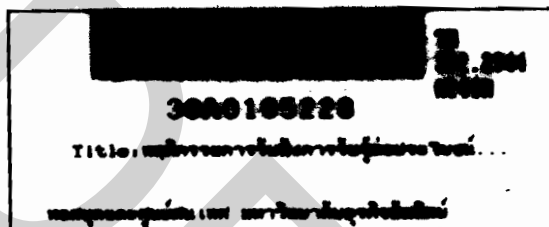




พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ของผู้รับรู้อุบัติการณ์และความบันเทิง
และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุ
ประเภทสาระบันเทิง คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิรตซ์



ครองจิต รุ่งหิรัญ

วิทยานิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขานิตศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2546

ISBN : 974 - 281 - 885 - 1

**THE LISTENING BEHAVIOR, THE PERCEPTION OF USES IN TERMS
OF KNOWLEDGE AND ENTERTAINMENT AND THE LISTENERS'
OPINIONS TOWARDS EDUTAINMENT RADIO PROGRAM
ON F.M. 88.0 MHZ. IN BANGKOK**

TRONGJIT RUNGHIRUN

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

2003

ISBN : 974 - 281 - 885 - 1

เลขทะเบียน.....	0165228
วันลงทะเบียน.....	24 เม.ย. 2547
เลขเรียกหนังสือ.....	302.2344
	6114111
	[1546]

๑๒



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

ชื่อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้และการใช้ประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง และความ
คิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสารบันเทิงคลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิร์ต
ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร

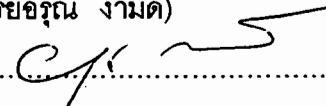
เสนอโดย น.ส.ตรองจิต รุ่งหิรัญ

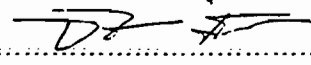
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตร์ธุรกิจ)


อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.อรนุช เลิศจรรยาภักษ์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

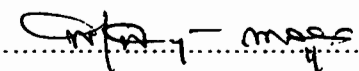

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์อรุณ งามดี)


..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์อรนุช เลิศจรรยาภักษ์)


..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ
(ดร.อัศวิน เนตรไพฑูริ์แก้ว)


..... กรรมการผู้แทนทบวงมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ จิรโสภณ)

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว


..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ดร.พีรพันธุ์ พาลุสุข)

วันที่ 10 เดือน กันยายน พ.ศ. 2546

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ฉ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฒ
บทที่	
1. บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย	4
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมติฐานในการวิจัย.....	5
ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย	6
นิยามศัพท์.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดและกระบวนการสื่อสาร.....	11
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสารจากสื่อมวลชน	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้	22
แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ.....	31
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	37
กลยุทธ์สาระบันเทิง	42
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดและการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง	46
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	57
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	61
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	61
ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย	64

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ.....	65
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	70
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	71
กรรมวิธีทางข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
วิเคราะห์สถิติที่ใช้และการนำเสนอข้อมูล.....	72
กรอบสมมติฐาน.....	76
4. ผลการวิจัย.....	77
ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง.....	78
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม	83
ตอนที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่าง	92
ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์จากการรับฟังรายการ เรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ของกลุ่มตัวอย่าง	98
ตอนที่ 5 ผลการแจกแจงความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ของกลุ่มตัวอย่าง.....	102
ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน	125
5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	144
บรรณานุกรม.....	159
ภาคผนวก	164
ประวัติผู้เขียน.....	178

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	78
2. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	79
3. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา.....	80
4. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	81
5. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	82
6. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความถี่ ในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม	83
7. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเวลาที่ใช้ในการรับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม	84
8. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม.....	85
9. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะการรับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม	86
10. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานที่ที่รับฟังรายการ เรดิโอ โนพรีอบแบลีม.....	87
11. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสาเหตุที่ทำให้รู้จัก รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม.....	88
12. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม (จันทร์-ศุกร์)	89
13. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามช่วงเวลาที่ได้รับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม (เสาร์ อาทิตย์).....	90
14. แสดงค่าเฉลี่ยโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามพฤติกรรมการรับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม.....	91
15. แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการได้รับรู้ระหว่างความบันเทิง กับสาระความรู้ในการรับฟังรายการ.....	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
16. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	94
17. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม	96
18. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	98
19. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	101
20. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการสอนภาษาอังกฤษจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	103
21. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปิดเพลงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม	105
22. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการตอบปัญหาจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม	106
23. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อเพลงประจำรายการ (จิงเกิ้ล)จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	107
24. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อความรู้ทั่วไปของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	108
25. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อข่าวต้นชั่วโมงของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	110
26. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการเล่นเกมส์ ของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม.....	111
27. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมพิเศษ ของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลติม	112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
28. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อการโฆษณาของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม	114
29. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อดี.เจ. ของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม	115
30. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นต่อครูผู้สอนภาษาอังกฤษของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม	117
31. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นของผู้ประกาศข่าวของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม	119
32. แสดงจำนวนร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม	120
33. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์ประกอบของช่วงต่างๆของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม.....	122
34. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์ประกอบๆของผู้ดำเนินรายการของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม.....	123
35. แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามองค์ประกอบของความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม.....	124
36. แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม.....	125
37. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมกรับฟังรายการจำแนกตามอายุ.....	127
38. แสดงผลการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมกรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างๆกันเป็นรายคู่	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
39. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง.....	128
40. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม จำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง.....	130
41. แสดงผลของการเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างๆกันเป็นรายคู่.....	131
42. แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง	133
43. การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกันเป็นรายคู่.....	134
44. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างกับการรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้	136
45. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างกับการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิง.....	137
46. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้.....	138
47. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง.....	139
48. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้.....	140

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
49. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ดกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ด.....	141
50. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ดกับความคิดเห็นจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ด	142
51. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ดกับความคิดเห็นจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ด.....	143

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แสดงแบบจำลองการสื่อสารของออสกูดและซเรมม์.....	13
2. แสดงการรับรู้เป็นกระบวนการระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองของบุคคล.....	23
3. แสดงกระบวนการการรับรู้และปรากฏออกเป็นพฤติกรรม	47
4. กรอบสมมติฐาน.....	80

DPU

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงความตั้งใจ ด้วยความกรุณาของคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ประกอบด้วย อาจารย์อรุณ งามดี อาจารย์อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์พีระ จิระโสภณ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งรองศาสตราจารย์อรนุช เลิศจรयरักษ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ คำแนะนำและคำปรึกษาด้วยความเมตตาอย่างยิ่ง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้ในระหว่างการศึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโท คณะบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่านที่ช่วยประสานงานต่างๆในการจัดทำวิทยานิพนธ์ ตลอดจนเพื่อนๆทุกคนที่อยู่เคียงข้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณพัศวี พานิช ซึ่งเป็นผู้ที่คอยกระตุ้นเตือนมิให้ท้อแท้ และเป็นกำลังใจให้เสมอมา จึงแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของคำว่า “เพื่อน” อย่างสมบูรณ์

ท้ายสุดผู้วิจัยใคร่ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เลี้ยงดูและอบรมสั่งสอนให้รู้จักความมานะพยายาม และความอดทน ขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัว รวมทั้งญาติๆ ผู้เป็นที่รักยิ่ง ที่เป็นแรงใจหนุนนำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีในที่สุด

ครองจิต รุ่งหิรัญ

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมกรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงและความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสารบันเทิง คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ต
ชื่อนักศึกษา	นางสาวตรงจิต รุ่งหิรัญ
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์อรนุช เลิศจรรยารักษ์
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2546

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรับฟังรายการ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม (3) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมกรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม (4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรับฟัง กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม (5) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ , ค่าเฉลี่ย , ค่า t-test , One-Way ANOVA และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟัง ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพและรายได้ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมกรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน

2. พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

3. การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และ ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

4. การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

Thesis Title The Listening Behavior, The Perception of uses in terms of knowledge and entertainment and The Listeners' Opinion Towards Edutainment Radio Program on F.M. 88.0 Mhz. In Bangkok

Name Miss.Trongjit Runghirun

Thesis Advisor Associate Professor Oranuj Lertchanyarak

Department Business Communication Arts

Academic Year 2003

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to study the demographic characteristic of the listeners of Radio No Problem program. 2) to study the listening behavior, the perception of uses in terms of knowledge and entertainment, the expectation of uses in terms of knowledge and entertainment, including the opinions towards Radio No Problem program. 3) to study the difference between the demographic characteristics and the listening behavior of the target group of Radio No Problem program. 4) to study the relationship between the listening behavior and the perception of uses in terms of knowledge and entertainment of Radio No Problem program and 5) to study the relationship between the perception of uses in terms of knowledge and entertainment , including the listeners' opinions towards Radio No Problem program in Bangkok. The sample group consists of 400 people who are regular listeners of the program. Questionnaires are used as tools for collecting the data. The statistic used in data analysis include Frequency Distribution, Percentage, Mean, t-test, One-Way ANOVA and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The findings of the research are as follow :

1. The difference in the demographic characteristics of the listeners, namely, sex, age, occupation and income, results in the difference in the listening behavior of Radio No Problem program.

2. The listening behavior of Radio No Problem program relates with the perception of uses in terms of knowledge and entertainment of the program.

3. The perception of uses in terms of knowledge and entertainment of Radio No Problem program relates with the expectation of uses in terms of knowledge and entertainment of the program.

4. The perception of uses in terms of knowledge and entertainment of Radio No Problem program relates with the opinions towards the program.

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในภาวะปัจจุบันนี้เป็นยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร สถาบันสื่อมวลชนกลายเป็นสถาบันที่สำคัญและมีอิทธิพลเป็นอย่างสูงต่อการดำเนินชีวิต การเคลื่อนไหวในด้านต่างๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมเป็นเหตุให้ทุกคนในสังคมแสวงหาข่าวสารกันอยู่ตลอดเวลา สถาบันสื่อมวลชนจึงเป็นสื่อกลางในการสื่อข้อมูลข่าวสารไปยังสื่อมวลชน

บรรดาสื่อมวลชน “วิทยุกระจายเสียง” เป็นอีกสื่อหนึ่งที่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของสาระความรู้และการศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับทุกคนที่ต้องการหาความรู้และการเสริมทักษะในด้านต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน แต่เดิมนั้นลักษณะการจัดรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงจะมี 2 ประเภท คือรายการประเภทบันเทิงที่ให้ความเพลิดเพลินแก่ผู้ฟังรายการ และรายการเพื่อการศึกษา สารคดี หรือข่าวที่เน้นสาระความรู้ และการศึกษาลงไปในรายการซึ่งทำให้เกิดความเบื่อหน่ายในการที่จะติดตามรับฟัง จะเห็นได้ว่าในอดีตลักษณะการดำเนินรายการแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด แต่ในปัจจุบันนี้ได้มีการเปลี่ยนรูปแบบการจัดรายการวิทยุจากเดิมที่เป็นรายการบันเทิงอย่างเดียว หรือเป็นรายการเพื่อการศึกษา หรือสารคดีอย่างเดียว มาเป็นการจัดรายการวิทยุที่สอดแทรกสาระความรู้กับความบันเทิงเข้าไว้ด้วยกัน หรือเรียกว่าเป็นรายการประเภท เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) นั่นเอง เพื่อให้เกิดความบันเทิงและในขณะเดียวกันก็ได้รับสาระความรู้ด้วย

รายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เป็นรายการเพลงรายการหนึ่งที่มีการเปลี่ยนรูปแบบการจัดรายการจากรายการประเภทเน้นบันเทิงอย่างเดียว มาเป็นรายการที่นำเสนอสาระประโยชน์และให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ทั่วไป ผ่านทางรายการ และกิจกรรมต่างๆของรายการ ดังนั้นรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ถือว่าเป็นรายการวิทยุรายการหนึ่งที่ได้ใช้แนวความคิด เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) มาใช้ในการดำเนินรายการ ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ในเวลา 05.00-02.00 น. เป็นประจำทุกวัน ผลิตและสร้างสรรค์รายการ โดย บริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย บริษัทในเครือแกรมมี่เอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

เป็นรายการที่มีลักษณะเป็น Format Station คือ เป็นรายการที่จัดตลอดสถานีหรือจัดตลอดเกือบทั้งวัน มีเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอเชื่อมโยงกันตลอดทั้งรายการ

จุดเริ่มต้นความคิดนี้ สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยูรยา ผู้บริหารบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย เผยว่า กระแสเพลงต่างประเทศเริ่มกลับเข้ามา ครั้งหนึ่งเคยคิดจัดรายการเพลงสากล ขณะเดียวกันเชื่อว่า มีผู้ฟังหลายคนที่ยังฟังเพลงสากลตามแพชชัน ในขณะที่ไม่รู้ความหมายของเพลง และโลกเราทุกวันนี้ ภาษาเป็นเรื่องจำเป็นไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ทางบริษัทเอ-ไทม์ ก็มีความฉันทน์ในการทำวิทยุเชิงบันเทิง แต่ก็พยายามจะให้อะไรกับผู้ฟัง แต่จะมาทำแบบสาระตั้งหน้าตั้งตาเรียนกันก็ไม่ใช่ ดังนั้นรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม จึงมีการแทรกสาระกับความบันเทิงเข้าด้วยกัน

ผู้บริหารบริษัท เอ-ไทม์ ยังได้กล่าวถึงผังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม รูปแบบใหม่มาจากการทดลองนำเพลงสากลปนกับเพลงไทย ปรากฏว่าฟีดแบคกลับมาดี รายการจะมีอัตราส่วนเพลงสากลและเพลงไทย 50: 50 ดีใจ กับ ผู้ฟัง จะมีส่วนร่วมสนุกด้วยการใช้ภาษาอังกฤษเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย เพราะมีเพลงสากลเข้ามาเกี่ยวข้องก็จะมีฟังเพลงให้เข้าใจในเนื้อเพลง มีการแปลเพลง มีการเอ็ดดูเทกัน ในส่วนตรงนี้ด้วย ซึ่งตรงกับทาร์เก็ตกรุปของคลื่นนี้ซึ่งเป็นวัยรุ่นในรุ่นโต และเป็นคนรุ่นใหม่ทันสมัยที่ศึกษาหาความรู้สนองสนใจเพราะว่ามีเรื่องของคำถามคำตอบ คลื่นนี้จะค่อนข้างเป็นเอดูเทนเม้นต์ (Edutainment) การพูดภาษาอังกฤษในคลื่นนี้เราจะคุยกันว่าเป็น Educate คนฟังเหมือนกับว่า เราจะมาฝึกการใช้ภาษาอังกฤษกันก็จะพูดภาษาอังกฤษปนภาษาไทย เช่น โทศัพท์เข้ามาในช่วงนี้ให้ขอเพลงเป็นภาษาอังกฤษ แต่เป็นการเรียนสนุกๆ เรียนแบบในรายการวิทยุ หรือฟังเพลงสากล ฟังแล้วรู้หรือเปล่าว่าเขาร้องอะไร มาแปลเพลงกันใหม่ อะไรอย่างนี้เป็นต้น (เตรียมตัวสู่คลื่นวิทยุปี 2000 – เอ ไทม์ เน้น Edutainment , 2542 : 10)

ดังนั้นรูปแบบรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เป็นรายการวิทยุที่เป็นศูนย์รวมคำถามและคำตอบในทุกเรื่องราว โดยเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้ฝากคำถามในสิ่งที่สนใจ ใครรู้ ได้ทุกเรื่อง และทางรายการจะทำหน้าที่ค้นหาคำตอบ จากผู้รู้จริงมาตอบให้ นอกจากนี้ รายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ยังเป็นรายการวิทยุที่เปิดเพลงไทยและเพลงสากลที่กำลังได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้น นอกจากนี้จะมีความบันเทิงจากเพลงไทยและเพลงสากลที่ฮิต ทันสมัยแล้ว ยังดำเนินรายการโดยดีเจ ที่มีความสามารถในการจัดรายการ และสามารถสื่อสาร ได้ทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ และรายการยังเป็นรายการที่มีสาระเรื่องราวน่ารู้และน่าสนใจ ตอบข้อสงสัยที่ผู้ฟังส่วนใหญ่อยากทราบ

หลายๆ คำถามในหลายๆ เรื่องราว จึงนับได้ว่าเป็นรายการวิทยุที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ

นอกจากนี้ในรายการยังมีช่วงต่างๆ ที่ให้ความรู้ ความบันเทิง และประโยชน์แก่ผู้ฟังรายการ เช่น ช่วง English Problem เป็นช่วงของการแนะนำความรู้ภาษาอังกฤษ เช่น การแนะนำประโยคหรือสำนวนต่างๆ ที่น่าสนใจ คำศัพท์ และการออกเสียงพยัญชนะของภาษาอังกฤษ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ เช่น ครูเทพ และ คุณจ๊อบ สุนทรวิวัฒน์ ซึ่งเป็นบุตรชายของคุณแสงชัย สุนทรวิวัฒน์ ช่วง Hey ! What's up? เป็นโทรศัพท์มา สวัสดี ทักทายเป็นภาษาอังกฤษ ช่วง 88 Quiz เป็นช่วงอาหารสมองของรายการมีการถามคำถาม และตอบคำถาม ช่วง Say It PLS เป็นการสื่อสารกับต่างชาติ ต่างภาษา หาคำปริศนา ได้รับรางวัล ช่วง Hook Hit Hit เป็นช่วงของการนำท่อนสร้อยของเพลงมาแปลความหมายเพื่อที่จะได้เข้าใจความหมายของเพลงอย่างแท้จริง ส่วนช่วงรายการที่ให้ความบันเทิงนั้น จะเป็นช่วง Pharma Song เป็นช่วงเปิดเพลงตามสภาวะอารมณ์ที่ไม่มีความสุขของผู้ฟัง โดยให้ผู้ฟังที่มีอารมณ์แบบนี้โทรศัพท์เข้ามาขอเพลงเพื่อให้อารมณ์ของผู้ฟังดีขึ้น

ทางรายการยังมีการจัดกิจกรรมพิเศษที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง เช่น โครงการ Inter@camp เป็นการจัดแคมป์ภาษาอังกฤษที่นำผู้ฟังไปเข้าแคมป์กับนักเรียนทุนต่างประเทศ และล่าสุดได้จัดโครงการ English Rally ซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันผ่านกิจกรรมต่างๆ

ด้วยรูปแบบรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม เป็นรายการวิทยุรายการหนึ่งที่ได้นำแนวคิดเกี่ยวกับ เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) มาเป็นเครื่องมือในการผสมผสานระหว่างโลกสาระและโลกบันเทิงเข้าด้วยกัน โดยการนำสาระความรู้ภาษาอังกฤษ และความรู้ทั่วไป มาแทรกไว้ในรูปแบบของความบันเทิง

เนื่องจากรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม เป็นรายการเพลงที่มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากรายการเพลงรายการอื่นๆ ทั่วไป ดังนั้นจึงทำให้ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อ “พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์” เพื่อศึกษาว่าพฤติกรรมการรับฟังรายการเป็นอย่างไร การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเป็นอย่างไร มีความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และ

ความบันเทิงเป็นอย่างไร และมีความคิดเห็นอย่างไรต่อรายการ เพื่อจะได้นำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อรายการในการปรับปรุงวางแผนรายการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟังมากยิ่งขึ้น และผลของงานวิจัยดังกล่าวจะเป็นกรณีศึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับรายการวิทยุรายการอื่นในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบของรายการที่สามารถผสมผสานระหว่างความรู้กับความบันเทิงสัดส่วนที่เหมาะสมและตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังมากยิ่งขึ้น

ปัญหาคำวิจัย

1. กลุ่มผู้ฟังรายการ “เรดิโอ โนพรีอบแบลส์” มีลักษณะทางประชากรเป็นอย่างไร
2. กลุ่มผู้ฟังมีพฤติกรรมการรับฟัง มีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง มีความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และมีความคิดเห็นต่อรายการ “เรดิโอ โนพรีอบแบลส์” อย่างไร
3. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลส์ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการแตกต่างกัน หรือไม่ อย่างไร
4. พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลส์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการ เรดิโอ โนพรีอบแบลส์ หรือไม่ อย่างไร
5. การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลส์ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และมีความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลส์ หรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ฟังที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และ ด้านความบันเทิง ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โน พรีอบแบลัม ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความแตกต่างกันของลักษณะทางประชากรของผู้ฟังรายการ เรดิโอ โนพรีอบแบลัม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่ กับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟัง กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง และความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

สมมติฐาน

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

3. การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม

4. การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม

ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ เท่านั้น
2. กลุ่มเป้าหมายที่จะศึกษา คือ ประชาชนที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม ในเขตกรุงเทพมหานครด้วยเหตุผลดังนี้
 - 2.1. พื้นที่กรุงเทพมหานครประกอบด้วยประชากรที่มีคุณลักษณะที่หลากหลาย
 - 2.2. กรุงเทพมหานคร เป็นศูนย์กลาง ของสื่อมวลชน และ ข้อมูลข่าวสารหลายประเภทประชาชนมีโอกาสนในการเลือกใช้สื่อมวลชนแต่ละชนิด

นิยามศัพท์

รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม หมายถึง รายการวิทยุที่ให้ความรู้และความบันเทิงไว้ในเวลาเดียวกันโดยสอดแทรกสาระความรู้และความบันเทิงไว้ในช่วงต่างๆของรายการ เช่น ช่วงข่าว ช่วงเกมส์ ช่วงของการแปลเพลง ช่วงของการขอเพลง ช่วงความรู้ทั่วไป ช่วงของการพูดคุยระหว่างผู้ฟังกับนักจัดรายการวิทยุ ช่วงของการสอนภาษาอังกฤษ เป็นต้น เป็นรายการที่มีการใช้ภาษาไทยและภาษาอังกฤษควบคู่กันไปในทุกช่วงรายการ โดยออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นประจำทุกวันในเวลา 05.00 น. - 02.00 น. ผลิตและสร้างสรรค์รายการโดย บริษัท เอ-โทมัส มีเดีย

รูปแบบรายการ หมายถึง วิธีการนำเสนอ ในที่นี้รายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม จะอยู่ในรูปแบบของการรวมความรู้กับความบันเทิงเข้าไว้ด้วยกัน เพราะเป็นรายการประเภทรายการเพลง และเสริมด้วยการให้สาระความรู้ต่างๆ ซึ่งมีลักษณะรายการจะเป็นแบบ Phone in คือ การโทรศัพท์เข้ามาในรายการ

รายการประเภทเอดูเทนเมนท์ (Edutainment) หมายถึง รายการที่นำความบันเทิงและความรู้เข้าไว้ด้วยกันโดยให้ทั้งความรู้และความสนุกสนาน โดยใช้ความบันเทิงนั้นในการถ่ายทอดข้อมูลความรู้ ข่าวสาร สู่กลุ่มผู้ฟังโดยถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชน

ผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม หมายถึง ประชาชนผู้รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม หมายถึง ความถี่ในการรับฟังรายการ ลักษณะการรับฟัง เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ สถานที่ที่มีการรับฟัง และระยะเวลาที่ติดตามฟัง

- ความถี่ในการรับฟังรายการ หมายถึง ความถี่ในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม โดยฟังทุกวัน (7 วัน / สัปดาห์) ฟังบ่อยๆ (5-6 วัน / สัปดาห์) ฟังบ้าง (3-4 วัน / สัปดาห์) ไม่ค่อยได้ฟัง (1-2 / สัปดาห์) น้อยกว่าสัปดาห์ละครั้ง

- เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ หมายถึง จำนวนชั่วโมงในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ในแต่ละวัน ได้แก่ มากกว่า 4 ชั่วโมง / วัน , ประมาณ 3-4 ชั่วโมง/วัน , ประมาณ 1-2 ชั่วโมง / วัน และน้อยกว่า 1 ชั่วโมง / วัน

- ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ หมายถึง การติดตามฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ได้แก่ มากกว่า 3 ปี , ประมาณ 2-3 ปี , ประมาณ 1-2 ปี และเพิ่งรับฟังมาไม่นานนี้

- ลักษณะการรับฟังรายการ หมายถึง การรับฟังรายการโดยฟังตลอดไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น, ฟังทุกช่วง ยกเว้นช่วงโฆษณา , ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง , ไม่แน่นอนเปิดสลับ ไปมากับคลื่นอื่น

- สถานที่ที่รับฟังรายการวิทยุ หมายถึง ที่บ้าน ที่ทำงาน ในรถยนต์ ไม่ระบุ
- สาเหตุที่ทำให้รู้จักรายการ หมายถึง เพื่อนแนะนำให้รู้จัก , หมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ , ได้ยินคนอื่นพูดถึงเลยลองเปิดฟังดู , ฟังรายการอื่นๆของเอไอเอ็มอยู่แล้ว เลยรู้จัก
- ช่วงเวลาที่นิยมฟังรายการวิทยุ หมายถึง 05.00-07.00 น., 08.00-11.00 น., 11.00-15.00 น., 15.00-17.00 น. , 17.00-21.00 น., 21.00-24.00 น., 24.00-02.00 น.

การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง หมายถึง ขบวนการรับรู้และการตีความจากการฟังหรือการได้ยิน ที่ตนได้รับฟังจากรายการออกมาเป็นความรู้ ความเข้าใจของตนเอง ซึ่งได้แก่

- การรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้ คือ การรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้ภาษาอังกฤษ เช่น ได้รู้จักคำศัพท์และสำนวนภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น และการรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้ทั่วไป ซึ่งเป็นความรู้เกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆ ที่ทางรายการนำมาเสนอ เช่น รายการมีข้อมูลข้อเท็จจริงที่น่าสนใจ
- การรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิง คือ ความบันเทิงทางด้านเสียงเพลง เกมส์ และกิจกรรมต่างๆ จากรายการ เช่น ได้รู้จักเพลงไทยและเพลงสากลเพิ่มมากขึ้น เป็นต้น

ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง หมายถึง การได้รับประโยชน์จากการรับฟังรายการหรือเป็นการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการ ซึ่งได้แก่

- ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ คือ ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ภาษาอังกฤษ เช่น การนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้จากรายการไปใช้ในชีวิตประจำวัน และความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ทั่วไป เช่น รายการทำให้ได้สาระความรู้ที่หลากหลาย เป็นต้น
- ความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง คือ การรับฟังรายการทำให้ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลิน รายการช่วยผ่อนคลายความเครียด รายการช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงา เป็นต้น

ความคิดเห็นต่อรายการ หมายถึง การประเมินความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อองค์ประกอบต่างๆ ของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ซึ่งได้แก่

- ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆของรายการ คือ ช่วงการสอนภาษาอังกฤษ ช่วงการเปิดเพลง ช่วงการตอบปัญหา ช่วงเพลงประจำรายการ (จิงเกิ้ล) ช่วงความรู้ทั่วไป ช่วงข่าวสั้นชั่วโมง ช่วงการเล่นเกมส์ ช่วงการจัดกิจกรรมพิเศษ ช่วงโฆษณา

- ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ คือ แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ (ดี.เจ) เรดิโอ โนพรีอบแบลัม ว่ามีลักษณะอย่างไร เช่น ดี.เจ พูดจาไม่สุภาพ ดี.เจ มีความสามารถในการพูดทั้ง 2 ภาษา เป็นต้น ความคิดเห็นต่อครูผู้สอนภาษาอังกฤษ เช่น เป็นผู้มีความรู้ความสามารถในการสอน พูดภาษาอังกฤษเร็วเกินไป เป็นต้น ความคิดเห็นต่อผู้ประกาศข่าว เช่น ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวผิดพลาดเป็นประจำ เป็นต้น

- ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม คือ ความคิดเห็นในภาพรวมที่ผู้ฟังมีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ของผู้ฟัง
2. เพื่อทราบถึงการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง ของผู้ฟังจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม
3. เพื่อทราบถึงความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง ของผู้ฟังจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม
4. เพื่อทราบถึงความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

5. ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการ ตลอดจนการดำเนินงานผลิตของคณะผู้จัดทำรายการ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร

6. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง และความคิดเห็นต่อรายการของผู้รับสารในการต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยถึง “พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ต” ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษาค้นคว้าคือ

1. แนวคิดและกระบวนการสื่อสาร
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้
4. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
6. กลยุทธ์สาระบันเทิง (The Entertainment-Education Strategy)
7. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดและการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง
8. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและกระบวนการสื่อสาร

ความหมายของการสื่อสาร (Mean of Communication)

วอเรนท คับเบิลยู วีเวอร์ (Warren W. Weaver , 1949 : 94) ให้คำอธิบาย คำว่า การสื่อสาร ในที่นี้มีความหมายกว้าง ครอบคลุมถึงกระบวนการทุกอย่างที่จิตใจของคนๆหนึ่ง อาจมีผลต่อจิตใจของคนอีกคนหนึ่ง การสื่อสารจึงไม่หมายความแต่เพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึงดนตรี ภาพ การแสดง บัลเลต์และพฤติกรรมของมนุษย์อีกด้วย

การสื่อสาร หมายถึง การถ่ายทอดข่าวสารจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง โดยผ่านสื่อใดก็ตาม ฮาโรลด์ ดี ลาสเวลล์ (Harold D.Lasswell , 1848 : 72) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกันได้เสนอความคิดที่อธิบายการสื่อสารที่มีคนรู้จักมากที่สุด โดยกล่าวว่าจะต้องมีองค์ประกอบ คือ

ใคร คือ ผู้ที่กำหนดและควบคุมเนื้อหาข่าวสาร

อะไร คือ เรื่องหรือเนื้อหาของสาระของเรื่องที่ถูกสื่อสารออกไป

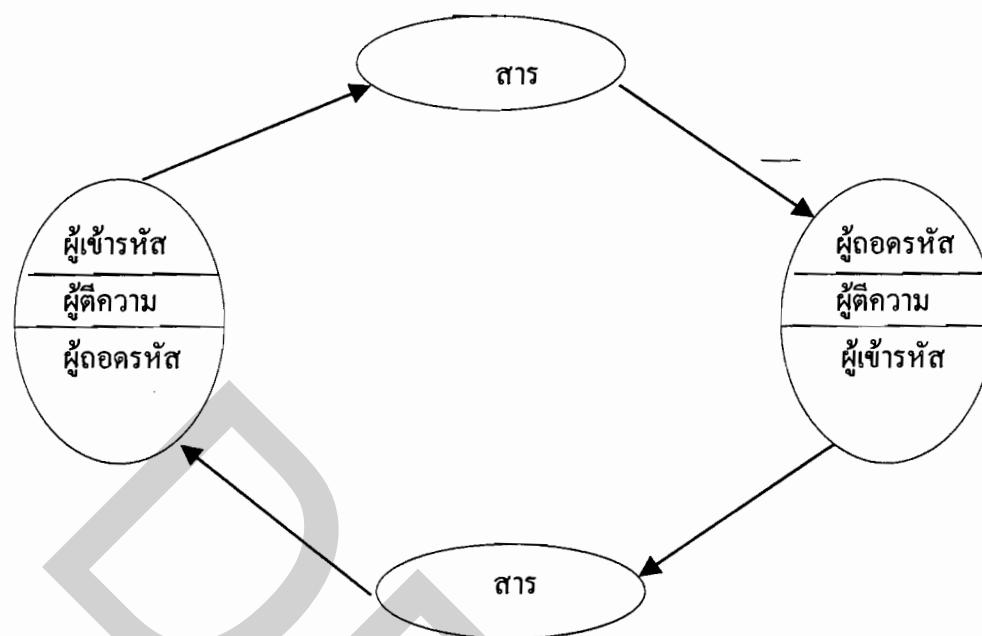
ช่องทางหรือช่องสาร คือ ตัวกลางหรือสื่อที่ข่าวสารถูกส่งผ่านออกไป

ถึงใคร คือ ผู้รับสาร

ผล คือ สิ่งที่เกิดขึ้นอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร

แบบจำลองการสื่อสารเชิงวงกลมของออสกู๊ดและชเรมม์ (Scharam and Osgood ,อ้างใน ระวีวรรณ ประกอบผล , 2538 : 136-137) เน้นให้เห็นว่า ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารกระทำหน้าที่อย่างเดียวกันในกระบวนการสื่อสาร ได้แก่ การเข้ารหัส (encoding) การถอดรหัส (decoding) และการตีความ (interpreting) แสดงไว้ดังนี้

