอดคล้องและเหมาะสมกับตัวเขามากที่สุด

เนื่องจากสภาพสังคมในปัจจุบันหรือที่เรียกว่าสังคมหลังสมัยใหม่ (postmodern society) สื่อมวลชนได้กลายเป็นสถาบันทางสังคมที่สร้างแม่แบบอัตลักษณ์ให้แก่บุคคล เพราะศักยภาพของสื่อสารมวลชนในปัจจุบันที่ส่งกระจายอุดมการณ์ ซึ่งสามารถรวบรวมผู้รับสารที่กระจัดกระจายตามที่ต่าง ๆ ให้เป็นผู้รับสารกลุ่มเดียวมีขนาดใหญ่ มีอัตลักษณ์กลุ่มร่วมกันได้ หรือสามารถทำให้ผู้มาใหม่กลมกลืนเข้ากับชุมชนในเมืองโดยการนำเสนอค่านิยม แนวคิดและข่าวสารต่าง ๆ ที่ช่วยในการสร้างและปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ (McQuail, 1994: 71) สอดคล้องกับ Kellner (1991: 148) กล่าวว่า สื่อโทรทัศน์รวมถึงสื่อมวลชนอื่นๆ เป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ในการสร้างอัตลักษณ์ร่วมสมัยให้กับผู้รับสาร เขาได้ยกตัวอย่างสื่อโทรทัศน์ในปัจจุบันว่า ได้เข้ามาทำเป็นผู้มีหน้าที่ในการยึดถือคติทางสังคมและพิธีกรรมต่าง ๆ ด้วยการค่อย ๆ กวาดต้อนปัจเจกบุคคลเข้ามารวมกับการจัดระเบียบสังคม ส่งเสริมค่านิยมหลัก ๆ ที่เป็นที่ยอมรับ นำเสนอแบบแผนทางความคิด พฤติกรรม บทบาททางเพศ และอื่น ๆ

แนวคิดวัฒนธรรมท้องถิ่น

ปกติแล้วคำว่า วัฒนธรรม มักจะใช้พูดกันเป็นประจำ คนที่มีวัฒนธรรมกับคนที่ไม่มีนั้นต่างกัน โดยบุคคลจะต้องประพฤติตนให้เหมาะสมตามสภาพของสังคม และวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์ มนุษย์จะเป็นผู้สร้างทะนุบำรุง ถ่ายทอดและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรม มนุษย์เป็นสัตว์ประเภทเดียวที่มีวัฒนธรรม คือมีวิธีการเรียนรู้รับช่วงสืบต่อกันมาได้ และสร้างสรรค์เพิ่มเติม การที่มนุษย์สามารถสร้างวัฒนธรรมได้ดี ก็เพราะมนุษย์มีลักษณะทางกายและจิตใจเป็นพิเศษเหนือกว่าสัตว์ทั้งปวงและสิ่งนี้เองทำให้มนุษย์แตกต่างจากสัตว์ เพราะวัฒนธรรมทำให้คนเป็นมนุษย์อย่างแท้จริง

สุพัตรา สุภาพ (2520) กล่าวว่า "วัฒนธรรมมีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่าง ที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์วิธีในการปฏิบัติ การจัดระเบียบตลอดจนระบบความเชื่อ ความนิยม ความรู้และเทคโนโลยีต่าง ๆ ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ"

อมรา พงศาพิชญ์ (2521) กล่าวว่า "วัฒนธรรมคือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น กำหนดขึ้น มิใช่สิ่งที่มนุษย์ทำตามสัญชาตญาณ คำว่าสิ่งในที่นี้หมายถึง วัตถุก็ได้ หมายถึงพฤติกรรมก็ได้ หมายถึงแนวคิดก็ได้ หรือจะหมายถึงวิธีการทำอะไร ๆ ก็ได้ รวมเข้าไว้ด้วยกันหมด การรวมหลายสิ่งหลายอย่างเข้าไว้ด้วยกันเช่นนี้ เราอาจเรียกรวม ๆ กันว่า "ระบบ" ฉะนั้นวัฒนธรรมก็คือ ระบบในสังคมมนุษย์ที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ใช่ระบบที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติตามสัญชาตญาณ

จากบทความของ เพทาย อรรถศิลป์ (2536) ได้พูดถึงวัฒนธรรมว่า "วัฒนธรรมเป็นกระแสภูมิปัญญาอีกกระแสหนึ่งซึ่งมีมาตั้งแต่มนุษย์เกิดขึ้น เป็นความรู้ที่มาจากประสบการณ์ จากการกลั่นกรองทดลองปฏิบัติถ่ายทอดกันมาและเชื่อมโยงไปหมดทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาชีพ การกินอยู่ เรื่องจิตวิญญาณรวมไปถึงการศาสนา สิ่งที่ประชาชนเชื่อถือปฏิบัติกันมาจึงเป็นพลังที่ยิ่งใหญ่และสมานสิ่งต่าง ๆ เข้าด้วยกัน"

สมชัย ใจดี และยรรยง ศรีวิริยาภรณ์ (2536) กล่าวว่า "วัฒนธรรมหมายถึง การดำเนินชีวิตของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่แสดงออกถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว ความก้าวหน้าและศีลธรรมของประชาชน"

วัฒนธรรมโดยสรุป หมายถึง วิถีชีวิตทั้งมวลของสังคม ซึ่งอาจจะเป็นชุมชนท้องถิ่นทั้งประเทศหรือเผ่าพันธุ์ ทั้งนี้ "วิถีชีวิตทั้งมวล" ประกอบด้วยความเชื่อ ระบบ คุณค่าคือ สังคมนี้ชื่ออะไร ให้คุณค่ากับเรื่องอะไร ล้วนถือเป็นวัฒนธรรมทั้งสิ้น นอกจากนี้วิถีชีวิตยังหมายถึงการปฏิบัติทั้งหมดของสังตม การกิน การอยู่ การแต่งกาย อาชีพ คือ

สังคมนั้นกินอะไร อยู่อย่างไร ปลูกบ้านอย่างไร คนส่วนใหญ่มีอาชีพอะไร ถือเป็นวัฒนธรรม

ลักษณะของวัฒนธรรม (สุพัตรา สุภาพ, 2520)

1. เป็นสิ่งที่ได้มาโดยการเรียนรู้
2. เป็นมรดกทางสังคม
3. เป็นวิถีชีวิตหรือแบบของการดำรงชีวิต
4. เป็นสิ่งไม่คงที่

การสื่อสารเพื่อพัฒนาวัฒนธรรม (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2533)

การสื่อสารกับวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ในแง่หนึ่งนั้นการสื่อสารเกิดขึ้นภายใต้ขอบเขตของวัฒนธรรม วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการสื่อสารเพราะวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสารของสมาชิกของสังคม ในขณะเดียวกันการสื่อสารก็เป็นเครื่องมือในการทำให้วัฒนธรรมดำรงอยู่ได้ ในส่วนของการใช้การสื่อสารเพื่อพัฒนาวัฒนธรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาประเทศนั้น การสื่อสารสามารถถูกนำมาใช้ได้ในลักษณะดังต่อไปนี้

1. การสื่อสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารมวลชน ช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมของชาติในด้านต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนที่อยู่ในส่วนต่าง ๆ ของประเทศ ทำให้วัฒนธรรมของชาติแพร่หลายและคงความเป็นชาติไว้ได้

2. สื่อมวลชนนำวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาสู่คนส่วนอื่นของประเทศ ก่อให้เกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และสร้างความเป็นปึกแผ่นระหว่างคนในท้องถิ่นต่าง ๆ ในประเทศ ซึ่งเป็นอุดมการณ์อย่างหนึ่งของการพัฒนาประเทศ รวมทั้งยังทำให้วัฒนธรรมของคนเฉพาะกลุ่ม เฉพาะพื้นที่เป็นที่รู้จักกันแพร่หลายจนกลายเป็นวัฒนธรรมของมวลชน

3. สื่อมวลชนช่วยทำนุบำรุงรักษาส่งเสริมและถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ดีงามจากคนรุ่นเก่ามาสู่คนรุ่นใหม่ เช่น กิริยามารยาท การเข้าสังคม ศาสนา เอกลักษณ์ของชาติ ฯลฯ เพื่อปลูกฝังให้สมาชิกใหม่ของสังคมสามารถปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับสภาพของสังคม เกิดความภูมิใจในวัฒนธรรมของชาติ และไม่ทำลายล้างวัฒนธรรมที่ดีงามของชาติ

4. ปัญหาประการหนึ่งของการพัฒนาวัฒนธรรมก็คือ การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม ซึ่งมีแหล่งที่มาจากทั้งภายในสังคมเองและทั้งจากอิทธิพลของต่างประเทศ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงบางส่วนของวัฒนธรรมเป็นผลมาจากการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาด้านวัตถุ หน้าที่ของการสื่อสารในการเผชิญปัญหานี้ก็คือ การทำให้เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเหมาะสมกับกาลเวลาและวิถีชีวิตของประชาชน ควบคุมให้การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเป็นวัฒนธรรมที่ทำให้วิถีชีวิตของประชาชนดีขึ้น ควบคุมและป้องกันไม่ให้วัฒนธรรมของต่างชาติซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ไม่เหมาะสมกับสังคม กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของประชาชน

แนวคิดความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ

แนวคิดทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ (Action / Motivation perspective) แนวทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อนั้นใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมผู้รับสาร ด้วยหลักการเดียวกันกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจด้วย คือเน้นการใช้สื่อที่ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และเหตุผลตามหลักการที่ Alfred Schutz (1972 อ้างใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2537) ว่า พฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือทำสิ่งใด จะต้องวาดภาพไว้ในใจก่อนแล้วว่านี่คือสิ่งที่ตนต้องการกระทำ นักวิชาการสื่อสารจึงได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกของเขาได้

แนวทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจมีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการคือ

1. พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่าง ๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนกับคนอื่น ๆ

2. แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรเลือกศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมาย และวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นออกมา

3. ทฤษฎีนี้มีสิ่งสำคัญคือเรื่องของอนาคต อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็นนั้นคือ ผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่าหากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้างในอนาคต ด้วยเหตุนี้คำว่า ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) จึงถูกนำมาใช้กับแนวทฤษฎีนี้ เมื่อได้นำเอามาใช้ศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร

McQuail and Gurevitch (1974 อ้างใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2537) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทฤษฎีนี้ว่า ในการนำแนวทฤษฎีนี้มาประยุกต์ใช้กับการศึกษาผู้รับสารนั้น พฤติกรรมการเปิดรับสื่อถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมอิสระซึ่งผู้รับสารแสวงหาเพื่อจะได้มาซึ่งผลประโยชน์ฉับพลัน (immediate benefits) หรือผลประโยชน์ที่ตามมาในอนาคต (delayed benefits) ซึ่งล้วนแต่เป็นผลประโยชน์ที่ผู้รับสารมองเห็นและต้องการ

แนวทางการศึกษาครั้งนี้อยู่ภายใต้แนวคิดที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่เกิดขึ้นจากความต้องการ (needs) ซึ่งมีที่มาต่าง ๆ กัน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชนของบุคคลจึงเกิดขึ้น เพื่อสนองความต้องการอันเป็นพื้นฐานจิตใจของบุคคลนั้น ๆ รวมถึงประสบการณ์ที่บุคคลนั้นได้รับจากสถานการณ์ทางสังคม แม้ว่าการใช้สื่อมวลชนนั้นจะไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับความต้องการในทุก ๆ ด้านของมนุษย์ แต่ก็เป็นที่น่าสนใจว่าอาจมีความเกี่ยวข้องกับความต้องการข้อมูลข่าวสาร หรือเพื่อชดเชยบางสิ่งบางอย่างที่ขาดไปหรือหาไม่ได้ในขณะนั้น แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจึงเน้นที่การอธิบายเชิงเหตุผลต่อเนื่องถึงความต้องการ แรงจูงใจ พฤติกรรม และความพึงพอใจที่ติดตามมาโดยมีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นลูกโซ่ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

การศึกษาสื่อมวลชนโดยทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจเริ่มครั้งแรกเมื่อ Herzog (1944) ศึกษาเกี่ยวกับความพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุกลางวันในขณะเดียวกันการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารเริ่มส่อเค้าว่าสื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคเริ่มแรกเคยตั้งสมมติฐาน

ไว้ ตัวอย่างเช่น LaZarfeld (1959 อ้างใน พีระ จิรโสภณ) พบว่า ในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาเมื่อปี 1948 นั้น การหาเสียงไม่ได้ทำให้ผู้ลงคะแนนเสียงเปลี่ยนใจในการเลือกผู้สมัครเลย เพียงแต่เป็นการย้ำให้ผู้ลงคะแนนเสียงมั่นใจในการเลือกของคนมากขึ้นเท่านั้น

การค้นพบครั้งนี้เป็นแนวทางที่ทำให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้นไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น หากแต่มีบทบาทมากขึ้นไปกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ซึ่งถือว่าในการสื่อสารนั้นผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นทฤษฎีที่มีความเชื่อว่า ผู้รับสารเป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง และประเภทของสื่อที่เลือกใช้ รวมถึงลักษณะของเนื้อหาสารที่เปิดรับ ทั้งนี้ เพื่อนำมาตอบสนองความพึงพอใจของตนให้มากที่สุด โดยเน้นถึงความสำคัญของผู้รับสารว่าเป็นตัวจักรสำคัญที่สามารถตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการเป็นหลักดังนี้ (Katz and Others, 1974)

1. มนุษย์จงใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้ อ่าน ดู หรือฟัง และมนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ

2. การใช้การสื่อสารของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย

3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่น ๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ของมนุษย์ได้

4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเองจากความสนใจ หรือแรงจูงใจที่เกิดขึ้น

5. มนุษย์ทุกคนมีความเป็นปัจเจกบุคคลที่ต้องการความเป็นส่วนตัว

ต่อมา Katz ได้สำรวจ และพยายามสร้างเครื่องมือเพื่อใช้วัดความต้องการทางด้านจิตใจและสังคมของผู้รับสาร และได้สร้างออกมาเป็นข้อความแสดงความต้องการของผู้ใช้สื่อ 35 ข้อความ เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลที่จะใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอ

ใจของตน โดย Katz ได้นำเอาข้อความทั้ง 35 ข้อความนี้มาแยกเป็นกลุ่มตามลักษณะของความต้องการ ซึ่งได้แก่

1. Cognitive Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อจะได้ข่าวสาร ความรู้ ความเข้าใจในตัวบุคคล เหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ

2. Affective Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อจะได้รับความพึงพอใจ หรือประสบการณ์ทางด้านอารมณ์ รวมถึงในเรื่องของความสวยงาม หรือศิลปะต่าง ๆ

3. Integrative Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ

4. Escape Need เป็นความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อหลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ

งานวิจัยของ Katz ชิ้นนี้ถือเป็นแม่แบบของงานวิจัยการใช้สื่อ และความพอใจของผู้รับสารในเวลาต่อมา ซึ่ง Katz และคณะ ได้สรุปแบบแผน (Pattern) ของการศึกษาตามแนวทฤษฎีการใช้สื่อและการได้รับความพึงพอใจไว้ดังนี้

(1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด

(2) ความต้องการจำเป็นของบุคคล และเกิดมี

(3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชน หรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่

(4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ

(5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ

(6) ผลอื่น ๆ ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ (แผนภูมิที่ 1)

แบบจำลองที่ Katz และคณะ ได้สร้างขึ้นนี้สามารถอธิบายได้ว่า สภาวะของสังคมและจิตใจของผู้รับสารที่แตกต่างกัน ทำให้มีความต้องการแตกต่างกันออกไป ซึ่งทำให้ผู้รับสารแต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจึงแตกต่างกัน ทำให้ความพอใจที่ได้รับจากสื่อก็แตกต่างกันด้วย โดยแบบจำลองนี้มีฐานคติที่สำคัญคือ ผู้รับสารมีความกระตือรือร้นไม่มากก็น้อยในความพยายามแสวงหาตัวเนื้อหาที่จะสร้าง

ความพึงพอใจให้ได้มากที่สุด ความมากน้อยของการรับรู้ในความพึงพอใจขึ้นอยู่กับความจำเป็นและความสนใจของแต่ละบุคคล ถ้าบุคคลแต่ละคนรับรู้ถึงตัวเนื้อหาที่สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นของตนมากเท่าไร โอกาสที่บุคคลนั้นจะเลือกใช้สื่อนั้น ๆ ก็จะเพิ่มขึ้น (Windahl and Signitzer, 1993) ซึ่งจากแนวคิดดังกล่าวสามารถแสดงออกมาเป็นแบบจำลองได้ดังนี้ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

Maxwell E. McCombs and Lee B. Becker (1979) กล่าวว่า บุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการดังต่อไปนี้

1. ต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ ให้ทันสมัยและรู้ว่าอะไรมีความสำคัญที่จะเรียนรู้

2. ต้องการช่วยตัดสินใจ (decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว

3. ความต้องการข้อมูลเพื่อการพูดคุยสนทนา (discussions) การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่นำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่น

4. ความต้องการมีส่วนร่วม (participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5. ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (reinforcement)

6. ต้องการความบันเทิง (relaxing and entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

Blumler (1985) ได้จำแนกความพึงพอใจของผู้รับสารจากการเปิดรับสารออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกหนีงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation) เช่น การใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่นหรือเพื่อให้มีโอกาสอยู่ร่วมกับครอบครัว

3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน

4. รู้เหตุการณ์ (Surveillence)

จากแนวคิดที่นักวิชาการได้เสนอไว้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น สามารถสรุปได้ดังนี้ (ทวีศักดิ์ จันทร์ลอย, 2537)

1. เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

เราได้รับข่าวสารจำนวนมากมายจากสื่อมวลชน และได้ใช้ข่าวสารข้อมูลเหล่านั้นในการดำเนินชีวิต เราอาจค้นหาข่าวสารบางอย่างเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ในขณะเดียวกันบางครั้งข่าวสารบางอย่างก็ได้มาโดยไม่ได้ตั้งใจ แต่ประโยชน์ที่ได้รับจากข่าวสารเหล่านั้นก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน เราได้ใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนเพื่อประโยชน์ต่าง ๆ ดังนี้

- ชี้นำพฤติกรรม เราสามารถใช้ข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนมาช่วยชี้แนะและช่วยเราตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้

- ชี้นำความเข้าใจ สื่อมวลชนมีส่วนทำให้เราสามารถเข้าใจโลกรอบตัวเราได้มากขึ้น จากการผสมผสานของข้อมูลอย่างละนิดอย่างละหน่อยที่ได้รับจากสื่อมวลชนรอบ ๆ ตัว และเชื่อกันว่าหากเราสามารถเข้าใจโลกได้อย่างมีเหตุผลแล้ว เราก็จะสามารถดำเนินชีวิตอยู่ได้อย่างมีความสุข

2. เพื่อพัฒนาทางด้านความคิดของตนเอง

นอกจากสื่อมวลชนทำให้เราเข้าใจโลกแล้ว สื่อมวลชนยังทำให้เราเข้าใจตัวเองอีกด้วย ข่าวสารจากสื่อมวลชนประกอบกับการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลอื่น ๆ ที่มีต่อตัวเรา เป็นวัตถุดิบที่นำมาพัฒนาความคิดของตัวเองว่า เราคือใคร ซึ่งหน้าที่ของสื่อมวลชนที่จะช่วยพัฒนาความคิดของตัวเรามี 3 ทางคือ

- การค้นหาความจริง เป็นการค้นหาความจริงในตัวเองผ่านสื่อมวลชน เป็นการพัฒนาเกี่ยวกับตัวเองและชีวิตความเป็นอยู่ เราจะดูและอ่านเรื่องเกี่ยวกับบุคคลที่คล้ายตัวเราเอง ว่าในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เขาปฏิบัติตัวอย่างไร และถูกปฏิบัติตอบจากผู้อื่นอย่าง

ไร ทำให้เราเกิดความคิดถึงความสัมพันธ์ที่ตัวเองมีต่อบุคคลอื่น ว่ามันควรมีลักษณะอย่างไร

- ช่วยเปรียบเทียบความแตกต่าง สื่อมวลชนมีหน้าที่โดยตรงในการช่วยพัฒนาด้านเสริมความคิด และความเชื่อมั่นให้กับบุคคลอีกด้วย

- ให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาชีพ โดยการให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์สำหรับงานอาชีพต่าง ๆ เช่น ชาวนาใช้ประโยชน์จากรายงานพยากรณ์อากาศ หรือบ่อยครั้งที่อาจารย์ตัดบทความที่พบในหนังสือพิมพ์ นิตยสารต่าง ๆ หรือจดจำสิ่งที่ได้จากรายการโทรทัศน์ มาใช้ประกอบในชั้นเรียน

3. เพื่อช่วยให้มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

สื่อมวลชนเป็นตัวทำให้เปิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำเสนอจะถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นหัวข้อในการสนทนาได้เป็นอย่างดี แต่ส่วนใหญ่เรามักจะได้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวมาอย่างไม่รู้ตัว เนื่องจากเรามักใช้สื่อมวลชนเป็นประจำตามปกติ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำหน้าที่เปรียบเสมือนน้ำมันหล่อลื่นเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ง่ายขึ้น

4. เพื่อทดแทนการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

สื่อมวลชนทำหน้าที่เสมือนเพื่อน หรือที่นักวิชาการเรียกว่าปฏิสัมพันธ์เทียม โดยสื่อมวลชนได้สนองตอบความต้องการ และความเป็นเพื่อนแก่บุคคลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การโทรศัพท์เข้าไปคุยกับดีเจ และเขียนจดหมายไปยังบรรณาธิการของหนังสือหรือนิตยสาร เป็นต้น

5. เพื่อผ่อนคลายอารมณ์

หน้าที่ของสื่อมวลชนอีกประการหนึ่งที่เห็นได้ชัดก็คือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อความสนุกสนาน และปลดเปลื้องหรือบรรเทาจากความเบื่อหน่าย ซึ่งความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อนั้นก็มาจากทั้งตัวเนื้อหาของสื่อและตัวสื่อเอง ซึ่งสื่อมวลชนก็สามารถให้ได้ทั้งความเพลิดเพลิน และทำให้ลืมปัญหา หรือความกังวลใจไปได้ชั่วขณะหนึ่ง

6. เพื่อเป็นกิจวัตร หรือแบบแผนในชีวิต

มีหลักฐานมากมายสนับสนุนว่า ความต้องการของมนุษย์ได้ผันแปรไปตามสังคมที่ผู้นั้นอาศัยอยู่ ซึ่งเป็นการสร้างระเบียบแบบแผนหรือกิจวัตรให้แก่ชีวิตประจำวัน

ของตัวเอง ซึ่งกิจวัตรประจำวันในการใช้สื่อมวลชนนี้ได้สร้างความรู้สึกปลอดภัยให้กับผู้ใช้ด้วย เช่น ต้องฟังข่าววิทยุเวลา 7 โมงเช้า ดูข่าวโทรทัศน์ตอน 1 ทุ่ม อ่านหนังสือก่อนนอนตอน 5 ทุ่ม ซึ่งหากวันใดเราขาดกิจวัตรดังกล่าวเราก็จะรู้สึกร้อนใจ กังวลใจ และไม่มั่นคงขึ้นมาได้

7. เพื่อดึงตัวเองออกจากสังคม

มนุษย์ใช้สื่อมวลชนเพื่อหลีกหนีจากภาระกิจในชีวิตประจำวัน ทั้งในแง่ของการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อหลบหนีสังคม โดยใช้สื่อมวลชนเป็นตัวกีดขวางตัวเองกับผู้อื่น เช่น เมื่อเราอยู่ในรถโดยสารและไม่ต้องการให้คนอื่นเข้ามารบกวน เราก็อาจจะอ่านหนังสือ ฟังวิทยุ เพื่อฟังเพลงและอ่านหนังสือตามลำพับ ซึ่งจะช่วยให้เราพ้นจากการถูกรบกวนได้

โดยสรุปแล้ว ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อมวลชน รวมไปถึงแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกเปิดรับสารจากสื่อมวลชน และแนวคิดการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร จากสื่ออะไร และสารอะไรจึงจะสามารถสนองประโยชน์ตามที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการและความพอใจของเขาได้ ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละคน

แนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

จากแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อข้างต้น ต่อมาได้มีการพัฒนามาเป็นแนวคิดทฤษฎีการเลือกเปิดรับสื่อมวลชน (Selective Exposure) ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐานว่า จากการที่ผู้รับสารแต่ละคนมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคมที่ต่างกัน ทำให้ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ในการเปิดรับสารข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล ซึ่งกระบวนการเลือกสรรนี้ก็เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filler) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา กระบวนการดังกล่าวนี้ประกอบด้วย (พีระ จิรโสภณ, 2535)

1. การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึง การที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดกับความรู้สึกของตัวเอง ทั้งนี้ เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจ ซึ่งเรียกว่าความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception of Selective Interpretation) เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารที่สนใจแล้ว จะตีความหมายตามความเข้าใจ ทัศนคติ ความเชื่อ ประสบการณ์ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจตามสภาวะร่างกาย สภาวะทางอารมณ์และจิตใจของตนในขณะนั้น

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจ หรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

ต่อมาก็ได้มีแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสารขึ้นมาอีกแนวคิด นั่นคือ "การแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน" (Information Seeking) ซึ่งมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเช่นกัน โดยแนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภค หรือเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชนอีกแนวทางหนึ่ง โดยเน้นในเรื่องพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกเปิดรับ หรือหลีกเลี่ยงข่าวสารบางอย่าง (Atkin, 1973)

นอกจากนี้ Atkin (1973 อ้างใน จุฑามาศ กีรติกสิกร) ยังได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่ทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย ซึ่งอาจจะสืบเนื่องมาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องการระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้สูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องการระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

Lerner (1958 อ้างใน จุฑามาศ กีรติกสิกร) เป็นคนแรกที่ศึกษาอิทธิพลที่เกิดจากการเปิดรับสื่อมวลชนในประเทศตะวันออกกลาง ในปี ค.ศ. 1958 พบว่า เมื่อมีการขยายตัวของชุมชนจนกลายเป็นเมืองจะช่วยให้เกิดการพัฒนาด้านความรู้หนังสือ และระดับการเรียนรู้หนังสือที่สูงขึ้นจะทำให้การเปิดรับสื่อมวลชนแพร่หลายมากขึ้น ในทำนองเดียวกันเมื่อชุมชนมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีจากการพัฒนาอุตสาหกรรมมากขึ้น สังคมจะขยายขอบข่ายของสื่อมวลชนและการขยายตัวของสื่อมวลชนนี้เองจะช่วยยกระดับการรู้หนังสือมากขึ้นด้วย

Rogers and Sevenning (1969 อ้างใน จุฑามาศ กีรติกสิกร) ให้คำนิยามว่า สื่อมวลชนนั้นคลุมถึงสื่อ 5 ประเภท คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และภาพยนตร์ ด้วยเหตุนี้ ดัชนีในการวัดการเปิดรับสื่อมวลชนในความหมายของเขาจึงประกอบด้วย จำนวนรายการวิทยุที่รับฟังต่อสัปดาห์ การอ่านหนังสือพิมพ์ต่อสัปดาห์ ภาพยนตร์ที่ดูต่อปี และอื่น ๆ

Becker (1971 อ้างใน ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับสื่อโดยจำแนกได้ดังนี้คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) กล่าวคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเพื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับสื่อเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูโทรทัศน์เฉพาะเรื่องหรือรายการที่สนใจ หรือมีผู้แนะนำมา หรือขณะอ่านหนังสือพิมพ์หรือดูโทรทัศน์ หากมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับเรื่องที่ตนเองจะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูเป็นพิเศษ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพราะต้องการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

จึงสรุปได้ว่า การเปิดรับสื่อ คือความบ่อยครั้งในการเปิดรับ ระยะเวลา รวมถึงจำนวนสื่อในการเปิดรับอีกด้วย

เนื่องจากความแตกต่างกันของผู้รับสาร จึงทำให้ความสนใจที่จะเลือกเปิดรับสารแตกต่างกัน ดังที่ De Fleur (1966 อ้างใน พีระ จิรโสภณ) ได้เสนอพื้นฐานความแตกต่างกันไว้ 4 ประการ

1. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านบุคลิกภาพและสถานภาพทางจิตวิทยาที่แตกต่างกันจึงมีผลให้เลือกรับสารแตกต่างกัน

2. ความแตกต่างกันดังกล่าวนี้ เป็นเพราะบุคคลมีการเรียนรู้ทางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน

3. บุคคลที่อยู่ต่างสภาพแวดล้อมกัน ก็จะได้รับการเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่ต่างกันไปด้วย

4. การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันนี้ ทำให้บุคคลมีทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อและบุคลิกภาพแตกต่างกัน