ภาพที่ 1 แสดงแบบการสื่อสารจำลองของออสทูกและชเรมม์



ผู้สร้างแบบจำลองชี้ให้เห็นว่า ทั้งผู้ส่งและผู้รับสารต่างก็มีหน้าที่คล้ายคลึงกัน นั่นก็คือหน้าที่ในการเข้ารหัส การตีความ และการถอดรหัส การเข้ารหัส คือ การที่ผู้ส่งได้แปลสารให้เป็นภาษาหรือรหัสอื่นที่เหมาะสมแก่วิธีการถ่ายทอด การถอดรหัส คือ การที่ผู้รับสารแปลรหัสกลับเป็นสารอีกครั้งหนึ่งเพื่อสกัดเอาความหมายที่ผู้ส่งสารส่งมา ตัวอย่างเช่น ในการสนทนาระหว่างบุคคลสองคน การทำหน้าที่ในการเข้ารหัสกระทำโดยกลไกการพูดและกล้ามเนื้อซึ่งสามารถแสดงออกปฏิกิริยาต่างๆ ได้ ส่วนการถอดรหัสนั้นก็จะเกิดขึ้นโดยประสาทสัมผัสของการได้ยินและได้เห็น ทั้งการเข้ารหัสและการถอดรหัสจำเป็นจะต้องอาศัยการตีความสาร ซึ่งมีความสำคัญมากต่อผลของการสื่อสาร ถ้าผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะตีความสารที่ตนได้รับไปในทางที่อีกฝ่ายหนึ่งประสงค์ การสื่อสารก็จะเกิดสัมฤทธิ์ผล การตีความสารของผู้ส่งสารและผู้รับจะแตกต่างกันหรือคล้ายคลึงกันขึ้นอยู่กับกรอบแห่งการอ้างอิง (frame of reference) ของผู้กระทำการสื่อสารทั้งสองฝ่ายเป็นสำคัญ เช่น ถ้าผู้ส่งสารพูดคำว่า น้ำดื่ม (เข้ารหัส) ซึ่งหมายถึงของเหลวชนิดหนึ่ง ไม่มีสี ไม่มีกลิ่น ปราศจากเชื้อโรค ใช้ดื่มได้ผู้รับสารจะตีความได้ตามที่ผู้ส่งสารหมายถึงหรือไม่ขึ้นอยู่กับกรอบแห่งการอ้างอิงอันได้แก่พื้นความรู้เดิม ประสบการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้นั้นด้วย ในกรณีนี้ ถ้าผู้รับสารมีกรอบแห่งการอ้างอิงคล้ายกับผู้ส่งสาร ก็ย่อมจะเข้าใจความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการได้ แต่ถ้าผู้รับสารมีประสบการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมต่างออกไป อาทิเช่น ผู้รับสารอยู่ในชนบทที่ดื่มน้ำจากบ่อน้ำบาดาล การตีความสารก็จะไม่ตรงแท้กับที่ผู้ส่งสารหมายถึง

แบบจำลองอันมีลักษณะเป็นวงกลมนี้ ทำให้การยึดถือวิธีการพิจารณาว่าการสื่อสารเป็นเส้นตรงและทางเดียวตามแบบที่เคยยึดถือกันมาแต่เดิมหมดความนิยมลง แบบจะลงนี้จึงมีประโยชน์อย่างยิ่งในการอธิบายการสื่อสารระหว่างบุคคล ซึ่งผู้กระทำการสื่อสารทั้งสองฝ่ายต่างก็กระทำหน้าที่คล้ายคลึงกัน

ดังนั้นแนวคิดและทฤษฎีการสื่อสารสามารถนำมาใช้ในการวิจัย เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง และความคิดเห็น ของผู้ฟังรายการวิทยุประเภทสารบันเทิง กรณีศึกษารายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม เพราะการจัดรายการวิทยุ จำเป็นต้องใช้การสื่อสาร เนื่องจากผู้ดำเนินรายการเป็นผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร ไปยังผู้ฟังโดยผ่านทางวิทยุ และเมื่อผู้ฟังได้รับข่าวสารก็จะต้องแปลสารหรือทำการถอดรหัสนั้นและทำความเข้าใจกับสารที่ได้รับ เพื่อที่การสื่อสารจะได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความเข้าใจที่ตรงกัน และที่สำคัญรายการ เรดิโอ โนพรีอบแบลิม เป็นรายการวิทยุที่ใช้ทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษและภาษาไทย โดยเฉพาะภาษาอังกฤษเมื่อผู้ส่งสารพูดเป็นภาษาอังกฤษ ผู้รับสารจะต้องมีการแปลความหมายหรือทำการถอดรหัสเป็นภาษาไทย และทำความเข้าใจว่าสิ่งที่ผู้ดำเนินรายการพูดว่าหมายความว่าอะไร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

แนวคิดนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้รับสารในการเปิดรับสารจากสื่อมวลชนซึ่งแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการรับข่าวสารนี้ ซึ่งสามารถพิจารณาจากหัวข้อต่อไปนี้

การเลือกสรรในการรับสาร (Selective Process) ในการรับข่าวสารต่างๆ ผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการในการเลือกรับข่าวสารนั้น เราเรียกว่า (Selective Process) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน เครปเปอร์ และโจเซฟ (Klapper and Joseph T., 1960 : 19-26) ได้กล่าวว่า

1.1 การเลือกเปิดรับ หรือเลือกสนใจ หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่ง หรือเลือกชมวิทยุโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง เป็นต้น ซึ่งการเลือกเปิดรับข่าวสาร

นี้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ อาทิ ทักษะคิดเดิมของผู้รับสาร ตามที่เฟสติงเจอร์ (Festinger, L.A.) ได้เสนอไว้ในทฤษฎี ความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of cognitive dissonance) ซึ่งกล่าวว่า บุคคลมักจะแสวงหาหรือเลือกสรรข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเอง

ซึ่งสอดคล้องกับเบเรลสันและสไตเนอร์ (Berelson, Bernard B. and Steiner., 1964 : 529-530) กล่าวว่า คนเรามีแนวโน้มที่จะดูและฟังการสื่อสารที่สอดคล้องกับกรอบอ้างอิงทางความคิดของเขา กรอบอ้างอิงทางความคิดเหล่านี้ทำให้เกิดความแตกต่างกันในเรื่องของความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางการสื่อสารของคน

ส่วนชเรมม์ (Schramm, 1973 : 121-122) นั้นมีความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป คือ เห็นว่าการเลือกเปิดรับสารนั้นขึ้นกับปัจจัยที่สลับซับซ้อนหลายประการ ได้แก่

1. การหาได้ง่ายของสื่อหรือข่าวสาร อย่างเช่น คนเรามักจะมองคู่มือโฆษณาขนาดใหญ่ มากกว่าคู่มือโฆษณาขนาดเล็ก หรือคนเรามีแนวโน้มที่จะอ่านหนังสือ ถ้ามันอยู่ใกล้มือหรือหาง่าย มากกว่าที่จะต้องออกไปเพื่อหาซื้อมาอ่าน
2. ความแตกต่างจากฉากหลัง หรือความแตกต่างเมื่อเทียบกับสภาพแวดล้อมรอบๆ เช่น คนเรามักจะสนใจพาดหัวข่าวขนาดใหญ่ มากกว่า ตัวอักษรขนาดเล็กๆ
3. ประสบการณ์ของผู้รับสาร
4. การประเมินประโยชน์ของข่าวสารนั้นๆ คนเราจะแสวงหาข่าวสารที่สนองความต้องการของคนในเรื่องต่างๆ

5. การศึกษาและสถานภาพทางสังคมของผู้รับสาร คนที่มีการศึกษาสูงจะเลือกรับข่าวสารและเรื่องราวที่เกี่ยวกับสาธารณชนมาก และทั้งการศึกษาและสถานภาพทางสังคมมีความเกี่ยวข้องกับการใช้สื่อสิ่งพิมพ์และการใช้โทรทัศน์เพื่อการศึกษา

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางด้านสังคม จิตใจและลักษณะส่วนบุคคลอีกมากมายหลายประการที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสาร ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม ความเชื่อ อุดมการณ์ ลัทธินิยม ศาสนา ประเพณีวัฒนธรรม ประสบการณ์ ฯลฯ

1.2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็จะเลือกตีความหมายความเข้าใจของตัวเองหรือตามที่ตนคิดตามประสบการณ์ ตามความเชื่อความต้องการ ตามความคาดหวัง ตามแรงจูงใจ ตามสภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น เป็นต้น

1.3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งในบางครั้งผู้รับสารก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

• ความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (The Individual Differences Theory)

เดอเฟลอร์ (Defleur, Melvin L., 1970 : 119-122) เห็นว่าผู้รับสารสื่อมวลชนแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือตีความหมายข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันจึงได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้

3. มนุษย์ซึ่งถูกเลี้ยงดูภายใต้สภาพแวดล้อมต่างๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง

4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดลอมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปด้วย

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

แนวคิดกลุ่มสังคม (Social Categories Theory)

เดอเฟลอร์ (Defleur , Melvin L.,1970 : 122-124) ได้เสนอทฤษฎีกลุ่มสังคม ซึ่งกล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกันพฤติกรรมสื่อสารมวลชนนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิภานา เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐาน ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีคามสนใจ หรือมีพฤติกรรมในทางเดียวกัน

แนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันออกไป ซึ่งการสื่อสารก็จัดเป็นพฤติกรรมสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมสื่อสารของบุคคลที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกันจึงน่าจะแตกต่างกันด้วย เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างต่างกัน จากผลการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างๆ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534 : 64-71) ดังนี้คือ

1. เพศ พบว่า จากการวิจัยทางจิตวิทยาพบว่า ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากมายในเรื่องของความคิด ค่านิยม ทักษะคิด ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่จิตใจอ่อนไหว มักถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าเพศชาย ผู้ชายมักใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิง กิจกรรมที่แตกต่างกันของหญิงและชาย ทั้งข้อจำกัดในด้านเพศ วัฒนธรรมและสังคม ซึ่งผู้หญิงใช้เวลาในการทำกิจกรรมนอกบ้านได้น้อยเนื่องจากความไม่ปลอดภัยของผู้หญิงจึงใช้เวลาในการอยู่บ้านมากกว่า ดังนั้นผู้หญิงจึงใช้เวลาในการเปิดรับสื่อมากกว่าโดยเฉพาะการรับฟังรายการวิทยุประเภทรายการเพลง เพื่อเป็นการผ่อนคลายอารมณ์เพื่อคลายความเหงา เพื่อแสวงหาความรู้รอบตัวต่างๆ ที่สอดแทรกในรายการ ในขณะที่ผู้ชายมักจะใช้เวลาในการเปิดรับสื่อได้น้อยกว่าและมักจะสนใจเนื้อหาที่เกี่ยวกับข่าวสารที่หนักๆ มากกว่าด้านบันเทิงหรือรายการเพลง อาทิเช่น ให้ความสนใจกับข่าวด้านการเมือง เศรษฐกิจ หรือด้านกีฬา เป็นต้น

2. อายุ พบว่า คนเราเมื่ออายุมากขึ้น โอกาสที่จะเปลี่ยนใจหรือถูกโน้มน้าวใจให้เปลี่ยนใจจะน้อยลง นอกจากนั้น อายุยังเป็นสิ่งกำหนดความแตกต่างในเรื่องของความคิด พฤติกรรม ตัวอย่างเช่น คนหนุ่มสาวมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีกว่าและพร้อมในการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ ได้ง่ายกว่าผู้สูงอายุ ผู้ที่มีอายุมากมักเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติ มีความรอบคอบสุขุมระมัดระวังมากกว่าคนหนุ่มสาว นอกจากนี้กลุ่มคนที่มีอายุต่างกันลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน อาทิเช่น คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง แต่คนที่มีอายุน้อยมักสนใจในเรื่องของตลก ข่าวกีฬา หรือดนตรีสมัยใหม่ โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นที่มักจะใช้เวลากับการฟังรายการวิทยุที่ตนชื่นชอบ เป็นต้น ในวัยเด็กจะดูโทรทัศน์และฟังวิทยุมากกว่าสื่ออื่นๆ และจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เช่น การ์ตูน เพลง วัยรุ่นและวัยหนุ่มสาวก็เช่นกันจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิงโดยจะฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ และเปิดรับนิยายสารและภาพยนตร์มากกว่าวัยอื่นๆ ในวัยผู้ใหญ่การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุและหนังสือพิมพ์มีมากพอๆกัน แต่เมื่อถึงช่วงอายุ 40 ปี ขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง และเมื่อถึงวัยเกษียณอายุทำงาน 55-60 ปี ปริมาณการดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น

3. การศึกษา พบว่า คนที่ได้รับการศึกษาในระดับต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์และความต้องการที่แตกต่างกันไป จากการศึกษากอง โรบินสัน (John P. Robinson . 1972 : 77) ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคล กล่าวคือ คนที่มีการ

ศึกษาสูง ความรู้ดีจะเป็นกลุ่มคนที่มีความรู้กว้างขวางหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดีแต่มักเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ และคนกลุ่มนี้มักจะเพิ่มพูนความรู้ของตนมากขึ้น โดยการใช้สื่อมวลชน เช่นการเปิดรับสื่อวิทยุประเภทรายการเพลงของผู้รับสาร นอกจากนี้ผู้รับสารจะรับความบันเทิงจากรายการแล้ว ผู้รับสารจะให้ความสนใจในการรับฟังสาระความรู้ต่างๆ ที่สอดแทรกในรายการด้วยไม่ว่าจะเป็นสาระน่ารู้เกี่ยวกับเพลง ความเคลื่อนไหวข่าวสารด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง หรือข่าวสารด้านกีฬา เป็นต้น เพื่อนำสาระความรู้ที่ได้รับไปใช้ในชีวิตประจำวันของผู้รับสารเอง และยังพบว่าการศึกษามีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูงกับตัวแปรซึ่งเกี่ยวกับการรับสาร ลาซาร์เฟดด์และเคนเดิล (Lasafred and Candle , อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534 : 64-71) พบว่า คนที่มีการศึกษาน้อยฟังวิทยุมากกว่าคนที่มีการศึกษาสูง ส่วนลิงค์และฮอฟ (Link and Holf , อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534 : 64-71) พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้มีการศึกษาน้อย แต่ฟังวิทยุและดูภาพยนตร์น้อยกว่าผู้มีการศึกษาน้อย

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายความว่า อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ได้วิจัยให้เห็นว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสารมีอิทธิพลอย่างมากต่อปฏิกริยา ของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจทำให้คนมีวัฒนธรรมที่ต่างกัน คนที่มีพื้นฐานครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด อุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกัน นอกจากครอบครัวและอาชีพแล้ว รายได้ตลอดจนเชื้อชาติ ก็มีบทบาทสำคัญต่อผู้รับสารด้วย รายได้ของคนแต่ละคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการ ความคิดของคนเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ รายได้ที่แตกต่างกัน ผู้รับสารมักจะมีไลฟ์สไตล์ที่ต่างกันไป อาทิ รสนิยมในการแต่งกาย รสนิยมในการบริโภค รสนิยมในการฟังเพลง ความสนใจต่อสิ่งต่างๆ ที่แตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันด้วย โดยชเรมม์และไวท์พบว่า ผู้มีรายได้สูงมักนิยมเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์และเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาฉบับบันเทิง

เช่นเดียวกับที่ ดร.ปรมะ สตะเวทิน (2533 : 112-118) ได้กล่าวว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างๆ ร่วมกัน ย่อมจะมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น ได้แก่

1. อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดและพฤติกรรมโดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก สาเหตุที่มีความแตกต่างกันเนื่องมาจากคนที่ต่างรุ่นต่างวัยกันมีประสบการณ์ชีวิตแตกต่างกัน จึงทำให้มีทัศนคติความรู้สึกรู้สึกนึกคิดและพฤติกรรมแตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนักๆมากกว่าเพื่อความบันเทิง ในการฟังวิทยุก็เช่นกันคนที่อายุมากมักจะฟังรายการที่หนักๆ ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่

2. เพศ ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีวัฒนธรรมต่างกัน มีประสบการณ์ต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมายและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ผู้มีรายได้สูงมักจะใช้สื่อมวลชนมาก และมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหรือเรื่องราวที่หนักๆ เช่น อ่านหรือดูหรือฟังเรื่องการเมืองปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

4. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย และมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนมีการศึกษาน้อยมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างมากพอก็จะใช้สื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคล

การศึกษาของเมอร์ริลล์และโลเวนสไตน์ (Merril , John C. and Ralph L. Lowenstein , 1971 : 134-135) ได้กล่าวถึงแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเปิดรับข่าวสารว่าเกิดจากสาเหตุ 4 ประการ ได้แก่

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถเป็นเพื่อแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนากับผู้รับ

2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการการรับรู้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะแสวงหา และ ใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์ต่อตนเอง ทั้งในแง่ของการได้รับความรู้ ความสนุกสนาน ความบันเทิงและความสุขกายสบายใจ

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะบางอย่างจากสื่อที่จะสนองความต้องการ และทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ

แมคคอมและเบคเกอร์ (Mccombs , Maxwell E. and Lee B.Becker , 1979 : 47-49) กล่าวว่าคนเราเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เนื่องจาก

1. เห็นว่าเนื้อหาสารนั้นเป็นประโยชน์ต่อตนเอง
2. ความสนใจในหัวข้อหรือเนื้อหาสารนั้นๆ หรือความสำคัญของหัวข้อนั้นๆต่อตนเอง

ขวัญเรือน กิตติวัฒน์ (2531 : 23-26) กล่าวว่า ทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับสื่อใดอย่างไรนั้นก็ด้วยปัจจัยที่กำหนด คือ

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่พวกเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคล อย่างมากในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบสติปัญญา ความคิด ทักษะคิด ตลอดจนกระบวนการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ในการตัดสินใจที่แสดงพฤติกรรมใดๆ ก็ตาม นั่นคือ มักจะคล้อยตามกลุ่มในความคิด ทักษะ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม นอกเหนือจากสื่อสาร โดยเชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้อยคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของสื่อสารรวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวด้วย

จากแนวคิดทฤษฎีกล่าวมา จะพบว่าการเปิดรับสารมีปัจจัยทั้งในส่วนของตัวบุคคลเอง ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจหรืออื่นๆ รวมไปถึงปัจจัยภายนอกได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่ทำให้การเปิดรับสารของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน จะเห็นได้ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีลักษณะความสนใจ ความเชื่อ ความชอบ ทักษะ ทักษะ ตลอดจนพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่างๆ แตกต่างกันไปด้วย

ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จึงได้นำแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารมาใช้ ก็เพื่อต้องการทราบว่าแต่ละคนนั้น มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบ็กัม เป็นอย่างไร เนื่องจากการเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้นแตกต่างกัน แต่ละคนจะมีกระบวนการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารที่แตกต่างกัน บางคนชอบดูโทรทัศน์ มากกว่าอ่านหนังสือพิมพ์ บางคนชอบฟังวิทยุ ไม่ชอบอ่านหนังสือ ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละคนมีความต้องการ ความสนใจ ความเชื่อ ทักษะ และประสบการณ์ ตลอดจนระดับ อายุ เพศ การศึกษา ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่าแต่ละคนมีพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวสารก็เพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

การรับรู้เป็นกระบวนการที่มนุษย์จะเข้าใจสิ่งเร้าใดสิ่งเร้าหนึ่งที่ปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเรา การรับรู้เป็นสิ่งที่กำหนดความต้องการ แรงจูงใจ และการกระทำในทางพฤติกรรมต่างๆ ให้เกิดขึ้น

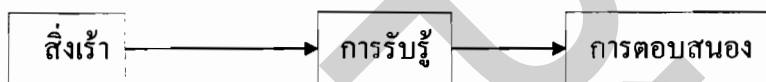
ความหมายของการรับรู้

เดโซ สวานานนท์ (2510 : 27) ให้ความหมายของการรับรู้ว่าเป็นการที่ร่างกายรับรู้สิ่งเร้าต่างๆที่เข้าผ่านทางประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่ง แล้วตอบสนองต่อสิ่งเร้านั้นๆ ออกมา

การรับรู้ของแต่ละคนอาจจะแตกต่างกันออกไปและขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความรู้และการรับรู้ของแต่ละคนไป และนอกจากนี้ นักจิตวิทยายังได้ให้หลักการในเรื่องการรับรู้ว่ามีมนุษย์เรานั้นมีแนวโน้มที่เลือกรับรู้ แต่เฉพาะสิ่งที่ไม่ขัดกับหรือไม่ทำลายสถานะของเราเอง

ฉลอง ภิมย์รัตน์ (2521 : 27) ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองของบุคคล สามารถเขียนเป็นแผนผังได้ดังนี้

ภาพที่ 2 แสดงการรับรู้เป็นกระบวนการระหว่างสิ่งเร้ากับการตอบสนองของบุคคล



โดยอธิบายเพิ่มเติมว่าบุคคลจะไม่มีกรรับรู้ ถ้าหากไม่มีสิ่งเร้ามาต่อ ให้เกิดการรับสัมผัส และบุคคลจะไม่แสดงปฏิกิริยาตอบสนองถ้าไม่มีการรับรู้หรือไม่มีการรับสัมผัสจากสิ่งเร้า

ชงชัย สันติวงษ์ และชัยศ สันติวงษ์ (2535 : 69) ได้ให้ความหมายโดยสรุปว่าการรับรู้หมายถึงการที่คนเราได้รับเอาตัวกระตุ้นเข้ามาทางประสาทรับความรู้สึกทั้ง 5 คือ การมองเห็น ได้ยินด้วยหู การลิ้มรส การสูดกลิ่น และการสัมผัสนั้น เป็นสิ่งที่แสดงข้อเท็จจริงเท่านั้น แต่ถ้าหากมีการได้จัดระเบียบ และตีความข้อเท็จจริง ที่ได้รับโดยอาศัยกลไกทางชีวภาพประสบการณ์ในอดีต ค่านิยมและทัศนคติของเราแล้ว เราเรียกว่าเป็นความเข้าใจจากการรับรู้

กระบวนการของการรับรู้จะเริ่มด้วยบุคคลรับเอาสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าเป็นการรับรู้ทางด้านสรีระทำให้เกิดความรู้สึก (Sense) ขึ้นมาก่อน แล้วแต่ละคนก็จะแปลความหมายออกมาจากความรู้สึกนั้นๆ ตามภูมิหลัง (Background) ของตนเองซึ่งเกิดจากหลายๆ สิ่งประกอบกัน เช่น อายุ เพศ ฐานะ การศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ อารมณ์ และสิ่งแวดล้อมอื่นๆ และยังเพิ่มค่านิยม

และทัศนคติของตนเองเข้าไปอีกทำให้เกิดความรู้สึกหรือความเข้าใจอย่างแท้จริง และ ทำให้เกิด ปฏิกริยาหรือพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งที่ได้พบเห็นตามที่ตน “รับรู้”

เสรี วงษ์มณฑา (อ้างในศิริวรรณ จุลฉวีรัตน์ , 2542 : 21) กล่าวว่า การรับรู้เป็น กระบวนการในการตีความข่าวสาร เพื่อให้เกิดเป็นความเข้าใจ

การรับรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ข่าวสาร ในการแปลข่าวสารและนำไปใช้ในแต่ละบุคคล ทั้งนี้บุคคลสองคนอาจเปิดรับข่าวสารในสื่อสิ่งพิมพ์เดียวกัน ใน สถานการณ์เดียวกัน แต่มีพฤติกรรมตอบสนองที่แตกต่างกันได้ เพราะแต่ละบุคคลมีกระบวนการทางด้านปริบททางสังคมที่แตกต่างกัน อีกทั้งความแตกต่างในเรื่องของการรับรู้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับ ลักษณะของ สิ่งเร้าที่มาในรูปแบบของข่าวสารเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์กับสิ่งเร้าภายนอกกับสิ่งแวดล้อมต่างๆรอบตัว รวมถึงเงื่อนไขในแต่ละบุคคลอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นสภาพครอบครัว กลุ่มเพื่อน รายได้ที่ได้รับ สื่อองค์ประกอบประเภทอื่นๆ

จากความหมายและนิยามของการรับรู้ หากพิจารณาลึกลงไปในรายละเอียดของกระบวนการรับรู้ จะสามารถแบ่งกระบวนการออกเป็น 5 ประการ ดังที่ คิมเบิลและการ์เมอร์ซี่ (Kimble and Garnezy , อ้างในวุฒิชัย จานงศ์ , 2523 : 213-214) ได้จำแนกได้ดังนี้

1. สิ่งเร้าหรือสถานการณ์ (Stimulus หรือ Situation) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดกระบวนการรับรู้ในขั้นต่อไป
2. การบันทึกปรากฏการณ์ (Registration) เป็นการบันทึกจากสิ่งเร้า หรือสถานการณ์ภายนอกที่เราสัมผัสได้
3. การตีความหมาย (Interprets) ซึ่งก่อให้เกิดผลเป็นการที่ได้รับรู้ สิ่งเร้าที่มากระทบเรานั้น ว่ามีความหมายอย่างไรและเรามีความรู้สึกอย่างไรจากความหมายนั้น
4. ข่าวสารย้อนหลัง (Feed Back) เป็นปฏิบัติการทางด้านกรรับรู้ อย่างแท้จริงและมีการเพิ่มค่านิยม (Value) บางอย่างเพื่อให้เกิดความเข้าใจ

5. ปฏิบัติกริยาตอบโต้ (Reaction หรือ Response) โดยกระบวนการรับรู้จะสิ้นสุดก็ต่อเมื่อมีปฏิบัติกริยาตอบโต้

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

การรับรู้ของคนเรามีความแตกต่างกัน เนื่องจากมีองค์ประกอบต่างๆ หลายองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ ซึ่งนักวิชาการหลายท่าน อธิบายว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ จะประกอบไปด้วย ดังเช่นนักวิชาการได้ให้ความเห็นไว้ดังนี้

ฉลอง ภิรมณ์รัตน์ (2521 : 27) ได้สรุปไว้ว่าการรับรู้ หรือการวินิจฉัย ต่อสิ่งเร้า ผู้รับรู้จะวินิจฉัยออกไปในรูปใดนั้นขึ้นอยู่กับ

1. ประสบการณ์ของผู้รับรู้ อิทธิพลของประสบการณ์ที่มีมาก่อน จะชักจูงให้บุคคลวินิจฉัยสิ่งเร้านั้นออกไป ในทางที่ได้เคยพบเห็นมาก่อน

2. ความต้องการ อิทธิพลของความต้องการทั้งทางร่างกายและสังคม จะชักนำบุคคลให้มีการรับรู้ได้ดีขึ้น

3. อิทธิพลของสังคม ความเป็นอยู่ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แตกต่างกัน จะทำให้การรับรู้ของบุคคลในสิ่งต่างๆ แตกต่างกันด้วย

4. ความตั้งใจ การรับรู้ต่อสิ่งต่างๆ ขึ้นอยู่กับความตั้งใจหรือความสนใจของบุคคลต่อสิ่งนั้นด้วย ถ้าหากไม่มีการสนใจหรือตั้งใจต่อสิ่งเร้านั้นๆ การรับรู้ก็อาจจะไม่เกิดขึ้น หรือเกิดขึ้นแต่ไม่ชัดเจน

5. ลักษณะเด่นหรือคุณค่าของสิ่งเร้า บุคคลจะรับรู้สิ่งเร้าที่มีลักษณะเด่นหรือจุดสนใจเรียกร้อง ให้มีการรับรู้ได้ดีกว่า สิ่งปกติธรรมดา

6. ทักษะคติ โดยปกติบุคคลที่นิยมชมชอบสิ่งอันใด หรือมีทักษะคติที่ดีต่อสิ่งใด มักจะรับรู้ต่อสิ่งนั้นได้ดี แต่อย่างไรก็ตาม บุคคลที่มีทักษะคติไม่ดีต่อสิ่งใด เมื่อได้พบเห็นสิ่งนั้นก็จะได้รับรู้ได้ดีเช่นกัน จึงสรุปได้ว่า ทักษะคติมีผลต่อการรับรู้ของบุคคลทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

7. ภาษา ในชุมชนมักมีความแตกต่างกันในเรื่องของภาษา บุคคลย่อมไม่เข้าใจความหมายของภาษาอื่น หรือสำนวนการพูดที่แตกต่าง ทำให้ไม่เข้าใจความหมาย การรับรู้ในเรื่องนั้นจึงไม่เกิดขึ้น แต่ถ้าเป็นภาษาเดียวกันที่ใช้อยู่ย่อมมีการรับรู้ได้ดีกว่า

การรับรู้จะเกิดขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับกระบวนการของผู้รับสารจะทำหน้าที่ในการกลั่นกรองข่าวสารในการรับรู้ของบุคคล โดยมีองค์ประกอบดังนี้ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ นับเป็นองค์ประกอบแรกที่มีความสำคัญ เนื่องจากไม่ว่าข่าวสารจะมีอยู่มากมายเพียงใด หากผู้รับสารไม่มีความสนใจและไม่รับรู้ข่าวสารนั้น ระบบของการสื่อสารเพื่อจะรับรู้ก็จะไม่เกิดขึ้นเลย โดยบางครั้งกระบวนการที่ผู้รับสารแต่ละบุคคลจะเลือกรับข่าวสาร จะต้องมีส่วนที่สามอย่างสำคัญ 3 ขั้นตอน

1.1 การเลือกเปิดรับสารหรือเลือกสนใจ เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมที่จะเปิดรับข่าวสารหรือไม่ จะเลือกรับสารประเภทไหน จากสื่อใด หรือเลือกที่เปิดรับสื่อที่มีความสนใจกับสารที่สอดคล้องของแต่ละบุคคล โดยแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง ซึ่งบุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่ตนมีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึคนึกคิดของตนเอง

1.2 การเลือกรับรู้หรือตีความ เป็นกระบวนการกลั่นกรองขึ้นมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสาร จากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับสารแต่ละคนผู้รับสารแต่ละคนอาจจะตีความหมายข่าวสารที่ได้มาแตกต่างกันจากคนอื่น โดยแต่ละคนจะเลือกรับสารและเลือกตีความตามเข้าใจของตนเอง หรือทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และสภาวะทางอารมณ์ แต่ทั้งนี้เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ก็เชื่อว่าข่าวสารนั้นจะถูกรับรู้ไปตามเจตนาารมณ์ของผู้ส่งสารทั้งหมด ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับกระบวนการคิดและตัดสินใจของผู้รับสารเองด้วย

1.3 การเลือกจดจำ (Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร หากความเข้าใจนั้นจะพัฒนาต่อไปเป็นการยอมรับที่ถาวร พร้อมทั้งจะจดจำในระยะยาว บุคคลต่างๆ จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้วยสาเหตุต่างๆ ได้แก่ ความเหงา ความอยากรู้อยากเห็น ดังนั้นจึงเป็นลักษณะของทัศนคติที่ผู้รับสาร ตั้งใจที่จะเลือกจดจำ

ข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจความต้องการตามทักษะของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

2. องค์ประกอบด้านสังคม เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางอ้อม ที่สามารถสร้างประสบการณ์และปลูกฝังทัศนคติ ความคิด รวมทั้งพฤติกรรมทั่วไปของผู้รับสาร องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

2.1 สภาพแวดล้อม นับเป็นสถาบันหนึ่งที่เกิดการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะสภาพแวดล้อมทางครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นตัวกำหนดสิ่งเร้า หรือตัวข่าวสารที่บุคคลควรจะได้รับรู้หรือตอบสนองต่างๆ รวมทั้งการคาดคะเนผลที่เกิดจากพฤติกรรมที่แสดงออก

2.2 ครอบครัว นับเป็นสถาบันแรกที่มีความใกล้ชิดที่สุดของกับมนุษย์ ถึงแม้ว่าบทบาทของครอบครัวจะมีความแตกต่างกันไป ภายใต้ระบบสังคมขนาดใหญ่ สังคมเมือง หรือสังคมชนบทแต่ครอบครัวกลับมีผลต่อการสร้างพฤติกรรม และการรับรู้ของแต่ละบุคคลได้เสมอ เนื่องจากครอบครัวเปรียบเสมือนสื่อกลาง เพื่อที่จะทำหน้าที่ควบคุม กำกับ ดูแลความประพฤติ จึงทำให้ครอบครัวมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านกระบวนการทางด้านค่านิยม ทัศนคติ ความเข้าใจ