นอกจากนี้ Schramm (1973 อ้างใน ปรมะ สตะเวทิน) ยังได้กล่าวถึงองค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. ประสบการณ์ จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน

2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่งที่แตกต่างกัน

3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน

4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม จะทำให้ผู้รับสารมีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาของข่าวสารที่ต่างกัน

5. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจ จะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล

6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการเปิดรับสาร

DPU

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑามาศ กีรติกสิกร (2542) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน พบว่า

- รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่น สามารถจัดแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มคือ กลุ่มเก็บตัว กลุ่มรักเรียน กลุ่มทันสมัย กลุ่มนักกีฬา และกลุ่มรักสนุก
- เด็กวัยรุ่นมีการเปิดรับสื่อในปริมาณที่สูง มีการเปิดรับสื่อจำนวนทั้งสิ้น 11 สื่อดังนี้ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง การ์ตูน เทปเพลง (CD) วีดิทัศน์ อินเตอร์เน็ต สื่อเพื่อการศึกษา
- การใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของเด็กวัยรุ่น มีการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการความบันเทิงเป็นหลัก รองลงมาคือ ความต้องการข้อมูลข่าวสาร
- การเปิดรับสื่อ ระยะเวลาในการเปิดรับ และช่วงเวลาในการเปิดรับ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่น
- เพศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน

รุ่งฤดี ห่อนาค (2541) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลงกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเยาวชนที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ส่วนตัวต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเปิดรับเพลงไทยสากลและความพึงพอใจ
- การเปิดรับเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ วีดิทัศน์ และการแสดงผล (คอนเสิร์ต) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงสากล
- การเปิดรับเพลงไทยสากลจากวิทยุ เทปคาสเซ็ท และคอมแพ็คดิสก์ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงสากล

ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู (2540) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร พบว่า

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จุฑามาศ กีรติกสิกร (2542) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน พบว่า

- รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่น สามารถจัดแบ่งได้เป็น 5 กลุ่มคือ กลุ่มเก็บตัว กลุ่มรักเรียน กลุ่มทันสมัย กลุ่มนักกีฬา และกลุ่มรักสนุก
- เด็กวัยรุ่นมีการเปิดรับสื่อในปริมาณที่สูง มีการเปิดรับสื่อจำนวนทั้งสิ้น 11 สื่อดังนี้ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร โรงภาพยนตร์ สื่อกลางแจ้ง การ์ตูน เทปเพลง (CD) วีดิทัศน์ อินเตอร์เน็ต สื่อเพื่อการศึกษา
- การใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของเด็กวัยรุ่น มีการใช้เพื่อตอบสนองความต้องการความบันเทิงเป็นหลัก รองลงมาคือ ความต้องการข้อมูลข่าวสาร
- การเปิดรับสื่อ ระยะเวลาในการเปิดรับ และช่วงเวลาในการเปิดรับ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่น
- เพศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน

รุ่งฤดี ห่อนาค (2541) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลงกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า

- ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของเยาวชนที่มีเพศ อายุ การศึกษา รายได้ส่วนตัวต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิต
- รูปแบบการดำเนินชีวิต มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อการเปิดรับเพลงไทยสากลและความพึงพอใจ
- การเปิดรับเพลงไทยสากลจากโทรทัศน์ วีดิทัศน์ และการแสดงผล (คอนเสิร์ต) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงสากล
- การเปิดรับเพลงไทยสากลจากวิทยุ เทปคาสเซ็ท และคอมแพ็คดิสก์ มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงสากล

ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู (2540) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร พบว่า

DPU

- รูปแบบการดำเนินชีวิตของเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครสามารถแบ่งออกเป็น 6 กลุ่มคือ กลุ่มรักสวยรักงาม กลุ่มนักเที่ยว กลุ่มเด็กเรียน กลุ่มเอาแต่ตนเอง กลุ่มนักฝัน และกลุ่มรักบ้าน

- ความสัมพันธ์ของรูปแบบการดำเนินชีวิตของเจเนอเรชั่นวายกับ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ พบว่า กลุ่มรักบ้านจะเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก กลุ่มรักสวยรักงามจะชอบฟังวิทยุ อ่านนิตยสาร กลุ่มเด็กเรียนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ กลุ่มเด็กเที่ยวและกลุ่มเอาแต่ตนเองจะชอบดูภาพยนตร์ ส่วนกลุ่มนักฝันจะไม่ค่อยให้ความสนใจในการเปิดรับสื่อ

- เจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครมีลักษณะของรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เหมือนกับเจเนอเรชั่นวายในอเมริกาคือ เปิดรับสื่อมาก ชอบเล่นกีฬา ตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและพิษภัยของยาเสพติด สนใจการแต่งกาย ลักษณะที่แตกต่าง คือ เจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครให้ความสนใจกับครอบครัว และไม่ค่อยให้ความสนใจและไม่นิยมใช้สินค้าที่มีเทคโนโลยีชั้นสูงในขณะที่เจเนอเรชั่นวายในสังคมอเมริกันมีลักษณะที่ตรงกันข้าม

- ลักษณะเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานครที่ตรงตามนิยมของนักการตลาดในเมืองไทยคือ ตามแฟชั่น ใช้เสื้อผ้าจากต่างประเทศ ต้องการสิทธิ เสรีภาพ และการยอมรับจากสังคม ลักษณะที่ไม่ตรงนิยามคือ ไม่ค่อยสนใจ และไม่นิยมใช้สินค้าที่เป็นเทคโนโลยีสมัยใหม่กันมากนัก

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ดนั้น ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการสำรวจ (Survey Method) แบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (one-shot Case Study) ซึ่งกำหนดวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากแบบสอบถามที่เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา แล้วทำการวิเคราะห์โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี วิธีการทางสถิติ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษาในครั้งนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษา คือ ประชาชนโดยทั่วไปเฉพาะเพศหญิงที่อาศัยอยู่ในตำบลเกาะเกร็ดมีทั้งสิ้น 2,063 คน (กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ธันวาคม 2544) จึงนำมาคำนวณตามสูตร (Yamane, 1960) ได้ผลดังนี้

$$= \frac{2,063}{1 + (2,063)(0.05)^2}$$

$$= 335.039$$

สรุปได้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะแจกแบบสอบถามที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ในการศึกษาครั้งนี้เป็นจำนวนทั้งสิ้น 335 ชุด โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เฉพาะกลุ่มแม่บ้านที่อาศัยอยู่ในตำบลเกาะเกร็ด โดยเดินตามบ้าน

พบประชาชนที่เป็นหญิงจึงแจกแบบสอบถาม กำหนดความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งตัวแปรที่กำหนดไว้ตามสมมติฐานมีดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มกิจกรรมที่ต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ และสถานภาพในปัจจุบัน

ตัวแปรตาม คือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมงานประจำ กิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน กิจกรรมงานอดิเรก

สมมติฐานที่ 2 กิจกรรมการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มกิจกรรมที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตในแต่ละกลุ่มกิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมงานประจำ กิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน กิจกรรมงานอดิเรก

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับ ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับ

สมมติฐานข้อ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีความคาดหวังใช้ประโยชน์จากสื่อที่ต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ได้แก่ ความถี่ในการเปิดรับ ระยะเวลาที่เปิดรับ ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับ

ตัวแปรตาม คือ ความคาดหวังใช้ประโยชน์จากสื่อ

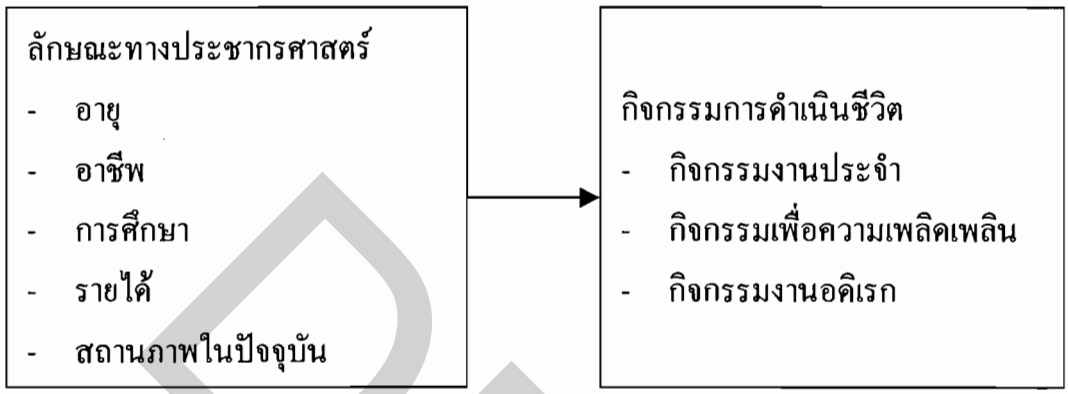
ศูนย์วิทยทรัพยากร
มหาวิทยาลัยธรกิจบัณฑิตย์

ภาพที่ 1

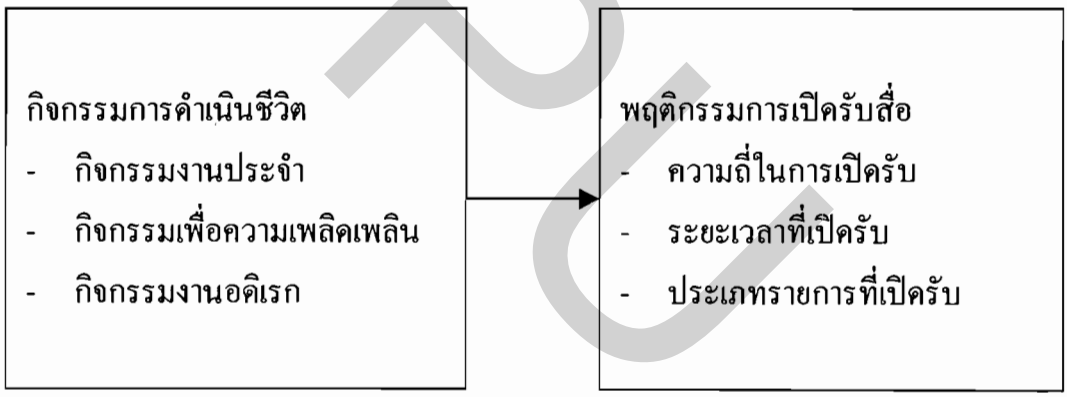
โครงสร้างแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร

ตัวแปรอิสระ **ตัวแปรตาม**

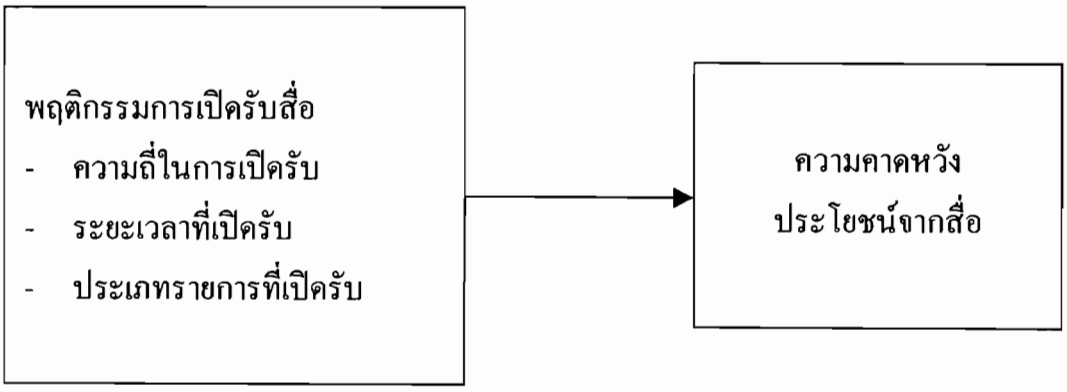
สมมติฐานข้อที่ 1



สมมติฐานข้อที่ 2



สมมติฐานข้อที่ 3



DPU

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะมีการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อน (Pre-test) กับกลุ่มทดสอบ ซึ่งมีวิธีการดังนี้

การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity)

โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบถึงความครอบคลุมของเนื้อหา การใช้ภาษาและโครงสร้างของแบบสอบถามเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มทดสอบ

การทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม จำนวน 20 ชุด ไปสัมภาษณ์ประชาชนในเกาะเกร็ด ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ตรงตามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้จริงในการวิจัย ทั้งนี้เพื่อนำผลการสัมภาษณ์มาทำการปรับปรุงเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ตรงกับวัตถุประสงค์มากที่สุด โดยการคำนวณหาค่า Reliability Coefficient Alpha ด้วยวิธีของ Cronbach จากสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)}\left\{1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right\}$$

เมื่อ

α	แทน	ค่าความเชื่อมั่น
k	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
S_t^2	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

ได้ค่า α ของกิจกรรมการดำเนินชีวิต เท่ากับ 0.9802

ได้ค่า α ของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ เท่ากับ 0.7652

แสดงว่าคำถามในแบบสอบถามส่วนของกิจกรรมการดำเนินชีวิต และส่วนของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ สามารถวัดตัวแปรหลักในการวิจัย และค่าที่ได้อยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นสูง จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มแม่บ้านที่อาศัยอยู่ในตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยจะให้กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ตอบแบบสอบถามเองและรอรับกลับ ซึ่งแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิดแบบมีตัวเลือก โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ โดยจะมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 18 ข้อ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ โดยมีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด จำนวน 12 ข้อ

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ โดยมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด จำนวน 15 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้องและครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา
2. ให้คะแนนและลงรหัส (coding) เพื่อให้ข้อมูลอยู่ในรูปตัวเลข (รหัส) ที่เครื่องคอมพิวเตอร์สามารถอ่านได้
3. การใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows ในการประมวลผลข้อมูลและจัดทำตาราง วิเคราะห์ทางสถิติต่าง ๆ ที่ต้องการ
4. แปลความหมายข้อมูลที่ประมวลผลแล้ว เพื่อจัดทำรายงานผลวิจัยต่อไป

การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ แบ่งออกเป็น 5 ข้อ

1. อายุ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
   - 26 – 30 ปี
   - 31 – 35 ปี
   - 36 – 40 ปี
   - 41 – 45 ปี
   - 46 ปีขึ้นไป
2. อาชีพประจำของท่าน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
   - รับราชการ
   - แม่บ้านอยู่บ้านเฉย ๆ
   - รับจ้าง
   - ค้าขาย
   - ทำสวน
3. ระดับการศึกษาของท่าน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
   - ประถมศึกษา
   - มัธยมศึกษา
   - ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา
   - ปริญญาตรี
   - ปริญญาโท
4. รายได้ต่อเดือน แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่
   - ต่ำกว่า 5,000 บาท
   - 5,001 - 10,000 บาท
   - 10,001 – 15,000 บาท
   - 15,001 – 20,000 บาท
   - 20,001 บาทขึ้นไป

DPU

5. สถานภาพปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - โสด
   - สมรส
   - หย่า
   - หม้าย (สามีตาย)

ตอนที่ 2 กิจกรรมการดำเนินชีวิต แบ่งออกเป็น 24 ข้อ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนและเกณฑ์การวัดค่าตัวแปรเกี่ยวกับกิจกรรมการดำเนินชีวิต ของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ด ดังนี้

- ประจำ (ทุกวัน)
- บ่อย ๆ (4-6 วันต่อสัปดาห์)
- บางครั้ง (2-3 วันต่อสัปดาห์)
- นาน ๆ ครั้ง (1 วันต่อสัปดาห์)

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ แบ่งออกเป็น 12 ข้อ ได้แก่

1. ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - ทุกวัน
   - สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า
2. ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - ทุกวัน
   - สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า

DPU

3. ความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - ทุกวัน
   - สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า
4. ความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - ทุกวัน
   - สัปดาห์ละ 4 – 6 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 2 – 3 ครั้ง
   - สัปดาห์ละ 1 ครั้ง
5. ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ แต่ละครั้งโดยประมาณ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - น้อยกว่า 30 นาที
   - 31 – 60 นาที
   - 1 – 2 ชั่วโมง
   - 2 ชั่วโมงขึ้นไป
6. ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ แต่ละครั้งโดยประมาณ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - น้อยกว่า 30 นาที
   - 31 – 60 นาที
   - 1 – 2 ชั่วโมง
   - 2 ชั่วโมงขึ้นไป
7. ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แต่ละครั้งโดยประมาณ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
   - น้อยกว่า 30 นาที
   - 31 – 60 นาที
   - 1 – 2 ชั่วโมง
   - 2 ชั่วโมงขึ้นไป

DPU

8. ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ แต่ละครั้งโดยประมาณ แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- น้อยกว่า 30 นาที
- 31 – 60 นาที
- 1 – 2 ชั่วโมง
- 2 ชั่วโมงขึ้นไป

9. ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- ข่าว
- ละคร
- ภาพยนตร์จีนชุด
- เกมโชว์
- สารคดี

10. ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อวิทยุมากที่สุด แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- ข่าว
- เพลงไทยสากล
- เพลงลูกทุ่ง
- เพลงสากล
- รายการธรรมะ

11. ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด แบ่งเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

- ข่าวการเมือง
- เนื้อหาละคร
- ข่าวต่างประเทศ
- ข่าวเศรษฐกิจ
- ข่าวสังคม
- ข่าวบันเทิง
- ข่าวกีฬา

DPU

12. ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อคอมพิวเตอร์มากที่สุด แบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- ข่าว
- บันเทิง
- วิชาความรู้
- เกม
- กีฬา

ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ แบ่งออกเป็น 15 ข้อ โดยผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนนและเกณฑ์การวัดค่าตัวแปรเกี่ยวกับความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด ดังนี้

5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
4 หมายถึง เห็นด้วยมาก
3 หมายถึง ปานกลาง
2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย
1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

เมื่อศึกษาปริมาณความมากน้อยของแต่ละคำตอบจากผลรวมของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยมาเป็นเกณฑ์ในการบรรยายลักษณะของค่าตัวแปรตามมาตราของลิเคิร์ท (Likert, 1961 : 97) โดยกำหนดแนวคำตอบเป็น 5 ระดับ เพื่อคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น (class interval) ของความกว้างในแต่ละอันตรภาคชั้นตามสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ดังนั้นเกณฑ์ค่าเฉลี่ยของการให้ระดับคะแนนในแต่ละอันตรภาคชั้นจะมีลักษณะดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 คะแนน	หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

จากประเด็นต่าง ๆ ที่สัมภาษณ์จะดำเนินวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

- ค่าร้อยละ (Percentage) โดยแสดงในรูปตารางแจกแจงความถี่ ซึ่งการวิเคราะห์แยกเป็นตารางทางเดียว ได้แก่ การอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้าน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง และกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน

- ค่าเฉลี่ย (Means) โดยแสดงในรูปตารางค่าเฉลี่ย เพื่อใช้ในการอธิบายความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยการใช้สถิติ Chi-square และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติขั้นสูง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

DPU

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษา จากการตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 335 ชุด ปรากฏว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามที่สมบูรณ์ 330 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.50 ผลการวิจัยที่ได้แบ่งเป็น 4 ตอนดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้าน
2. กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้าน
4. ความคาหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน
5. การทดสอบสมมติฐาน

ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

DPU

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้าน

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของอายุของกลุ่มแม่บ้าน

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
26 – 30 ปี	68	20.6
31 – 35 ปี	92	27.9
36 – 40 ปี	54	16.4
41 – 45 ปี	46	13.9
46 ปีขึ้นไป	70	21.2
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 92 คนคิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือกลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปจำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 21.2 กลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 26 – 30 ปี จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 กลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 36 – 40 ปีจำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 16.4 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 41 – 45 ปีจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของอาชีพของกลุ่มแม่บ้าน

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	78	23.6
แม่บ้าน (อยู่บ้านเฉย ๆ)	50	15.2
รับจ้าง	85	25.8
ค้าขาย	74	22.4
ทำสวน	43	13.0
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มแม่บ้านที่ประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุดเท่ากับ 85 คนคิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่รับราชการ จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 กลุ่มแม่บ้านที่ประกอบอาชีพค้าขายจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 22.4 กลุ่มแม่บ้านที่เป็นแม่บ้านอยู่บ้านเฉย ๆ จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 15.2 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่ประกอบอาชีพทำสวน จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 13.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาของกลุ่มแม่บ้าน

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	104	31.5
มัธยมศึกษา	80	24.2
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	74	22.4
ปริญญาตรี	62	18.8
ปริญญาโท	10	3.0
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 104 คนคิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 24.2 กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 22.4 กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 18.8 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 3.0

DPU

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของรายได้ต่อเดือนของกลุ่มแม่บ้าน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	118	35.8
5,001 – 10,000 บาท	150	45.5
10,001 – 15,000 บาท	37	11.2
15,001 – 20,000 บาท	16	4.8
20,001 บาทขึ้นไป	9	2.7
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงถึงจำนวน (ร้อยละ) ของรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาทจำนวน 150 คนคิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 118 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 กลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 11.2 กลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้เดือนละ 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของสถานภาพปัจจุบันของกลุ่มแม่บ้าน

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	84	25.5
สมรส	227	68.8
หย่า	10	3.0
หม้าย (สามีตาย)	9	2.7
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงถึงจำนวน (ร้อยละ) ของสถานภาพปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มแม่บ้านที่สมรสและอยู่ด้วยกันมีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 227 คนคิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่เป็นโสดจำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 25.5 กลุ่มแม่บ้านที่หย่าจำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 3.0 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่เป็นหม้าย (สามีตาย) จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

DPU

กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน

ตารางที่ 6 จำนวน และร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมงานประจำ

กลุ่มกิจกรรมงานประจำ	ประจำ (ทุกวัน)	บ่อยครั้ง (4-6 วัน/สัปดาห์)	บางครั้ง (2-3 วัน/สัปดาห์)	นานๆ ครั้ง (1 วัน/สัปดาห์)	รวม
ปรุงอาหาร	108 (32.7)	87 (26.4)	99 (30.0)	36 (10.9)	330 (100.0)
เตรียมของใส่บาตร	101 (30.6)	118 (35.8)	77 (23.3)	34 (10.3)	330 (100.0)
จัดร้านขายของ	66 (20.0)	58 (17.6)	50 (15.2)	156 (47.3)	330 (100.0)
ทำความสะอาดบ้าน	148 (44.8)	134 (40.6)	40 (12.1)	8 (2.4)	330 (100.0)
ซักรีดเสื้อผ้า	132 (40.0)	95 (28.8)	87 (26.4)	16 (4.8)	330 (100.0)
จ่ายตลาด	203 (61.5)	18 (5.5)	70 (21.2)	39 (11.8)	330 (100.0)

จากตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมงานประจำ พบว่า หน้าที่ปรุงอาหารเป็น ประจำ มากที่สุด จำนวน 108 คนคิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 99 คนคิดเป็นร้อยละ 30.0 บ่อยครั้ง จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 10.9

หน้าที่เตรียมของใส่บาตร บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 118 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 101 คนคิดเป็นร้อยละ 30.6 บางครั้ง จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุด นาน ๆ ครั้ง จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 10.3

หน้าที่จัดร้านขายของ นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดจำนวน 156 คนคิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 บ่อยครั้ง จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 17.6 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 15.2

ทำความสะอาดบ้าน ประจำ มากที่สุดจำนวน 148 คนคิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 134 คนคิดเป็นร้อยละ 40.6 บางครั้ง จำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 12.1 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 2.4

หน้าที่ซักรีดเสื้อผ้า ประจำ มากที่สุดจำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 95 คนคิดเป็นร้อยละ 28.8 บางครั้ง จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8

หน้าที่จ่ายตลาด ประจำ มากที่สุดจำนวน 203 คนคิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 21.2 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยที่สุดคือ บ่อยครั้ง จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 7 จำนวน และร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน

กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลินเพลิน	ประจำ (ทุกวัน)	บ่อยครั้ง (4-6 วัน/สัปดาห์)	บางครั้ง (2-3 วัน/สัปดาห์)	นานๆ ครั้ง (1 วัน/สัปดาห์)	รวม
ดูโทรทัศน์	132 (40.0)	121 (36.7)	46 (13.9)	31 (9.4)	330 (100.0)
ฟังวิทยุ	132 (40.0)	122 (37.0)	33 (10.0)	43 (13.0)	330 (100.0)
อ่านหนังสือ	107 (32.4)	112 (33.9)	103 (31.2)	8 (2.4)	330 (100.0)
ไปช็อปปิ้ง	97 (29.4)	108 (32.7)	86 (26.1)	39 (11.8)	330 (100.0)
เล่นไพ่	106 (32.1)	130 (39.4)	29 (8.8)	65 (19.7)	330 (100.0)
เที่ยวนอกเกาะเกร็ด	105 (31.8)	115 (34.8)	77 (23.3)	33 (10.0)	330 (100.0)

จากตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน พบว่า ดูโทรทัศน์ เป็นประจำ มากที่สุดจำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 121 คนคิดเป็นร้อยละ 36.7 บางครั้ง จำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 13.9 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 9.4

ฟังวิทยุ เป็นประจำ มากที่สุดจำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 122 คนคิดเป็นร้อยละ 37.0 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 10.0

DPU

อ่านหนังสือ บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 112 คนคิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 107 คนคิดเป็นร้อยละ 32.4 บางครั้ง จำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 31.2 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 2.4

ไปช็อปปิ้ง บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 108 คนคิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 97 คนคิดเป็นร้อยละ 29.4 บางครั้ง จำนวน 86 คนคิดเป็นร้อยละ 26.1 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8

เล่นไพ่ บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 130 คนคิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 106 คนคิดเป็นร้อยละ 32.1 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 65 คนคิดเป็นร้อยละ 19.7 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 8.8

เที่ยวนอกเกาะเกร็ด บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 115 คนคิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 105 คนคิดเป็นร้อยละ 31.8 บางครั้ง จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 8 จำนวน และร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก

กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก	ประจำ (ทุกวัน)	บ่อยครั้ง (4-6 วัน/ สัปดาห์)	บางครั้ง (2-3 วัน/ สัปดาห์)	นานๆ ครั้ง (1 วัน/ สัปดาห์)	รวม
ปลูกต้นไม้	105 (31.8)	126 (38.2)	31 (9.4)	68 (20.6)	330 (100.0)
เย็บปักถักร้อย	84 (25.5)	87 (26.4)	138 (41.8)	21 (6.4)	330 (100.0)
ไปวัดเรียนธรรมะ	128 (38.8)	88 (26.7)	90 (27.3)	24 (7.3)	330 (100.0)
เลี้ยงสัตว์	127 (38.5)	116 (35.2)	32 (9.7)	55 (16.7)	330 (100.0)
ฝึกอาชีพกับชมรมต่าง ๆ	185 (56.1)	20 (6.1)	68 (20.6)	57 (17.3)	330 (100.0)
ตกปลา	96 (29.1)	78 (23.6)	110 (33.3)	46 (13.9)	330 (100.0)

จากตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของแม่บ้านกลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก พบว่า ปลูกต้นไม้ บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 126 คนคิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 105 คนคิดเป็นร้อยละ 31.8 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 9.4

เย็บปักถักร้อย บางครั้ง มากที่สุดจำนวน 138 คนคิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 ประจำ จำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 6.4

ไปวัดเรียนธรรมะ ประจำ มากที่สุดจำนวน 128 คนคิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 27.3 บ่อยครั้ง จำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 26.7 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 7.3

เลี้ยงสัตว์ เป็นประจำ มากที่สุดจำนวน 127 คนคิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 116 คนคิดเป็นร้อยละ 35.2 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 9.7

ฝึกอาชีพกับชมรมต่าง ๆ เป็นประจำ มากที่สุดจำนวน 185 คนคิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 17.3 และน้อยที่สุดคือ บ่อยครั้ง จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 6.1

ตกปลา บางครั้ง มากที่สุดจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 29.1 บ่อยครั้ง จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้าน

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	107	32.4
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	89	27.0
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	56	17.0
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	78	23.6
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อ พบว่ากลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทุกวันเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 107 คนคิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาได้แก่ เปิดรับสื่อโทรทัศน์สัปดาห์ละ 4-6 ครั้งจำนวน 89 คนคิดเป็นร้อยละ 27.0 เปิดรับสัปดาห์ละ 1 ครั้งจำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 และเปิดรับสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งน้อยที่สุดเท่ากับ 56 คนคิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อวิทยุ

ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	101	30.6
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	98	29.7
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	71	21.5
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	60	18.2
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุของกลุ่มแม่บ้านตำบลเกาะเกร็ด พบว่า เปิดรับทุกวันมีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 101 คนคิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาได้แก่ สัปดาห์ละ 4-6 ครั้งจำนวน 98 คนคิดเป็นร้อยละ 98.7 สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 21.5 และน้อยที่สุดคือ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ

PPU

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	85	25.8
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	79	23.9
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	72	21.8
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	94	28.5
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มแม่บ้านเปิดรับหนังสือพิมพ์สัปดาห์ละ 1 ครั้งจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 94 คนคิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาได้แก่ เปิดรับทุกวันจำนวน 85 คนคิดเป็นร้อยละ 25.8 สัปดาห์ละ 4-6 ครั้งจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 23.9 และน้อยที่สุดคือ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง จำนวน 72 คนคิดเป็นร้อยละ 21.8 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของความถี่ที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์

ความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	47	14.2
สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง	68	20.6
สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง	27	8.2
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	188	57.0
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวนมากที่สุดเท่ากับ 188 คนคิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาได้แก่ สัปดาห์ละ 4-6 ครั้งจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 ทุกวันจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 14.2 และน้อยที่สุดคือ สัปดาห์ละ 2-3 ครั้งจำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	78	23.6
31 – 60 นาที	102	30.9
1 – 2 ชั่วโมง	66	20.0
2 ชั่วโมงขึ้นไป	84	25.5
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระยะเวลาที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์ของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อโทรทัศน์เป็นระยะเวลา 31-60 นาทีต่อครั้งมากที่สุดเท่ากับ 102 คนคิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาได้แก่ 2 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 25.5 น้อยกว่า 30 นาทีจำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 และ 1-2 ชั่วโมง จำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 เป็นจำนวนน้อยที่สุด

DPU

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อวิทยุ

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	96	29.1
31 – 60 นาที	88	26.7
1 – 2 ชั่วโมง	82	24.8
2 ชั่วโมงขึ้นไป	64	19.4
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระยะเวลาที่เปิดรับสื่อวิทยุของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อวิทยุน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้งเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 96 คนคิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาได้แก่ เปิดรับสื่อวิทยุเป็นเวลา 31-60 นาทีจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 26.7 เปิดรับสื่อวิทยุเป็นเวลา 1-2 ชั่วโมงจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 24.8 และน้อยที่สุดคือ เปิดรับเป็นเวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 19.4

DPU

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	124	37.6
31 – 60 นาที	102	30.9
1 – 2 ชั่วโมง	88	26.7
2 ชั่วโมงขึ้นไป	16	4.8
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระยะเวลาที่เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์เป็นเวลาน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้งเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 124 คนคิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลา 31-60 นาทีจำนวน 102 คนคิดเป็นร้อยละ 30.9 ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 26.7 และน้อยที่สุดคือ ระยะเวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8

DPU

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของระยะเวลาต่อครั้งที่เปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	137	41.5
31 – 60 นาที	109	33.0
1 – 2 ชั่วโมง	73	22.1
2 ชั่วโมงขึ้นไป	11	3.3
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 16 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของระยะเวลาที่เปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ พบว่า กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์เป็นเวลาน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้งเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 137 คนคิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลา 31-60 นาทีจำนวน 109 คนคิดเป็นร้อยละ 33.0 ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงจำนวน 73 คนคิดเป็นร้อยละ 23.1 และ 2 ชั่วโมงขึ้นไปเท่ากับ 11 คนคิดเป็นร้อยละ 3.3 น้อยที่สุด

DPU

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อโทรทัศน์

ประเภทของรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	53	16.1
ละคร	93	28.2
ภาพยนตร์จีนชุด	100	30.3
เกมโชว์	21	6.4
สารคดี	63	19.1
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 17 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของประเภทรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับภาพยนตร์จีนชุด เป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 100 คนคิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาได้แก่ ละคร จำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 28.2 สารคดี จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 19.1 ข่าว จำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 16.1 และน้อยที่สุดคือ เกมโชว์จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อวิทยุ

ประเภทของรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	71	21.5
เพลงไทยสากล	74	22.4
เพลงลูกทุ่ง	91	27.6
เพลงสากล	41	12.4
รายการธรรมะ	53	16.1
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 18 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของประเภทรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อวิทยุ พบว่า กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับเพลงลูกทุ่งเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 91 คนคิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาได้แก่ เพลงไทยสากล จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 22.4 ข่าว จำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 21.5 รายการธรรมะ จำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 16.1 และน้อยที่สุดคือเพลงสากล จำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 12.4 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อหนังสือพิมพ์

ประเภทของรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวการเมือง	54	16.4
เนื้อหาละคร	77	23.3
ข่าวต่างประเทศ	62	18.8
ข่าวสังคม	68	20.6
ข่าวเศรษฐกิจ	40	12.1
ข่าวบันเทิง	17	5.2
ข่าวกีฬา	12	3.6
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 19 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของประเภทรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับเนื้อหาละครเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 77 คนคิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาได้แก่ ข่าวสังคม จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 ข่าวต่างประเทศ จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 18.8 ข่าวการเมือง จำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 16.4 ข่าวเศรษฐกิจ จำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 12.1 ข่าวบันเทิง จำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 5.2 และน้อยที่สุดคือ ข่าวกีฬาจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

DPU

ตารางที่ 20 จำนวนและร้อยละของรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อคอมพิวเตอร์

ประเภทของรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ข่าว	52	15.8
บันเทิง	64	19.4
วิชาความรู้	70	21.2
เกม	119	36.1
กีฬา	25	7.6
รวม	330	100.0

จากตารางที่ 20 แสดงจำนวน (ร้อยละ) ของประเภทรายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อคอมพิวเตอร์ พบว่า รายการที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับทางสื่อคอมพิวเตอร์มากที่สุดคือ เกม จำนวน 119 คนคิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมาได้แก่ วิชาความรู้ จำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 21.2 บันเทิง จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 19.4 ข่าว จำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 15.8 และน้อยที่สุดคือ กีฬา จำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

DPU

ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารของกลุ่มแม่บ้าน

ด้านความต้องการข้อมูลข่าวสาร	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
ต้องการรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ	153	120	48	9	0	4.26	มากที่สุด
เพื่อการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ	116	79	39	67	29	3.56	มาก
เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร	55	159	73	33	10	3.65	มาก
เพื่อความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	47	126	80	48	29	3.35	ปานกลาง
รวม						3.71	มาก

จากตารางที่ 21 แสดงจำนวน (ค่าเฉลี่ย) ของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการข้อมูลข่าวสารของกลุ่มแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.71 นั่นคือ กลุ่มแม่บ้านมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

ด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย	97	118	115	0	0	3.95	มาก
เพื่อการอยู่ร่วมกับครอบครัว	117	109	91	12	1	4.00	มาก
เพื่อให้มีความเข้าใจต่อสังคม	89	120	71	39	11	3.72	มาก
เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม	101	118	29	66	16	3.67	มาก
รวม						3.84	มาก

จากตารางที่ 22 แสดงจำนวน (ค่าเฉลี่ย) ของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นของกลุ่มแม่บ้าน มีค่าเฉลี่ย 3.84 นั่นคือ กลุ่มแม่บ้านมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

DPU

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการความบันเทิงของกลุ่มแม่บ้าน

ด้านความต้องการความบันเทิง	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ	56	136	109	29	0	3.66	มาก
เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน	60	158	60	36	16	3.64	มาก
เพื่อผ่อนคลายความเครียด	108	146	67	9	0	4.07	มาก
เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา	38	129	143	20	0	3.56	มาก
รวม						3.73	มาก

จากตารางที่ 23 แสดงจำนวน (ค่าเฉลี่ย) ของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการความบันเทิงของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการความบันเทิงของกลุ่มแม่บ้านมีค่าเฉลี่ย 3.73 นั่นคือ กลุ่มแม่บ้านมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

DPU

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและค่าเฉลี่ยของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง

ด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
เพื่อพัฒนาความคิดตนเอง	136	58	69	9	58	3.62	มาก
เพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต	114	49	101	66	0	3.64	มาก
เพื่อให้เป็นคนทันสมัย	85	137	88	20	0	3.87	มาก
เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตัวเอง	67	177	48	38	0	3.83	มาก
รวม						3.74	มาก

จากตารางที่ 24 แสดงจำนวน (ค่าเฉลี่ย) ของความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเองของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเองของกลุ่มแม่บ้านมีค่าเฉลี่ย 3.74 นั่นคือ กลุ่มแม่บ้านมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตแตกต่างกัน

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.1

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามอายุที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามอายุที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
อายุ	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นาน ๆ ครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นาน ๆ ครั้ง
26-30	25	20	14	10	23	25	13	8	24	19	15	10
31-35	36	23	22	11	33	33	17	10	34	25	21	12
36-40	18	17	12	8	19	22	9	5	18	13	15	9
41-45	19	10	9	8	14	17	10	5	19	11	10	6
46 ปีขึ้นไป	29	15	14	12	24	22	15	9	27	17	18	8
รวม	127	85	71	49	113	119	64	37	122	85	79	45
ร้อยละ	38.3	25.6	21.4	14.8	33.9	35.7	19.2	11.1	36.9	25.7	23.9	13.6

Chi-Square: 10.188 Sig.: .599

จากตารางที่ 25 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.1 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ระดับอายุของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.2

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามอาชีพที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามอาชีพที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

ตารางที่ 26 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
อาชีพ	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง
รับราชการ	32	20	16	10	25	28	15	10	28	21	19	10
แม่บ้าน	19	12	11	8	16	18	10	6	18	12	12	7
รับจ้าง	30	23	21	12	30	30	17	9	28	24	20	13
ค้าขาย	28	19	13	14	26	26	15	8	30	16	17	12
ทำสวน	18	11	10	5	17	17	6	3	16	13	11	3
รวม	127	85	71	49	114	119	63	36	120	86	79	45
ร้อยละ	38.3	25.6	21.4	14.8	34.3	35.8	19.0	10.8	36.4	26.1	23.9	13.6

Chi-Square: 12.207 Sig.: .391

จากตารางที่ 26 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.2 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ อาชีพของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.3

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

ตารางที่ 27 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
ระดับการศึกษา	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง
ประถมศึกษา	38	28	25	14	38	36	19	11	35	28	24	17
มัธยมศึกษา	31	20	16	13	27	29	15	9	31	20	18	11
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	31	19	13	12	26	26	13	9	28	18	19	9
ปริญญาตรี	24	16	14	8	20	23	12	7	22	17	15	8
ปริญญาโท	4	3	3	1	3	4	3	1	4	3	2	2
รวม	128	86	71	48	114	118	62	37	120	86	78	47
ร้อยละ	38.4	25.8	21.3	14.4	34.4	35.6	18.7	11.2	36.3	26.0	23.6	14.2

Chi-Square: 11.326 Sig.: .501

จากตารางที่ 27 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.3 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ระดับการศึกษาของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.4

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามระดับรายได้ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามระดับรายได้ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

ตารางที่ 28 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
ระดับรายได้	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆครั้ง
ต่ำกว่า 5000	38	36	19	11	39	42	24	13	42	31	29	16
5001-10000	27	29	15	9	54	53	28	16	54	41	34	21
10001-15000	26	26	13	9	12	14	7	5	14	8	10	5
15001-20000	20	23	12	7	6	6	3	2	7	3	4	2
20001 ขึ้นไป	3	4	3	1	3	4	1	1	3	3	2	1
รวม	114	118	62	37	114	119	63	37	120	86	79	45
ร้อยละ	34.4	35.6	18.7	11.2	34.2	35.7	18.9	11.1	36.4	26.1	23.9	13.6

Chi-Square: 15.220 Sig.: .230

จากตารางที่ 28 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.4 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ระดับรายได้ของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 1.5

H_0 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามสถานภาพที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

H_1 : ลักษณะทางประชากรศาสตร์แยกตามสถานภาพที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน

ตารางที่ 29 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
สถานภาพ	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆ ครั้ง	ประจำ	บางครั้ง	น้อยครั้ง	นานๆ ครั้ง
โสด	31	22	18	13	28	31	17	9	30	23	20	11
สมรส	88	59	49	32	80	81	41	25	83	58	55	31
หย่า	4	3	3	1	3	4	3	1	4	3	2	2
ม่าย	4	2	2	2	3	3	2	1	4	2	2	1
รวม	127	86	72	48	114	119	63	36	121	86	79	45
ร้อยละ	38.1	25.8	21.6	14.4	34.3	35.8	19.0	10.8	36.6	26.0	23.9	13.6

Chi-Square: 7.569 Sig.: .578

จากตารางที่ 29 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 1.5 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ สถานภาพของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.1

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 30 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.1 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
สื่อโทรทัศน์	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง
ประจำ	43	32	24	27	36	27	21	29	40	32	22	28
บ่อยครั้ง	27	23	15	20	38	32	21	28	28	22	16	21
บางครั้ง	22	20	9	20	21	20	9	13	23	22	11	23
นานๆ ครั้ง	15	15	8	11	13	11	5	8	17	13	8	8
รวม	107	90	56	78	108	90	56	78	108	89	57	80
ร้อยละ	32.3	27.2	16.9	23.6	32.5	27.1	16.9	23.5	32.3	26.6	17.1	24.0

Chi-Square: 9.440 Sig.: .398

จากตารางที่ 30 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.1 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.2

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุที่ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุแตกต่างกัน

ตารางที่ 31 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.2 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
สื่อวิทยุ	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง
ประจำ	40	37	29	21	36	33	22	22	39	36	25	21
บ่อยครั้ง	27	24	18	17	36	34	26	22	25	25	20	16
บางครั้ง	21	22	14	14	18	21	15	10	21	24	16	18
นานๆ ครั้ง	13	16	11	9	12	10	9	6	16	14	10	6
รวม	101	99	72	61	102	98	72	60	101	99	71	61
ร้อยละ	30.3	29.7	21.6	18.3	30.7	29.5	21.7	18.1	30.4	29.8	21.4	18.4

Chi-Square: 10.903 Sig.: .282

จากตารางที่ 31 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.2 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.3

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 32 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.3 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
สื่อหนังสือพิมพ์	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง
ประจำ	32	32	27	35	30	29	22	33	30	29	26	36
บ่อยครั้ง	23	20	19	24	29	31	25	34	22	19	23	21
บางครั้ง	18	17	15	21	16	14	16	17	19	19	16	25
นานๆ ครั้ง	12	10	11	15	11	7	9	11	14	13	7	12
รวม	85	79	72	95	86	81	72	95	85	80	72	94
ร้อยละ	25.7	23.9	21.8	28.7	25.7	24.3	21.6	28.4	25.7	24.2	21.8	28.4

Chi-Square: 8.598 Sig.: .475

จากตารางที่ 32 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.3 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.4