2.3 กลุ่มเพื่อน เป็นกลุ่มบุคคลที่มีการพบปะเป็นประจำ การได้พบปะหรือพูดคุย ทำให้เกิดการสนองต่อความต้องการในการเรียนรู้ การให้คำปรึกษา การสร้างกระบวนการความรู้สึกนึกคิดและเป็นเสมือนการกำหนดพื้นฐานเส้นทางเพื่อเข้าไปสู่สังคมให้กับตนเอง บุคคลจะสามารถพบเพื่อนได้หลายรูปแบบ ได้แก่ เพื่อร่วมงาน เพื่อสนิท เพื่อต่างเพศ

2.4 วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี สภาพวัฒนธรรมของสังคม ในแต่ละสังคม ล้วนแล้วแต่เป็นเครื่องกล่อมเกล่ากระบวนการทางด้านความคิด ค่านิยม ทัศนคติและสัญลักษณ์อื่นๆ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นมา เพื่อดำเนินการจัดการกับรูปแบบพฤติกรรมของตนเองซึ่งพฤติกรรมที่ได้รับการถ่ายทอด จะสามารถเชื่อมความสัมพันธ์จากช่วงอายุเวลาหนึ่ง ไปสู่อีกช่วงอายุเวลาหนึ่งได้ หากสิ่งใดที่ขัดต่อวัฒนธรรมของสังคมอย่างรุนแรง ก็ได้รับการต่อต้านจากบุคคลในสังคมนั้น และเมื่อวัฒนธรรมจะมีอิทธิพลต่อพัฒนาการบุคลิกภาพของบุคคล โดยจะกำหนดหรือวางเงื่อนไขว่าอะไรที่เด็กเกิดมาแล้ว ควรจะได้รับการสั่งสอนและอะไรบ้างที่แต่ละบุคคลจะต้องเรียนรู้ แต่ละวัฒนธรรมจะมุ่งหวังอบรมสมาชิก ให้ประพฤติปฏิบัติตามแนวทางที่เป็นที่ยอมรับภายในสังคมนั้นๆ ทั้งนี้

วัฒนธรรมในแต่ละสังคมมักจะกำหนดไว้ว่า พ่อแม่จะต้องเลี้ยงดูบุตรของตน แต่วิธีการเลี้ยงดูจะแตกต่างกันไป บางครั้งอาจจะใช้วิธีการละมุนละม่อม หรืออาจใช้วิธีการรุนแรง ซึ่ง ผลลัพธ์ของวิธีการแต่ละแบบ จะปรากฏที่พฤติกรรมและบุคลิกภาพของเด็กและความแตกต่างของวัฒนธรรมในการเลี้ยงดูบุตร จะก่อให้เกิดบรรทัดฐานทางสังคมที่แตกต่างกันไปได้

2.5 อายุ อาชีพ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ สามารถเป็นตัวกำหนดความสนใจในการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร และมีส่วนในการสร้างองค์ประกอบทางด้านจิตใจ และองค์ประกอบทางด้านสังคม จึงทำให้เกิดกระบวนการในการเลือกสรรขึ้น

เมื่อมีการรับรู้เกิดขึ้น การแสดงความคิดเห็น สามารถจำแนกเกิดขึ้นมาได้ มนุษย์ต้องการความพร้อมที่จะสนองการเรียนรู้ ทุกๆสิ่งของการรับรู้จะต้องมีองค์ประกอบของวัฒนธรรม ครอบครัว กลุ่มเพื่อน และลักษณะทางบุคลิกภาพเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ

การรับรู้สามารถแปรเปลี่ยนให้มีลักษณะกลับกลายเป็นความวิตกกังวล ความเกรงใจ หรือความรัก ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเสมือนการสร้างอารมณ์ในลักษณะเชิงภาวะสันนิษฐาน (Hypothetical Constructs) การรับรู้จึงมีส่วนประกอบพื้นฐาน 3 ขั้นตอนเป็นตัวกำหนด คือ

1. ส่วนประกอบในเรื่องของการรู้การเข้าใจ
2. ส่วนประกอบทางอารมณ์
3. ส่วนประกอบทางพฤติกรรม

วิธีการที่สร้างกระบวนการรับรู้ขึ้นมานั้น การเลือกเปิดรับข่าวสาร (Selective Process) เป็นอีกวิธีหนึ่งที่มีความสำคัญ และสามารถจำแนกให้เห็นได้ว่า รูปแบบในการที่ผู้รับสารจะแสดงการรับรู้ให้เกิดขึ้น

แคทซ์และคณะ (Katz and Others , 1973 : 214) กล่าวว่า การรับรู้เป็นสิ่งที่เกิดจากความพึงพอใจที่จะเลือกรับสื่อ ซึ่งมีลักษณะ 3 ประการ คือ

1. Mode คือ แบบหรือลักษณะของความต้องการ เช่น ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น ต้องการให้ลดน้อยลง หรือต้องการให้ได้มา

2. Connection คือ ลักษณะจุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลกับสิ่งภายนอก คือการติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ การติดต่อเพื่อความสนใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ การติดต่อ

3. Referent คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์โยงการติดต่อไปสู่ ได้แก่ ตนเอง ครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม

การรับรู้สามารถสร้างให้เกิดรูปแบบการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของบุคคลในสังคมและในเรื่องของการเลียนแบบ หรือที่เรียกว่า Identification เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น และเป็นผลมาจากการที่เขาต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือที่พึงพอใจระหว่างตัวเขากับบุคคลหรือกลุ่มอื่น

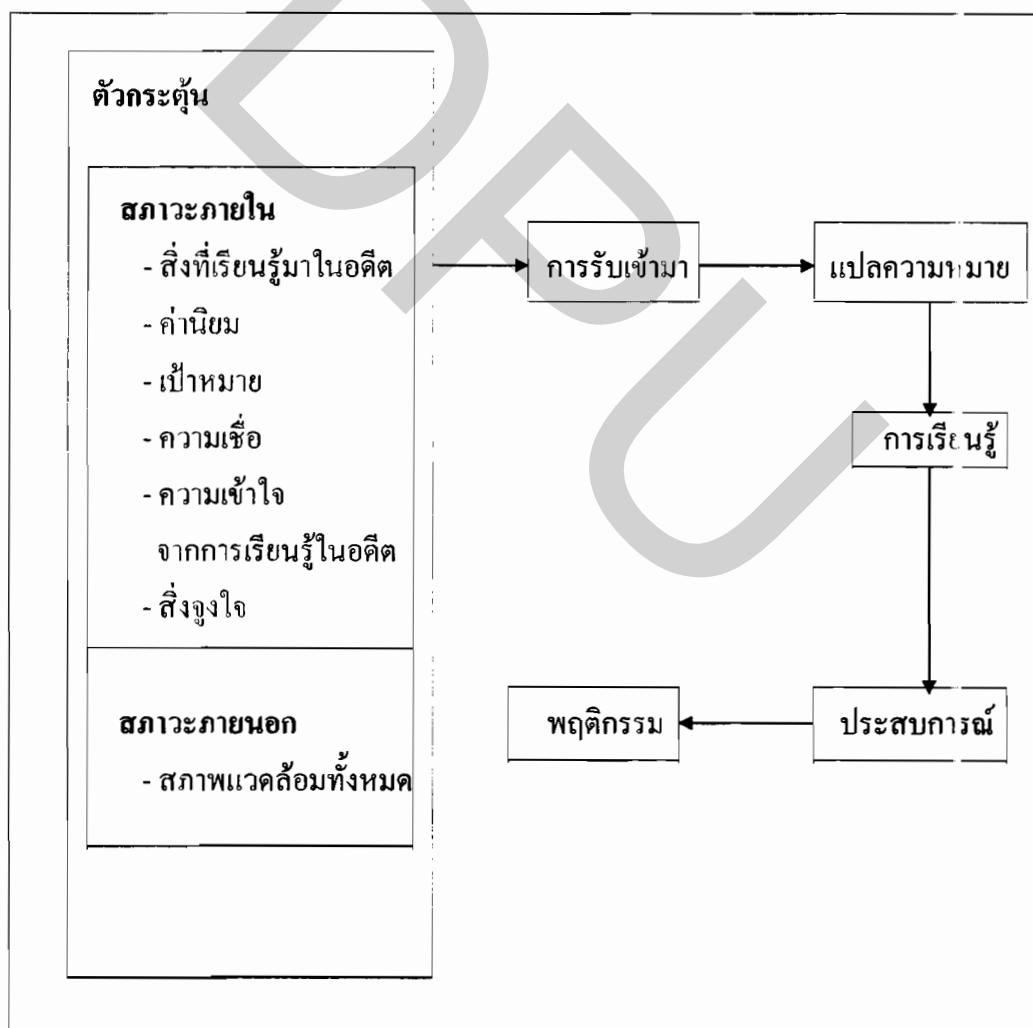
ความสัมพันธ์นี้อาจจะออกมาในรูปของการรับเอาบทบาททั้งหมดของบุคคลหรือกลุ่มเป็นของตน และเปลี่ยนบทบาทซึ่งกันและกัน โดยการรับรู้ของคนจะเปลี่ยนไปมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสิ่งเร้าให้เกิดการเลียนแบบ ซึ่งกล่าวอีกนัยหนึ่ง หมายถึง การเลียนแบบเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งจะสามารถผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความดึงดูดใจของสิ่งเร้าที่มีต่อบุคคลนั้น การเลียนแบบจึงขึ้นอยู่กับพลัง (Power) ของแหล่งสาร และเนื้อหาของรายละเอียดของพฤติกรรมนั้นๆ โดยเฉพาะความต้องการที่อยากจะเปลี่ยน (Internalization) ซึ่งมักจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลยอมรับสิ่งที่มีอิทธิพลเหนือกว่า เนื่องจากสิ่งนั้นตรงกับความต้องการภายในและค่านิยมของบุคคล และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปโดยกระบวนการที่จะสอดคล้องกับค่านิยมที่เขาถืออยู่เดิม

นอกจากนี้ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารยังสามารถโน้มน้าวใจ และเป็นส่วนประกอบหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับรู้ได้ ทั้งนี้ ความน่าเชื่อถือต่อแหล่งสารจะถูกนำมาแปรสภาพและนำมาใช้ร่วมกับประสบการณ์เดิมที่ผู้รับสารมีอยู่ จากลักษณะสิ่งที่พบเห็น สภาพจิตใจ สภาพแวดล้อม

ในขณะที่เกี่ยวกับการรับรู้สามารถส่งเสริมให้เกิดกลไก ในการสร้างความคิดเห็น (Opinion) ให้เกิดขึ้นในลักษณะการแสดงออกของบุคคลด้วยคำพูดหรือการกระทำ ซึ่งการเกิดขึ้นของความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร (Source Credibility) นั้นสามารถสร้างความคิดเห็นหรือโน้มน้าวใจให้ผู้อ่านนำมาใช้ในการตัดสินใจที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่างได้อย่างมีเป้าหมาย

ดังนั้นการรับรู้ที่ได้จากทฤษฎีและแนวความคิดของนักวิชาการจำนวนหลายท่าน จะเห็นว่า การรับรู้ เปรียบเสมือน ค่านแรกที่จะทำให้บุคคล มีความรู้สึก และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยมีกระบวนการและปัจจัยต่างๆ เช่น ความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยม และความเชื่อ เป็นตัวแปรที่จะทำให้บุคคลรับรู้ไปในทางใดทางหนึ่งและแปลความหมายของการรับรู้ที่ออกมา เป็นพฤติกรรมหรือการแสดงออกของบุคคล นอกจากนี้การรับรู้เป็นกระบวนการและปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวแปรของการรับรู้ จึงเป็นผลที่จะให้บุคคลมีการรับรู้แตกต่างกันออกไป แม้ว่าจะเป็นเรื่องหรือสิ่งเดียวกันก็ตาม จึงอาจสรุปได้ว่า การรับรู้ของบุคคล มีผลต่อพฤติกรรม หรือ การแสดงออกของบุคคลนั้นๆ ดังนี้

ภาพที่ 3 แสดงถึงกระบวนการรับรู้และปรากฏออกเป็นพฤติกรรม



ที่มา : คัดแปลงมาจากธงชัย และ ชัยยศ สันติวงษ์ , 2535

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ มาเป็นกรอบแนวคิดเพื่อที่จะศึกษาว่าผู้ฟังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ทางด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เป็นอย่างไร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

แนวทางการศึกษาในเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน (The uses and Gratification Approach) เป็นการเน้นความสำคัญของกลุ่มผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร คือ ผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

ซึ่ง คาสซาต้า และ แอนซ์ (Cassata , Mary B.and Molefi K.Anste , 1979 : 88-89) ได้ตั้งสมมติฐานเบื้องต้นของแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจไว้ดังนี้

1. ผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อสนองความพึงพอใจ
2. ผู้รับสารจะเป็นผู้เลือกสื่อจาก ทั้งหมดที่มีอยู่
3. ผู้รับสารจะตระหนักว่าสื่อ นั้น จะสนองความต้องการ ความสนใจและมีความเกี่ยวข้องมากเพียงพอ
4. ผู้รับสารจะใช้สื่อใดๆนั้น โดยไม่รวมถึงการตัดสินใจจากพฤติกรรมการบริโภคสื่อตามความเคยชินเดิม

สำหรับ Logman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่าหมายถึง ภาวะที่มีความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจ ซึ่งก็คล้ายกับที่แม็คคอมส์และเบคเกอร์ (McCombs , Maxwell E. and Becker, Lee B , 1972 : 50 - 52) อธิบายไว้ว่า คนเรามีเหตุผลในการเลือกใช้สื่อ หรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันออกไป และเหตุผลนั้นทำคนเลือกใช้สื่อต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนั้นหมายถึง อะไรบางอย่างที่สื่อมวลชน

นั้นๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งก็จะเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่า ความพึงพอใจ

การศึกษาวิจัย เกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งคือ งานของเวนเนอร์ (Wenner , 1985 : 171-193)

เวนเนอร์ (Wenner , 1985 : 171-193) แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้าน ข้อมูลอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมย้ำในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม (Orientation Gratification) รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยการตัดสินใจ (Decisional Utility)

2. การใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่าง ข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3. การใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อ คำรงค์เอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อหรือปรากฏในเนื้อหาสื่อ เช่น การยึดถือผู้อ่านข่าวที่เราชื่นชมเป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม

4. การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง (Para- Orientations Gratification) เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

แมคควอล บลูมเมอร์และบราวน์ (Mcquail ,D., Jay G. Blumler and J.R Brown , 1972 : 50) ได้แบ่งความพึงพอใจจากการชมโทรทัศน์ของผู้ชมออกมาเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1. การเบนความสนใจออกไป จากสภาพการณ์ในชีวิตจริง (Diversicn) ผู้รับสารจะสามารถหลีกเลี่ยงหนีจากปัญหาชีวิต หรือความจำเจในงานประจำวัน ไปสู่โลกแห่งจินตนาการในโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ ซึ่งเท่ากับเป็นการหายไปจากปัญหาชั่วคราว และเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด

2. การตอบสนองความต้องการเพื่อน หรือการมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นๆของสังคม (Personal Relation) เป็นการใช้สื่อเพื่อชดเชย เป็นรูปแบบที่เห็นได้ชัดมาก เช่น แม่บ้านเปิดวิทยุทิ้งไว้เป็นเพื่อนยามที่ต้องการอยู่คนเดียวตอนกลางวัน ผู้รับสารบางคนก็พบว่า เป็นการยากที่จะมีความสัมพันธ์ทางสังคมอย่างแท้ จริงกับคนอื่น จึงหันมาใช้สื่อเป็นเพื่อน นอกจากนั้นสื่อยังตอบสนองต่อการใช้ประโยชน์ทางสังคมอีก เช่น การดูโทรทัศน์ช่วยสร้างประเด็นการสนทนา การถ่ายทอดประสบการณ์ หรือการถกเถียงเกี่ยวกับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน ซึ่งทำให้การมีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่นๆในสังคมเป็นไปอย่างยิ่งขึ้น

3. การตอบสนอง ความต้องการด้านการแสวงหาเอกลักษณ์ของส่วนบุคคล (Personal Identity) ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะใช้สารที่ได้รับจากรายการมาเปรียบเทียบกับชีวิตตัวเอง หรือคนที่รู้จัก การสำรวจความเป็นจริงเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้เนื้อหาของรายการเพื่อช่วยให้ผู้รับสารเข้าใจชีวิต

4. การใช้ประโยชน์ด้านการติดตามเหตุการณ์ ต่างๆ (Surveillance) ให้รู้ทันสิ่งที่กำลังเกิดขึ้น นอกจากนั้นบุคคลที่เป็นผู้นำความคิด (Opinion Leaders) ใช้สื่อติดตามข้อมูลข่าวสารเพื่อดำรงไว้ซึ่งบทบาททางสังคมของตน

บลูมเมอร์ (Blumler Jay G., 1980 : 9-36) ได้แบ่งความพึงพอใจจากการใช้สื่อมวลชน คือ หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ ไว้ดังนี้ คือ

1. การรู้เห็นเหตุการณ์ (Surveillance)
2. ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity)
3. ความเพลิดเพลิน (Diversion)
4. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity)

คิพเพ็ค และ เมอร์เรย์ (Kippex and Murray , 1980 : 335-359) ได้ศึกษาเรื่องของการใช้สื่อและความพึงพอใจและได้ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเขาต้องการหาความสัมพันธ์ของความต้องการใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษามีดังนี้ คือ

1. ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุปรากฏว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคือ ตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย คือ ตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะเลือกใช้เพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อ เพราะสนใจที่จะได้รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง เป็นต้น

2. คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะมีการเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาค่ำ

3. จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับ 1 เพราะกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆที่เขาสนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ ภาพยนตร์ จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองมาตามเหตุผลของการเลือกใช้

4. กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ มีการเลือกใช้สื่อ อย่างมีจุดมุ่งหมายและ เข้ามาถึงคุณประโยชน์ของสื่อ

แมคคอมบส์ และเบคเกอร์ (McComb , Maxell E. and Becker , 1972 : 50-52) ได้อธิบายถึงเหตุผลในการใช้สื่อมวลชนหรือเหตุผลในการติดตามข่าวสารว่ามีอยู่ 6 ประการ ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่างๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญพอที่ควรจะเรียนรู้
2. เพื่อใช้ข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบๆตัว
3. เพื่อได้ข้อมูลประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussion) โดยการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลนำไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น
4. เพื่อต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์ และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. เพื่อเสริมความคิดเห็น หรือสนับสนุน การตัดสินใจ(Reinforcement) ที่ได้กระทำ ไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง ความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing and Entertainment)

นอกจากนี้ โจเซฟ อาร์ โดมินิค (Josep R. Dominic , 1993 : 48-53) ยังได้กล่าวถึงเหตุผลในการใช้สื่อมวลชนของบุคคลที่สามารถจัดเป็น 4 กลุ่มด้วยกัน คือ

1. เพื่อการรับรู้ (Cognition) หมายถึง การที่ประชาชนผู้รับสาร ต้องการข่าวสารเพื่อสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ในด้านความอยากรู้อยากเห็น และความต้องการได้รับการยอมรับว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคม โดยการรับรู้ข่าวสารผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบหลักคือ ข่าว ความรู้และความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversion) ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในรูปแบบที่แตกต่างกันเช่น

2.1 การกระตุ้นอารมณ์ (Stimulation) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อ แสวงหาความเข้าใจ ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น เพื่อลดความเบื่อหน่ายในชีวิต

2.2 การพักผ่อน (Relaxtion) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อผ่อนคลายความเครียดหรือลดความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน

3. เพื่อประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) หมายถึง ความจำเป็นของบุคคลที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นการเปิดรับสื่ออาจแสดงถึงการยอมรับของคนในสังคมและความผูกพันต่อผู้อื่น ซึ่งอาจแสดงออกได้ดังนี้

3.1 การใช้ภาษาร่วมสมัย (Conversation Currency) ผู้รับสารอาจเปิดรับสื่อ เพื่อต้องการความทันสมัย โดยการแสดงออกถึงการใช้ภาษา เช่น คำพูด ความเข้าใจต่อคำนิยมใหม่ๆ เพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อมวลชนจะเป็นตัวเชื่อมโยงความเป็นกลุ่มเหล่านั้น การใช้ภาษาร่วมสมัยมักปรากฏได้ชัดเจนในกลุ่มวัยรุ่นกับการโฆษณา เป็นต้น

3.2 สื่อมวลชนสัมพันธ์ (Parasocial Relationship) ในสังคมที่ก้าวหน้ามากขึ้นปัจเจกชนกลับยิ่งรู้สึกโดดเดี่ยว เนื่องจากเวลาที่มีอยู่จำกัดถูกนำไปใช้เพื่อการแข่งขันและการประกอบอาชีพมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องการสังคม แต่การสมาคมกับมนุษย์ด้วยกันนั้นถูกจำกัดลงด้วยสังคมที่ก้าวหน้าแบบอู ตสาหกรรมมนุษย์จึงมักมีสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแทนอย่างน้อยก็อาศัยสื่อมวลชน

ชนในการแสวงหาเพื่อน ดังเช่นที่พบเห็นในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ที่อาศัยสื่อสิ่งพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์ เป็นเพื่อนมากกว่าการคบหาสมาคมกับผู้อื่น

4. การผลจากสังคม (Withdrawal) เป็นการเปิดรับสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ ตัวอย่างเช่น การเร่งรีบทำงานให้เสร็จเพื่อจะได้ไปชมโทรทัศน์ เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ เมื่อกล่าวถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจาก สื่อ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ หลังจากที่ได้เปิดรับสื่อเรียบร้อยแล้ว นั้น ซึ่งความหมายในประเด็นนี้ จะเน้นถึงผลที่บุคคลได้รับหลังจากเปิดรับสื่อ ซึ่งผลที่ได้นี้จะทำให้รู้ว่าผู้รับสารเปิดรับสื่อเพื่ออะไรในที่นี้ คือ เมื่อบุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ซึ่งเป็นรายการที่ให้สาระความรู้ เช่น ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ในเรื่องทั่วไป ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ และในขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงในรูปแบบของการเปิดเพลง การเล่นเกมส์ด้วย การพูดคุยกับนักจัดรายการ เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (Attitude) คือ ปฏิกริยาทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก ชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งที่ได้รับรู้ ทั้งรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส ฯลฯ นอกจากนี้ทัศนคติ คือ พฤติกรรมการเตรียมพร้อมจะตอบสนองในทางใดทางหนึ่งต่อวัตถุทางสังคม

ซิมบาโดและไลเป (P.Zimbardo and M. Leippe , 1991 , อ้างใน อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท , 2542 :34) ได้แสดงให้เห็นว่า ระบบทัศนคติมีองค์ประกอบหลักๆ 5 ประการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เรามีปฏิกริยาตอบสนองต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดอย่างไร (Social Objects) หรือแนวคิดหนึ่งแนวคิดใด (Concept) อย่างไร

1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด (Cognition) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไปทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดสิ่งใดดีก็มักจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดีก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น ในแผนภูมิแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบด้านความรู้ด้านความนึกคิด ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นความ

รู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริง (Knowledge) ส่วนที่เป็นความเชื่อและส่วนที่เป็นการประเมิน เหล่านี้คือ ความนึกคิดหรือการรับรู้ของเราทั้งสิ้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (The Affective Responses) เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน

3. ความตั้งใจทางด้านพฤติกรรม (Behavior Intentions) คือ ความตั้งใจที่จะแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือแนวคิดหนึ่งแนวคิดใด ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก ในการวิจัยเชิงประจักษ์ ถ้าเราวัดพฤติกรรมโดยตรงไม่ได้ เราอาจวัดความตั้งใจทางด้านพฤติกรรมได้

4. พฤติกรรม (Behavior) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง แนวคิดหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

5. ทักษณคติ (Attitude) คือ ความโน้มเอียงในการประเมินวัตถุ แนวคิด บุคคล สถาบัน ฯลฯ จะเห็นว่าในระบบทัศนคติ องค์ประกอบทั้งห้าส่วนล้วนสัมพันธ์กัน ไม่มีส่วนใดแยกอยู่เป็นอิสระได้ โดยสรุปแล้วลักษณะของทัศนคติ คือ

5.1 ทัศนคติ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคนมิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด

5.2 ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำ ของบุคคล

5.3 ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีความถาวรพอสมควรทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างได้รับประสบการณ์ และผ่านการเรียนรู้มามาก อย่างไรก็ตามทัศนคติก็อาจเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องมาจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ซึ่งความรู้ นี้จะเป็นการรับรู้เบื้องต้นนั่นเอง หมายความว่า ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงต่อกัน

ออลพอร์ท (Gordon W. Allport , 1975 : 22) นักจิตวิทยาสังคมกล่าวว่าทัศนคติเป็น สภาวะที่มีก่อนการแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม

ทัศนคติมืองค์ประกอบ 3 ประการ คือ

1. ด้านการรับรู้ (Cognitive Component) หมายถึง การรู้และการวินิจฉัยข้อมูลต่างๆที่ได้รับ แล้วแสดงออกมาในแนวความคิดว่าอะไร ถูก ผิด ดี เลว
2. ด้านความรู้สึกรู้สึก (Affective Component) หมายถึงลักษณะทางอารมณ์ของบุคคลที่ สอดคล้องกับความคิด เช่น ถ้าบุคคลมีความคิดที่ดีต่อสิ่งใดก็จะมีความรู้สึกรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้นด้วย จึงแสดงออกมาในรูปของความรู้สึกรู้สึก ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ
3. ด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึงความพร้อมที่จะกระทำเป็นผล เนื่องจากความคิดและความรู้สึกซึ่งจะออกมาในรูปของการยอมรับหรือปฏิเสธการปฏิบัติหรือไม่ ปฏิบัติ (อรรถัย ชื่นมณุษย์ , 2520 : 238)

จะเห็นได้ว่าบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่างกัน ก็เนื่องมาจากบุคคลมีความเข้าใจ มี ความรู้สึก หรือมีความคิดแตกต่างกันนั่นเอง

ดังนั้น ส่วนประกอบทางด้านความคิด ความรู้ ความเข้าใจ จึงนับว่าเป็นส่วนประกอบ ชั้นพื้นฐานของทัศนคติ และส่วนประกอบนี้จะเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความรู้สึกรู้สึกของบุคคล อาจแตกต่างกันทั้งในทางบวกและลบ ซึ่งขึ้นอยู่กับประสบการณ์การเรียนรู้

การเกิดของทัศนคติ

ออกพอร์ท (Gordon W. Allport , 1975 : 22) ได้ให้ความเห็นเรื่องทัศนคติว่าอาจเกิดขึ้นจากสิ่งต่างๆ ดังนี้

1. เกิดจากการเรียนรู้ เด็กที่เกิดมาใหม่จะได้รับ การอบรมสั่งสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรม และประเพณีจากบิดาและมารดาทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดจนได้เห็นแนวทางการ ปฏิบัติของพ่อ แม่แล้ว รับมาปฏิบัติตามต่อไป
2. เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง คือ แยกสิ่งใดดี ไม่ดี เช่น ผู้ใหญ่ กับเด็ก จะมีการกระทำที่แตกต่างกัน เพราะความสามารถในการแยกแยะต่างกัน
3. เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกัน เช่นบางคนมีทัศนคติไม่ดีต่อครู เพราะเคยถูกตำหนิ แต่บางคนมีทัศนคติที่ดีต่อครูคนเดียวกันนั้นเพราะเคยชมเชยตนเสมอ
4. เกิดจากการเลียนแบบ หรือรับเอาทัศนคติของผู้อื่นมาเป็นของตน เช่น เด็กอาจรับทัศนคติของบิดามารดาหรือครูที่ตนนิยมชมชอบ มาเป็นทัศนคติของตนได้

จะเห็นได้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย พอสรุปได้ ดังนี้

1. ประสบการณ์เฉพาะอย่าง เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้น ไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน เช่น นาย ก. เคยพูดคุยกับนาย ข. ด้วยไมตรีที่ดี ก็จะทำให้ นาย ก. รู้สึกชอบหรือมีทัศนคติที่ดีต่อ นาย ข. เป็นต้น
2. การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่น การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการรับรู้ ข่าวสารต่างๆ เช่น เด็กที่เคยได้รับการสั่งสอนจากผู้ใหญ่ว่าทำอย่างนี้ดี อย่างนั้นไม่ดี ก็จะทำให้เด็กมีทัศนคติต่อการกระทำต่างๆ ตามที่ได้รับทราบมา

3. สิ่งที่เป็นแบบอย่าง การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้ เช่น เด็กมีความเคารพเชื่อฟังพ่อแม่ เมื่อเห็นว่าพ่อแม่แสดงท่าทางไม่ชอบต่อสิ่งใดเด็กจะเลียนแบบโดยไม่ชอบสิ่งนั้น

4. ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้น เนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น โรงเรียน วัด หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้จะเป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างขึ้นได้

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change)

สารต่างๆที่ส่งมาไม่ว่าจะมาจากการสื่อสารประเภทใดก็ตาม เช่น การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารในกลุ่มหรือการสื่อสารในที่สาธารณะ ล้วนสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติได้ในลักษณะหนึ่งลักษณะใดต่อไปนี้เป็น

การเสริมแรงทัศนคติ (Attitude Reinforcement) หรือการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เป็นการเสริมหรือทำให้ทัศนคติที่มีอยู่มีความหนักแน่นยิ่งขึ้น

สื่อจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งในระดับกลุ่มและบุคคล โดยสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยทันทีหรืออาจเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นทีละเล็กละน้อย ทั้งนี้ดำเนินไปตามความตั้งใจของผู้ส่งสาร ดังนั้นสื่อจึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติและก่อให้เกิดผลดังนี้ คือ

- ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างที่ตั้งใจ
- ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่ตั้งใจ
- ป้องกัน ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นอาจไม่ปรากฏให้เห็นในระยะสั้น แต่ก็อาจมีผลสั่งสมในระยะยาว

โดยสรุป พัฒนาการด้านทัศนคติของบุคคลเกิดจากประสบการณ์ต่างๆ ที่บุคคลนั้นได้รับมา การปรับตัวของบุคคลเพื่อให้เข้ากับสังคม การเลียนแบบในสังคม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะรวมตัวกันและสร้างสมกลายเป็นแบบแผนทัศนคติของแต่ละบุคคลขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่า พัฒนาการของทัศนคติ เกิดจากการติดต่อสัมพันธ์ของบุคคล (Association) การถ่ายทอดแบบอย่างของบุคคลอื่นมาเป็นของตน (Transfer) ความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการ (Need Satisfaction) ตลอดจนกิจกรรมที่สภาพแวดล้อมต่างๆ ในสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงมีผลทำให้ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์

สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้นำแนวคิดและทฤษฎีทัศนคติมาใช้เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ฟังว่ามีทัศนคติอย่างไร ต่อรายการ เรดิโอ โนพรีอบแบล็ก

กลยุทธ์สาระบันเทิง (The Entertainment-Education Strategy)

ท่ามกลางกระแสความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารในปัจจุบันนี้แนวคิดเรื่อง เอดูเทนเมนต์ ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เนื่องจาก เอดูเทนเมนต์ เป็นการผนวกพลัง ความรู้ และ ความบันเทิง เข้าด้วยกัน อันก่อให้เกิด พลังทวีคูณ ของสื่อมวลชน และเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ ในฐานะกลไกหลักทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับการเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทางที่ดีขึ้น

เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษร่วมสมัย โดยเกิดจากการรวมคำศัพท์ภาษาอังกฤษ จำนวน 2 คำ เข้าด้วยกัน คือ คำว่า เอดูเคชัน (Education) ซึ่งหมายถึงสาระความรู้ หรือ การศึกษาเล่าเรียน กับคำว่า เอนเทอร์เทนเมนต์ (Entertainment) ซึ่งหมายถึง ความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ แล้วกลายเป็นคำศัพท์ใหม่ว่า เอดูเทนเมนต์ ซึ่งอาจแปลเป็นภาษาไทยว่า “สาระบันเทิง” โดยผนวกคำว่า “สาระความรู้” กับคำว่า ความบันเทิง เข้าด้วยกัน

เอดูเทนเมนต์ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูลข่าวสาร และ สาระความรู้ ในด้านต่างๆ เข้ากับความบันเทิง โดยมีเป้าหมายให้บุคคลได้คิด คำนี้ รับรู้ และมีการประพฤติปฏิบัติตนในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม (Singhal & Roger ,1989 อ้างใน ปาริชาติ , 2542 : 280-285)

โดยยังรวมถึง ข้อมูลข่าวสารหรือสาระความรู้ อาจประกอบด้วย เรื่องราวที่เป็นประเด็น ปัญหาในสังคม หรือเรื่องราวที่สังคมต้องรับรู้ และเข้าใจ ตลอดจนเป็นนโยบายสำคัญในสังคม อาทิ การป้องกันโรคเอดส์ การรู้หนังสือ การวางแผนครอบครัว การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและภาระกิจหน้าที่ของพลเมืองดีในสังคม เป็นต้น

ในขณะที่ความบันเทิงต่างๆ อาจนำเสนอผ่านสื่อหลากหลายประเภท อาทิ วิทยุ โทรทัศน์ เพลง ภาพยนตร์ การ์ตูน เป็นต้น

บุคคลทั่วไปมักมองว่า โลกแห่งสาระความรู้ คือ โลกของการศึกษาเล่าเรียน เกี่ยวข้องกับ กระบวนการเรียนการสอน ในบรรยากาศที่เป็นทางการ เช่น ห้องเรียน ห้องประชุม ห้องสัมมนา หรือ ในบรรยากาศที่ไม่เป็นทางการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บุคคลมีพัฒนาการที่เหมาะสมในด้านต่างๆ อาทิ ร่างกาย สติปัญญา จิตใจ และทักษะในการดำรงชีวิต นอกจากนี้ เรายังพบเห็นการเผยแพร่รายการสาระความรู้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบของข่าว บทความ สารคดี รายการเชิงสนทนา หรือแม้แต่รายการเพื่อการศึกษา เป็นต้น

หากเปรียบเทียบ *สาระความรู้* ในรูปแบบต่างๆ ข้างต้นกับ *อาหาร* สาระความรู้ก็คงเป็นอาหารสำคัญที่บำรุง *สมอง* ของคนเรา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาระความรู้เป็นอาหารที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อสติปัญญา และช่วยให้บุคคลก้าวทันกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้น บางครั้งเราอาจรู้สึกว่ สาระความรู้ นั้น มีเนื้อเรื่องที่น่าเบื่อ หรือมีวิธีการที่ไม่น่าสนใจ ไม่

ดึงดูดใจ และเต็มไปด้วยเรื่องตลกขบขัน จริงจัง อันทำให้ผู้บริโภครู้สึกเครียดและลังเลในการตัดสินใจบริโภคสาระความรู้เหล่านั้น

ในทางตรงกันข้าม บรรยากาศของโลกบันเทิง จะมีลักษณะตรงข้ามกับโลกสาระความรู้ คือ โลกบันเทิงเป็นแหล่งรวมของความมีชีวิตชีวา ความสนุกสนาน อาจเปรียบได้ว่า รายการบันเทิง คือ ขนมหวาน ซึ่งมีสีสันสวยงาม มีเสน่ห์น่าลิ้มลอง ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความตื่นเต้นเร้าใจ (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล , 2541 : 275)

จุดเด่นและจุดด้อยของเอดูเทนเมนต์ (Edutainment)

เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) มีจุดเด่นอยู่หลายประการ คือ

1. ด้านกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง

เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) ทำหน้าที่เป็น กลไก ในการเชื่อมประสานผลประโยชน์ต่างๆ เข้าด้วยกัน ตัวอย่างเช่น

- ผู้กำหนดนโยบาย สามารถกำกับ ดูแล และชี้นำ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสมาชิกในสังคมไปในทิศทางที่พึงปรารถนา
- ผู้ผลิต ได้รับชื่อเสียงจากผลงานการสร้างสรรครายการ โดยเฉพาะในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และรายได้สนับสนุนจากกลุ่มสปอนเซอร์
- ผู้สนับสนุน โดยเฉพาะกลุ่มสปอนเซอร์จากภาคธุรกิจ สามารถมั่นใจในสัดส่วนของผู้ชมรายการ อันอาจนำไปสู่ความสำเร็จในการต่อยอด ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือด้านกำไร จากการขานสินค้า
- กลุ่มผู้บริโภคสื่อ ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน และความพึงพอใจ ตลอดจนได้รับสาระความรู้ต่างๆ ที่สอดแทรกผ่านงานเอดูเทนเมนต์ (Edutainment)

2. ด้านเนื้อหา เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) เน้นหนักการทำหน้าที่ แปลงสาร เกี่ยวกับสาระความรู้ ข้อคิด คติเตือนใจ ซึ่งมักเป็นเรื่องยากซับซ้อน หรือดูไม่น่าสนใจ ให้มีเนื้อหาเข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน และน่าสนใจ ในขณะที่เดียวกันก็นำเสนอสาระความรู้ดังกล่าวในรูปแบบความบันเทิงสู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

3. ด้านวิธีการนำเสนอ เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) จะให้ความสำคัญกับกระบวนการนำเสนอ สาร ที่เป็นสาระความรู้ให้สอดคล้องกับรสนิยม และรูปแบบการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเน้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ช่องทาง ที่เหมาะสมในการนำเสนอสารเอดูเทนเมนต์

(Edutainment) ผู้กลุ่มเป้าหมาย และการศึกษาเปรียบเทียบวิธีการนำเสนอรูปแบบต่างๆ กับผลของการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ (Edutainment) มิใช่จะดำเนินไปได้โดยปราศจากปัญหาอุปสรรค หรือจุดค้อยในด้านต่างๆ แต่ประการใด โดยจุดค้อยของเอดูเทนเมนต์ประกอบด้วย

1. ด้านการลงทุน การสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ ให้มีคุณภาพสูง และเกิดผลสะท้อนได้จริง จำเป็นต้องอาศัยงบประมาณเบื้องต้นในด้านการลงทุนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในด้านการวิจัย และการพัฒนาผลงานเอดูเทนเมนต์ ให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับรายการอื่นๆ ในท้องตลาดได้

2. ด้านการบริหารจัดการ งานเอดูเทนเมนต์จำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ เพื่อให้การประสานความร่วมมือของฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ ในปัจจุบันยังไม่มีสูตรสำเร็จที่ชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดในด้านกระบวนการผลิต และเผยแพร่งานเอดูเทนเมนต์ ข้อมูลต่างๆ ที่อยู่เพียงหลักการกว้างๆ ในเชิงภาพรวมเท่านั้นการผลิตงานให้มีคุณภาพ คับแก้ว และสามารถสนองตอบความสนใจ และความต้องการของผู้บริโภคยังคงจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการวิจัย และพัฒนา เป็นตัวนำ (Singhal and Roger , 1997 อ้างใน พรพรรณ โลหะวัฒน์วงศ์ , 2543 : 27-30)

เจนนิเฟอร์ บอยซ์ (www.dcet.k12.de.us/tech/boyce/et.htm) ได้อธิบายว่า สารบันเทิงเป็นคำตามสมัยนิยม มาจากคำว่า “การศึกษา” (Education) และคำว่า “ความบันเทิง” (Entertainment) เมื่อรวมทั้ง 2 คำเข้าด้วยกัน ครูก็จะพบทางเลือกใหม่ของสื่อการเรียนรู้ การแสดงออกทางพฤติกรรมของเยาวชนเกี่ยวกับเทคโนโลยีทางการศึกษานี้จะปรากฏในรูปแบบของคอมพิวเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ วิทยุ และของเล่นอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เยาวชนในยุคปัจจุบันมีประสบการณ์ทางการศึกษาจากปลายนิ้วมากขึ้น

ทฤษฎีที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังของสารบันเทิงนั้นมีอยู่ 2 ประการ คือ ประการแรก การวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าข้อมูลจำนวนมากจะถูกรับรู้ได้เมื่อประเด็นที่จะต้องทำการศึกษาเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ประการที่สอง อะไรบ้างที่สามารถสร้างและดึงดูดความสนใจได้มากกว่าหนังการ์ตูนแอนิเม

ชั้นที่มีสีสันสดใส การผนวกแนวคิดทางการศึกษาทั้งสองส่วนนี้เข้าด้วยกันนำมาซึ่งความหลากหลายของเกมสื่อกอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ และรายการโทรทัศน์ วิทยุ ที่ให้ความบันเทิงกับเยาวชนในขณะเดียวกันก็ให้การเรียนรู้หรือทักษะ

สาระบันเทิงมีคุณประโยชน์หลายประการเมื่อนำมาใช้อย่างเหมาะสมในการพัฒนาหลักสูตรทางการศึกษา

ซิงเกิลและโรเจอร์ (Singhal and Roger , อ้างใน นฤปติ วรธนาคม , 2541 : 13) ได้ชี้ว่าในปัจจุบันมีการนำกลยุทธ์รายการสาระบันเทิงไปดัดแปลงใช้ทั่วโลก ตัวอย่างเช่น ละครวิทยุเกี่ยวกับการพัฒนาเกษตร เรื่อง “The Archers” ในสถานีวิทยุบีบีซีของอังกฤษ ละครวิทยุเพื่อรณรงค์การวางแผนครอบครัวเรื่อง “Naseberry Street” ในสถานีวิทยุของจาไมกา ภาพยนตร์สารคดีเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นเรื่อง “Consequences” นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอสารในสื่อรูปแบบอื่นๆอีก ได้แก่ หนังสือการ์ตูน ละครบนท้องถนน และสื่อพื้นบ้าน เป็นต้น

สรุปได้ว่า เอดูเทนเมนต์ (Edutainment) เป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการเชื่อมประสานโลกบันเทิงและโลกสาระความรู้เข้าด้วยกัน โดยการดึงเอกลักษณ์ของทั้งสองอย่างมารวมกัน เพื่อใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารที่แทรกอยู่ในสารเพื่อความบันเทิงไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

ดังนั้นรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม จึงเป็นรายการวิทยุ ประเภทสาระบันเทิง (Edutainment Programme) เนื่องจากเป็นรายการวิทยุที่ให้ความรู้ เช่น ความรู้ภาษาอังกฤษ ความรู้ต่างๆไป และในขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงทางด้านเสียงเพลงแก่ผู้ฟังไปด้วย

แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดและการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง

องค์ประกอบที่สำคัญในการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง (บุญเกื้อ ชวนหาเวช , 2533 : 50-52) มีดังนี้

1. ผู้ฟัง (Audience) หมายถึงกลุ่มผู้ฟังที่เป็นเป้าหมายของการจัดรายการ (Target Audience) จะเป็นผู้ตัดสินใจว่ารายการที่จัดประสบความสำเร็จหรือไม่ ผู้จัดรายการจะต้องรู้ว่ากลุ่มผู้ฟัง

รายการเป็นใคร นอกจากจะรู้ว่าเป็นกลุ่มใดแล้ว ควรจะรู้ให้ลึกซึ่งถึงประวัติพฤติกรรม และทัศนคติของคนในกลุ่มนั้นด้วย

2. เนื้อหา (Content) หมายถึงเรื่องราวต่างๆที่ผู้จัดต้องการให้ผู้ฟังได้ฟัง การบรรจุเนื้อหาควรจะต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย

3. วิธีเสนอ (Technique of Program Presentation) เป็นกระบวนการที่จะนำเสนอเนื้อหาหรือเรื่องราวต่างๆ ผู้ฟังอย่างมีศิลปะ ส่วนสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาในการเสนอ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 5 ประการ

3.1 ภาษาพูด (Language) ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายกระชับรัด เหมาะสมกับสภาพการฟังวิทยุของผู้ฟังโดยทั่วไป

3.2 สีสากการพูด (Style) ควรพูดเหมือนกับการพูดคุยกับเพื่อน

3.3 เพลงประกอบ (Program Music) ใช้ในการแนะนำรายการ, คั่นรายการ, สร้างบรรยากาศ เปลี่ยนฉากหรือเรื่องราวที่จะพูด

3.4 เสียงประกอบ (Sound Effect) เป็นเสียงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อนำมาสอดแทรกในรายการ

3.5 ความหลากหลาย (Variety) และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Unity) การเสนอรายการให้มีความหลากหลาย จะช่วยให้รายการไม่น่าเบื่อ ซึ่งจะต้องอาศัยลีลาในการพูด เพลงประกอบ หรือเสียงประกอบ

4. เวลาออกอากาศ (Air Time) เป็นตัวกำหนดให้ผลิตรายการในรูปแบบใดได้บ้าง เพราะเวลาออกอากาศ หมายถึง เวลาที่ผู้ฟังเป้าหมายพร้อมที่จะฟังรายการต่างๆ จากผู้จัด

5. การประเมิน (Evaluation) ความสำเร็จของการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ฟังอย่างเดียวนั้น ดังนั้นจึงต้องมีการประเมินผลเป็นประจำหรือเป็นระยะไป

ประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียง

ระบุว่าด้วยวิทยุกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2518 จำแนกรายการวิทยุกระจายเสียงไว้ 4 ประเภท ทั้งนี้เป็นการแยกประเภทอย่างกว้างๆ แต่ในส่วนของรายการแต่ละประเภทนั้น มีวิธีการนำเสนอด้วยวิธีการ และรูปแบบต่างๆ เพื่อให้ถูกกับความนิยมของผู้ฟังตามยุคตามสมัย รายการทั้ง 4 ประเภท (สุนทรี ศรีสมวงศ์, 2530 : 334-338) มีดังนี้คือ

1. รายการประเภทข่าว
2. รายการประเภทความรู้
3. รายการประเภทความบันเทิง
4. รายการประเภทโฆษณาและบริการธุรกิจ

สำหรับรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม เป็นรายการวิทยุประเภทที่ผนวกความรู้และความบันเทิงเข้าไว้ด้วยกันเพราะเป็นรายการที่ให้ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ต่างๆ ไป และในขณะเดียวกันก็ให้ความบันเทิงด้วยการเปิดเพลงให้แก่ผู้ฟังด้วย

แนวคิดหลักในการจัดรายการวิทยุประเภทความรู้

การให้ความรู้และการศึกษาเป็นความจำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐจะต้องจัดการให้กับประชาชน เพื่อให้ประชาชนเกิดความเจริญงอกงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่การจัดบริการทางการศึกษาในระบบปกติมีอยู่จำกัด ความเจริญทางการศึกษาในระบบโรงเรียนมีไม่ทั่วถึงสถานศึกษาไม่เพียงพอต่อจำนวนผู้ต้องการศึกษา มีสื่อการเรียนการสอนที่ล้าหลัง จึงเป็นหน้าที่ของรัฐและสื่อมวลชนที่จะต้องจัดการเสริมการศึกษาความรู้ ให้แก่ประชาชนโดยทั่วถึงเพื่อให้โอกาสแก่ประชาชนได้มีความรู้เพิ่มขึ้น เพื่อประโยชน์และความก้าวหน้าทั้งของบุคคลและประเทศชาติด้วย

รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทความรู้ หมายถึง รายการที่มีส่วนในการเพิ่มพูนความรู้แก่ผู้ฟังอันมีผลให้เกิดการสร้างสรรคต่อบุคคลและสังคม ทำให้ผู้ฟังเกิดการเรียนรู้เพิ่มมากขึ้นเสริมสร้างประสบการณ์ในด้านต่างๆ ตระหนักความสนใจ การให้การศึกษาและความรู้ที่จำเป็นและความต้องการของคนในสังคมที่จะถ่ายทอดวิชาการ ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรม ตลอดจนปลูกฝังทัศนคติและค่านิยมเพื่อเป็นหนทางให้เกิดความเจริญทั้งแก่บุคคลและแก่สังคม การ

ใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อทำหน้าที่ให้บริการการศึกษานั้นจะเป็นการแพร่หลายความรู้ให้กว้างขวาง มิได้อยู่ในวงจำกัดเพียงภายในสถาบันการศึกษาเท่านั้น หากแต่เป็นการเปิดโอกาสอย่างกว้างขวางที่จะเพิ่มจำนวนผู้มีโอกาสรับความรู้ได้เป็นหลายเท่าทวีคูณเพราะวิทยุกระจายเสียงไม่ได้จำกัดจำนวนผู้รับ แต่อย่างไรก็ตามการให้ความรู้ทางวิทยุกระจายเสียงอาจจะมีข้อจำกัดในด้านขอบเขตเนื้อหาอยู่บ้าง เนื่องจากวิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่ผู้รับรับสารได้โดยอาศัยโสตสัมผัสเท่านั้น การรับรู้สิ่งใดก็ตามด้วยโสตประสาทนั้นย่อมทำความเข้าใจได้ยาก จำเป็นต้องมีหลักการในการเสนอเพื่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น น่าสนใจ และถ้อยคำ การพิจารณาจัดทำรายการความรู้ทางวิทยุกระจายเสียงจึงต้องตั้งวัตถุประสงค์และเนื้อหาให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุดจึงจะเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดรายการประเภทความรู้

1. เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจ การรับรู้ของคนเรามีหลายระดับ ถ้าเพียงแต่ให้รับรู้เรื่องราวเนื้อหาสาระเพื่อเพียงแค่ว่า (know) หรือเพียงเข้าใจ (understand) ผู้จัดรายการอาจตั้งวัตถุประสงค์เพียงระดับแรก คือ บอกกล่าวหรือบรรยายให้ทราบ เช่น รายการบรรยายหรือสนทนาในเนื้อหาสาระที่ไม่ซับซ้อน เพื่อให้ง่ายต่อการเข้าใจ การจัดรายการในลักษณะนี้มีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมจากการไม่รู้เป็นรู้ หรือจากรู้บ้างเป็นรู้มากขึ้น ผู้ฟังก็จะกลายเป็นผู้รอบรู้มีความเจริญก้าวหน้าทางสติปัญญามากขึ้น

2. เพื่อให้เกิดความรอบรู้และความสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ การจัดรายการในลักษณะนี้มีความลึกซึ้งมากขึ้น เพราะไม่เพียงแต่การให้ฟังรายการแล้วเกิดความรู้ความเข้าใจเท่านั้น หากยังสามารถใช้ปัญญาความคิดพิจารณาไตร่ตรองจดจำนำไปประยุกต์ใช้กับงานอาชีพในชีวิตประจำวันได้ เช่น รายการภาษาอังกฤษทางวิทยุกระจายเสียงผู้ฟังได้ฟังเกิดความเข้าใจและฝึกใช้ฝึกพูดบ่อยๆ ก็เกิดทักษะสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปในชีวิตได้

ลักษณะของรายการประเภทความรู้

1. เป็นรายการที่มีเนื้อหาสาระที่สามารถชี้ประเด็นสำคัญของรายการได้ ซึ่งประเด็นจะต้องมุ่งเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ฟังอย่างชัดเจนและเหมาะสมกับลักษณะของผู้ฟังกลุ่มเป้าหมาย เมื่อผู้ฟังได้ฟังแล้วจะสรุปได้ว่าได้เกิดความรู้ในเรื่องใดเพิ่มขึ้น

2. เป็นรายการที่ฟังแล้วเกิดแนวความคิดใหม่ เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และอาจนำไปปฏิบัติตามได้ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคมโดยรวม

3. เป็นรายการที่ฟังแล้วสามารถนำความรู้ความเข้าใจที่ได้ฟังนั้น ไปวิเคราะห์หรือให้เหตุผลอธิบายสิ่งต่างๆ ที่พบเห็นรอบด้านได้ และสามารถถ่ายทอดเนื้อหาสาระต่างๆ ที่ได้ฟังแล้วให้ผู้อื่นเกิดความรู้ความเข้าใจได้

4. เป็นรายการที่แฝงแนวคิดเป็นคติสอนใจ ให้เกิดความตระหนักและนำไปปฏิบัติตามได้ เป็นการสร้างค่านิยมและรู้จักประเมินคุณค่าสิ่งต่างๆ ได้

รูปแบบรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อความรู้

1. การบรรยาย
2. รายการบทความ
3. รายการพูดคุยกับผู้ฟัง
4. รายการสนทนา
5. รายการสัมภาษณ์
6. รายการอภิปราย
7. รายการสารคดี
8. รายการถาม-ตอบปัญหา

สำหรับรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เป็นรายการวิทยุที่มีส่วนในการเพิ่มพูนความรู้ เช่น ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ต่างๆ ไป ให้แก่ผู้ฟัง ทำให้ผู้ฟังเกิดการเรียนรู้เพิ่มเติมมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นรายการที่พูดคุยกับผู้ฟังและเป็นรายการถาม-ตอบปัญหาอีกด้วย

1. รายการพูดคุยกับผู้ฟัง หมายถึง รายการที่มีผู้พูดคนเดียวพูดคุยกับผู้ฟังที่บ้าน ลักษณะการพูดโดยไม่อ่านบท คือพูดเป็นธรรมชาติเหมือนกำลังนั่งคุยกันอยู่ และผู้ที่กำลังคุยด้วยคือผู้ฟังที่บ้าน

2. รายการถาม-ตอบปัญหา เป็นรายการที่ให้ความรู้แก่ผู้ฟังอย่างตรงไปตรงมา โดยมีวิธีการเสนอได้หลายลักษณะ คือ

ลักษณะแรก อาจเชิญผู้ตอบมาร่วมรายการโดยตอบปัญหาในห้องส่ง ในลักษณะแข่งขันกัน

ลักษณะที่สอง เปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในการตอบคำถามแล้วให้ผู้ฟังตอบปัญหากลับเข้ามาทางโทรศัพท์

รายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เป็นรายการที่ให้ผู้ฟังได้โทรศัพท์เข้ามาตอบปัญหาทางรายการ

แนวคิดหลักในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อความบันเทิง

เป้าหมายของสถานีวิทยุกระจายเสียงในการจัดรายการทั่วไปมุ่งสนองความต้องการของผู้ฟัง ซึ่งความต้องการของผู้ฟังอาจจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ ความต้องการภายในอันเป็นความต้องการภายในทางอารมณ์ หรือจิตใจลักษณะหนึ่ง และความต้องการภายนอกอันเป็นความต้องการทางสังคม และการยอมรับนับถือจากหมู่คนอีกลักษณะหนึ่ง

ความต้องการภายนอก ได้แก่ การต้องการความรู้ในข่าวสารบ้านเมือง เหตุการณ์ต่างๆ สนใจวิทยุการเพื่อประเทืองปัญญา และประยุกต์ใช้ในวิชาชีพ เมื่อเข้าสมาคมพบปะกับหมู่คนสามารถสนทนาเรื่องราวสาระต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง มีทรรศนะที่กว้างขวางเป็นที่ยอมรับนับถือของคนทั่วไป

ส่วนความต้องการภายใน ซึ่งเป็นความต้องการทางอารมณ์หรือจิตใจ เป็นความต้องการภายในของแต่ละคน รายการกลุ่มที่สองความต้องการภายในของคณนี้ ส่วนใหญ่ได้แก่ รายการบันเทิง อาจเป็นเพลง คนตรี ละคร การแสดงตลก ฯลฯ

วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อที่เหมาะสมในการให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟัง ดังจะเห็นได้ว่านับตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงกันมา รายการหลักที่มีทุกวัน คือ ข่าว และดนตรี ถือว่าเป็นรายการพื้นฐานที่ผู้ฟังยอมรับ และพอใจ และถือได้ว่าสนองความต้องการของประชาชนได้แล้ว ทั้งความต้องการภายนอกและภายใน

แต่อย่างไรก็ตาม ในการจัดรายการวิทยุกระจายเสียงที่ดี ควรมีการผสมผสานระหว่างสาระประโยชน์กับความบันเทิงเข้าด้วยกัน ซึ่งรายการเพลงเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลมี นั่นก็เป็นรายการเพลงรายการหนึ่งที่สาระความรู้สอดแทรกในเนื้อหาของรายการควบคู่ไปกับความบันเทิงที่ให้กับผู้ฟังเป็นอย่างดี (วิจิตร ภัคศิริรัตน์, 2530 : 334-338)

วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดรายการบันเทิง

1. เพื่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึก สนุกสนานเพลิดเพลิน การจัดรายการเพื่อวัตถุประสงค์ให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินในนั้น ถือเป็นหน้าที่อย่างหนึ่งของสื่อมวลชนที่จะต้องจัดบริการความสุขทางใจให้แก่ประชาชนโดยไม่จำกัดเวลา เพราะคนเราย่อมต้องการความบันเทิงอยู่เสมอ
2. เพื่อชักจูงใจให้เกิดความรู้สึกและอารมณ์คล้อยตาม รายการบันเทิงไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินเท่านั้น แต่จุดประสงค์ที่แฝงอยู่ก็คือ ต้องการสอดแทรกสิ่งที่เป็นสาระน่าคิด เป็นความรู้ไว้ในความบันเทิงนั้น เพื่อชักจูงให้ผู้ฟังคล้อยตามแล้วเกิดความเชื่อถือและบางครั้งก็นำไปปฏิบัติตามด้วย
3. เพื่อให้เกิดทัศนคติ ค่านิยมที่ดีต่อศิลปะวัฒนธรรม รายการบันเทิงนั้นจะให้สิ่งที่เรียกว่า ทัศนคติและค่านิยมแก่ผู้ฟังไปโดยไม่รู้ตัว เช่น การจัดรายการดนตรีไทยย่อมแฝงทัศนคติให้ผู้ฟังเกิดค่านิยมศิลปะไทย

รูปแบบของรายการวิทยุกระจายเสียงเพื่อความบันเทิง

1. รายการเพลง (Music Program) รูปแบบรายการบันเทิงทางวิทยุกระจายเสียงประเภทรายการเพลงนี้ นับเป็นรายการที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง เพราะรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงโดยตรง
2. รายการละคร (Drama) รายการละครวิทยุ นั้นโดยทั่วไปจะมีวัตถุประสงค์เพื่อความบันเทิงเป็นสำคัญ แต่บางครั้งอาจสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นความรู้ไว้ด้วย
3. รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Programme) เป็นรายการที่ประกอบด้วยเรื่องย่อยต่างๆ กัน หลายเรื่องหลายรสรวมกันอยู่ในรายการเดียวกัน วิธีการเสนอมีหลายรูปแบบเรื่องย่อยที่นำมาเสนอจะอยู่ในแนวเดียวกัน หรือต่างแนวกันก็ได้
4. รายการปพลิเคชัน (Variety Programme) เป็นรายการที่ประสมรายการหลายรูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียวกัน คล้ายรายการนิตยสาร แต่ส่วนใหญ่รายการปพลิเคชันจะไม่คำนึงถึงการเชื่อมโยงต่อเนื่อง แต่ละส่วนของรายการเน้นที่ความบันเทิงจึงมักมีแต่สัพเพเหระ หรือสิ่งละอันพันละน้อย ไม่นั่นที่เนื้อหาแต่จะคำนึงถึงเรื่องสนุกสนาน เรื่องเบาๆ เพื่อผ่อนคลายความจืดจืดของผู้ฟังมากกว่า รายการปพลิเคชันทางวิทยุกระจายเสียงนั้น ในประเทศไทยไม่นิยมจัดแต่จะจัดทางโทรทัศน์มากกว่า (นภภรณ์ อัจฉริยะกุล , 2530 : 34-35)

ประเภทของรายการเพลง

รายการเพลงทางวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย มักจะแบ่งอย่างกว้างๆ เป็น รายการเพลงไทยสากล รายการเพลงไทยเดิม รายการเพลงสากล ส่วนในต่างประเทศเช่น สหรัฐอเมริกา จะแบ่งประเภทของรายการเพลงได้มากกว่า โดยแบ่งประเภทของรายการเพลงตามลักษณะของเพลงที่เปิด เช่น แบ่งเป็นรายการเพลงสำหรับผู้ใหญ่ (Adult Contemporary), รายการเพลงยอดนิยม (Contemporary Hit Radio), รายการเพลงฟังสบายๆ (Easy Listening), เพลงลูกทุ่ง(Country), รายการเพลงร็อค (Album Oriented Rock), รายการเพลงแจ๊ส (Jazz)

รายการเพลงแต่ละประเภทจะมีความแตกต่างกันในด้านของเพลงที่นำมาเปิด และองค์ประกอบอื่นๆ ในรายการอย่างเช่น การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ ข่าว สารคดี โฆษณาด้วย

สำหรับรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ลักษณะเพลงที่เปิดในรายการ คือ เพลงไทยสากล และเพลงสากล ที่กำลังได้รับความนิยม จึงจัดเป็นรายการประเภท Contemporary Hit Radio ซึ่งรายการประเภทนี้มีองค์ประกอบต่างๆของรายการดังนี้ (Keith , Michael C., 1987 : 55-69) คือ

1. เพลง (Music) เพลง ที่ เปิดในรายการจะดูจากอันดับเพลงยอดนิยม หรือจากการสำรวจแผงเทป รวมทั้งการสอบถามจากผู้ฟังเพื่อจะได้ทราบว่า เพลงอะไรกำลังเป็นที่นิยม
2. การประกาศ (Announcing) หรือการพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ การพูดคุยกับนักจัดรายการวิทยุ หรือ DJ ในรายการเพลงทางวิทยุประเภท เพลงยอดนิยม จะมีความกระฉับกระเฉง มีชีวิตชีวา
3. ข่าว (News) สักส่วนของข่าวในรายการประเภทนี้ค่อนข้างต่ำ ผู้วางผังรายการมักจัดให้มีข่าวเพียง 5 นาทีต่อรายการ 1 ชั่วโมง เพราะการนำเสนอข่าวนานๆ อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ฟังหันมกเลิกหนีได้
4. สารคดี (Features) สารคดีในรายการประเภทนี้มักเกี่ยวข้องกับเนื้อหาของรายการ คือ เป็นสารคดีที่เกี่ยวกับเพลงที่เปิดในรายการ เพราะจะเป็นการเพิ่มภาพลักษณ์ให้กับสถานี และสารคดีที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพลงนี้มักดึงดูดความสนใจของผู้ฟัง เช่น สารคดีเกี่ยวกับอันดับเพลงฮิต สารคดีเกี่ยวกับคนในวงการเพลง หรือเรื่องราวที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง เป็นต้น
5. การจัดแข่งขัน และ โปรโมชัน (Contents and Promotions) ในภาวะที่ตลาดวิทยุมีการแข่งขันกันค่อนข้างสูง การจัดแข่งขัน และ โปรโมชันจึงเป็นสิ่งที่จะแยกออกจากรายการไม่ได้ การจัดแข่งขันที่สร้างความสนุกสนานให้กับผู้ฟัง และมีรางวัลใหญ่ๆ มาล่อ สามารถดึงดูดผู้ฟังได้รวมทั้งการจัดโปรโมชันที่น่าสนใจ ก็มีส่วนทำให้ชนะรายการอื่นๆ ได้

6. การให้บริการสาธารณะ (Public Affairs) การแบ่งช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งในรายการ ที่จะบอกกล่าวข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟังหรือให้บริการกับสาธารณชนเป็นส่วนหนึ่งของรายการ วิทยุประเภทรายการเพลงยอดนิยม

7. โฆษณาสินค้า (Commercial) เนื่องจากรายการเป็นรายการที่เน้นการเปิดเพลง ดังนั้น จึงมีการจัดโฆษณาทางวิทยุให้เป็นชุดๆ เช่น เปิดโฆษณา 3-4 ตัว หลังจากเปิดเพลงไปแล้ว 4 เพลง เป็นต้น โดยโฆษณาสินค้าจะต้องมีความน่าสนใจและฟังสนุกด้วย

8. เพลงประจำรายการ (Jingles) จิงเกิ้ล หรือเพลงประจำรายการสั้นๆนี้ เริ่มมีมาตั้งแต่ เริ่มมีรายการเพลงฮิต จึงนับเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในรายการเพลงประเภทเปิด เพลงยอดนิยม จิงเกิ้ลมักเปิดเมื่อเข้าหรือออกรายการ และเพื่อเป็นการแสดง หรือย้ำราวลักษณ์ของ รายการด้วย

ซึ่งเมื่อพิจารณารายละเอียดของเนื้อหารายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มแล้วพบว่ามีองค์ ประกอบของรายการสอดคล้องกับองค์ประกอบของรายการประเภทเพลงยอดนิยม (Contemporary Hit Radio) ดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนี้คือ

1. เพลง รายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เน้นการเปิดเพลงไทยสากลสลับกับเพลงสากล ซึ่งจะเป็นเพลงที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟังทั้งเพลงเร็วและเพลงช้า ในทุกแนวไม่ว่าจะเป็น เพลงแจ๊ส เพลงร็อก เพลงอัลเทอร์เนทีฟ หรืออื่นๆ

2. การพูดคุยของนักจัดรายการวิทยุ เป็นการพูดคุยในเรื่องของเพลง ศิลปินต่างๆและ เรื่องทั่วไป รวมทั้งการนำเสนอคำตอบที่ทางทีมงาน ไปค้นคว้าหามาจากปัญหาหรือข้อสงสัยที่ผู้ฟัง สอบถามเข้ามาในรายการ โดยลักษณะการพูดคุยนั้นจะมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง เช่น ช่วง 88 quiz ซึ่งเป็นช่วงของการถามและตอบปัญหา เป็นต้น