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.4 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
สื่อคอมพิวเตอร์	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง	ทุกวัน	4-6 ครั้ง	2-3 ครั้ง	1 ครั้ง
ประจำ	19	24	10	74	14	19	7	56	17	26	8	70
บ่อยครั้ง	11	19	6	50	13	20	8	58	12	18	10	46
บางครั้ง	9	15	8	39	9	15	6	39	11	16	7	44
นานๆ ครั้ง	8	10	4	26	6	6	3	17	7	9	2	27
รวม	47	68	28	189	42	60	24	170	47	69	27	187
ร้อยละ	14.2	20.5	8.4	56.9	14.2	20.3	8.1	57.4	14.2	20.9	8.2	56.7

Chi-Square: 7.718 Sig.: .563

จากตารางที่ 33 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.4 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.5

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 34 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.5 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
ระยะเวลาเปิดรับสื่อโทรทัศน์	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป
ประจำ	29	41	26	30	32	31	22	29	27	37	25	32
บ่อยครั้ง	22	26	17	21	27	43	22	27	22	25	18	21
บางครั้ง	17	22	14	18	13	19	14	16	18	24	14	22
นานๆ ครั้ง	11	13	10	15	6	10	8	13	11	16	9	10
รวม	79	102	67	84	78	103	66	85	78	102	66	85
ร้อยละ	23.8	30.7	20.2	25.3	23.5	31.0	19.9	25.6	23.6	30.8	19.9	25.7

Chi-Square: 14.808 Sig.: .096

จากตารางที่ 34 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.5 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.6

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิต มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิต มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 35 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.6 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
ระยะเวลาเปิดรับสื่อวิทยุ	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป
ประจำ	38	34	33	22	33	32	26	22	35	33	30	24
บ่อยครั้ง	24	23	21	18	38	29	29	22	25	23	21	16
บางครั้ง	23	19	16	12	17	17	18	10	22	20	19	18
นานๆ ครั้ง	11	12	13	12	8	10	9	10	14	13	12	6
รวม	96	88	83	64	96	88	82	64	96	89	82	64
ร้อยละ	29.0	26.6	25.1	19.3	29.0	91.7	93.2	78.0	29.0	26.9	24.8	19.3

Chi-Square: 16.095 Sig.: .065

จากตารางที่ 35 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.6 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.7

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 36 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.7 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
ระยะเวลาเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป
ประจำ	47	37	36	6	46	36	26	6	44	37	33	7
บ่อยครั้ง	31	28	22	4	47	35	31	5	32	27	23	5
บางครั้ง	28	23	17	2	20	20	20	3	32	24	20	3
นานๆ ครั้ง	17	15	13	3	12	13	10	2	17	15	12	2
รวม	123	103	88	15	125	104	87	16	125	103	88	17
ร้อยละ	37.4	31.3	26.7	4.6	37.7	31.3	26.2	4.8	37.5	30.9	26.4	5.1

Chi-Square: 11.611 Sig.: .236

จากตารางที่ 36 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.7 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 2.8

H_0 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ไม่ต่างกัน

H_1 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 37 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.8 โดยใช้สถิติ Chi-Square

กิจกรรมการดำเนินชีวิต	กลุ่มกิจกรรมงานประจำ				กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน				กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก			
ระยะเวลาเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป	น้อยกว่า 30 นาที	31 - 60 นาที	1 - 1.30 ชม.	2 ชม. ขึ้นไป
ประจำ	52	40	31	4	49	39	22	4	50	40	27	4
บ่อยครั้ง	35	29	18	4	52	36	25	5	35	29	19	3
บางครั้ง	30	25	14	2	22	22	18	1	34	24	16	4
นานๆ ครั้ง	20	16	11	2	14	13	8	1	18	16	11	0
รวม	137	110	74	12	137	110	73	11	137	109	73	11
ร้อยละ	41.1	33.0	22.2	3.6	41.4	33.2	22.1	3.3	41.5	33.0	22.1	3.3

Chi-Square: 12.273 Sig.: .198

จากตารางที่ 37 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 2.8 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ไม่ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

H_0 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.1

H_0 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 38 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.1 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ทุกวัน	4.17	.95	5.215	.002
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	4.36	.74		
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	4.39	.68		
1 ครั้งต่อสัปดาห์	4.19	.74		
รวม	4.26	.81		

จากตารางที่ 38 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.1 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_0 นั่นคือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

DPU

สมมติฐานย่อยที่ 3.2

H_0 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 39 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.2 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุ	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ทุกวัน	4.01	.79	3.100	.027
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	4.02	.75		
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	3.82	.79		
1 ครั้งต่อสัปดาห์	3.86	.86		
รวม	3.95	.80		

จากตารางที่ 39 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.2 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_0 นั่นคือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุที่ต่าง มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

DPU

สมมติฐานย่อยที่ 3.3

H_0 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 40 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.3 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ทุกวัน	3.48	.89	.443	.722
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	3.60	.90		
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	3.68	.72		
1 ครั้งต่อสัปดาห์	3.99	.78		
รวม	3.66	.86		

จากตารางที่ 40 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.3 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.4

H_0 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 41 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.4 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ทุกวัน	3.58	1.00	1.382	.248
4-6 ครั้งต่อสัปดาห์	3.78	.99		
2-3 ครั้งต่อสัปดาห์	3.39	1.11		
1 ครั้งต่อสัปดาห์	3.73	1.14		
รวม	3.64	1.05		

จากตารางที่ 41 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.4 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.5

H_0 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 42 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.5 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 30 นาที	3.68	1.32	1.206	.308
31-60 นาที	3.48	1.50		
1-1½ ชั่วโมง	3.80	1.29		
2 ชั่วโมงขึ้นไป	3.20	1.32		
รวม	3.56	1.37		

จากตารางที่ 42 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.5 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

DPU

สมมติฐานย่อยที่ 3.6

H_0 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 43 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.6 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ	การใช้ประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 30 นาที	3.83	1.34	.933	.425
31-60 นาที	3.39	1.66		
1-1½ ชั่วโมง	3.76	1.36		
2 ชั่วโมงขึ้นไป	3.45	1.51		
รวม	3.62	1.47		

จากตารางที่ 43 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.6 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.7

H_0 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 44 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.7 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 30 นาที	4.07	.87	.497	.685
31-60 นาที	4.10	.74		
1-1½ ชั่วโมง	4.04	.74		
2 ชั่วโมงขึ้นไป	4.06	.83		
รวม	4.07	.80		

จากตารางที่ 44 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.7 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.8

H_0 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 45 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.8 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
น้อยกว่า 30 นาที	3.66	1.14	.690	.559
31-60 นาที	3.48	1.22		
1-1½ ชั่วโมง	3.74	1.12		
2 ชั่วโมงขึ้นไป	3.70	1.11		
รวม	3.64	1.15		

จากตารางที่ 45 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.8 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่าง มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.9

H_0 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 46 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.9 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ข่าว	4.38	.63	.530	.714
ละคร	4.03	.89		
ภาพยนตร์จีนชุด	4.36	.82		
เกมโชว์	4.18	.83		
สารคดี	4.76	.44		
รวม	4.26	.81		

จากตารางที่ 46 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.9 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.10

H_0 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 47 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.10 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อวิทยุ	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ข่าว	3.90	.87	3.264	.012
เพลงไทยสากล	3.81	.81		
เพลงลูกทุ่ง	3.64	.70		
เพลงสากล	4.15	.74		
รายการธรรมะ	4.24	.83		
รวม	3.95	.80		

จากตารางที่ 47 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.10 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_0 นั่นคือ ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อวิทยุที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อที่แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.11

H_0 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 48 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.11 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ข่าวการเมือง	3.88	.86	.765	.598
เนื้อหาละคร	3.50	.94		
ข่าวต่างประเทศ	3.84	.61		
ข่าวเศรษฐกิจ	3.56	.94		
ข่าวสังคม	3.60	.76		
ข่าวบันเทิง	4.00	1.03		
ข่าวกีฬา	3.56	.97		
รวม	3.71	.87		

จากตารางที่ 48 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.11 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่ามากกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_0 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_1 นั่นคือ ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

สมมติฐานย่อยที่ 3.12

H_0 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน

H_1 : ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน

ตารางที่ 49 ผลการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.12 โดยใช้สถิติ One-Way ANOVA

ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อคอมพิวเตอร์	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ			
	Mean	S.D.	F	Sig.
ข่าว	3.92	1.13	6.128	.000
บันเทิง	3.20	1.32		
วิชาความรู้	3.77	1.13		
เกม	3.51	1.52		
กีฬา	3.40	1.66		
รวม	3.56	1.37		

จากตารางที่ 49 ในการทดสอบสมมติฐานย่อยที่ 3.12 ปรากฏผลว่า ค่า Significance level ที่ได้มีค่าน้อยกว่า α ที่กำหนดไว้คือ .05 ดังนั้นจึงยอมรับ H_1 และปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย H_0 นั่นคือ ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อคอมพิวเตอร์ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อที่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษากิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ ของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ดนั้น กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจกิจกรรมการดำเนินชีวิต และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ รวมทั้งความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด ทำการสัมภาษณ์โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแล้วส่งกลับในทันที ตามสัดส่วนที่กำหนดทั้งหมด 335 ชุด ปรากฏว่ามีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ 5 ชุด ดังนั้นจำนวนแบบสอบถามที่สามารถนำมาใช้เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล จึงมีทั้งหมด 330 ชุด คิดเป็นร้อยละ 98.50 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรูปแบบการสำรวจ (Survey Method) แบบเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (one-shot Case Study) ซึ่งกำหนดวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยแสดงในรูปตาราง เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ สำหรับการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (one-way ANOVA) โดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows version 10 สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้าน

ตอนที่ 2 กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้าน

ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน

ตอนที่ 5 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปและอภิปรายผล

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มแม่บ้าน

กลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 31 – 35 ปี มีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 92 คนคิดเป็นร้อยละ 27.9 รองลงมาคือกลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปจำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 21.2 กลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 26 – 30 ปีจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 กลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 36 – 40 ปี จำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 16.4 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่มีอายุ 41 – 45 ปีจำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

ประกอบอาชีพรับจ้างมากที่สุดเท่ากับ 85 คนคิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่รับราชการ จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 กลุ่มแม่บ้านที่ประกอบอาชีพค้าขายจำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 22.4 กลุ่มแม่บ้านที่เป็นแม่บ้านอยู่บ้านเฉย ๆ จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 15.2 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่ประกอบอาชีพทำสวน จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 13.0

มีการศึกษาระดับประถมศึกษามีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 104 คนคิดเป็นร้อยละ 31.5 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 24.2 กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับ ปวช./ปวส./อนุปริญญา จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 22.4 กลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 18.8 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 3.0

มีรายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาทจำนวน 150 คนคิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 118 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 กลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาทจำนวน 37 คนคิดเป็นร้อยละ 11.2 กลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาทจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่มีรายได้เดือนละ 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

กลุ่มแม่บ้านที่สมรสและอยู่ด้วยกันมีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 227 คนคิดเป็นร้อยละ 68.8 รองลงมาได้แก่ กลุ่มแม่บ้านที่เป็นโสดจำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 25.5 กลุ่ม

แม่บ้านที่หย่าจำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 3.0 และน้อยที่สุดคือกลุ่มแม่บ้านที่เป็นหม้าย (สามีตาย) จำนวน 9 คนคิดเป็นร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป ภาพรวมของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ดนั้นส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 35 ปี ประกอบอาชีพรับจ้าง มีระดับการศึกษาชั้นประถมศึกษา รายได้ต่อเดือน 5,001 – 10,000 บาท สถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน

ตอนที่ 2 กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน

กิจกรรมการดำเนินชีวิต เป็นแนวคิดใหม่ที่ทำการศึกษาถึงการใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ของกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งแนวคิดนี้จะทำให้นักการสื่อสารมวลชนสามารถเข้าใจกลุ่มผู้รับสารของตนได้ดียิ่งขึ้น อีกทั้งเป็นการขยายความรู้ที่มีต่อผู้รับสารอีกด้วย

การสำรวจกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านนั้น เกิดจากการนำค่าความถี่ของตัวแปรแต่ละตัวแปรในกลุ่มกิจกรรมงานประจำ กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน และกลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก ไปทำการหาค่าร้อยละแล้วจึงนำมาสรุปได้ดังนี้

กลุ่มกิจกรรมงานประจำ พบว่า หน้าที่ปรุงอาหารเป็น ประจำ มากที่สุด จำนวน 108 คนคิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 99 คนคิดเป็นร้อยละ 30.0 บ่อยครั้ง จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 36 คนคิดเป็นร้อยละ 10.9

หน้าที่เตรียมของใส่บาตร บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 118 คนคิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 101 คนคิดเป็นร้อยละ 30.6 บางครั้ง จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุด นาน ๆ ครั้ง จำนวน 34 คนคิดเป็นร้อยละ 10.3

หน้าที่จัดร้านขายของ นาน ๆ ครั้ง มากที่สุดจำนวน 156 คนคิดเป็นร้อยละ 47.3 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 บ่อยครั้ง จำนวน 58 คนคิดเป็นร้อยละ 17.6 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 50 คนคิดเป็นร้อยละ 15.2

ทำความสะอาดบ้าน ประจำ มากที่สุดจำนวน 148 คนคิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 134 คนคิดเป็นร้อยละ 40.6 บางครั้ง จำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 12.1 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 2.4

หน้าที่ซักรีดเสื้อผ้า ประจำ มากที่สุดจำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 95 คนคิดเป็นร้อยละ 28.8 บางครั้ง จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8

หน้าที่จ่ายตลาด ประจำ มากที่สุดจำนวน 203 คนคิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 21.2 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8 และน้อยที่สุดคือ บ่อยครั้ง จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ

กลุ่มกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน พบว่า ดูโทรทัศน์ เป็นประจำ มากที่สุด จำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 121 คนคิดเป็นร้อยละ 36.7 บางครั้ง จำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 13.9 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 9.4

ฟังวิทยุ เป็นประจำ มากที่สุดจำนวน 132 คนคิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 122 คนคิดเป็นร้อยละ 37.0 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 43 คนคิดเป็นร้อยละ 13.0 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 10.0

อ่านหนังสือ บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 112 คนคิดเป็นร้อยละ 33.9 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 107 คนคิดเป็นร้อยละ 32.4 บางครั้ง จำนวน 103 คนคิดเป็นร้อยละ 31.2 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 8 คนคิดเป็นร้อยละ 2.4