3. ข่าว รายการมีการนำเสนอข่าวสั้นชั่วโมงประมาณ 5 นาที โดยมีผู้ประกาศประจำอยู่ที่สถานี คอยรายงานข่าว

4. สารคดี เนื้อหาของสารคดีในรายการ จะเป็นเรื่องราวน่ารู้ น่าสนใจ และเป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง เป็นสารคดีสั้นประมาณ 2-3 นาที ที่มีการนำเสนออย่างเป็นกันเอง เช่น การจัดอันดับเพลงฮิต ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินทั่วโลก หรือความเคลื่อนไหวในวงการเพลงไทยและสากล เป็นต้น

5. การจัดแข่งขันและโปรโมชัน ทางรายการจะมีการจัดเกมส์การแข่งขันชิงรางวัล โดยหาสินค้าต่างๆ มาเป็นผู้สนับสนุน สำหรับโปรโมชันอื่นๆ ก็มีการจัดช่วงพิเศษต่างๆ ในรายการ เช่น เกมส์ Six step on the road show ซึ่งเป็นเกมส์ของสปอนเซอร์ คือ ปตท. เป็นเกมส์การแข่งขันคิดเลข ถ้าชนะก็ได้รับของรางวัลไป เป็นต้น หรือกิจกรรมพิเศษ เช่น No Problem Games เป็นการแข่งขันกีฬาเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างนักจัดรายการวิทยุ ผู้ฟังและดารารหรือศิลปิน U-Party เป็นกิจกรรมสำหรับนิสิต นักศึกษา ที่โทรเข้ามาในรายการ แนะนำตัวเป็นภาษาอังกฤษ ทางรายการจะมอบบัตรให้ เพื่อไปร่วมงานปาร์ตี้ 88 Private Party เป็นปาร์ตี้ สำหรับผู้ฟังกับศิลปินชาวต่างประเทศ เช่น ทานข้าวร่วมกับศิลปิน เป็นต้น

6. การให้บริการสาธารณะ การให้บริการที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ฟัง คือส่วนที่เป็นเนื้อหาสำคัญของรายการ คือ การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังสอบถามปัญหาเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ เข้ามาในรายการและการประกาศข่าวบริการสังคมที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ในช่วงที่มีเหตุการณ์สำคัญต่างๆ ที่ทางรายการสามารถให้ความช่วยเหลือแก่ส่วนรวมได้ทางรายการจะให้ความช่วยเหลืออย่างเต็มที่

7. โฆษณา เนื่องจากเป็นรายการที่มีเนื้อหาที่น่าสนใจ จึงได้รับความนิยมจากผู้ฟังอย่างรวดเร็ว ทำให้บรรดาเจ้าของสินค้าและบริการสนใจลงโฆษณาในรายการมากพอสมควรสำหรับการเปิดโฆษณาค้นรายการ 4-5 ครั้งใน 1 ชั่วโมง ซึ่งในแต่ละครั้งจะมีโฆษณาประมาณ 6-7 ชิ้น

8. เพลงประจำรายการ (Jingle) ทางรายการมีเพลงประจำรายการในหลายรูปแบบ ซึ่งในแต่ละช่วงก็จะมีแตกต่างกันออกไป

สรุปได้ว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม เป็นรายการวิทยุที่ใช้รูปแบบการจัดรายการทั้ง 2 ประเภท รวมกัน คือ รายการวิทยุประเภทที่ให้ความรู้และประเภทรายการเพลง เช่น ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ทั่วไปและความบันเทิงแก่ผู้ฟังโดยการเปิดเพลง และให้ผู้ฟังโทรศัพท์เข้ามาร่วมสนุกในรายการ แต่อย่างไรก็ตามการผลิตรายการวิทยุให้มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังจะต้องมีองค์

ประกอบต่างๆ ที่ควรคำนึงถึงไม่ว่าจะเป็นการกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายให้ชัดเจน รูปแบบการนำเสนอและเนื้อหาสาระที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้ฟัง ฯลฯ นอกจากนี้ปัจจัยด้านสื่อวิทยุเองที่มีการวางแผนการผลิตรายการที่ดีแล้ว ปัจจัยทางด้านผู้ฟังหรือผู้รับสารก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะมีผลต่อความสำเร็จในการผลิตรายการวิทยุเช่นกัน เนื่องจากผู้รับสารมีความแตกต่างกันทางด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ทักษะสติ ความคิดและค่านิยม ก็ย่อมจะมีลักษณะการเปิดรับสื่อ มีความต้องการ และมีพฤติกรรมในการรับฟังรายการวิทยุที่แตกต่างกันด้วย ซึ่งผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับผู้รับสารในหัวข้อต่อไป

ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิจัยต่างประเทศ มีดังนี้

กรีนเบอร์กและคูมาต้า (Greenberg , Bradley S.and Hideya Kumata , 1968 : 641-646) ศึกษาพบว่า อายุและเพศของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับเวลาที่ใช้ในการฟังวิทยุ ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาใน 5 ประเทศ คือ ฟินแลนด์ ญี่ปุ่น คอสตาริกา เม็กซิโก และสหรัฐอเมริกา โดยถ้าใช้ตัวแปรทั้งสองร่วมกันจะสามารถอธิบายพฤติกรรมการใช้เวลากับสื่อ วิทยุได้ดีกว่า

ผลงานวิจัยในประเทศ มีดังนี้

ชุตานา ปุณห์ตานนท์ (2542) การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟเอ็ม 88.0 เมกะ เฮิร์ต ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม 3-4 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการรับฟังรายการ น้อยกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน โดยติดตามรับฟังรายการมาประมาณ 2 ปี และรับฟังรายการในลักษณะที่ไม่แน่นอน เปิดสลับไปมากับคลื่นอื่น สถานที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังมากที่สุดคือที่บ้าน และกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่รู้จักรายการจากการหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ กลุ่มตัวอย่างฟังรายการเพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดจากภาระกิจต่างๆ ในชีวิตประจำวันมากเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ฟังรายการเพราะทำให้ได้รับความบันเทิง และความเพลิดเพลินและฟังรายการเพราะช่วยคลายความเบื่อหน่ายตามลำดับ ส่วนความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการพบว่า เพศ อายุ อาชีพและรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการ

พรนภา แก้วลาย (2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังในลักษณะบังเอิญหมุนแล้วเจอแต่ถ้าฟังแล้วจะตั้งใจฟังจนจบ และเพศเป็นตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงกล่าวคือ เพศชายมีแนวโน้มที่จะรับฟังรายการมากกว่าเพศหญิง

ณ. มาดา แสงนิมมวล (2543) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการของกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์ทางบวกกับระดับความรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังต่อโครงการของทางกรุงเทพมหานคร

บุษราคัม เอี่ยมอำไพ (2540) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 และการเป็นสมาชิกชมรม จส.100 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามฟังรายการมาเป็นเวลา 4-5 ปี และฟังรายการทุกวัน โดยจะฟังเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจเท่านั้นสถานที่ฟัง คือ ฟังขณะอยู่บนรถ และจะฟังในช่วงที่คาดว่าจะมีปัญหาจราจร ส่วนเนื้อหาที่ต้องการฟัง คือ การรายงานสภาพจราจรที่รวดเร็วถูกต้อง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสถานีวิทยุ จส.100 ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อสถานีวิทยุ จส.100 ในระดับสูงด้วย นอกจากนี้พบว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมดอันได้แก่เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ ในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 ส่วนการใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับกับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร มีความสัมพันธ์กันในภาพรวม และความพึงพอใจที่มีต่อสถานีวิทยุ จส.100 กับความถี่ในการเปิดรับมีความสัมพันธ์ในภาพรวมเช่นกัน

พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุที่ต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ต่างกัน โดยเพศหญิงมีการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย

พงษ์เดช ศรีเลิศดี (2543) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้และทัศนคติต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมในบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์ แตกต่างกันจะมีการรับรู้ต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทาง

เพศในละครโทรทัศน์แตกต่างกัน และยังพบว่า การรับรู้ในบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันเป็นเชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อบทบาทนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์ ซึ่งหมายความว่า เมื่อนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีการรับรู้ในบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์มากขึ้นก็จะมีทัศนคติต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์มากขึ้น

ชิบ จิตนิยม (2534) ได้ทำการศึกษาความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิล ทีวี่ ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกของ IBC ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษาเป็นคุณลักษณะทางประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมพฤติกรรมการรับชมรายการ คือ ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะรับชมรายการของ IBC มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าและพบว่า การคาดหวังผลตอบแทนและความพึงพอใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการของ IBC

รัตนา ภัทธนา กานต์ (2539) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz. เพื่อศึกษาถึงตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเปิดรับฟังรายการ และระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการที่มีผลต่อการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟ ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีเพศและรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟแตกต่างกัน ส่วนในเรื่องระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการรับฟังรายการนั้น ไม่ได้เป็นผลมาจากตัวแปรด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ตัวใดเลย สำหรับการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟนั้นพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการ

จากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาแล้วข้างต้น พอจะสรุปได้ว่า คนเราเปิดรับสารจากสื่อมวลชนเพราะเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากเนื้อหาของสื่อมวลชน โดยทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้อาศัยกรอบแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมาคือ แนวคิดและกระบวนการสื่อสาร แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสาร ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ กลยุทธ์สาระบันเทิง แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดและผลิตรายการวิทยุ และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมากำหนดแนวทางในการศึกษาวิจัยถึง “พฤติกรรมกรรับฟัง การรับรู้การประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิงคลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ต”

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสารบันเทิง คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์” ในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีในการวิจัยตามหัวข้อต่างๆดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม สาเหตุที่เจาะจงเลือกศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเขตที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น จึงทำให้มีความหลากหลายทางคุณลักษณะด้านประชากร

จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

จากประชากรในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 5,746,286 คน (ที่มา: ข้อมูลจำนวนประชากรและบ้าน ณ 21 กันยายน 2544 จากกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย : 2544) จะนำมาคำนวณเพื่อหากกลุ่มตัวอย่างให้ได้ 400 ตัวอย่างเพื่อให้ได้ก้านัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อให้มีความเชื่อมั่นที่ 95% และในที่นี้ผู้วิจัยได้ใช้สูตรการหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจาก YAMANE ดังนี้

สูตร การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Yamane

$$n = \frac{NZ^2(CV)^2}{Z^2(CV)^2 + (N-1)e^2}$$

โดยที่

N = จำนวนประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร 5,746,286 คน

CV = ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรผัน (Coefficient of Variance)

ในที่นี้กำหนดเป็น .5

e = ค่าความคลาดเคลื่อนระหว่าง ค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง และค่าเฉลี่ยของประชากร

X-1 e=.05

Z = ค่าของคะแนนมาตรฐานที่แจกแจงปกติ ในที่นี้ Z =1.96 เมื่อกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95%

แทนค่าดังนี้

$$n = \frac{5,746,286 (1.96)^2 (.5)^2}{(1.96)^2 (.5)^2 + (5,746,286 - 1) (.05)^2}$$

จำนวนกลุ่มตัวอย่างจะเท่ากับ 400.104

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวน 400 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 จากเขตทั้งหมด 38 เขตในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจะไม่เก็บตัวอย่างจากทุกเขต แต่จะใช้การ Cluster Sampling คือ เก็บตัวอย่างเพียงบางเขตเท่านั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดจำนวนเขตเพียง 4 เขตที่จะทำการเก็บตัวอย่างเท่านั้น

เขตทั้ง 38 เขตมีดังต่อไปนี้

- | | |
|------------------------|------------------|
| - เขตพระนคร | - เขตดอนเมือง |
| - เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย | - เขตบางกะปิ |
| - เขตปทุมวัน | - เขตลาดพร้าว |
| - เขตสัมพันธวงศ์ | - เขตบึงกุ่ม |
| - เขตบางรัก | - เขตจตุจักร |
| - เขตบางซื่อ | - เขตบางกอกน้อย |
| - เขตดุสิต | - เขตบางพลัด |
| - เขตพญาไท | - เขตภาษีเจริญ |
| - เขตราชเทวี | - เขตราษฎร์บูรณะ |
| - เขตห้วยขวาง | - เขตหนองจอก |
| - เขตธนบุรี | - เขตมีนบุรี |
| - เขตคลองสาน | - เขตลาดกระบัง |
| - เขตบางกอกใหญ่ | - เขตบางขุนเทียน |
| - เขตยานนาวา | - เขตจอมทอง |
| - เขตประเวศ | - เขตตลิ่งชัน |
| - เขตสาทร | - เขตหนองแขม |
| - เขตดินแดง | - เขตพระโขนง |
| - เขตสวนหลวง | - เขตคลองเตย |
| - เขตบางคอแหลม | - เขตบางเขน |

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยใช้วิธีการ Simple Random Sampling คือ จับฉลากจาก 38 เขต เพื่อให้ได้มาซึ่ง จำนวน 4 เขต โดยสุ่มได้ เขตพระนคร เขตบางเขน เขตปทุมวัน และเขตลาดพร้าว

ขั้นตอนที่ 3 สุ่มตัวอย่างให้ได้จำนวนตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรที่อยู่ในเขตที่สุ่มมาได้ โดยได้จำนวนตัวอย่างตามตาราง

จำนวนประชากรที่ถูกเลือกเป็นตัวอย่าง

ลำดับ	เขต	ประชากรทั้งหมด	จำนวนตัวอย่าง
1.	เขตพระนคร	80,683	70
2.	เขตบางเขน	172,061	150
3.	เขตปทุมวัน	98,483	85
4.	เขตลาดพร้าว	109,063	95
	4	460,290	400

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยกำหนดที่จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกเฉพาะผู้ที่ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก สำหรับวิธีการให้ได้มาซึ่งตัวอย่างดังกล่าวจากประชากรในแต่ละเขตที่ต้องการ ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ตามสถานที่ทำงาน สถานที่ ราชการ ห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา เป็นต้น ให้ได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัย

ตัวแปรที่กำหนดจะศึกษาในการวิจัยนี้ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตามดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก ที่แตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ คือ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก ของผู้ฟัง

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ของผู้ฟังมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัมของผู้ฟัง

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ และการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ของผู้ฟังมีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ และการรับรู้ประโยชน์ด้านความ

บันเทิง จากการรับฟังรายการ เรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ตัวแปรตาม คือ ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ และความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ของผู้ฟังมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ตัวแปรอิสระ คือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ และการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ตัวแปรตาม คือ ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

การวัดระดับค่าตัวแปรและการให้คะแนนคำถาม ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนที่ 2 , 3 , 4 และ 5 ของแบบสอบถาม ผู้ทำการศึกษาวิจัยแยกประเด็นสำคัญในการพิจารณา โดยแบ่งตามเกณฑ์ ต่อไปนี้

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เป็นการนำคะแนนของแบบสอบถามในส่วนที่ 2 ข้อ 1-4 มารวมกัน แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3 ขึ้นไป	ถือว่า	ฟังมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.00-2.99	ถือว่า	ฟังปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.99	ถือว่า	ฟังน้อย

ส่วนที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ประกอบด้วย การรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้ และการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกประเมินความคิดเห็นต่อข้อความต่างๆ ซึ่งมีคะแนน 5 ระดับ ด้วยกัน คือ

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

ภาพรวมของการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากรายการเรดิโอ โน พรีอบแบล็ม เป็นการนำคะแนนของแบบสอบถามในส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ จำนวน 10 ข้อ และการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง จำนวน 10 ข้อ รวมทั้งหมด 20 ข้อ เพื่อนำมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.0 - 1.80	หมายถึง	มีการรับรู้ต่อประโยชน์น้อยมาก
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	มีการรับรู้ต่อประโยชน์น้อย
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	มีการรับรู้ต่อประโยชน์ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มีการรับรู้ต่อประโยชน์มาก
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มีการรับรู้ต่อประโยชน์มากที่สุด

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ถามถึงการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีส้ม ในส่วนอื่นๆ โดยจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบร้อยละ โดยไม่ได้นำมาคิดคะแนน ได้แก่ ผู้ฟังรับรู้อะไรมากกว่ากัน ระหว่างการรับรู้ด้านความรู้กับด้านความบันเทิง คือ การรับรู้ด้านความรู้มากกว่าด้านความบันเทิง , รับรู้ด้านความบันเทิงมากกว่าด้านความรู้ , การรับรู้ทั้ง 2 อย่างเท่าๆ กัน และ อื่นๆ

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีส้ม ของผู้ฟัง ประกอบด้วย ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ และความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกประเมินความคิดเห็นต่อเหตุผลในการรับฟังรายการ ซึ่งมีทั้งหมด 17 ข้อ โดยมีคะแนน 5 ระดับ คือ

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

ภาพรวมของความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม เป็นการนำคะแนนของแบบสอบถามในส่วนที่ 4 เกี่ยวกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จำนวน 10 ข้อ ความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จำนวน 7 ข้อ รวมทั้งหมด 17 ข้อ มารวมกัน แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	มีความคาดหวังประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม น้อยมาก
คะแนนเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความคาดหวังประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม น้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความคาดหวังประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.41 - 4.21	หมายถึง	มีความคาดหวังประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความคาดหวังประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม มากที่สุด

ส่วนที่ 5 ข้อความที่ใช้วัดความคิดเห็นของผู้ฟังต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ประกอบด้วย ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆ ของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ และความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกประเมินความคิดเห็นต่อข้อความต่างๆ ซึ่งมีคะแนน 5 ระดับ ด้วย
กัน คือ

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

ภาพรวมของความคิดเห็นที่มีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม เป็นการนำคะแนนของแบบสอบถามในส่วนที่ 5 เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม จำนวน 43 ข้อ ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม จำนวน 19 ข้อ ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม จำนวน 11 ข้อ รวมทั้งหมด 73 ข้อ เพื่อนำมารวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.0 - 1.80	หมายถึง	มีความคิดเห็นที่ไม่ดีมาก
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง	มีความคิดเห็นที่ไม่ดี
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง	มีความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง	มีความคิดเห็นที่ดี
ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นที่ดีมาก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self - administered Questionare) ซึ่ง แบ่งเนื้อหาแบบสอบถามออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็กมของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ในการรับฟัง เวลาที่ใช้ในการรับฟัง ระยะเวลาที่ติดตามรับฟัง ลักษณะการรับฟัง สถานที่รับฟัง ช่วงเวลาที่รับฟัง เหตุผลที่ทำให้รู้จักรายการ จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็กม ได้แก่ การรับรู้ต่อประโยชน์ความรู้ภาษาอังกฤษ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ทั่วไป และการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง จำนวน 20 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็กม ได้แก่ ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ และความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จำนวน 17 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็กมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็กม ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็กม ของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 73 ข้อ

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริงดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่เรียบเรียงแล้วไปให้กับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขและเลือกเฉพาะขอที่มีความเที่ยงตรงแล้วนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล

2. ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถาม 40 ชุด ไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ ทั้งในด้านเนื้อหาและภาษา เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ดีในทางสื่อความหมายและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ทดสอบความเที่ยงตรงและทดสอบก่อนมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha- Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (อ้างใน อนันต์ ศรีโสภา , 2527 : 194) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$r_{tt} = \frac{n}{n-1} \left[\frac{\sum^2 V_i}{V_t} - 1 \right]$$

โดย	n	คือ	จำนวนข้อคำถามของแบบสอบถาม
	\sum	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมแต่ละข้อ
	V_t	คือ	ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งหมดของผู้ตอบแต่ละคน
	n	คือ	จำนวนข้อในแบบสอบถาม

จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิงของกลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.9007 การใช้ประโยชน์ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.8914 และความคิดเห็นต่อรายการ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.9491

กรรมวิธีทางข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากการเก็บข้อมูลภาคสนามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามทุกชุด เพื่อนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์หรือมีความบกพร่องน้อยที่สุดลงรหัส (Coding) ที่ละส่วนของตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับไปตามคำถาม จากนั้นจึงนำมารหัสของแบบสอบถามทั้งหมดมาประมวลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science)

วิเคราะห์สถิติที่ใช้และการนำเสนอข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ใช้ในการอธิบาย ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการ ซึ่งได้แก่ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านภาษาอังกฤษ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ทั่วไป และการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก ซึ่งได้แก่ ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆของรายการ ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการ การใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในสมมติฐานต่างๆ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมกับระดับการวัดของตัวแปรต่างๆดังนี้คือ

สมมติฐานข้อ 1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม แตกต่างกัน

สมมติฐานย่อยข้อ 1.1 ผู้ฟังที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ที่แตกต่างกัน

ใช้การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-test Group)

สมมติฐานย่อยข้อ 1.2 ผู้ฟังที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ที่แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อ 1.3 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ที่แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อ 1.4 ผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ที่แตกต่างกัน

ใช้การ วิเคราะห์ ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานย่อยข้อ 1.5 ผู้ฟังที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ที่แตกต่างกัน

ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

สมมติฐานข้อ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

สมมติฐานย่อยข้อ 2.1 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Corelation Coefficient)

สมมติฐานย่อยข้อ 2.2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Corelation Coefficient)

สมมติฐานข้อ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

สมมติฐานย่อยข้อ 3.1 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Perarson's Production Moment Corelation Coefficient)

สมมติฐานย่อยข้อ 3.2 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Perarson's Production Moment Corelation Coefficient)

สมมติฐานย่อยข้อ 3.3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Production Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานย่อยข้อ 3.4 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Production Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานข้อ 4 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม

สมมติฐานย่อยข้อ 4.1 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม

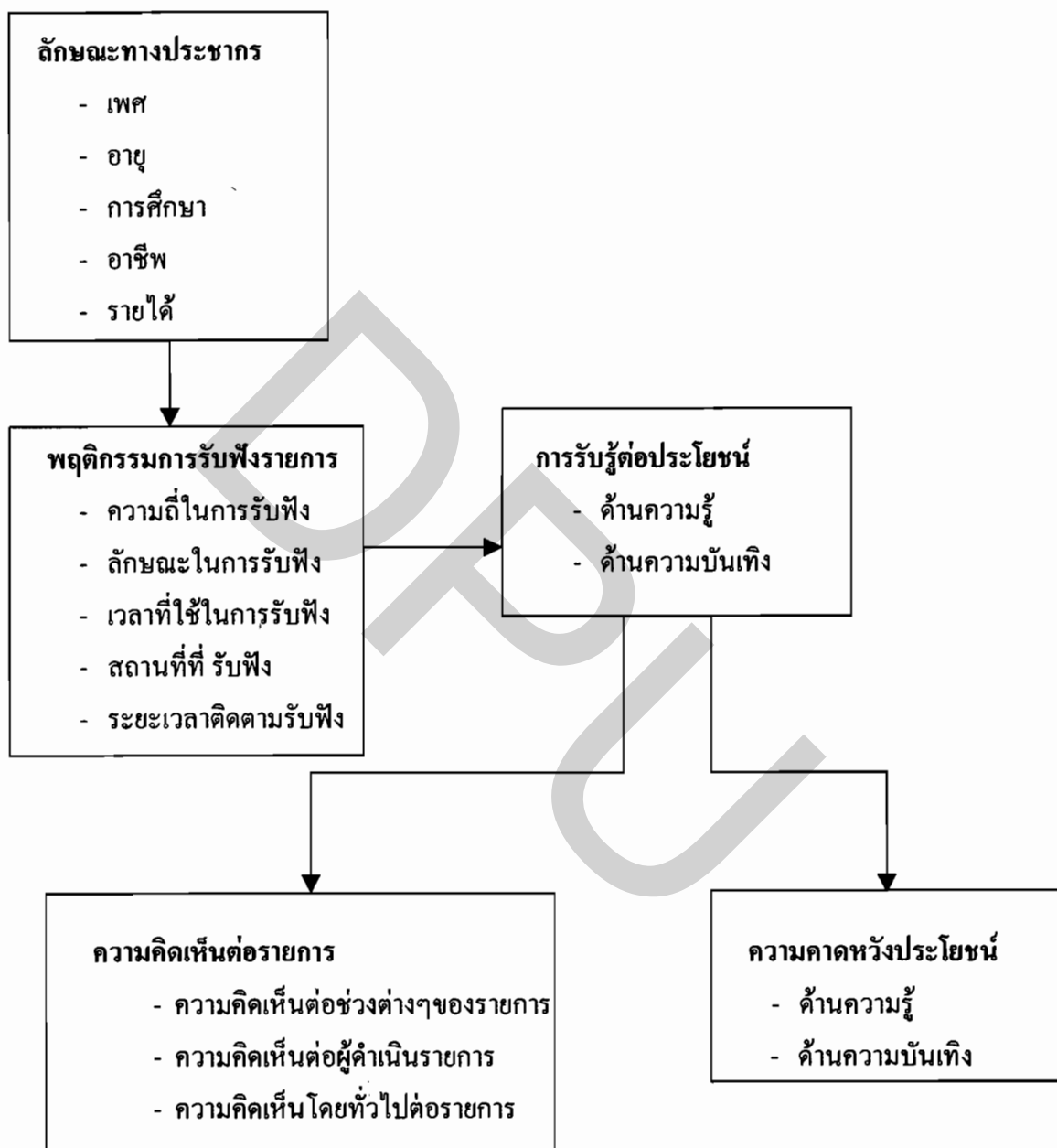
ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Production Moment Correlation Coefficient)

สมมติฐานย่อยข้อ 4.2 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม

ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Production Moment Correlation Coefficient)

ในกรณีที่ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียวแล้วพบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อย 1 คู่ก็จะใช้การเปรียบเทียบพหุคูณทดสอบเป็นรายคู่โดยวิธีต่างนัยสำคัญ (LSD) เพื่อทดสอบว่าคู่ใดที่มีค่าเฉลี่ยต่างกัน

กรอบสมมติฐาน



บทที่ 4

ผลการวิจัย

จากการสำรวจ “ พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม 88.0 เมกะเฮิร์ต” ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) และการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้ม จำนวน 400 คน ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยที่ได้แบ่งเป็น ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้มของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้ม
- ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้ม
- ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้มของกลุ่มตัวอย่าง
- ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล ที่เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยนำเสนอข้อมูลเป็นจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางที่ 1-5 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	116	29.00
หญิง	284	71.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย กล่าวคือ เพศหญิงมีจำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 และมีเพศชายจำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	13	3.30
15-19 ปี	100	25.00
20-25 ปี	164	41.00
26-30 ปี	71	17.80
31-35 ปี	38	9.50
สูงกว่า 35 ปี	14	3.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.0 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15-19 ปี มีจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีจำนวน 71 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 31-35 ปี มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยที่สุด คือ 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0	0.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	3.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช หรือเทียบเท่า	61	15.30
ปวส. หรืออนุปริญญา	33	8.30
ปริญญาตรี	250	62.50
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คือ 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช หรือเทียบเท่า มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.30 กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับปวส. หรืออนุปริญญาตรี มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับต่ำกว่ามัศึกษานั้นพบว่ามีเลย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	8.80
ลูกจ้างบริษัทเอกชน / ห้างร้าน	85	21.30
ประกอบอาชีพส่วนตัว / ค้าขาย	15	3.80
นักเรียน / นักศึกษา	237	59.30
รับจ้างงานอิสระ	14	3.50
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	12	3.00
อื่นๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา มีจำนวนมากที่สุด คือ 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.30 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน / ห้างร้าน มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 อันดับ 3 ได้แก่ ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.80 กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพส่วนตัว / ค้าขาย มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพรับจ้างงานอิสระ มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ระบุอาชีพมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ / เดือน

รายได้ / เดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3,000 บาท	52	13.00
3,001 – 5,000 บาท	76	19.00
5,001 – 10,000 บาท	148	37.00
10,001 – 20,000 บาท	66	16.50
20,001 – 30,000 บาท	43	10.80
มากกว่า 30,000 บาท	15	3.80
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ / เดือน ระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท มีจำนวนมากที่สุดคือ 148 คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ / เดือน ระหว่าง 3,000 – 5,000 บาท มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19 อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ / เดือน ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท มีจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท มีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความถี่ในการรับฟังรายการ เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ สถานที่ในการรับฟังรายการ สาเหตุที่ทำให้รู้จักรายการและช่วงเวลาที่รับฟังรายการ ซึ่งจะแสดงผลที่ได้ตามตารางที่ 6-14

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

ความถี่ในการรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ฟังทุกวัน (7วัน / สัปดาห์)	55	13.80
ฟังบ่อยๆ (5-6วัน / สัปดาห์)	65	16.30
ฟังบ้าง (3-4วัน / สัปดาห์)	172	43.00
ไม่ค่อยได้ฟัง (1-2วัน / สัปดาห์)	108	27.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์) มีจำนวนมากที่สุดคือ 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ค่อยได้รับฟังรายการ (1-2 วัน/สัปดาห์) มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27 อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ฟังบ่อยๆ (5-6 วัน/สัปดาห์) มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.30 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ฟังทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอแบลัม

เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 4 ชั่วโมง / วัน	44	11.00
ประมาณ 3-4 ชั่วโมง / วัน	113	28.20
ประมาณ 1-2 ชั่วโมง / วัน	169	42.30
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง / วัน	74	18.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอแบลัมประมาณ 1-2 ชั่วโมง / วัน มีจำนวนมากที่สุด คือ 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการประมาณ 3-4 ชั่วโมง / วัน มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง / วัน มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการมากกว่า 4 ชั่วโมง / วัน มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 3 ปี	106	26.50
ประมาณ 2-3 ปี	67	16.80
ประมาณ 1-2 ปี	147	36.80
เพิ่งรับฟัง	80	20.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มมาประมาณ 1-2 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือ 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการมากกว่า 3 ปี มีจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งรับฟังรายการ มีจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการมาประมาณ 2-3 ปีมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ลักษณะการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

ลักษณะการรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ฟังตลอด ไม่เปลี่ยนคลื่น ไปคลื่นอื่น	156	39.00
ฟังทุกช่วง ยกเว้นช่วงโฆษณา	23	5.80
ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง	53	13.30
ไม่แน่นอน เปิดสลับไปมากับคลื่นอื่น	168	42.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มในลักษณะที่ไม่แน่นอน เปิดสลับไปมากับคลื่นอื่น มีจำนวนมากที่สุด คือ 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการในลักษณะฟังตลอดไม่เปลี่ยนคลื่นไปคลื่นอื่น มีจำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39 อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ฟังทุกช่วงยกเว้นช่วงโฆษณามีจำนวนน้อยที่สุด คือ 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ ในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

สถานที่ในการรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ที่บ้าน	257	64.30
ที่ทำงาน	32	8.00
ในรถยนต์	109	27.30
อื่นๆ	2	0.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า สถานที่ซึ่งกลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัมมากที่สุด คือ ที่บ้าน มีจำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 รองลงมาคือ ในรถยนต์ ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างรับฟัง 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 อันดับ 3 คือ ที่ทำงาน มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และที่อื่นๆ มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังน้อยที่สุด คือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สาเหตุที่ทำให้รู้จักรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

สาเหตุที่ทำให้รู้จักรายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อนแนะนำให้ฟัง	74	18.50
หมูนคลิ่นมาเจอโดยบังเอิญ	114	28.50
ได้ยินคนอื่นพูดถึงเลยลองเปิดฟัง	49	12.30
ฟังรายการอื่นของเอ-ไทม์อยู่แล้วเลยรู้จัก	158	39.50
อื่นๆ	5	1.30
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า สาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มมากที่สุด คือ การรับฟังรายการอื่นของเอ-ไทม์อยู่แล้ว เลยรู้จัก มีจำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมา คือ การหมูนคลิ่นมาเจอโดยบังเอิญ มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 อันดับ 3 คือ เพื่อนแนะนำให้ฟัง มีจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่าได้ยินคนอื่นพูดถึงรายการเลยลองเปิดฟังมีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 สำหรับสาเหตุอื่นๆ นั้นมีจำนวนน้อยที่สุด คือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ช่วงเวลาที่รับฟังรายการ
เรดิโอ โนพรีอบแบล็ม (วันจันทร์-วันศุกร์)

ช่วงเวลาที่รับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
05.00-07.00 น.	68	9.97
08.00-11.00 น.	127	18.62
11.00-15.00 น.	52	7.62
15.00-17.00 น.	65	9.53
17.00-21.00 น.	137	20.09
21.00-24.00 น.	159	23.31
24.00-02.00 น.	74	10.85
รวม	682 *	100.00

*กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จึงมีจำนวนรวมมากกว่า 400

จากตารางที่ 12 กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ดังนั้นจึงจำแนกร้อยละจากจำนวนคำตอบ พบว่าช่วงเวลา 21.00-24.00 น. เป็นช่วงเวลาที่มียกกลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการมากที่สุด คือ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 23.31 รองลงมาคือ ช่วงเวลา 17.00-21.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 20.09 อันดับที่ 3 ได้แก่ช่วงเวลา 08.00-11.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 18.62 ช่วงเวลา 24.00-02.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 10.85 สำหรับช่วงเวลา 05.00-07.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 9.97 ซึ่งนับว่าใกล้เคียงกันกับช่วงเวลา 15.00-17.00 น. สำหรับช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังน้อยที่สุด ได้แก่ช่วงเวลา 11.00-15.00 น. มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 7.62

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของคำตอบของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ช่วงเวลาที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบสึม (วันเสาร์ – วันอาทิตย์)

ช่วงเวลาที่รับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
05.00-07.00 น.	12	2.21
08.00-11.00 น.	89	16.36
11.00-15.00 น.	40	7.35
15.00-17.00 น.	55	10.11
17.00-21.00 น.	111	20.40
21.00-24.00 น.	159	29.23
24.00-02.00 น.	78	14.34
รวม	544 *	100.00

*กลุ่มตัวอย่างเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ จึงมีจำนวนรวมมากกว่า 400

จากตารางที่ 13 กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ ดังนั้นจึงจำแนกร้อยละจากจำนวนคำตอบ พบว่า ช่วงเวลา 21.00-24.00 น. เป็นช่วงที่มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการมากที่สุด คือ 159 คน คิดเป็นร้อยละ 29.23 รองลงมา คือ ช่วงเวลา 17.00-21.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 20.40 อันดับที่ 3 ได้แก่ช่วงเวลา 08.00-11.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 ช่วงเวลา 24.00-02.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 14.34 ช่วงเวลา 15.00-17.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 10.11 และช่วงเวลา 11.00-15.00 น. มีกลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 7.35 สำหรับช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 05.00-07.00 น. มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.21

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ยโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรม ในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

พฤติกรรมการรับฟัง	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ	2.50	1.09
ลักษณะการรับฟังรายการ	2.42	1.37
เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ	2.32	0.90
ความถี่ในการรับฟังรายการ	2.17	0.98
ค่าเฉลี่ยรวม	2.350	0.805

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวได้แก่ ระยะเวลาที่ติดตามรายการ ลักษณะการรับฟังรายการ เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ และความถี่ในการรับฟังรายการ

สรุปโดยรวม คือ กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.350

**ตอนที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการ เรดิโอ
โนพรีอบเบลิ้ม ของกลุ่มตัวอย่าง**

การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ
โน พรีอบเบลิ้ม ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยคำถาม 1 ข้อเกี่ยวกับการรับฟังรายการว่าผู้ฟังได้รับ
อะไรมากกว่ากันระหว่างสาระความรู้กับความบันเทิง และประกอบด้วยข้อความ 20 ข้อความ แบ่ง
ออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้

ตอนที่ 2 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง

ผลที่ได้ทั้งหมดนี้ปรากฏตามตารางที่ 15 -17

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ระหว่างความบันเทิง กับสาระความรู้ในการฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

การรับรู้	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้มากกว่าความบันเทิง	9	2.30
ความบันเทิงมากกว่าความรู้	143	35.80
ได้รับทั้ง 2 อย่าง เท่าๆ กัน	244	61.00
อื่นๆ	4	1.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับรู้ทั้งความบันเทิง และความรู้อย่างเท่าๆ กัน มีจำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรู้ความบันเทิงมากกว่าความรู้ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 อันดับที่ 3 ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับรู้ความรู้มากกว่าความบันเทิง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 สำหรับการรับรู้อื่นๆ นั้นมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1

ตารางที่ 16 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม การรับรู้ต่อประโยชน์ด้าน
ความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม

การรับรู้ต่อประโยชน์ด้าน ความรู้	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.รายการเป็นช่องทางการ สื่อสารที่ให้การเรียนรู้และ ความรู้ภาษาอังกฤษอีกช่อง ทางหนึ่ง	120 (30.00)	245 (61.30)	35 (8.80)	0 (0.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.21 (มากที่สุด)
2.รายการทำให้เห็นถึงความ สำคัญของการใช้ภาษา อังกฤษในการเรียนและการ ทำงาน	64 (16.00)	224 (56.00)	85 (21.30)	25 (6.30)	2 (0.50)	400 (100.00)	3.81 (มาก)
3.รายการทำให้ได้รู้จัก สำนวนและคำศัพท์ต่างๆ ของภาษาอังกฤษได้มากขึ้น	84 (21.00)	241 (60.30)	65 (16.30)	10 (2.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.00 (มาก)
4. รายการไม่ได้ทำให้เข้าใจ หรือรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มมาก ขึ้น *	9 (2.30)	37 (9.30)	138 (34.50)	176 (44.00)	40 (10.00)	400 (100.00)	3.50 (มาก)
5. ผู้สอนไม่มีส่วนทำให้การ รับรู้ภาษาอังกฤษดีขึ้น *	7 (1.80)	29 (7.20)	135 (33.80)	190 (47.50)	39 (9.80)	400 (100.00)	3.56 (มาก)
6.การสอนภาษาอังกฤษจาก ทางรายการทำให้ทราบถึง หน้าที่ ลักษณะการใช้ และ คำศัพท์ภาษาอังกฤษมากขึ้น	52 (13.00)	219 (54.80)	107 (26.80)	18 (4.50)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.74 (มาก)
7.รายการไม่ได้ทำให้การ อ่านออกเสียงดีขึ้น *	20 (5.00)	58 (14.50)	169 (42.30)	132 (33.00)	21 (5.30)	400 (100.00)	3.19 (ปาน กลาง)
8.คำศัพท์และสำนวนที่สอน ทางรายการเป็นคำศัพท์และ สำนวนเก่าๆ ที่รู้จักหรือ เรียนรู้มาแล้ว *	16 (4.00)	75 (18.80)	186 (46.50)	102 (25.50)	21 (5.30)	400 (100.00)	3.09 (ปาน กลาง)

ตารางที่ 16 (ต่อ)

การรับรู้ต่อประโยชน์ด้าน ความรู้	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
9.รายการมีข้อมูล ข้อเท็จ จริงความรู้และข้อมูลต่างๆ ที่น่าสนใจ	77 (19.30)	277 (69.30)	42 (10.50)	3 (0.80)	1 (0.30)	400 (100.0)	4.07 (มาก)
10.รายการมีการตอบ ปัญหาต่างๆ ที่น่าสนใจ ของผู้ฟังที่ถามมาซึ่งราย การ	64 (16.00)	207 (51.70)	113 (28.20)	15 (3.80)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.80 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.68 (มาก)

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้ โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า รายการเป็นช่องทางการสื่อสารที่ให้การเรียนรู้และความรู้ ภาษาอังกฤษอีกช่องทางหนึ่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมาเห็นด้วยในประเด็นที่ว่า รายการมี ข้อมูล ข้อเท็จจริงความรู้และข้อมูลต่างๆที่น่าสนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 อันดับ 3 เห็นด้วยใน ประเด็นที่ว่า รายการทำให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนและการ ทำงาน ส่วนข้อความด้านลบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ผู้สอนไม่มี ส่วนทำให้การรับรู้ภาษาอังกฤษดีขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 รองลงมาไม่เห็นด้วยในประเด็นที่ ว่า รายการไม่ได้ทำให้เข้าใจหรือรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.50 มีเพียง 2 ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างแสดงความไม่แน่ใจ โดยมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ รายการ ไม่ได้ทำให้การอ่านออกเสียงดีขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.19 และคำศัพท์และสำนวนที่สอนทางราย การเป็นคำศัพท์และสำนวนเก่าๆ ที่รู้จักหรือเรียนรู้มาแล้ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.09

สรุปโดยรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังราย การเรดิโอ โนพรีอบแบลีส้ม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.68

ตารางที่ 17 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการรับรู้ประโยชน์ด้าน
ความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม

การรับรู้ต่อประโยชน์ด้าน ความบันเทิง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
11.รายการทำให้รู้จักเพลง ไทยและเพลงสากลมาก ขึ้น	97 (24.30)	274 (68.50)	25 (6.30)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.16 (มาก)
12.รายการเปิดเพลงไทย และเพลงสากลที่ไพเราะ	76 (19.00)	250 (62.50)	59 (14.80)	15 (3.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.97 (มาก)
13. รายการเปิดเพลงที่ กำลังเป็นที่นิยม	98 (24.50)	256 (64.00)	41 (10.30)	3 (0.80)	2 (0.50)	400 (100.00)	4.11 (มาก)
14. ไม่ได้รับความสนุก สนานจากการเล่นเกมส์ ของทางรายการ *	23 (5.80)	56 (14.00)	135 (33.80)	163 (40.80)	23 (5.80)	400 (100.00)	3.27 (ปาน กลาง)
15.ทราบถึงวิธีการเล่น เกมส์ต่างๆของรายการ	41 (10.30)	145 (36.30)	171 (42.80)	32 (8.00)	11 (2.80)	400 (100.00)	3.43 (มาก)
16.ไม่ได้รับความบันเทิง และความสนุกสนานจาก กิจกรรมของทางรายการ *	12 (3.00)	46 (11.50)	127 (31.80)	177 (44.30)	38 (9.50)	400 (100.00)	3.46 (มาก)
17.ไม่ทราบถึงวิธีการเข้า ร่วมกิจกรรมต่างๆ ของ รายการ *	11 (2.80)	59 (14.80)	171 (42.80)	133 (33.30)	26 (6.50)	400 (100.00)	3.26 (ปาน กลาง)
18. ไม่อยากเข้าร่วมกิจ กรรมต่างๆ ของรายการ *	33 (8.30)	53 (13.30)	162 (40.50)	126 (31.50)	26 (6.50)	400 (100.00)	3.15 (ปาน กลาง)
19.ได้รับความสนุกสนาน จากการที่ผู้ฟังได้มีส่วน ร่วมในการพูดคุยและขอ เพลงกับดี.เจ	62 (15.50)	210 (52.50)	97 (24.30)	27 (6.80)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.75 (มาก)
20. รายการทำให้ได้รับ ข้อมูลข่าวสารทางด้าน บันเทิง	74 (18.50)	287 (71.80)	35 (8.80)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.66 (มาก)

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่-3ญมีการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิง โดยเห็นด้วยในประเด็นที่ว่า รายการทำให้รู้จักเพลงไทยและเพลงสากลมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมา คือ รายการเปิดเพลงที่กำลังเป็นที่นิยม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 อันดับ 3 คือ รายการทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารทางด้านบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 ส่วนข้อความด้านลบ กลุ่มตัวอย่างแสดงความไม่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ไม่ได้ได้รับความบันเทิงและความสนุกสนานจากกิจกรรมต่างๆของรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.46 รองลงมา คือ ไม่ได้ได้รับความสนุกสนานจากการเล่นเกมส์ของทางรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.27 มีเพียง 2 ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจ ในประเด็นที่ว่า ไม่ทราบถึงวิธีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของทางรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.26 และ ไม่อยากเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.15

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อประโยชน์ทางด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลั่ม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.66

ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์ ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ของกลุ่มตัวอย่าง

ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบไปด้วยข้อความ 17 ข้อความ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้

ตอนที่ 2 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง

ผลที่ได้ปรากฏตามตารางที่ 18-19 ดังนี้

ตารางที่ 18 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคาดหวังประโยชน์ ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ความคาดหวังประโยชน์ ด้านความรู้	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1. ฟังเพราะสามารถนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้จากรายการไปใช้ในชีวิตประจำวัน	62 (15.50)	213 (53.30)	118 (29.50)	5 (1.30)	2 (0.50)	400 (100.00)	3.82 (มาก)
2. ฟังเพราะสามารถนำสาระความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้จากรายการไปสนทนาและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น	44 (11.00)	175 (43.80)	153 (38.30)	27 (6.80)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.59 (มาก)
3. ฟังเพราะรายการช่วยทำให้มีความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น	39 (9.80)	180 (45.00)	153 (38.30)	26 (6.50)	2 (0.50)	400 (100.00)	3.57 (มาก)
4. ฟังเพราะรายการช่วยทำให้สนใจและแสวงหาความรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น	55 (13.80)	189 (47.30)	112 (28.00)	39 (9.80)	5 (1.30)	400 (100.00)	3.63 (มาก)
5. ฟังเพราะรายการทำให้ได้นำเรื่องราวต่างๆ ในรายการไปเป็นหัวข้อในการสนทนากับผู้อื่นในสังคม	53 (13.30)	194 (48.50)	138 (34.50)	10 (2.50)	5 (1.30)	400 (100.00)	3.70 (มาก)

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ความคาดหวัง ประโยชน์ด้านความรู้	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
6. ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และทันโลก	93 (23.30)	258 (64.50)	45 (11.30)	3 (0.80)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.10 (มาก)
7. ฟังเพราะรายการทำให้ได้นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากรายการไปใช้พัฒนาตนเอง	66 (16.50)	201 (50.20)	123 (30.80)	10 (2.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.81 (มาก)
8. ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับความรู้และข้อคิดที่สามารถนำไปปฏิบัติในชีวิตจริงได้	55 (13.80)	208 (52.00)	125 (31.30)	11 (2.80)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.76 (มาก)
9. ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับสาระความรู้ที่หลากหลาย	86 (21.50)	266 (66.50)	44 (11.0)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.09 (มาก)
10. ฟังเพราะรายการทำให้รู้ข้อมูลข่าวสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน	86 (21.50)	248 (62.00)	63 (15.80)	3 (0.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.04 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.81 (มาก)

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการ ในประเด็นที่ว่า ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ ทันโลก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.10 ซึ่งใกล้เคียงในประเด็นที่ว่า ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับสาระความรู้ที่หลากหลาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาคือ ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.81

ตารางที่ 19 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ความคาดหวังประโยชน์
ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม

ความคาดหวัง ประโยชน์ด้านความ บันเทิง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
11. ฟังเพราะรายการ ทำให้ได้รับความ บันเทิงและความ เพลิดเพลิน	105 (26.30)	280 (70.00)	12 (3.00)	3 (0.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.22 (มากที่สุด)
12. ฟังเพราะรายการ ทำให้ทราบความ เคลื่อนไหวในวงการ เพลงไทยและเพลง สากล	102 (25.50)	273 (68.30)	23 (5.80)	2 (0.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.19 (มาก)
13. ฟังเพราะรายการ ช่วยทำให้ลดความ เบื่อหน่ายจากการ ทำงานในแต่ละวัน	100 (25.00)	256 (64.00)	38 (9.50)	6 (1.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.13 (มาก)
14. ฟังเพราะรายการ ช่วยเป็นเพื่อคลาย เหงา	116 (29.00)	243 (60.80)	38 (9.50)	2 (0.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.18 (มาก)
15. ฟังเพราะช่วยปลด ปล่อยอารมณ์ได้ใน เวลาเบื่อหรือเครียด	113 (28.20)	238 (59.50)	43 (10.80)	5 (1.30)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.14 (มาก)
16. ฟังเพราะรายการ ทำให้ได้ใช้เวลาว่าง ให้เป็นประโยชน์	84 (21.00)	221 (55.30)	79 (19.80)	13 (3.30)	3 (0.80)	400 (100.00)	3.93 (มาก)
17. ฟังเพราะช่วยฆ่า เวลาได้ในเวลาที่ไม่ มีอะไรทำ	100 (25.00)	243 (60.80)	48 (12.00)	7 (1.80)	2 (0.50)	400 (100.00)	4.08 (มาก)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							4.12 (มาก)

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ในประเด็นที่ว่า ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลินมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ประเด็นที่ว่าฟังเพราะทำให้ทราบความเคลื่อนไหวในวงการเพลงไทยและเพลงสากล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 ซึ่งใกล้เคียงกับประเด็นที่ว่าฟังเพราะรายการช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.18 อันดับที่ 3 คือ ฟังเพราะว่าช่วยปลดปล่อยอารมณ์ได้ในเวลาเบื่อหรือเครียด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.14 ซึ่งใกล้เคียงกับฟังเพราะว่ารายการช่วยทำให้ลดความเบื่อหน่ายจากการทำงานในแต่ละวัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.13 เมื่อพิจารณาข้อความทั้งหมดแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างจะเห็นด้วยกับข้อความทั้งหมด

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.94

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มของกลุ่มตัวอย่าง

ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆ ของรายการ ซึ่งประกอบไปด้วย 9 องค์ประกอบ คือ การสอนภาษาอังกฤษ การเปิดเพลง การตอบปัญหา เพลงประจำรายการ (จิงเกิ้ล) ความรู้ทั่วไป ข่าวสั้นชั่วโมง การเล่นเกมส์ การจัดกิจกรรมพิเศษ การโฆษณา ประกอบไปด้วย 43 ข้อความ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ ซึ่งประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความคิดเห็นต่อดี.เจ ความคิดเห็นต่อครูผู้สอนภาษาอังกฤษ ความคิดเห็นต่อผู้ประกาศข่าว ประกอบไปด้วย 11 ข้อความ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการ ประกอบด้วยข้อความ 11 ข้อความ
ผลที่ได้ทั้งหมดนี้ปรากฏตามตารางที่ 20 - 35

ตารางที่ 20 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการสอน
ภาษาอังกฤษ

การสอนภาษาอังกฤษ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1. เนื้อหาภาษาอังกฤษที่ สอน ขาดเกินไป *	4 (1.00)	36 (9.00)	214 (53.50)	135 (33.80)	11 (2.80)	400 (100.00)	3.28 (ปานกลาง)
2. คำศัพท์และสำนวน ต่างๆ ที่นำมาสอนมีน้อย เกินไป *	14 (3.50)	86 (21.50)	202 (50.50)	88 (22.00)	10 (2.50)	400 (100.00)	2.99 (ปานกลาง)
3. การสอนภาษาอังกฤษ เป็นการสอนที่สนุก ไม่ น่าเบื่อ	47 (11.80)	214 (53.50)	108 (27.00)	28 (7.00)	3 (0.80)	400 (100.00)	3.69 (ดี)
4. ได้รู้จักคำศัพท์และ สำนวนที่น่าสนใจมากขึ้น จากการแนะนำของผู้ สอน	50 (12.50)	263 (65.80)	80 (20.00)	7 (1.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.89 (ดี)
5. ได้รับข้อมูลในการใช้ ภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง และเชื่อถือได้	57 (14.20)	225 (56.30)	112 (28.00)	6 (1.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.83 (ดี)
6. การยกตัวอย่างประกอบ คำอธิบายมีความชัดเจน เข้าใจง่าย	57 (14.20)	234 (58.50)	103 (25.80)	5 (1.30)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.85 (ดี)
7. อยากให้เพิ่มเวลาการ สอนภาษาอังกฤษ	54 (13.50)	164 (41.00)	127 (31.80)	33 (8.30)	22 (5.50)	400 (100.00)	3.49 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.57 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการสอนภาษาอังกฤษ ในประเด็นที่ว่า ได้รู้จักคำศัพท์และสำนวนที่น่าสนใจมากขึ้นจากการแนะนำของผู้สอน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.89 รองลงมา คือ ในประเด็นที่ว่ากรยกตัวอย่างประกอบคำอธิบายมีความชัดเจน เข้าใจง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 ซึ่งใกล้เคียงกับในประเด็นการได้รับข้อมูลในการใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 อันดับที่ 3 ได้แก่ประเด็นการสอนภาษาอังกฤษเป็นการสอนที่สนุกไม่น่าเบื่อ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 และอยากให้เพิ่มเวลาการสอนภาษาอังกฤษ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 สำหรับข้อความด้านลบ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการสอนภาษาอังกฤษในระดับปานกลาง โดยแสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า เนื้อหาภาษาอังกฤษที่สอนยากเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28 รองลงมา คือ คำศัพท์และสำนวนต่างๆที่สอนมีน้อยเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.99

สรุปโดยรวม กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการสอนภาษาอังกฤษของรายการเรดิโอ โนพร้อมเบสึม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.57

ตารางที่ 21 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเปิดเพลง

การเปิดเพลง	เห็นด้วยอย่าง ยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.เปิดเพลงไทยไม่ค่อม เปิดเพลงสากล *	8 (2.00)	50 (12.50)	150 (37.50)	155 (38.80)	37 (9.30)	400 (100.00)	3.41 (ดี)
2. เปิดเพลงน้อยเกินไป *	32 (8.00)	101 (25.30)	120 (30.00)	118 (29.50)	29 (7.20)	400 (100.00)	3.03 (ปาน กลาง)
3.เปิดเพลงได้อารมณ์ ต่อเนื่อง	27 (6.80)	188 (47.00)	150 (37.50)	31 (7.80)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.51 (ดี)
4. เปิดเพลงไพเราะถูก ใจ	61 (15.30)	236 (59.00)	84 (21.00)	18 (4.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.85 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.45 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการเปิดเพลงในประเด็นที่ว่าเปิดเพลงไพเราะถูกใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา คือ เปิดเพลงได้อารมณ์ต่อเนื่อง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 สำหรับข้อความด้านลบ กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า เปิดเพลงไทยไม่ค่อมเปิดเพลงสากล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 มีเพียง 1 ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปานกลาง โดยแสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า เปิดเพลงน้อยเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.03

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อ การเปิดเพลงของรายการเรดิโอ โนพร็อบเบิ้ล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45

ตารางที่ 22 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการตอบ ปัญหา

การตอบปัญหา	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.การตอบปัญหาของผู้ รู้ น่าเชื่อถือ	37 (9.30)	231 (57.80)	126 (31.50)	6 (1.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.75 (ดี)
2.การตอบปัญหาตรง ประเด็นชัดเจน	37 (9.30)	232 (58.00)	121 (30.30)	10 (2.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.74 (ดี)
3.ผู้ตอบปัญหาเป็นผู้มี ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในเรื่องต่างๆ	39 (9.80)	228 (57.00)	125 (31.30)	7 (1.80)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.74 (ดี)
4. ไม่ค่อยเปิดโอกาส ให้ผู้ฟังได้ฝากคำถาม *	11 (2.80)	62 (15.50)	167 (41.80)	62 (15.50)	11 (2.80)	400 (100.00)	3.23 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.62 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดี ต่อการตอบปัญหา ในเกือบทุก ประเด็น คือ ส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า การตอบปัญหาของผู้รู้ น่าเชื่อถือ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.75 รองลงมา คือ การตอบปัญหาตรงประเด็นชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.74 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับใน ประเด็นที่ว่า ผู้ตอบปัญหาเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย คือ 3.74 เช่น กัน ส่วนข้อความด้านลบ มีเพียงประเด็นเดียวที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับปาน กลาง คือ แสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า ไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้ฝากคำถาม คิดเป็นค่า เฉลี่ย 3.23

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อ การตอบปัญหาของรายการเรดิโอ โนพร็อบเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.62

ตารางที่ 23 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ความคิดเห็นต่อเพลงประจำรายการ (จึงเกิด)

เพลงประจำรายการ (จึงเกิด)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.เพลงประจำรายการแสดงภาพลักษณ์ของรายการได้ดี	52 (13.00)	247 (61.80)	98 (24.50)	2 (0.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.87 (ดี)
2.เพลงประจำรายการช่วยเพิ่มสีสันให้กับรายการ	39 (9.80)	270 (67.50)	88 (22.00)	2 (0.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.86 (ดี)
3.เพลงประจำรายการมีน้อยเกินไปไม่หลากหลาย	13 (3.30)	94 (23.50)	201 (50.20)	84 (21.00)	8 (2.00)	400 (100.00)	2.95 (ปานกลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.56 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อเพลงประจำรายการ (จึงเกิด) ในประเด็นที่ว่า เพลงประจำรายการแสดงภาพลักษณ์ของรายการได้ดี และเพลงประจำรายการช่วยเพิ่มสีสันให้กับรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 และ 3.86 ตามลำดับ ส่วนข้อความด้านลบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ แสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า เพลงประจำรายการมีน้อยเกินไป ไม่หลากหลาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.95

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อเพลงประจำรายการ (จึงเกิด) ของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 24 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ความคิดเห็นต่อความรู้ทั่วไป
ของรายการการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม

ความรู้ทั่วไป	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ ทางรายการนำมาเสนอ น่าสนใจ เพราะทำให้ ทราบความเคลื่อนไหว ของวงการเพลงไทย และสากล	67 (16.80)	297 (74.30)	30 (7.50)	6 (1.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.06 (ดี)
2.เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ ทางรายการนำมาเสนอ ซ้ำซากจำเจ *	14 (3.50)	42 (10.50)	177 (44.30)	153 (38.30)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.28 (ปาน กลาง)
3.เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ ทางรายการนำมาเสนอ เป็นเรื่องที่มีประโยชน์	45 (11.30)	296 (74.00)	51 (12.80)	8 (2.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.95 (ดี)
4.เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ ทางรายการนำมาเสนอ น่าเบื่อไม่น่าฟัง *	11 (2.80)	53 (13.30)	143 (35.80)	177 (44.30)	16 (4.00)	400 (100.00)	3.55 (ดี)
5.เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ ทางรายการนำมาเสนอ ทำให้ได้รับรู้เรื่องราว ต่างๆ ที่น่าสนใจจากทั่ว ทุกมุมโลก	51 (12.80)	274 (68.50)	72 (18.00)	3 (0.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.93 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.71 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อความรู้ทั่วไปของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ในเกือบทุกประเด็น คือ เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอน่าสนใจ เพราะทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของวงการเพลงไทยและสากล เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า เนื้อหาความรู้ที่น่าสนใจเป็นเรื่องที่มีประโยชน์ และความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอทำให้ได้รับรู้เรื่องราวต่างๆ ที่น่าสนใจจากทั่วทุกมุมโลก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.06, 3.95 และ 3.93 ตามลำดับ และส่วนข้อความด้านลบกลุ่มตัวอย่างแสดงความไม่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอน่าเบื่อไม่น่าฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.55 และมีเพียงประเด็นเดียวที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่แสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอซ้ำซากจำเจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดี ต่อความรู้ทั่วไปของรายการเรดิโอ โน พรีอบเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71

ตารางที่ 25 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อข่าวต้นชั่วโมง
ของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

ข่าวต้นชั่วโมง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.ข่าวต้นชั่วโมงที่นำ เสนอรวดเร็ว ฉับไว	58 (14.50)	269 (67.30)	66 (16.50)	6 (1.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.94 (ดี)
2.ความยาวของข่าวต้น ชั่วโมงเหมาะสมดีแล้ว	59 (14.80)	286 (71.50)	49 (12.30)	5 (1.30)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.99 (ดี)
3.เนื้อหาของข่าวที่นำ เสนอ น่าสนใจ	52 (13.00)	281 (70.30)	60 (15.00)	6 (1.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.94 (ดี)
4.การนำเสนอข่าวภาษา อังกฤษมีน้อยเกินไป *	28 (7.00)	133 (33.30)	167 (41.80)	69 (17.30)	3 (0.80)	400 (100.00)	2.72 (ปาน กลาง)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.65 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อข่าวต้นชั่วโมงของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ในประเด็นที่ว่า ความยาวของข่าวต้นชั่วโมงเหมาะสมดีแล้ว คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.99 รองลงมา คือ ข่าวต้นชั่วโมงที่นำเสนอรวดเร็ว ฉับไว และเนื้อหาของข่าวที่นำเสนอ น่าสนใจ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 3.94 และสำหรับข้อความด้านลบ มีเพียงประเด็นเดียว คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ แสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า การนำเสนอข่าวภาษาอังกฤษมีน้อยเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.72

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อข่าวต้นชั่วโมงของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65

ตารางที่ 26 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการเล่นเกมส
ของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

การเล่นเกมส	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.เกมส์ที่เล่นในราย การนำเบื่อ ไม่สนุก *	13 (3.30)	70 (17.50)	139 (34.80)	168 (42.00)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.23 (ปาน กลาง)
2.การเล่นเกมส์มีบ่อย ครั้งมากเกินไป*	29 (7.20)	119 (29.80)	146 (36.50)	95 (23.80)	11 (2.80)	400 (100.00)	2.85 (ปาน กลาง)
3..มีเกมส์ใหม่ๆ มา ให้ผู้ฟังร่วมสนุกอยู่ เสมอ	43 (10.80)	205 (51.20)	128 (32.00)	22 (5.50)	2 (0.50)	400 (100.00)	3.66 (ดี)
4.เกมส์ที่เล่นในราย การเป็นเกมส์ที่ต้อง ใช้ความรู้ความ สามารถทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ	40 (10.00)	189 (47.30)	131 (32.80)	30 (7.50)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.65 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.32 (ปาน กลาง)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการเล่นเกมสในรายการเรดิโอ โน พรีอบเบลิ้ม ในประเด็นที่ว่า มีเกมส์ใหม่ๆ มาให้ผู้ฟังร่วมสนุกอยู่เสมอ และเกมส์ที่เล่นในราย การเป็นเกมส์ที่ต้องใช้ความรู้ความสามารถทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียง กัน คือ 3.66 และ 3.65 และสำหรับข้อความด้านลบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปาน กลาง คือ ไม่เห็นด้วยว่าเกมส์ที่เล่นในรายการนำเบื่อ ไม่สนุก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.23 และแสดงความ ไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่าการเล่นเกมส์มีบ่อยครั้งเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.85

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น ในระดับปานกลางต่อการเล่นเกมสของ รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.32

ตารางที่ 27 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการจัด
กิจกรรมพิเศษ

การจัดกิจกรรมพิเศษ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.English Rally เป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์	34 (8.50)	230 (57.50)	133 (33.30)	2 (0.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.74 (ดี)
2.English Rally เป็นกิจกรรมที่ท่านไม่อยากจะเข้าร่วม *	9 (2.30)	57 (14.20)	210 (52.50)	114 (28.50)	10 (2.50)	400 (100.00)	3.15 (ปานกลาง)
3.English Rally เป็นกิจกรรมที่ท่านอยากให้มันต่อไป	35 (8.80)	182 (45.50)	165 (41.30)	15 (3.80)	3 (0.80)	400 (100.00)	3.58 (ดี)
4. Inter@Camp เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ	34 (8.50)	218 (54.50)	138 (34.50)	8 (2.00)	2 (0.50)	400 (100.00)	3.69 (ดี)
5.Inter@Campเป็นกิจกรรมที่ท่านไม่อยากจะเข้าร่วม *	12 (3.00)	67 (16.80)	188 (47.00)	121 (30.30)	12 (3.00)	400 (100.00)	3.14 (ปานกลาง)
6.Inetr @ Camp เป็นกิจกรรมที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ฟัง	43 (10.80)	210 (52.50)	144 (36.00)	3 (0.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.73 (ดี)
7.Inter @ Camp เป็นกิจกรรมที่ท่านอยากให้มันต่อไป	53 (13.30)	181 (45.30)	151 (37.80)	12 (3.00)	3 (0.80)	400 (100.00)	3.67 (ดี)
8.ท่านอยากให้มันมีกิจกรรมพิเศษอย่างต่อเนื่อง	72 (18.00)	192 (48.00)	122 (30.50)	13 (3.30)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.80 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.56 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อ การจัดกิจกรรมพิเศษของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ในประเด็นที่ว่า อยากให้มีกิจกรรมพิเศษอย่างต่อเนื่องมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมา คือ English Rally เป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ และ Inter @ Camp เป็นกิจกรรมที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ฟัง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน คือ 3.74 และ 3.73 และส่วนข้อความด้านลบกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง คือ แสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า English Rally เป็นกิจกรรมที่ไม่อยากเข้าร่วม และ Inter @ Camp เป็นกิจกรรมที่ไม่อยากเข้าร่วม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.15 และ 3.14 ตามลำดับ

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการจัดกิจกรรมพิเศษของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56

ตารางที่ 28 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อการโฆษณา
ของรายการเรดิโอ โนพรีอเบลิ้ม

การโฆษณา	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1. ทำให้รู้จักสินค้า ใหม่ๆ จากรายการเพิ่ม มากขึ้น	26 (6.50)	230 (57.50)	127 (31.80)	13 (3.30)	4 (1.00)	400 (100.00)	3.65 (ดี)
2. โฆษณามีบ่อยครั้ง มากเกินไป *	46 (11.50)	135 (33.80)	174 (43.50)	42 (10.50)	3 (0.80)	400 (100.00)	2.55 (ไม่ดี)
3. สินค้าที่นำมาโฆษณา เป็นสินค้าไม่ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย *	24 (6.00)	77 (19.30)	247 (61.80)	50 (12.50)	2 (0.50)	400 (100.00)	2.82 (ปาน กลาง)
4. สินค้าที่นำมาโฆษณา เป็นสินค้าที่น่าสนใจ	19 (4.80)	196 (49.00)	174 (43.50)	11 (2.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.56 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.15 (ปาน กลาง)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อการโฆษณาสินค้าของรายการเรดิโอ โนพรีอเบลิ้ม ในประเด็นที่ว่า ทำให้รู้จักสินค้าใหม่ๆ จากรายการเพิ่มมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 รองลงมา คือ สินค้าที่นำมาโฆษณาเป็นสินค้าที่น่าสนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.56 ส่วนข้อความด้านลบกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยแสดงความไม่แน่ใจ ในประเด็นที่ว่า สินค้าที่นำมาโฆษณาเป็นสินค้าที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.82 รองลงมา คือ โฆษณามีบ่อยครั้งเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.55

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นปานกลางต่อการโฆษณาสินค้าของรายการเรดิโอ โนพรีอเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.15

ตารางที่ 29 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อดี.เจของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก

ความคิดเห็นต่อ ดี.เจ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1. ดี.เจสามารถแก้ไขปัญหา เฉพาะหน้าได้ และดำเนินราย การได้อย่างราบรื่น	58 (14.50)	292 (73.00)	47 (11.80)	2 (0.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.01 (ดี)
2. ดี.เจจัดรายการได้อย่างเป็น ธรรมชาติ	66 (16.50)	289 (72.30)	42 (10.50)	2 (0.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.04 (ดี)
3. ดี.เจมีความสามารถในการ สื่อสารได้ทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ	81 (20.30)	271 (67.80)	46 (11.50)	2 (0.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.08 (ดี)
4. ดี.เจไม่ค่อยสุภาพ *	3 (0.80)	33 (8.30)	100 (25.00)	223 (55.80)	41 (10.30)	400 (100.00)	3.67 (ดี)
5. ดี.เจพูดมากน่า รำคาญ *	23 (5.80)	59 (14.80)	115 (28.70)	172 (43.00)	31 (7.80)	400 (100.00)	3.32 (ปานกลาง)
6. ดี.เจใช้ภาษาได้ถูกต้อง เหมาะสมไม่ว่าจะเป็นภาษา ไทยหรือภาษาอังกฤษ	56 (14.00)	226 (56.50)	97 (24.30)	19 (4.80)	2 (0.50)	400 (100.00)	3.79 (ดี)
7. ดี.เจพูดภาษาอังกฤษเร็ว เสียงรัว ฟังไม่ชัด *	12 (3.00)	114 (28.50)	184 (46.00)	79 (19.80)	11 (2.80)	400 (100.00)	2.91 (ปานกลาง)
8. ดี.เจไม่เป็นกันเองกับผู้ฟัง *	4 (1.00)	24 (6.00)	95 (23.80)	239 (59.80)	38 (9.50)	400 (100.00)	3.71 (ดี)
9. ดี.เจพูดเล่นมากเกินไป *	7 (1.80)	64 (16.00)	130 (32.50)	173 (43.30)	26 (6.50)	400 (100.00)	3.37 (ปานกลาง)
10. ดี.เจ พูดจากระฉับ กระฉ่องมีชีวิตชีวา	45 (11.30)	306 (76.50)	46 (11.50)	2 (0.50)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.98 (ดี)
11. ดี.เจมีข้อมูลนำเสนอใจมา บอกกล่าวกับผู้ฟัง	65 (16.30)	281 (70.30)	52 (13.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.02 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.72 (ดี)

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อดีเจ.ของรายการเรดิโอ โน พร็อบเบลิ้ม คือ เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ดีเจ.มีความสามารถในการสื่อสารได้ทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และดีเจ.จัดรายการได้อย่างเป็นธรรมชาติ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.08 และ 4.04 ตามลำดับ และเห็นด้วยในประเด็นที่ว่าดีเจสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้และดำเนินรายการได้อย่างราบรื่น และดีเจ.มีข้อมูลน่าสนใจมาบอกกล่าวกับผู้ฟัง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกัน คือ 4.02 และ 4.01 ส่วนข้อความด้านลบ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยแสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า ดี.เจ.พูดภาษาอังกฤษเร็ว เสียงรัว ฟังไม่ชัด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.91

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อดีเจ. ของรายการเรดิโอ โนพร็อบเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72

ตารางที่ 30 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อครูผู้สอน
ภาษาอังกฤษของรายการเรดิโอ โนพรีโอเบลิ้ม

ความคิดเห็นต่อครูผู้ สอน ภาษาอังกฤษ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1. ครูผู้สอนภาษา อังกฤษ มีความรู้ ความสามารถในการ สอนภาษาอังกฤษ	65 (16.30)	281 (70.30)	52 (13.00)	2 (0.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.92 (ดี)
2. ครูผู้สอนพูดภาษา อังกฤษเร็วเกินไป *	49 (12.30)	86 (21.50)	197 (49.30)	96 (24.00)	19 (4.80)	400 (100.00)	2.89 (ปาน กลาง)
3. ครูผู้สอนใช้คำพูด หรือภาษาที่เป็นกัน เองเข้าใจง่าย	46 (11.50)	243 (60.80)	108 (27.00)	3 (0.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.83 (ดี)
4. ครูผู้สอน สอนเร็ว เกินไป *	10 (2.50)	80 (20.00)	221 (55.30)	85 (21.30)	4 (1.00)	400 (100.00)	2.98 (ปาน กลาง)
5. ครูผู้สอนพูดภาษา อังกฤษได้คล่องและ ชัดเจน	69 (17.30)	255 (63.70)	72 (18.00)	4 (1.00)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.97 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.52 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อครูผู้สอนภาษาอังกฤษของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ครูผู้สอนพูดภาษาอังกฤษได้คล่องและชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 รองลงมา คือ ครูผู้สอนภาษาอังกฤษมีความรู้ความสามารถในการสอนภาษาอังกฤษ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.92 อันดับ 3 คือ ครูผู้สอนใช้คำพูดหรือภาษาที่เป็นกันเองเข้าใจง่าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนข้อความด้านลบ กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยแสดงความไม่แน่ใจในประเด็นที่ว่า ครูผู้สอนสอนเร็วเกินไป และครูผู้สอนพูดภาษาอังกฤษเร็วเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.98 และ 2.89 ตามลำดับ

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อครูผู้สอนภาษาอังกฤษของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52

ตารางที่ 31 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อผู้ประกาศข่าว
ของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ความคิดเห็นต่อผู้ ประกาศข่าว	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1.ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าว ผิดพลาดเป็นประจำ *	7 (1.80)	34 (8.50)	176 (44.00)	167 (41.80)	16 (4.00)	400 (100.00)	3.38 (ปาน กลาง)
2.ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าว เร็วเกินไป *	5 (1.30)	35 (8.80)	151 (37.80)	195 (48.80)	14 (3.50)	400 (100.00)	3.45 (ดี)
3.ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าว ได้น่าฟัง เพราะใช้น้ำเสียง ที่เหมาะสมกับข่าวที่อ่าน	43 (10.80)	239 (59.80)	108 (27.00)	9 (2.30)	1 (0.30)	400 (100.00)	3.79 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.54 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อผู้ประกาศข่าวของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวได้น่าฟัง เพราะใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมกับข่าวที่อ่าน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนข้อความด้านลบกลุ่มตัวอย่าง ไม่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวเร็วเกินไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 และกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยแสดงความไม่แน่ใจกับประเด็นที่ว่า ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวผิดพลาดเป็นประจำ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.38

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดี ต่อผู้ประกาศข่าวของรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.54

ตารางที่ 32 จำนวน ร้อยละและค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อ
รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีม

ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	รวม	ค่าเฉลี่ย (X)
1. เป็นรายการที่น่าสนใจและ น่าติดตามฟัง	86 (21.50)	266 (66.50)	46 (11.50)	1 (0.30)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.09 (ดี)
2. เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระ ความรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และความบันเทิง	85 (21.30)	273 (68.30)	41 (10.30)	1 (0.30)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.11 (ดี)
3. เป็นรายการที่เหมาะสมกับ ผู้ฟังทุกเพศ ทุกวัยที่เป็นคน ทันสมัย ใฝ่หาความรู้	69 (17.30)	250 (62.50)	64 (16.0)	15 (3.80)	2 (0.50)	400 (100.00)	3.92 (ดี)
4. เป็นรายการที่ไม่ควรใช้ ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษา ไทยในการจัดรายการ *	18 (4.50)	61 (15.30)	122 (30.50)	162 (40.50)	37 (9.30)	400 (100.00)	3.35 (ปานกลาง)
5. เป็นรายการที่น่าเบื่อ *	3 (0.80)	21 (5.30)	101 (25.30)	223 (55.80)	52 (13.00)	400 (100.00)	3.75 (ดี)
6. เป็นรายการที่ทำให้ทราบ ความเคลื่อนไหวของวงกา เพลงไทยและเพลงสากลได้ดี	57 (14.20)	297 (74.30)	38 (9.50)	7 (1.80)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.01 (ดี)
7. เป็นรายการที่ไม่ได้ให้ ประโยชน์แก่ผู้ฟัง *	8 (2.00)	44 (11.00)	70 (17.50)	235 (58.8)	43 (10.80)	400 (100.00)	3.65 (ดี)
8. เป็นรายการที่ไม่เปิดโอกาส ให้ผู้ฟังมีส่วนร่วม *	12 (3.00)	56 (14.00)	83 (20.80)	207 (51.70)	42 (10.50)	400 (100.00)	3.53 (ดี)
9. เป็นรายการที่มีข้อมูลข่าว สารที่น่าสนใจมาเล่าให้ฟัง เสมอ	63 (15.80)	282 (70.50)	53 (13.30)	2 (0.50)	0 (0.00)	400 (100.00)	4.01 (ดี)
10. เป็นรายการที่ให้ความรู้ ภาษาอังกฤษที่สามารถนำไป ปฏิบัติได้	48 (12.00)	279 (69.80)	70 (17.50)	3 (0.80)	0 (0.00)	400 (100.00)	3.93 (ดี)
11. เป็นรายการที่ท่านจะคิด ตามรับฟังต่อไป	111 (27.80)	221 (55.30)	63 (15.80)	4 (1.00)	1 (0.30)	400 (100.00)	4.09 (ดี)
ค่าเฉลี่ยรวม (X)							3.86 (ดี)

* หมายถึง ข้อความด้านลบ

จากตารางที่ 32 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการดี โดยส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระความรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และความบันเทิงมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ เห็นด้วยว่าเป็นรายการที่น่าสนใจและน่าติดตามฟัง และเป็นรายการที่จะติดตามรับฟังต่อไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.09 เท่ากัน อันดับ 3 คือ เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า เป็นรายการที่ทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของวงการเพลงไทยและเพลงสากลได้ดี และเป็นรายการที่มีข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจมาเล่าให้ฟังเสมอ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.01 ส่วนข้อความด้านลบมีเพียงประเด็นเดียว ที่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับปานกลาง โดยแสดงความไม่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า เป็นรายการที่ไม่ควรใช้ภาษาอังกฤษควบคู่กับภาษาไทยในการจัดการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.35 และเมื่อพิจารณาข้อความทั้งหมดแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเห็นด้วยกับข้อความด้านบวก และไม่เห็นด้วยกับข้อความด้านลบ

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามองค์ประกอบของช่วงต่างๆของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้ม

องค์ประกอบของช่วงต่างๆ ของรายการ	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็น (X)	ระดับความคิดเห็น
ความรู้ทั่วไป	3.71	ดี
ข่าวต้นชั่วโมง	3.65	ดี
การตอบปัญหา	3.62	ดี
การสอนภาษาอังกฤษ	3.57	ดี
การจัดกิจกรรมพิเศษ	3.56	ดี
เพลงประจำรายการ (จิงเกิ้ล)	3.56	ดี
การเปิดเพลง	3.45	ดี
การเล่นเกมส์	3.32	ปานกลาง
โฆษณาสินค้า	3.15	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.52	ดี

จากตารางที่ 33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อองค์ประกอบของช่วงต่างๆของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้มเกือบทุกองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างสูงสุด คือ ความรู้ทั่วไป มีค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา คือ ข่าวต้นชั่วโมง มีค่าเฉลี่ย 3.65 ซึ่งนับว่าใกล้เคียงกับอันดับที่ 3 คือ การตอบปัญหา มีค่าเฉลี่ย 3.62 ส่วนองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในระดับปานกลาง ได้แก่ การเล่นเกมส์ และโฆษณาสินค้า ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.32 และ 3.15 ตามลำดับ

สรุปโดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดี ต่อองค์ประกอบของช่วงต่างๆ ของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52

ตารางที่ 34 ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามองค์ประกอบต่างๆของผู้
ดำเนินรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

องค์ประกอบต่างๆ ของผู้ดำเนินรายการ	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็น (X)	ระดับความคิดเห็น
ดีเจ.	3.72	ดี
ผู้ประกาศข่าว	3.54	ดี
ครูผู้สอนภาษาอังกฤษ	3.52	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.64	ดี

จากตารางที่ 34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดี ต่อองค์ประกอบต่างๆ ของผู้
ดำเนินรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มทุกองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของ
กลุ่มตัวอย่างสูงสุดคือ ดีเจ. มีค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา คือ ผู้ประกาศข่าว มีคะแนนเฉลี่ย 3.54 ซึ่งนับ
ว่าใกล้เคียงกับ อันดับที่ 3 คือ ครูผู้สอนภาษาอังกฤษ มีค่าเฉลี่ย 3.52

สรุปโดยรวมแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดี ต่อองค์ประกอบต่างๆ ของผู้
ดำเนินรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็น (X)	ระดับความคิดเห็น
ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการ	3.86	ดี
ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ	3.64	ดี
ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆ ของรายการ	3.52	ดี
ค่าเฉลี่ยรวม (X)	3.60	ดี

จากตารางที่ 35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น โดยทั่วไปต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัมในระดับดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมา คือ ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 อันดับที่ 3 คือ ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆ ของรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52

สรุป โดยรวมแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.60

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 : ลักษณะประชากรของผู้ฟังที่แตกต่างกันจะมีความพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

สมมติฐานย่อย 1.1 ผู้ฟังที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ฟังที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ฟังที่มีเพศแตกต่างกันมีความพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน

ตารางที่ 36 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ค่า T	2-Tail Prob. (Sig.)
ชาย	116	2.1379	0.6839	3.410	.001*
หญิง	284	2.4366	0.8359		

* มีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า ค่า 2-Tail Prob. < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ ผู้ฟังที่มีเพศแตกต่างกันจะมีความพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่าเพศหญิง จะมีความพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มากกว่าเพศชาย

สมมติฐานย่อย 1.2 ผู้ฟังที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แยกต่างกััน

H_0 : ผู้ฟังที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ฟังที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แยกต่างกััน

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการ จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	F	F Prob. (Sig.)
ต่ำกว่า 15 ปี	13	2.3077	0.8364	2.852	.015*
15-19 ปี	100	2.3950	0.8350		
20-25 ปี	164	2.3963	0.7522		
26-30 ปี	71	2.4261	0.8220		
31-35 ปี	38	2.1579	0.8629		
สูงกว่า 35 ปี	14	1.6607	0.6401		
รวม	400	2.3500	0.8055		

จากตารางที่ 37 พบว่า ค่า F. Prob < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ ผู้ฟังที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-30 ปี มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20-25 ปี และอายุ 15-19 ปี อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ต่ำกว่า 15 ปี

ตารางที่ 38 การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟัง
รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างๆ กันเป็นรายคู่ โดยวิธีผล
ต่างนัยสำคัญ (LSD)

อายุ	สูงกว่า 35 ปี (1.6607)	31-35 ปี (2.1579)	26-30 ปี (2.4261)	20-25 ปี (2.3963)	15-19 ปี (2.3950)	ต่ำกว่า 15 ปี (2.3077)
สูงกว่า 35 ปี (1.6607)						
31-35 ปี (2.1579)	0.4972 *		0.2682	0.2384	0.2371	
26-30 ปี (2.4261)	0.7653 *					
20-25 ปี (2.3963)	0.7356 *					
15-19 ปี (2.3950)	0.7343 *					
ต่ำกว่า 15 ปี (2.3077)	0.6470 *	0.1498				

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 38 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟัง
รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างๆ กันทีละคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำ
กว่า 15 ปี อายุ 15-19 ปี อายุ 20-25 ปี อายุ 26-30 ปี และอายุ 31-35 ปี มีพฤติกรรมการรับฟังรายการ
เรดิโอ โน พรีอบเบลิ้ม มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุสูงกว่า 35 ปี

สรุป คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 26-30 ปี และอายุ 20-25ปี มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเร
ดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มากกว่ากลุ่มอื่น ด้วยระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานย่อย 1.3 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม แตกต่างกัน

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่าง ของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มจำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	F	F Prob. (Sig.)
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	0	0	0	1.560	0.184
มัธยมศึกษาตอนต้น	15	2.3167	0.7163		
มัธยมศึกษาตอนปลาย, ปวช. หรือเทียบเท่า	61	2.1680	0.8149		
ปวศ. หรืออนุปริญญา	33	2.2045	0.5944		
ปริญญาตรี	250	2.3920	0.8142		
สูงกว่าปริญญาตรี	41	2.4939	0.8865		
รวม	400	2.3500	0.8055		

*มีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 39 พบว่า ค่า $F \text{ Prob.} > 0.05$ ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มไม่แตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับปริญญาตรี อันดับที่ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

สมมติฐานย่อย 1.4 ผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม แตกต่างกัน

ตารางที่ 40 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้มจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	F	F Prob. (Sig.)
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	35	2.1214	0.8030	2.170	0.045*
ลูกจ้างบริษัทเอกชน / ห้างร้าน	85	2.2206	0.7956		
ประกอบอาชีพอิสระ ส่วนตัว / ค้าขาย	15	2.3333	0.7830		
นักเรียน / นักศึกษา	237	2.4494	0.8036		
รับจ้างงานอิสระ	14	2.0000	0.7966		
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	12	2.5000	0.7462		
อื่นๆ	2	1.7500	0.3536		
รวม	400	2.3500	0.8055		

จากตารางที่ 40 พบว่า ค่า F Prob < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ ผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้มแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม มากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ประกอบอาชีพอิสระส่วนตัว / ค้าขาย

ตารางที่ 41 การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟัง
รายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างๆ กันเป็นรายคู่ โดยวิธีผล
ต่างนัยสำคัญ (LSD)

อาชีพ	กลุ่ม 1 (2.1214)	กลุ่ม 2 (2.2206)	กลุ่ม 3 (2.3333)	กลุ่ม 4 (2.4494)	กลุ่ม 5 (2.0000)	กลุ่ม 6 (2.5000)	กลุ่ม 7 (1.7500)
กลุ่ม 1 ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ (2.1214)							
กลุ่ม 2 ลูกจ้างบริษัท เอกชน / ห้างร้าน (2.2206)							
กลุ่ม 3 ประกอบ อาชีพส่วนตัว/ค้าขาย (2.3333)	0.2119	0.1127					0.5833
กลุ่ม 4 นักเรียน / นัก ศึกษา (2.4494)	0.3279 *	0.2288 *			0.4494 *		
กลุ่ม 5 รับจ้างงาน อิสระ (2.0000)		0.2206	0.3333				
กลุ่ม 6 ไม่ได้ ประกอบอาชีพ (2.5000)							
กลุ่ม 7 อื่นๆ (1.7500)	0.3714						

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 41 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึมของกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างๆ กันทีละคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จะมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึมสูงกว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นลูกจ้างบริษัทเอกชน / ห้างร้าน และกลุ่มตัวอย่างที่รับจ้างงานอิสระ

สรุปคือ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียน / นักศึกษา จะมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึมสูง ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 ผู้ฟังที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม ที่แตกต่างกัน

H_0 : ผู้ฟังที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ผู้ฟังที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม แตกต่างกัน

ตารางที่ 42 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้มจำแนกตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้	จำนวน	ค่าเฉลี่ย (X)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	F	F Prob. (Sig.)
ต่ำกว่า 3,000 บาท	52	2.0673	0.7159	3.574	0.004*
3,001-5,000 บาท	76	2.5132	0.8051		
5,001-10,000 บาท	148	2.4375	0.7736		
10,001-20,000 บาท	66	2.2992	0.8562		
20,001-30,000 บาท	43	2.3547	0.8096		
สูงกว่า 30,000 บาท	15	1.8500	0.8335		
รวม	400	2.3500	0.8055		

จากตารางที่ 42 พบว่า ค่า F Prob. < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ 0.05 กล่าวคือ ผู้ฟังที่มีรายได้แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้มแตกต่างกัน

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้ว จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 3,001-5,000 บาท จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบบลิ้ม มากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท อันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท

ตารางที่ 43 การเปรียบเทียบพหุคูณเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟัง
รายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึมของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างๆ กันเป็นรายคู่ โดยวิธีผล
ต่างนัยสำคัญ (LSD)

รายได้	3,001- 5,000 บาท (2.5132)	5,001- 10,000 บาท (2.4375)	10,001- 20,000 บาท (2.2992)	20,001- 30,000 บาท (2.3547)	ต่ำกว่า 3,000 บาท (2.0673)	สูงกว่า 30,000 บาท (1.8500)
3,001-5,000 บาท (2.5132)						
5,001-10,000 บาท (2.4375)						
20,001-30,000 บาท (2.3547)	0.1585					
10,001-20,000 บาท (2.2992)	0.2139	0.1383				
ต่ำกว่า 3,000 บาท (2.0673)	0.4459 *	0.3702 *	0.2319	0.2873		0.2173
สูงกว่า 30,000 บาท (1.8500)	0.6632 *	0.5875 *	0.4492 *	0.5047 *		

* หมายถึง คู่ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 43 ซึ่งเป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างๆ กันทีละคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม สูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 5,001-10,000 บาท จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ ต่ำกว่า 3,000 บาท และรายได้สูงกว่า 30,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และ 20,001-30,000 บาท จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ สูงกว่า 30,000 บาท

สรุป คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 3,001-5,000 บาท จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มากที่สุด ด้วยระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 : พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม

สมมติฐานย่อย 2.1 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้

H_0 : พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม

H_1 : พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม

ตารางที่ 44 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม ของกลุ่มตัวอย่างกับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้

สหสัมพันธ์	การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้
พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม	0.399 (Sig = .000)

จากตารางที่ 44 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ = 0.399 และค่า Sig. = .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ นั่นหมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบสึมมากเท่าไร ก็จะมีกรรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้มากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานย่อย 2.2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง

- H_0 : พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม
- H_1 : พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

ตารางที่ 45 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟัง รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ของกลุ่มตัวอย่างกับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง

สหสัมพันธ์	การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง
พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม	0.436 (Sig = .000)

จากตารางที่ 45 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ = 0.436 และค่า Sig. = .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง นั่นหมายความว่า ยิ่งกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มมากเท่าไร ก็จะมี การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 3 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

สมมติฐานย่อย 3.1 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

H_0 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

H_1 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ตารางที่ 46 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อประโยชน์ ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

สหสัมพันธ์	ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้
การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้	0.670 (Sig.=.000)

จากตารางที่ 46 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.670 และค่า Sig.= .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม นั้นหมายความว่า ยิ่งผู้ฟังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มากเท่าไร ก็จะมีแนวโน้มความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานย่อย 3.2 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

H_0 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

H_1 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ตารางที่ 47 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

สหสัมพันธ์	ความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง
การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้	0.488 (Sig.=.000)

จากตารางที่ 47 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.488 และค่า Sig.= .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม นั้นหมายความว่า ยิ่งผู้ฟังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มากเท่าไร ก็จะมีแนวโน้มความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานย่อย 3.3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม

H_0 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการ เรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม

H_1 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม

ตารางที่ 48 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็มของกลุ่มตัวอย่างกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม

สหสัมพันธ์	ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้
การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง	0.565 (Sig.=.000)

จากตารางที่ 48 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.565 และค่า Sig. = .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม นั่นหมายความว่า ยิ่งผู้ฟังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ม มากเท่าไร ก็จะมีแนวโน้มความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานย่อย 3.4 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก

- H_0 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก
- H_1 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก

ตารางที่ 49 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็กของกลุ่มตัวอย่างกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก

สหสัมพันธ์	ความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง
การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง	0.559 (Sig.=.000)

จากตารางที่ 49 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.559 และค่า Sig.= .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก นั่นหมายความว่า ยิ่งผู้ฟังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ก มากเท่าไร ก็จะมีแนวโน้มความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 4 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

สมมติฐานย่อย 4.1 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

H_0 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัมไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

H_1 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ตารางที่ 50 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ของกลุ่มตัวอย่างกับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

สหสัมพันธ์	ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม
การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้	- 0.647 (Sig.=.000)

จากตารางที่ 50 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.647 และค่า Sig.= .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม นั้นหมายความว่า ยิ่งผู้ฟังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงมากเท่าไร ก็จะยิ่งความคิดเห็นที่ดีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม มากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานย่อย 4.2 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

H_0 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

H_1 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

ตารางที่ 51 ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม ของกลุ่มตัวอย่างกับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม

สหสัมพันธ์	ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม
การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง	0.545 (Sig.=.000)

จากตารางที่ 51 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.545 และค่า Sig.= .000 < 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานทางสถิติ H_0 ด้วยระดับนัยสำคัญ .05 กล่าวคือ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม นั้นหมายความว่า ยิ่งผู้ฟังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงมากเท่าไร ก็จะยิ่งความคิดเห็นที่ดีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม มากขึ้นเท่านั้น

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม 88.0 เมกะเฮิร์ต มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรของกลุ่มผู้ฟังที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ และด้านความบันเทิง ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิง และความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาความแตกต่าง ของลักษณะทางประชากรของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ กับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการรับฟัง กับ การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการกับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) กลุ่มตัวอย่างศึกษา คือ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มจำนวน 400 คน ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้แบบสอบถามประเภทให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered Questionnaire)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ

โนพรีอบเบลิ้ม การใช้ประโยชน์จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม และความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-Test Groups) การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's Product Moment Correlation Coefficient) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานต่างๆ

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากตารางที่ 1-5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 400 คน แบ่งเป็นเพศชาย 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29 เพศหญิง 284 คิดเป็นร้อยละ 71 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-25 ปี คิดเป็นร้อยละ 41 กำลังศึกษาหรือจบการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 62.5 โดยเป็นนักเรียน / นักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.3 และมีรายได้ระหว่าง 5,001-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

จากตารางที่ 6-14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม 3-4 วัน / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 43 และใช้เวลาในการรับฟังรายการประมาณ 1-2 ชั่วโมง / วัน คิดเป็นร้อยละ 42.30 โดยติดตามรับฟังรายการมาประมาณ 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.8 สำหรับลักษณะการรับฟังนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มใน ลักษณะที่ไม่แน่นอน เปิดสลับไปมากับคลื่นอื่น คิดเป็นร้อยละ 42 และรับฟังรายการที่บ้านมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.30 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มจากการฟังรายการอื่นของเอ-ไทม์อยู่แล้ว เลย์รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 39.50 ช่วงเวลาที่รับฟังรายการมากที่สุดในวันจันทร์-วันศุกร์ คือ ช่วง 21.00-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 23.31 ในวันเสาร์และอาทิตย์ คือ ช่วง 21.00-24.00 น. คิดเป็นร้อยละ 29.23

เมื่อรวมคะแนนพฤติกรรมการรับฟังรายการแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.350

ตอนที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

จากตารางที่ 15-17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้และความบันเทิงเท่าๆ กัน จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม คิดเป็นร้อยละ 61 กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.68 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า รายการเป็นช่องทางการสื่อสารที่ให้การเรียนรู้และความรู้ภาษาอังกฤษอีกช่องทางหนึ่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.21 รองลงมา รายการมีข้อมูลข้อเท็จจริงความรู้และข้อมูลต่างๆ ที่น่าสนใจ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.07 และมีการรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.66 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า รายการทำให้ได้รู้จักเพลงไทยและเพลงสากลมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.16 และรายการเปิดเพลงที่กำลังเป็นที่นิยม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

จากตารางที่ 18-19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้ จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.81 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับสาระความรู้ที่หลากหลาย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมา ฟังเพราะรายการทำให้ได้รู้ข้อมูลข่าวสารทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษที่เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.04 และมีความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 4.12 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยในประเด็นที่ว่า ฟังเพราะรายการทำให้ได้รับความบันเทิงและความเพลิดเพลินจากรายการ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.22 รองลงมาคือ ฟังเพราะรายการช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.18 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

จากตารางที่ 20-35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆ ของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม อยู่ในระดับดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.52 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อความรู้ทั่วไป คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.71 รองลงมา คือ ช่วงข่าวต้นชั่วโมง และช่วงการตอบปัญหา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.65 และ 3.62 ตามลำดับ

สำหรับความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการนั้นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.64 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่ดีต่อดีเจ. คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมาคือ ผู้ประกาศข่าว และครูผู้สอนภาษาอังกฤษ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.54 และ 3.52 ตามลำดับ

กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นโดยทั่วไป ต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มในระดับดี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.86 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระความรู้ภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และความบันเทิง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.11 รองลงมา คือ เห็นด้วยที่ว่า เป็นรายการที่น่าสนใจและน่าติดตามฟัง และเป็นรายการที่จะติดตามฟังต่อไป โดยมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน คือ 4.09

เมื่อรวมคะแนนความคิดเห็นทั้ง 3 ช่วงเข้าด้วยกันแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นที่ดีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม คิดเป็นค่าเฉลี่ยรวม 3.60

ตอนที่ 6 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 : ลักษณะทางประชากรของกลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน

จากตารางที่ 36-43 สรุปผลการทดสอบได้ ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 1.1 ผู้ฟังที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังที่มีเพศแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.2 ผู้ฟังที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบลิ้มแตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบลิ้ม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.3 ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังที่มีการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.4 ผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบลิ้ม แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังที่มีอาชีพแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 1.5 ผู้ฟังที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบลิ้ม แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 2 : พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม จากตารางที่ 44-45 สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 2.1 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้มในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 3.4 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้มในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานข้อที่ 4 : การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม

จากตารางที่ 50-51 สรุปผลการทดสอบได้ดังนี้

สมมติฐานย่อยที่ 4.1 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้จากการรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้มในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานย่อยที่ 4.2 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นต่อรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลิ้มในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่ได้ ผู้วิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจซึ่งจะนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้ คือ **สมมติฐานข้อที่ 1** ที่ว่า ลักษณะทางประชากรของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้ฟังที่มีเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มแตกต่างกัน ซึ่งตรงกับทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) ของเดอเฟลอร์ (DeFleur, Melvin L., 1970: pp. 122-124) ที่กล่าวไว้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายกัน พฤติกรรมการสื่อสารมวลชนนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่างๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนาและภูมิภานา เป็นต้น ซึ่งประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมี ความสนใจหรือ พฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน และสอดคล้องกับที่ดร. ประมวศ เวทีน (2533 : น. 112-118) กล่าวไว้ว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างๆ ร่วมกัน ย่อมจะมีทัศนคติและ พฤติกรรมคล้ายคลึงกัน ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ เพศ อายุ สถานะทางสังคม และเศรษฐกิจ การศึกษา

นอกจากนี้ผลการศึกษา ในครั้งนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาวิจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ งานวิจัยของกรีนเบิร์กและกุมาด้า (Greenberg, Bradley S. and Hideya Kumata , 1968 : pp. 641-646) ซึ่งพบว่าอายุและเพศของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับเวลาที่ใช้ในการรับฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่างที่ ศึกษาใน 5 ประเทศ คือ ฟินแลนด์ ญี่ปุ่น คอสตาริกา เม็กซิโก และสหรัฐอเมริกา สอดคล้องในงานวิจัยของการศึกษาของชูดากา ปุณณะหิตานนท์ (2542) ศึกษาเรื่องการสำรวจทัศนคติ และพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม สถานีวิทยุแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ.เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า เพศ อายุ รายได้ และอาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม การศึกษาของพัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์ (2537) ศึกษาเรื่องการสำรวจ ทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกรับชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่พบว่า ผู้ชมที่มีเพศและอายุที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ต่างกัน การศึกษาของพรนภา แก้วลาย (2539) ศึกษาเรื่องความ