ไปช็อปปิ้ง บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 108 คนคิดเป็นร้อยละ 32.7 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 97 คนคิดเป็นร้อยละ 29.4 บางครั้ง จำนวน 86 คนคิดเป็นร้อยละ 26.1 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 39 คนคิดเป็นร้อยละ 11.8

เล่นไพ่ บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 130 คนคิดเป็นร้อยละ 39.4 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 106 คนคิดเป็นร้อยละ 32.1 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 65 คนคิดเป็นร้อยละ 19.7 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 29 คนคิดเป็นร้อยละ 8.8

เที่ยวนอกเกาะเกร็ด บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 115 คนคิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 105 คนคิดเป็นร้อยละ 31.8 บางครั้ง จำนวน 77 คนคิดเป็นร้อยละ 23.3 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ

กลุ่มกิจกรรมงานอดิเรก พบว่า ปลูกต้นไม้ บ่อยครั้ง มากที่สุดจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 105 คนคิดเป็นร้อยละ 31.8 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 31 คนคิดเป็นร้อยละ 9.4

เย็บปักถักร้อย บางครั้ง มากที่สุดจำนวน 138 คนคิดเป็นร้อยละ 41.8 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 87 คนคิดเป็นร้อยละ 26.4 ประจำ จำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 25.5 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 6.4

ไปวัดเรียนธรรมะ ประจำ มากที่สุดจำนวน 128 คนคิดเป็นร้อยละ 38.8 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 27.3 บ่อยครั้ง จำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 26.7 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 24 คนคิดเป็นร้อยละ 7.3

เลี้ยงสัตว์ เป็นประจำ มากที่สุดจำนวน 127 คนคิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาได้แก่ บ่อยครั้ง จำนวน 116 คนคิดเป็นร้อยละ 35.2 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 16.7 และน้อยที่สุดคือ บางครั้ง จำนวน 32 คนคิดเป็นร้อยละ 9.7

ฝึกอาชีพกับชมรมต่าง ๆ เป็นประจำ มากที่สุดจำนวน 185 คนคิดเป็นร้อยละ 56.1 รองลงมาได้แก่ บางครั้ง จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 นาน ๆ ครั้ง จำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 17.3 และน้อยที่สุดคือ บ่อยครั้ง จำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 6.1

ตกปลา บางครั้ง มากที่สุดจำนวน 110 คนคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาได้แก่ ประจำ จำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 29.1 บ่อยครั้ง จำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 และน้อยที่สุดคือ นาน ๆ ครั้ง จำนวน 46 คนคิดเป็นร้อยละ 13.9 ตามลำดับ

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ดทุกกลุ่มกิจกรรมมีความสำคัญในสัดส่วนใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากเป็นกิจกรรมที่ศึกษาในครั้งนี้เป็นกิจกรรมที่แม่บ้านส่วนใหญ่ทำจนเกิดความเคยชินและกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของกลุ่มแม่บ้าน โดยเฉพาะกลุ่มกิจกรรมงานประจำ สอดคล้องกับการใช้เวลาในกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากแม่บ้านจัดว่าเป็นผู้นำของครอบครัวคนหนึ่ง นอกจากนี้สภาพการณ์ปัจจุบันผู้คนมักจะคำนึงถึงสภาพสังคมและเศรษฐกิจในครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญ โดยเฉพาะการไปตกปลาจะทำเพียงบางครั้งมากที่สุด ซึ่งถือว่าเป็น

กิจกรรมงานอดิเรกที่จะต้องลดน้อยลงไปตามความสำคัญก่อนหลังของชีวิตประจำวันของแต่ละคน

Reimer ยังชี้ให้เห็นถึงกิจกรรมการดำเนินชีวิตอีกกลุ่มหนึ่งคือ Home and Family Orientation คือ รูปแบบของการดำเนินกิจกรรมที่มีลักษณะของความใกล้ชิดและเรื่องที่เป็นส่วนตัว ซึ่งในสังคมจะพบลักษณะดังกล่าวได้ในกลุ่มที่ชอบทำกิจกรรมร่วมกันภายในครอบครัว

นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์ที่ว่า ลักษณะของตนนั้นจะดำรงอยู่ในตนเองอย่างต่อเนื่อง เมื่อสามารถพัฒนาอัตลักษณ์ผ่านวิกฤตการณ์แต่ละขั้นได้เรียบร้อยแล้ว บุคคลก็จะมีภาพของอัตลักษณ์ในตนเองที่สมบูรณ์และสามารถปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานของสังคมที่อาศัยอยู่ได้ต่อไป อัตลักษณ์เป็นสิ่งไม่ตายตัวสามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตามบริบทสังคมที่บุคคลเผชิญอยู่ เช่นกลุ่มแม่บ้านที่อาศัยอยู่ในเกาะเกร็ดก็เช่นเดียวกันที่มีลักษณะอัตลักษณ์ของกลุ่มตนเองและสังคมที่ตนอาศัยอยู่

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้าน

สื่อโทรทัศน์ กลุ่มแม่บ้านเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทุกวันเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 107 คนคิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาได้แก่ เปิดรับสื่อโทรทัศน์สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง จำนวน 89 คนคิดเป็นร้อยละ 27.0 เปิดรับสัปดาห์ละ 1 ครั้งจำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 และเปิดรับสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งน้อยที่สุดเท่ากับ 56 คนคิดเป็นร้อยละ 17.0 ตามลำดับ เป็นระยะเวลา 31-60 นาทีต่อครั้งมากที่สุดเท่ากับ 102 คนคิดเป็นร้อยละ 30.9 รองลงมาได้แก่ 2 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 84 คนคิดเป็นร้อยละ 25.5 น้อยกว่า 30 นาทีจำนวน 78 คนคิดเป็นร้อยละ 23.6 และ 1-2 ชั่วโมงจำนวน 66 คนคิดเป็นร้อยละ 20.0 เป็นจำนวนน้อยที่สุด โดยกลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับภาพยนตร์จีนชุดเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 100 คนคิดเป็นร้อยละ 30.3 รองลงมาได้แก่ ละคร จำนวน 93 คนคิดเป็นร้อยละ 28.2 สารคดี จำนวน 63 คนคิดเป็นร้อยละ 19.1 ข่าว จำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 16.1 และน้อยที่สุดคือเกมโชว์ จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 6.4 ตามลำดับ

สื่อวิทยุ ความถี่ที่เปิดรับทุกวันมีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 101 คนคิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาได้แก่ สัปดาห์ละ 4-6 ครั้งจำนวน 98 คนคิดเป็นร้อยละ 98.7 สัปดาห์ละ 2-

3 ครั้งจำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 21.5 และน้อยที่สุดสัปดาห์ละ 1 ครั้งจำนวน 60 คนคิดเป็นร้อยละ 18.2 ตามลำดับ ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้งเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 96 คนคิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาได้แก่ เปิดรับสื่อวิทยุเป็นเวลา 31-60 นาทีจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 26.7 เปิดรับสื่อวิทยุเป็นเวลา 1-2 ชั่วโมงจำนวน 82 คนคิดเป็นร้อยละ 24.8 และน้อยที่สุดเปิดรับเป็นเวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 19.4 ซึ่งประเภทรายการที่นิยมเปิดรับมากที่สุดคือเพลงลูกทุ่งเท่ากับ 91 คนคิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาได้แก่ เพลงไทยสากล จำนวน 74 คนคิดเป็นร้อยละ 22.4 ข่าว จำนวน 71 คนคิดเป็นร้อยละ 21.5 รายการธรรมะ จำนวน 53 คนคิดเป็นร้อยละ 16.1 และน้อยที่สุดคือเพลงสากล จำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 12.4 ตามลำดับ

สื่อหนังสือพิมพ์ พบว่า กลุ่มแม่บ้านเปิดรับหนังสือพิมพ์สัปดาห์ละ 1 ครั้งมีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 94 คนคิดเป็นร้อยละ 28.5 รองลงมาได้แก่ เปิดรับทุกวันจำนวน 85 คนคิดเป็นร้อยละ 25.8 สัปดาห์ละ 4-6 ครั้งจำนวน 79 คนคิดเป็นร้อยละ 23.9 และน้อยที่สุดสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งจำนวน 72 คนคิดเป็นร้อยละ 21.8 ในแต่ละใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาทีเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 124 คนคิดเป็นร้อยละ 30.6 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลา 31-60 นาทีจำนวน 102 คนคิดเป็นร้อยละ 30.9 ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 26.7 และน้อยที่สุดระยะเวลา 2 ชั่วโมงขึ้นไปจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับเนื้อหาละครเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 77 คนคิดเป็นร้อยละ 23.3 รองลงมาได้แก่ ข่าวสังคม จำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 ข่าวต่างประเทศ จำนวน 62 คนคิดเป็นร้อยละ 18.8 ข่าวการเมือง จำนวน 54 คนคิดเป็นร้อยละ 16.4 ข่าวเศรษฐกิจ จำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 12.1 ข่าวบันเทิง จำนวน 17 คนคิดเป็นร้อยละ 5.2 และน้อยที่สุดคือ ข่าวกีฬาจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

สื่อคอมพิวเตอร์ พบว่า สัปดาห์ละ 1 ครั้งมีจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 188 คนคิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาได้แก่ สัปดาห์ละ 4-6 ครั้งจำนวน 68 คนคิดเป็นร้อยละ 20.6 ทุกวันจำนวน 47 คนคิดเป็นร้อยละ 14.2 และน้อยที่สุดสัปดาห์ละ 2-3 ครั้งจำนวน 27 คนคิดเป็นร้อยละ 8.2 ตามลำดับ การเปิดรับใช้เวลาน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้งเป็นจำนวนมากที่สุดเท่ากับ 137 คนคิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมาได้แก่ ระยะเวลา 31-60 นาทีจำนวน 109

คนคิดเป็นร้อยละ 33.0 ระยะเวลา 1-2 ชั่วโมงจำนวน 73 คนคิดเป็นร้อยละ 23.1 และ 2 ชั่วโมงขึ้นไปเท่ากับ 11 คนคิดเป็นร้อยละ 3.3 น้อยที่สุด นิยมเปิดรับเกมมากที่สุด จำนวน 119 คนคิดเป็นร้อยละ 36.1 รองลงมาได้แก่ วิชาความรู้ จำนวน 70 คนคิดเป็นร้อยละ 21.2 บันเทิง จำนวน 64 คนคิดเป็นร้อยละ 19.4 ข่าว จำนวน 52 คนคิดเป็นร้อยละ 15.8 และน้อยที่สุดคือ กีฬา จำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

จากการศึกษาสามารถที่จะอภิปรายผลได้ดังนี้

สื่อโทรทัศน์ เป็นสื่อหลักที่กลุ่มแม่บ้านเปิดรับทุกวัน เนื่องจากการเปิดรับสื่อโทรทัศน์กลายเป็นกิจวัตรอย่างหนึ่งของคนในยุคปัจจุบัน เพราะมีความหลากหลายของเนื้อหาให้เลือก ไม่ต้องเสียเงินในการเลือกเปิดรับ และยังสามารถใช้เป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกับครอบครัวได้ ส่วนการเปิดรับสื่อวิทยุเป็นอันดับรองลงมา เพราะวิทยุเป็นอีกสื่อหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี เนื่องจากวิทยุเป็นสื่อกลางระหว่างประชาชนทั่วไปกับนักร้อง นักดนตรี และนักจัดรายการ ทำให้ผู้รับมีความรู้สึกว่าตนเองมีโลกของตนเอง และมีกลุ่มสังคมของเขา และเป็นสื่อที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมากเช่นเดียวกับสื่อโทรทัศน์จึงเปิดรับได้ง่าย ส่วนสื่อที่มีการเปิดรับต่ำคือ คอมพิวเตอร์ เนื่องจากเป็นสื่อที่เกี่ยวกับเทคโนโลยี ต้องใช้ความรู้ และทักษะในการใช้อีกทั้งต้องมีค่าใช้จ่ายในการใช้ซึ่งปัจจุบันยังคงมีราคาสูง จึงทำให้สื่อดังกล่าวยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก

สำหรับประเภทรายการ (เนื้อหา) ที่กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับ พบว่า กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับคล้ายคลึงกันจากสื่อที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มแม่บ้านนิยมเปิดรับภาพยนตร์ต่างประเทศจากสื่อโทรทัศน์ เนื้อหาละครจากสื่อหนังสือพิมพ์ และเกมจากสื่อคอมพิวเตอร์ ซึ่งโดยภาพรวมจึงกล่าวได้ว่า ส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาเพื่อการบันเทิงเป็นหลัก ทั้งนี้ ก็เพื่อช่วยลดความเครียดที่เกิดจากการทำงานเป็นหลัก

Stephenson (1967 อ้างใน จุฑามาศ กีรติกสิกร) กล่าวว่า การใช้สื่อเพื่อความบันเทิง หากจะมองกันอย่างผิวเผินจะดูเหมือนเป็นการใช้เวลาอย่างไม่มีสาระประโยชน์ แต่ถ้าพิจารณาให้ลึกลงไปแล้ว การใช้สื่อเพื่อความบันเทิงมิใช่สิ่งที่ไร้ประโยชน์กลับเป็นการได้คุณค่าหรือตอบสนองความพึงพอใจทางจิตวิทยา ในการดำรงชีวิตของคนนั้นแบ่งได้เป็นสองส่วนได้แก่ ส่วนที่เป็นอิสระคือ ส่วนที่เป็นชีวิตในการทำงานซึ่งสร้างความตึง

เครียดให้กับชีวิต ประกอบกับความกดดันทางสภาพแวดล้อมและสังคม ทำให้คนจำเป็นต้องมีชีวิต อีกส่วนหนึ่งคือ ส่วนที่ไม่เป็นสาระได้แก่ ส่วนของการเล่น ความสนุกสนาน ความบันเทิง เพื่อเป็นการลดความตึงเครียดและเป็นการสร้างสมดุลย์ให้กับชีวิตและดำรงอยู่ได้ในสภาพสังคมปัจจุบัน

ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน

ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน พบว่า กลุ่มแม่บ้านมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมากตามค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.84) รองลงมาได้แก่ ด้านความต้องการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง (ค่าเฉลี่ย 3.74) ด้านความบันเทิง (ค่าเฉลี่ย 3.73) และด้านความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (ค่าเฉลี่ย 3.71) ซึ่งผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า กลุ่มแม่บ้านใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ความต้องการข้อมูลข่าวสาร ได้แก่ ต้องการรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เพื่อความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้น และเพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ได้แก่ เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย เพื่อการอยู่ร่วมกับครอบครัว เพื่อให้มีความเข้าใจสังคม และเพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม

ความต้องการความบันเทิง ได้แก่ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อผ่อนคลายความเครียด เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

ความต้องการในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง ได้แก่ เพื่อพัฒนาความคิดเพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต เพื่อให้เป็นคนทันสมัย และเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับตนเอง

จากการศึกษาข้างต้น สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ พบว่า กลุ่มแม่บ้านมีการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นเป็นหลัก ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการในลักษณะ Integrative Need คือความต้องการที่ผู้รับสารเปิดรับสื่อมวลชน เพื่อจะได้รับความเชื่อถือ ความมั่นใจ ความมั่นคง และสถานภาพอันเป็นที่ยอมรับ ในขณะที่การ

ใช้ประโยชน์จากสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการอันดับรองลงมาคือ การสร้างเอกลักษณ์ให้กับตนเอง ซึ่งชี้ให้เห็นว่ากลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ดเปิดรับสื่อเพื่อปรับปรุงตนเองให้เป็นคนที่รอบรู้ต่อสภาพสังคมและเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับคำกล่าวของ พีระ จิรโสภณ ที่ให้คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ที่ว่า ปัจเจกบุคคลมีความต้องการจำเป็นตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการให้ได้ ขณะเดียวกัน จากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนทุก ๆ วันก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้และทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ทวีศักดิ์ จันทร์ลอย ที่ว่าสื่อมวลชนเป็นตัวทำให้เปิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเนื้อหาที่สื่อมวลชนนำเสนอจะถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นหัวข้อในการสนทนาได้เป็นอย่างดี แต่ส่วนใหญ่เรามักจะได้ข้อมูลข่าวสารดังกล่าวมาอย่างไม่รู้ตัว เนื่องจากเรามักใช้สื่อมวลชนเป็นประจำตามปกติ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนและข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ทำหน้าที่เปรียบเสมือนน้ำมันหล่อลื่นเพื่อการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้ง่ายขึ้น

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน มีกิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้านไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ไม่เป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัย นั่นคือ กิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่ไม่แตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มแม่บ้านที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อต่างกัน

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า มีทั้งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย และไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย นั่นคือ

ความถี่ในการเปิดรับสื่อสื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ยกเว้นกรณีของความถี่ในการเปิดรับหนังสือพิมพ์ และสื่อคอมพิวเตอร์ ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05)

ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อวิทยุ และสื่อคอมพิวเตอร์ ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อแตกต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (ยกเว้นกรณีประเภทรายการที่เปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ และสื่อหนังสือพิมพ์ ที่ต่างกัน มีความคาดหวังประโยชน์จากสื่อไม่ต่างกัน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05)

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ทำการสำรวจเฉพาะกลุ่มแม่บ้านในตำบลเกาะเกร็ด ทำให้ผลการวิจัยที่ได้จึงอาจไม่สามารถใช้เป็นตัวแทนของกลุ่มแม่บ้านอำเภอปากเกร็ดได้ครบถ้วน ดังนั้นจึงควรเพิ่มเติมในส่วนของกลุ่มแม่บ้านตำบลอื่นในปากเกร็ด รวมทั้งกลุ่มแม่บ้านในอำเภอปากลัดที่มีพื้นฐานวัฒนธรรมเดียวกับตำบลเกาะเกร็ดด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จุดอ่อนของการวิจัยในครั้งนี้คือ แบบสอบถามในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับขาดตัวเลือกการเปิดรับน้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง จึงเท่ากับบังคับให้ผู้ตอบตอบเฉพาะข้อคำตอบที่ผู้วิจัยกำหนดให้ตอบคือ สัปดาห์ละครั้งเท่านั้น ข้อมูลที่ได้ทำให้ไม่สามารถแสดงข้อเท็จจริงในส่วนของการเปิดรับที่น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง ดังนั้น การศึกษากิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวังประโยชน์จากสื่อในครั้งต่อไปควรขยายผลเกี่ยวกับข้อคำถามข้างต้น รวมทั้งการศึกษาถึงความสนใจ ความคิดเห็นของกลุ่มแม่บ้าน เพื่อเจาะลึกถึงการดำเนินชีวิตอย่างเต็มรูปแบบของกลุ่มแม่บ้านในปัจจุบัน

DPU

บรรณานุกรม

DPU

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

กาญจนา แก้วเทพ. " ทฤษฎีและแนวทางการศึกษาสื่อมวลชน" ใน **เอกสารประกอบการสอน**. ม.ป.ส., 2540, (อัดสำเนา)

ชวนะ ภวกานันท์. Generation X ต้นแบบของคนรุ่นใหม่ เปิดยุคการตลาด. ส่วนตั๊วส่วนตัว. **คู่แข่งธุรกิจ**. เมษายน 2539.

ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

พีระ จิรโสภณ. "ทฤษฎีการสื่อสาร" **เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร.** นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2535.

ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534. (อัดสำเนา)

_____. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย "การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ : ทฤษฎี งานวิจัย และข้อเสนอแนะต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ." **วารสารนิเทศศาสตร์** , ส.ค.- ก.ย. 2541.

วิเชียร เกตุสิงห์. **การวิจัยเชิงปฏิบัติ**. คู่มือการวิจัย. นนทบุรี, 2537.

เสรี วงษ์มณฑา. "หลักและทฤษฎีการสื่อสาร." **เอกสารประกอบการสอน** นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2535.

สุโขทัยธรรมาธิราช, มหาวิทยาลัย. **สังคมและวัฒนธรรมไทย**. หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: โรงพิมพ์สุโขทัยธรรมาธิราช, 2533.

สุพัตรา สุภาพ. **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2520.

ศิริชัย ศิริกายะ และ กาญจนา แก้วเทพ. **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531.

บรรณานุกรม (ต่อ)

วิทยานิพนธ์

จุฑามาศ กีรติกสิกร. "รูปแบบการดำเนินชีวิตของเด็กวัยรุ่นกับการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ณัฐวุฒิ ศรีกตัญญู. "รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

รุ่งฤดี ห่อนาค. "รูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับเพลงกับความพึงพอใจที่มีต่อเพลงไทยสากลของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการโฆษณา คณะนิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

ภาษาอังกฤษ

Books

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

De Fleur, Melvin L.; Davenport, Lucinda.; Cronin, Mary and DeFleur, Margaret. Audience Recall of News Stories Presented by Newspaper, Computer, Television and Radio. **Journalism Quartery**. 69 winter 1966.

Klapper, Joseph T. **The Effect of Mass Communication**. 10th ed, New York : The Free Press, 1969.

Kellner, D. Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities in S. Lash, and J. Friedman. (eds.) **Modernity and Identity**. England : T.J. Press,n.d.

DPU

บรรณานุกรม (ต่อ)

Lerner, Daniel and Wilbur Schramm eds. **Communication ad Change in the Developing Countries**. Honolulu : The University Press of Hawaii, 1972.

McComb, Maxwell E. and Becker, Lee B. **Using mass communication theory**. Englewood Cliffs : N.J.Princtice Hall, 1979.

McQuail, D., Blumler, J.G., and Brown, J.R. "The Television Audience : a revised perspective." In D. McQuail ed. **Sociology of Mass Communications.** Middlesex, England, 1974.

Meyrowitz, Joshua. Image of Media : Hidden Ferment – and Harmony – in the Field. **Journalism of Communication** . 43, 1993 .

Myer, N.D., and E.Boone, M. **The Information Edge.** New York : McGraw-Hill Book Company, 1982.

Schramm, Wibur. "Reading and Listening Patterns of American University Students." **Journalism Quarterly** 22 March 1973.

Severin, Wl, J. **Communication Theories : Origins, Methods, Uses**. Longman Inc., s.l.,1988.

Wright, C., R. **Mass Communication : A Sociological Perspective**. New York : Random House, 1986.

Yamane, Taro. **Statistics-An Introductory Analysis 2nd Ed**. Tokyo : John Weatherhill, Inc., 1970.

DPU

ภาคผนวก

DPU

แบบสอบถาม

เรื่อง กิจกรรมการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และความคาดหวัง

ประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน ตำบลเกาะเกร็ด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าข้อที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

.....

ตอนที่ 1 : ลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์

1. อายุ

1 ( ) 26 – 30 ปี 2 ( ) 31 – 35 ปี

3 ( ) 36 – 40 ปี 4 ( ) 41 – 45 ปี

5 ( ) 46 ปีขึ้นไป

2. อาชีพประจำของท่าน

1 ( ) รับราชการ 2 ( ) แม่บ้านอยู่บ้านเฉย ๆ

3 ( ) รับจ้าง 4 ( ) ค้าขาย

5 ( ) ทำสวน

3. ระดับการศึกษาของท่าน

1 ( ) ประถมศึกษา 2 ( ) มัธยมศึกษา

3 ( ) ปวช. / ปวส. / อนุปริญญา 4 ( ) ปริญญาตรี

5 ( ) ปริญญาโท

4. รายได้ต่อเดือน (ค่าจ้าง เงินเดือน ของท่านเอง)

1 ( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท 2 ( ) 5,001 - 10,000 บาท

3 ( ) 10,001 – 15,000 บาท 4 ( ) 15,001 – 20,000 บาท

5 ( ) 20,001 บาทขึ้นไป

5. สถานภาพปัจจุบันของท่าน

1 ( ) โสด 2 ( ) สมรส

3 ( ) หย่า 4 ( ) หม้าย (สามีตาย)

DPU

ตอนที่ 2 : กิจกรรมการดำเนินชีวิตของกลุ่มแม่บ้าน

ข้อ	ข้อความ	ประจำ	บ่อยครั้ง	บางครั้ง	นานๆ ครั้ง
7.	ปรุงอาหาร				
8.	เตรียมของใส่บาตร				
9.	จัดร้านขายของ				
10.	ปลูกต้นไม้				
11.	ทำความสะอาดบ้าน				
12.	ซัก-รีด เสื้อผ้า				
13.	จ่ายตลาด				
14.	เย็บปักถักร้อย				
15.	ดูโทรทัศน์				
16.	ฟังวิทยุ				
17.	อ่านหนังสือ				
18.	ไปช็อปปิ้ง				
19.	เลี้ยงสัตว์				
20.	เที่ยวนอกเกาะเกร็ด				
21.	ไปวัดเรียนธรรมะ				
22.	ตกปลา				
23.	ไปเล่นไพ่				
24.	ฝึกอาชีพจากชมรมต่าง ๆ				

DPU

ตอนที่ 3 : พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมวลชน

25. ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

1 ( ) ทุกวัน 2 ( ) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง

3 ( ) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง 4 ( ) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า

26. ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุ

1 ( ) ทุกวัน 2 ( ) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง

3 ( ) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง 4 ( ) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า

27. ความถี่ในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์

1 ( ) ทุกวัน 2 ( ) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง

3 ( ) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง 4 ( ) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า

28. ความถี่ในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์

1 ( ) ทุกวัน 2 ( ) สัปดาห์ละ 4-6 ครั้ง

3 ( ) สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง 4 ( ) สัปดาห์ละ 1 ครั้ง หรือน้อยกว่า

29. ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ แต่ละครั้งโดยประมาณ

1 ( ) น้อยกว่า 30 นาที 2 ( ) 31 – 60 นาที

3 ( ) 1 – 2 ชั่วโมง 4 ( ) 2 ชั่วโมงขึ้นไป

30.ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อวิทยุ แต่ละครั้งโดยประมาณ

1 ( ) น้อยกว่า 30 นาที 2 ( ) 31 – 60 นาที

3 ( ) 1 – 2 ชั่วโมง 4 ( ) 2 ชั่วโมงขึ้นไป

31.ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์ แต่ละครั้งโดยประมาณ

1 ( ) น้อยกว่า 30 นาที 2 ( ) 31 – 60 นาที

3 ( ) 1 – 2 ชั่วโมง 4 ( ) 2 ชั่วโมงขึ้นไป

32.ระยะเวลาในการเปิดรับสื่อคอมพิวเตอร์ แต่ละครั้งโดยประมาณ

1 ( ) น้อยกว่า 30 นาที 2 ( ) 31 – 60 นาที

3 ( ) 1 – 2 ชั่วโมง 4 ( ) 2 ชั่วโมงขึ้นไป

33.ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด

1 ( ) ข่าว 2 ( ) ละคร

3 ( ) ภาพยนตร์จีนชุด 4 ( ) เกมโชว์

5 ( ) สารคดี

34.ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อวิทยุมากที่สุด

1 ( ) ข่าว 2 ( ) เพลงไทยสากล

3 ( ) เพลงลูกทุ่ง 4 ( ) เพลงสากล

5 ( ) รายการธรรมะ

35.ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด

1 ( ) ข่าวการเมือง 2 ( ) เนื้อหาละคร

3 ( ) ข่าวต่างประเทศ 4 ( ) ข่าวเศรษฐกิจ

5 ( ) ข่าวสังคม 2 ( ) ข่าวบันเทิง

7 ( ) ข่าวกีฬา

36.ประเภทรายการที่นิยมเปิดรับจากสื่อคอมพิวเตอร์มากที่สุด

1 ( ) ข่าว 2 ( ) บันเทิง

3 ( ) วิชาความรู้ 4 ( ) เกม

5 ( ) กีฬา

DPU

ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อของกลุ่มแม่บ้าน

ข้อ	ความคาดหวังประโยชน์จากสื่อ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
37.	ต้องการรู้เหตุการณ์ต่าง ๆ					
38.	เพื่อการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ					
39.	เพื่อแสวงหาข้อมูลข่าวสาร					
40.	เพื่อความรู้เท่าทันสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม					
41.	เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการพูดคุย					
42.	เพื่อการอยู่ร่วมกับครอบครัว					
43.	เพื่อให้มีความเข้าใจต่อสังคม					
44.	เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคม					
45.	เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ					
46.	เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน					
47.	เพื่อผ่อนคลายความเครียด					
48.	เพื่อเป็นเพื่อนคลายเหงา					
49.	เพื่อพัฒนาความคิดตนเอง					
50.	เพื่อเป็นแบบแผนในชีวิต					
51.	เพื่อให้เป็นคนทันสมัย					
52.	เพื่อสร้างความมั่นใจให้ตัวเอง					

DPU

ประวัติผู้เขียน

น.ส.อภิรดี ภูริปาณิก เกิดวันที่ 7 มกราคม 2513 ที่ จ.ระนอง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ปีการศึกษา 2536 และเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ปัจจุบันประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน

DPU