ต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือ กองทัพบก:ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงของกองทัพบก การศึกษาของรัตนา ภัทธธนาภานต์ (2539) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz. ที่พบว่า นิสิตนักศึกษาที่มีเพศและรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟต่างกัน ส่วนตัวแปรระดับการศึกษานั้นเป็นเพียงตัวแปรเดียวที่พบว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม กล่าวคือ ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูคาภา ปุณณะหิตานนท์ (2542) ที่พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการ เรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม และขัดแย้งกับงานวิจัยของการศึกษาของลิงค์และฮอฟ (Link, H.C. and H.A. Hopf. อ้างใน ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534 : 68) ที่พบว่า ผู้รับสารที่มีการศึกษาสูงใช้เวลากับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาดำ แต่ฟังวิทยุและดูภาพยนตร์น้อยกว่าผู้มีการศึกษาดำ และยังขัดแย้งกับงานวิจัยของ ลาซาเฟรดและแคนเดิล (Lasafled and Candle อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ , 2534 : 68) พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาน้อยฟังวิทยุมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาสูง การศึกษาของ ชิบ จิตนิยม (2534) ศึกษาเรื่อง ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี ศึกษาเฉพาะสมาชิกของบริษัทอินเตอร์เนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด(IBC) พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการ IBC

นอกจากนี้ยังพบว่า ผลการวิจัยในครั้งนี้มีทั้งส่วนที่สอดคล้องและขัดแย้งกับการศึกษางานวิจัยของ บุษราคัม เอี่ยมอำไพ (2540) ที่พบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส. 100 โดยสอดคล้องในส่วนตัวแปรเพศ อายุ อาชีพ และรายได้ และขัดแย้งในส่วนของตัวแปรการศึกษา

สาเหตุที่ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม อาจเนื่องมาจากว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มเป็นรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงซึ่งมักจะเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาสาระความรู้มากกว่าความบันเทิง หรือผู้มีการศึกษาดำซึ่งมักจะเปิดรับสื่อเพื่อแสวงหาความบันเทิงก็สามารถเปิดรับฟังได้ เพราะว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มเป็น รายการสาระบันเทิงซึ่งหมายถึงรายการที่นำเอาความบันเทิงและความรู้เข้าไว้ด้วยกันโดยให้ทั้งความรู้และความสนุกสนาน โดย

ใช้ความบันเทิงถ่ายทอดข้อมูลความรู้ ข่าวสาร สู่กลุ่มผู้ฟัง ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงพบว่า ผู้ฟังที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัมของกลุ่มผู้ฟัง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงของกลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัมของผู้กลุ่มฟัง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงของกลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลัม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Theory) ของ แครปเปอร์ (Klapper , 1960 : p.19-26) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่องของผู้รับสารที่สำคัญก็คือกระบวนการเลือกสรร (Selective Processes) ของมนุษย์ซึ่งก็จะมียู่ 3 ขั้นตอน คือ 1) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) 2) การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) 3) กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) ซึ่งบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อจากข่าวสารตามแหล่งสารต่างๆ นั้นก็ตามความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ซึ่งบุคคลมีการเปิดรับสื่อก็เพื่อสนองตอบต่อความสนใจหรือความต้องการของตนเอง ขั้นตอนต่อไปก็จะนำไปสู่การรับรู้และตีความหมายตามความรู้สึกของตนเองและท้ายสุดก็จะจดจำเฉพาะในสิ่งที่ตนเองสนใจและต้องการที่จะรับรู้เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์เดช ศรีเล็กดี (2543) เรื่องการรับรู้และทัศนคติต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเพียงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมในบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเพียงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์แตกต่างกันจะมีการรับรู้ในบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเพียงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณ. มาดาแสงนันทน์ (2543) เรื่อง การรับรู้ ความคาดหวังและความพอใจต่อการดำเนินโครงการของกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้

กล่าวโดยสรุปว่า ยังมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากเท่าไรก็จะทำให้มีการรับรู้มากขึ้นเท่านั้น ซึ่งบุคคลจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารตามที่ตนเองต้องการหรือสนใจ และเมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เลือกที่จะรับรู้และตีความออกมาตามความเข้าใจของตนเอง

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ม

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ม มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ยังมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงมากเท่าไร ก็ยังมีความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกันระหว่างแนวคิด ทฤษฎี การรับรู้ (Concept of perception) และแนวคิด ทฤษฎี การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) ซึ่งสำหรับแนวคิดทฤษฎีการรับรู้ (Concept of perception) ที่ เสรี วงษ์มณฑา กล่าวไว้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการในการตีความข่าวสารเพื่อให้เกิดเป็นความเข้าใจและการรับรู้เป็นกระบวนการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ข่าวสาร ในการแปลข่าวสารและนำไปใช้ในแต่ละบุคคล ส่วนแนวคิดทฤษฎี เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ที่กล่าวว่า เป็นการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากรายการไปใช้ประโยชน์ เช่น นำข้อมูลข่าวสารไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น หรือใช้เพื่อผ่อนคลายความเครียด เป็นต้น ดังนั้นสมมติฐานข้อ 3 จึงมีความสอดคล้องกันระหว่างแนวคิดทฤษฎีการรับรู้ (Concept of perception) กับแนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) มาประกอบกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของเวนเนอร์ (Wenner , 1985 : 87) ที่กล่าวว่า การใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม (Social Gratification) ซึ่งรับรู้จากข่าวเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อชักจูงใจ ซึ่ง โจเซฟ อาร์ โดมินิค (Josep R.Dominic , 1993 : 52) กล่าวว่า การที่บุคคลรับรู้อะไรบางอย่างบุคคลจะใช้สื่อหนึ่งๆ ก็เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายถึงใช้สื่อเพื่อสนองตอบความต้องการของตนเอง และยังสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎีของ แมคคอมส์และเบคเกอร์ (McCom , Becker , 1979 : 127) เหตุผลในการใช้สื่อมวลชนเพื่อรู้เหตุการณ์ ใช้ข้อมูลข่าวสารในการตัดสินใจ นำข้อมูลประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน เพื่อต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ เพื่อเสริมความคิดเห็นหรือสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว และเพื่อความบันเทิง

กล่าวโดยสรุป คือ ยิ่งบุคคลมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมากเท่าไร ก็จะมี ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิงจากการรับฟังรายการมากขึ้นเท่านั้น

สมมติฐานข้อที่ 4 การรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง จากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของกลุ่มผู้ฟังที่มีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ยิ่งบุคคลมีการรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และความบันเทิงมากขึ้นเท่าไร ก็จะมีความคิดเห็นที่ดีต่อรายการมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกันกับแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Concept of perception) และแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Concept of Attitude) ที่กล่าวไว้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Concept of perception) เป็นกระบวนการของการรับรู้จะเริ่มด้วยบุคคลรับเอาสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้าเป็นการรับรู้ทางด้านสรีระทำให้เกิดความรู้สึก (Sense) ขึ้นมาก่อน แล้วแต่ละคนก็จะแปลความหมายออกมาจากความรู้สึกนั้นๆ ตามภูมิหลัง (Background) ของตนเอง ซึ่งเกิดจากหลายๆ สิ่งประกอบกัน เช่น อายุ เพศ สถานะ การศึกษา อาชีพ ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมอื่นๆ และยังเพิ่มค่านิยมและทัศนคติของตนเองเข้าไปอีกทำให้เกิดความรู้สึกหรือความเข้าใจอย่างแท้จริง และทำให้เกิดปฏิกิริยาหรือพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งที่ได้พบเห็นตามที่ตนรับรู้ ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Concept of Attitude) เป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ โดยเกิดจากผลของผู้ส่งสารที่ได้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งผู้รับสารจะต้องมีความรู้หรือการรับรู้เสียก่อนแล้วค่อยไปเปลี่ยนแปลงในทัศนคติต่อไป จนถึงขั้นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยที่จะต้องประกอบกันไปตามลำดับขั้น ดังนั้นจากสมมติฐานข้อที่ 4 จึงมีการสอดคล้องกันระหว่างแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ (Concept of Perception) กับแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Concept of Attitude) มาประกอบกัน ซึ่ง ฉลอง ภิรมณ์รัตน์ (ฉลอง ภิรมณ์รัตน์ ,2521 : 26) กล่าวว่า องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ คือ ทัศนคติ โดยปกติบุคคลที่นิยมชมชอบสิ่งอันใด หรือมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใด มักจะรับรู้สิ่งนั้นได้ดี แต่อย่างไรก็ตาม บุคคลที่มีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งใด เมื่อได้พบเห็นสิ่งนั้นก็รับรู้ไม่ดีเช่นกัน จึงสรุปได้ว่า ทัศนคติมีผลต่อการรับรู้ของบุคคลทั้งในแง่บวกและแง่ลบ และยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ เบรคเลอร์ (Breckler , 1986 : 122) ที่กล่าวว่า เมื่อบุคคลได้รับสิ่งเร้า คือ ข่าวสารความรู้ โดยผ่านสื่อต่างๆ และจะเกิดอารมณ์ความรู้สึกและความตระหนัก โดยองค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก จะทำหน้าที่ในการประเมินคุณค่าในการยอมรับและไม่ยอมรับในสิ่งนั้น และยังสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี ของ ซิมบาโด และ ไลเป (Simbado and Leipe , 1991 อ้างใน อรวรรณ ปิลาพันธ์โหวาท , 2542 : 34) ที่กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นขึ้นอยู่กับความรู้ ซึ่งความรู้จะเป็นการรับรู้เบื้องต้นนั่นเอง หมายความว่าถ้ามีความรู้ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วก็จะมีการเปลี่ยน

แปลงพฤติกรรม ซึ่งทั้ง 3 อย่างนั้นจะมีความเชื่อมโยงต่อกัน ซิมบาโด และคณะ (Zimbardo and others, 1991 อ้างใน อรวรรณ ปีลันท์โอวาท , 2542 : 34) ก็ยังกล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทัศนคตินั้นขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้ามีความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์เดช ศรีเล็กดี (2543) ที่ศึกษาเรื่องการรับรู้และทัศนคติต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเพียงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า การรับรู้ในบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเพียงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเพียงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การรับรู้มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็น ซึ่งเป็นเรื่องของอิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อผู้รับสาร โดยที่เมื่อผู้รับสารได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอะไรไป ก็จะทำให้เกิดผลต่อทัศนคติได้

สรุปโดยรวม จากสมมติฐานข้อที่ 2-4 พบว่า รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม เป็นรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง (Edutainment) เนื่องจากเป็นรายการวิทยุรายการหนึ่งที่ได้ดึงเอาแนวคิดเกี่ยวกับ สาระบันเทิง (Edutainment) เข้ามาใช้ คือ เป็นรายการวิทยุที่ให้สาระความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ทั่วไป เป็นต้น และให้ความบันเทิงกับผู้ฟัง โดยการเปิดเพลง การเล่นเกม เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผู้ฟังได้รับทั้งสาระความรู้ และความบันเทิง เท่าๆกัน นั้นหมายความว่า รายการเรดิโอ โนพรีอบแบลิม เป็นรายการที่พยายามที่จะนำเสนอและสอดแทรกสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง โดยการที่พยายามเสนอเรื่องราวที่มีสาระ มีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย และน่าสนใจ มาผสมผสานกับความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เพลง หรือกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างลงตัว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นหน้าที่หลักของ สาระบันเทิง (Edutainment) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เจนีเฟอร์ บอยซ์ ที่กล่าวว่า รายการประเภทสาระบันเทิง คือ ทางเลือกใหม่ของสื่อการเรียนรู้ ซึ่งสาระบันเทิงมีคุณประโยชน์หลายประการเมื่อนำมาใช้อย่างเหมาะสม และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ซิงเกิล และ โรเจอร์ (Singhal and Roger , 1989 อ้างใน ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโบล , 2542 : 275-339) สาระบันเทิง (Edutainment) คือ กระบวนการที่ดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ในด้านต่างๆ เข้ากับความบันเทิง โดยมีเป้าหมายให้บุคคลคิดคำนึง รับรู้ และมีการประพฤติปฏิบัติในแนวทางที่พึงประสงค์ของสังคม

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มควรปรับปรุงในเรื่องของการเล่นเกมส์และโฆษณาสินค้าเป็นลำดับต้นๆ เพราะผลการวิจัยในส่วนของความคิดเห็นของผู้ฟังต่อช่วงต่างๆ ของรายการ พบว่า การเล่นเกมส์และโฆษณาสินค้า เป็นเพียง 2 องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับปานกลาง ในขณะที่องค์ประกอบอื่นๆ ของช่วงต่างๆ ของรายการ ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ และความคิดเห็นทั่วไป นั้นมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับดี ดังนั้นทางรายการควรให้ความสนใจกับองค์ประกอบทั้ง 2 ให้มาก และพยายามปรับปรุงให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังให้มากที่สุด

2. ผลการวิจัยในส่วนของพฤติกรรมมารับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มนั้น พบว่า พฤติกรรมมารับฟังรายการของผู้ฟังอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น โดยส่วนใหญ่รับฟังรายการ 3-4 วัน / สัปดาห์ รองลงมาไม่ค่อยได้ฟัง (1-2วัน/สัปดาห์) และส่วนใหญ่รับฟังรายการในลักษณะที่ไม่แน่นอน เปิดสลับไปมากับคลื่นอื่น มีผู้ฟังที่ฟังรายการทุกช่วง ยกเว้นช่วงโฆษณามีจำนวนน้อยที่สุดในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะประเด็นหลักเรื่องการโฆษณาสินค้าที่มากเกินไป เปิดเพลงน้อยเกินไป รวมไปถึงการเล่นเกมส์ที่มีมากและบ่อยครั้งเกินไป จึงทำให้ผู้ฟังเกิดความเบื่อหน่ายและเปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น ดังนั้นหากรายการควรปรับปรุงส่วนต่างๆ เหล่านี้ให้ดีขึ้น และตรงกับความต้องการของผู้ฟังแล้ว ก็จะสามารถดึงดูดให้ผู้ฟังรับฟังรายการมากขึ้นกว่าเดิม

3. รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ประสบความสำเร็จได้รับการยอมรับจากผู้ฟัง และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายการที่ตั้งไว้ คือ เป็นรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง (Edutainment) เนื่องจากเป็นรายการที่ให้ทั้งความบันเทิง และความรู้ ถือได้ว่าเป็นการตอบสนองตามแนวคิดหลักของรายการ ที่ว่า เป็นรายการที่ให้สาระความรู้ ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และ ความบันเทิง ซึ่งผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ฟังนั้นได้รับความรู้และความบันเทิงเท่าๆ กันจากการรับฟังรายการ ดังนั้น ทางรายการควรจะรักษาแนวคิดหลักนี้ไว้ และดำเนินรายการให้มีคุณภาพดี เป็นที่ยอมรับของผู้ฟังต่อไป

4. ในปัจจุบันรายการวิทยุส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพลงที่เน้นความบันเทิง ส่วนรายการประเภท สาระบันเทิง (Edutainment) อย่างรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม มีไม่มากเท่าไร ดังนั้น

บรรดาผู้ผลิตรายการวิทยุทั้งหลายน่าที่จะให้ความสนใจและหันมาผลิตรายการประเภทสาระบันเทิงให้กับผู้ฟังเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณและระยะเวลา จึงสามารถทำการวิจัยได้เฉพาะประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คนเท่านั้น ถ้าหากมีเวลาและงบประมาณมากกว่านี้ควรทำวิจัยโดยให้มีจำนวนตัวอย่างมากกว่านี้ และทำการศึกษาประชากรในเขตอื่นๆ ด้วย เพื่อผลการวิจัยได้ครอบคลุมและถูกต้องแม่นยำยิ่งขึ้น
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำการศึกษาประชากรกลุ่มที่ไม่เคยรับฟังรายการเรดิโอ โน ฟร็อบเบิ้ลิม เลย โดยศึกษาว่าเหตุใดถึงไม่เคยรับฟังรายการ และศึกษาประชากรกลุ่มที่เคยฟังรายการแต่ปัจจุบันไม่ได้ฟังแล้วด้วย ว่าเป็นเพราะสาเหตุใดและปัจจุบันรับฟังรายการวิทยุใดแทน เพื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่รับฟังรายการ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาควรมีขนาดพอๆ กัน
3. ควรมีการติดตาม และประเมินผลรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบิ้ลิม อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงรายการให้มีคุณภาพ ให้ตรงกับความต้องการของผู้ฟังมากยิ่งขึ้น และให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรายการที่ตั้งไว้ว่าเป็นรายการประเภทสาระบันเทิง
4. ควรมีการนำมาเปรียบเทียบกับรายการอื่นๆ ที่ดำเนินรายการในลักษณะเดียวกัน คือ เป็นรายการวิทยุประเภท (Edutainment) ในการนำมาปรับปรุงรายการเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการนำเสนอมากที่สุด
5. ควรมีการนำมาเปรียบเทียบกับรายการวิทยุประเภทบันเทิง กับ ประเภทสาระบันเทิง (Edutainment) ว่าผู้ฟังส่วนใหญ่รับฟังรายการวิทยุประเภทไหนมากกว่ากัน

Draft

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กรองแก้ว อยู่สุข. **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541
- ขวัญเรือน กิตติวัฒน์. “แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร.” **พลศาสตร์ของการสื่อสาร**.
นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539
- จระไน แกลโกศล. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 10. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2537
- ฉลอง ภิรมณ์รัตน์. **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ : ประจักษ์การพิมพ์, 2521
- เดโช สวานานนท์. **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2510
- ธงชัย และชัยยศ สันติวงษ์. **พฤติกรรมบุคคลในองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2535
- นภาพรณ อัจฉริยะกุล. **การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง**. นนทบุรี :
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530
- บุญเกื้อ คอรวาเวช. **คู่มือการผลิตรายการวิทยุกระจายเสียง**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
2533
- ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. “เอดูเทนเมนต์-สื่อสาระบันเทิงเพื่อการเปลี่ยนแปลงสังคม.”
มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่. กรุงเทพฯ : บริษัทเอคิสัน เพรส โปรดักส์, 2543
- รวีวรรณ ประกอบผล. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,
2535
- วิจิตร ภัคศิริรัตน์. **การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช,
2530
- วุฒิชัย จำนงค์. **แนวคิดเรื่องพฤติกรรมองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : รวมสาส์น, 2523
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. **การวิเคราะห์ผู้รับสาร**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534
- วิรัช ורתนกุล. **ประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2524

- สงวนศรี วิรัชชัย. **จิตวิทยาเพื่อการศึกษา**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ศึกษาศาสตร์ จำกัด, 2527
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533
- สุนทร ศรีสมวงศ์. **การจัดรายการวิทยุกระจายเสียง**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2530
- อรทัย ชื่นมนุชย์. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2520
- อรวรรณ ปิณฑท์โอวาท. **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ**. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542

หนังสือพิมพ์

- อรการ กาคำ. “เตรียมตัวสู่คลื่นวิทยุปี 2000 : เอ-โทม์ เน้น Edutainment.” **กรุงเทพธุรกิจ**. 1 มกราคม 2542

วิทยานิพนธ์

- ชิบ จิตนิยม. “ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัทบรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534
- ชูดากา ปุณณะหิตานนท์. “สำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนฟร็อบแบล็ก สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟเอ็ม 88.0 เมกะเฮิร์ต ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542
- บุศราคม เอี่ยมอัมไพ. “ปัจจัยที่มีผลต่อ การเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส. 100 และการเป็นสมาชิกชมรม จส. 100” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540
- พรนภา แก้วลาย. “ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบกศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539

- พัชรินทร์ เสวตสุทธิพันธ์. “การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการเลือกชมรายการข่าวโทรทัศน์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537
- พงษ์เดช ศรีเลิศดี. “การรับรู้และทัศนคติต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมการเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2544
- ณ.มาดา แสงนิ่มนวล. “การรับรู้ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการดำเนินโครงการของกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543
- รัตนา ภัทรชนกานต์. “ปัจจัยที่ทำให้บัณฑิตศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 Mhz.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- อรวรรณ วิจักขณะ. “การเปิดรับและการใช้ประโยชน์ จากสื่อมวลชนของนิสิต นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534

ภาษาอังกฤษ

Books

- Berelson, Bernard B., and G.A.Steiner. **Human Behavior**. New York : Barcourt Brae World, 1964.
- Dominick Joseph R. **The Dynamics of Mass Communication**. Fourth Edition., New York : McGraw-Hill, Inc., 1993.
- DeFleur Melvin L. **Theories of Mass Communication Second Edition**. New York : David Mckay Co., 1970.
- Greenberg, Bradley S. and Hideya Kumata. **National Sample Predictors of Mass Media**. Jurlism Quarterly, 1968.
- Keith Michale C. **Radio Programming**. Boston : Focal Press, 1987.

- Kippex , Susan., and John P.Murray. **Using The Mass Media Need Gratification and Perceived Utility.** Communication Reserch, 1980.
- Klapper, Joseph T. **The Effect of Mass Communication.** New York : The Free Press, 1960 .
- McCombs, Maxwell E., and Lee B.Becker. **Using Communication Theory.** New Jersey : Prentice Hall Inc., 1979.
- Mcquail Dennis. **Mass Communication Theory.** London : Sage Publications, 1987.
- Mcquail, Dennis., Jay G.Blumler and J.R.Brown. **The Television Audience : A Revised Perspective.** Penguin, 1972.
- Merill, John C., and Ralph L. Lowenstein. **Media Messages and Men.** New York : David McKay Company, Inc., 1971.
- P. Zimberdo and M. Leippe. **The Psychology of Attitude change and Social Influence.** New York : Mcgrew-Hill, 1991.
- Plamgreen, Phillip, L.A. Wenner and J.D.Rayburn. **Gratification Discrepancies and News Program Choice.** Communication Reserch , 1981.
- Scharamm. **The Process and Effects of Mass Communication.** Urbana : University of Illinois Press, 1954.
- Scharamm Wilbure. **Channel and audiences in Lthiel de Sola Pool and Hand Book of Communication.** Chicago : Rand McNally College Publishing Company, 1973.
- Singhal A. and Rogers E.M. **Pro-Social Television for Development in India.** 2nd. ed., Newsbury Park, 1989.
- Wenner and Lawrence A. **The Nature of New Gratifications.** Media Gratifications Research : Current Perspective. Beverly Hills : Sage Publications, 1985.
- Warren W.Weaver, Shannon E., and Warren W. Weaver. **The Mathematical Theory of Communication.** Urbana : University of Illinois Press, 1949.
- Yamane Taro. **Statistics An Introductory Analysis.** Tokyo : Harper International, 1973.

Articles

- Greenberg, Bradley S., snd Hideya Kumata. **National Sample Predictors of Mass Media Use.** Journalism Quarterly, 1988.

Draft

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

แบบสอบถามเรื่อง “ พฤติกรรมการรับฟัง การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิง และความคิดเห็นของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการวิทยุประเภทสาระบันเทิง คลื่นความถี่เอฟ.เอ็ม. 88.0 เมกะเฮิร์ต ”

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่าน หรือเติมข้อความในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

....(1) เพศหญิง(2) เพศชาย
-----------------	----------------
2. อายุ

....(1) ต่ำกว่า 15 ปี(4) 26-30 ปี
....(2) 15-19 ปี(5) 31-35 ปี
....(3) 20-25 ปี(6) สูงกว่า 35 ปี
3. ระดับการศึกษา

....(1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา(4) ป.ว.ศ. หรืออนุปริญญา
....(2) มัธยมศึกษาตอนต้น(5) ปริญญาตรี
....(3) มัธยมศึกษาตอนปลาย, ป.ว.ช. หรือเทียบเท่า(6) สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ

....(1) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ(5) รับจ้างงานอิสระ
....(2) ลูกจ้างบริษัทเอกชน / ห้างร้าน(6) ไม่ได้ประกอบอาชีพ
....(3) ประกอบอาชีพส่วนตัว / ค้าขาย(7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
....(4) นักเรียน / นักศึกษา	
5. รายได้ / เดือน

....(1) ต่ำกว่า 3,000 บาท(4) 10,001-20,000 บาท
....(2) 3,001-5,000 บาท(5) 20,001 - 30,000 บาท
....(3) 5,001-10,000 บาท(6) มากกว่า 30,001 บาท

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ทึม

6. ท่านรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ทึมบ่อยครั้งเพียงใด

....(1) ฟังทุกวัน (7วัน/สัปดาห์)(3) ฟังบ้าง (3-4 วัน/สัปดาห์)
....(2) ฟังบ่อยๆ (5-6 วัน/สัปดาห์)(4) ไม่ค่อยได้ฟัง(1-2 วัน/สัปดาห์)
7. ท่านใช้เวลาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ทึม นานเท่าใดในแต่ละวัน

....(1) มากกว่า 4 ชั่วโมง/วัน(3) ประมาณ 1-2 ชม./วัน
....(2) ประมาณ 3-4 ชม./วัน(4) น้อยกว่า 1 ชม./วัน
8. ท่านติดตามรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ทึม อย่างต่อเนื่องมานานเท่าใด

....(1) มากกว่า 3 ปี
....(2) ประมาณ 2-3 ปี
....(3) ประมาณ 1-2 ปี
....(4) เพิ่งรับฟังมาไม่นานนี้
9. ส่วนใหญ่แล้ว ท่านฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ทึม ในลักษณะใด (เลือกตอบ 1 ข้อ)

....(1) ฟังตลอด ไม่เปลี่ยนคลื่น ไปคลื่นอื่น
....(2) ฟังทุกช่วง ยกเว้นช่วงโฆษณา
....(3) ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง
....(4) ไม่แน่นอน เปิดสลับไปมากับคลื่นอื่น
10. ส่วนใหญ่ท่านรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ทึมที่ใด (เลือกตอบ 1 ข้อ)

....(1) ที่บ้าน
....(2) ที่ทำงาน
....(3) ในรถยนต์
....(4) อื่นๆ (โปรดระบุ)
11. ท่านรู้จักรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ทึม ได้อย่างไร

....(1) เพื่อนแนะนำให้ฟัง
....(2) หมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ
....(3) ได้ยินคนอื่นพูดถึงเลยลองเปิดฟังดู
....(4) ฟังรายการอื่นของเอ-ไทม์อยู่แล้ว เลยรู้จัก
....(5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

12. ปกติแล้ว ท่านฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีส้ม ในช่วงใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ในช่วงที่ฟัง

ช่วงเวลา	จันทร์-ศุกร์	เสาร์-อาทิตย์
05.00-07.00		
08.00-11.00		
11.00-15.00		
15.00-17.00		
17.00-21.00		
21.00-24.00		
24.00-02.00		

13. ท่านคิดว่าการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีส้ม ทำให้ท่านได้รับรู้อะไรมากกว่ากัน (เลือกตอบได้เพียง 1 ข้อ) กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าข้อความ

-(1) ความรู้มากกว่าความบันเทิง
(2) ความบันเทิงมากกว่าความรู้
(3) ได้รับทั้ง 2 อย่าง เท่าๆกัน
(4) อื่นๆระบุ.....

ส่วนที่ 3 การรับรู้ต่อประโยชน์ด้านความรู้และด้านบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบลีส้ม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความเหล่านี้อย่างไร กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 3.1 การรับรู้ประโยชน์ด้านความรู้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1.ท่านคิดว่ารายการเป็นช่องทางสื่อสารที่ให้การเรียนรู้และความรู้ภาษาอังกฤษอีกช่องทางหนึ่ง					
2.ท่านคิดว่ารายการทำให้ท่านเห็นถึงความสำคัญของการใช้ภาษาอังกฤษในการเรียนและการทำงาน					
3.ท่านคิดว่ารายการทำให้ท่านได้รู้จักสำนวนและคำศัพท์ต่างๆของภาษาอังกฤษได้มากขึ้น					

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
4. ท่านคิดว่ารายการ ไม่ได้ทำให้ท่านเข้าใจ หรือรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น					
5. ท่านคิดว่าผู้สอน ไม่มีส่วนทำให้การรับรู้ ภาษาอังกฤษของท่านดีขึ้น					
6. ท่านคิดว่าการสอนภาษาอังกฤษจากทาง รายการทำให้ท่านทราบถึงหน้าที่ ลักษณะ การใช้ และคำศัพท์ภาษาอังกฤษมากขึ้น					
7. ท่านคิดว่ารายการ ไม่ได้ทำให้การอ่าน ออกเสียงของท่านดีขึ้น					
8. ท่านคิดว่าคำศัพท์และสำนวนที่สอน ทางรายการเป็นคำศัพท์และสำนวนเก่าๆ ที่ท่านรู้จักหรือเรียนรู้มาแล้ว					
9. ท่านคิดว่ารายการมีข้อมูล ข้อเท็จจริง ความรู้และข้อมูลต่างๆที่น่าสนใจ					
10. ท่านทราบว่ารายการมีการตอบปัญหา ต่างๆ ที่น่าสนใจของผู้ฟังที่ถามมายังราย การ					

ตอนที่ 3.2 การรับรู้ประโยชน์ด้านความบันเทิง

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
11. ท่านคิดว่ารายการทำให้ท่านได้รู้จัก เพลงไทยและเพลงสากลมากขึ้น					
12. ท่านคิดว่าทางรายการเปิดเพลงไทยและ เพลงสากลที่ไพเราะ					
13. ท่านคิดว่ารายการเปิดเพลงที่กำลังเป็นที่ นิยม					
14. ท่านคิดว่าท่าน ไม่ได้ได้รับความสนุก สนานจากการเล่นเกมส์ของทางรายการ					

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
15. ท่านทราบถึงวิธีการเล่นเกมส์ต่างๆ ของ รายการ					
16. ท่านคิดว่าท่านไม่ได้รับความบันเทิง และความสนุกสนานจากกิจกรรมของทาง รายการ					
17. ท่านไม่ทราบถึงวิธีการเข้าร่วมกิจกรรม ต่างๆของรายการ					
18. ท่านคิดว่าท่านไม่อยากเข้าร่วมกิจกรรม ต่างๆของทางรายการ					
19. ท่านคิดว่าท่านได้รับความสนุกสนาน จากการที่ผู้ฟังได้มีส่วนร่วมในการพูดคุย และขอเพลงกับดี.เจ.					
20. ท่านคิดว่ารายการทำให้ท่านได้รับข้อ มูลข่าวสารทางด้านบันเทิง					

ส่วนที่ 4 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้และด้านความบันเทิงจากการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม
แบ่งออกเป็น 2 ตอน ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความเหล่านี้อย่างไร กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ตรงกับ
ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 4.1 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความรู้

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. ท่านสามารถนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้ จากรายการ ไปใช้ในชีวิตประจำวัน					
2. ท่านสามารถนำสาระความรู้ภาษา อังกฤษที่ได้จากรายการ ไปสนทนาและ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่น					
3. รายการช่วยทำให้ท่านมีความมั่นใจใน การใช้ภาษาอังกฤษเพิ่มมากขึ้น					

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
4. การรับฟังรายการช่วยทำให้ท่านสนใจ และแสวงหาความรู้ภาษาอังกฤษเพิ่มมาก ขึ้น					
5. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้นำเรื่อง ราวต่างๆ ในรายการ ไปเป็นหัวข้อในการ สนทนากับผู้อื่นในสังคม					
6. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ และทัน โลก					
7. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้นำข้อมูล ข่าวสารที่ได้รับจากรายการ ไปใช้พัฒนาคน เอง					
8. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้ความรู้ และข้อคิดที่สามารถนำไปปฏิบัติในชีวิต จริงได้					
9. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้รับสาระ ความรู้ที่หลากหลาย					
10. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้รับข้อมูล ข่าวสารทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่ เป็นประโยชน์ในชีวิตประจำวัน					

ตอนที่ 4.2 ความคาดหวังประโยชน์ด้านความบันเทิง

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
11. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้รับความ บันเทิงและความเพลิดเพลินจากรายการ					
12. การรับฟังรายการทำให้ท่านทราบ ความเคลื่อนไหวในวงการเพลงไทยและ เพลงสากล					

ข้อความ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
13. การรับฟังรายการช่วยทำให้ลดความ เบื่อบ่อยจากการทำงานในแต่ละวัน					
14. รายการช่วยเป็นเพื่อนคลายเหงา					
15. ช่วยปลดปล่อยอารมณ์ได้ในเวลาเบื่ หรือเครียด					
16. การรับฟังรายการทำให้ท่านได้ใช้เวลา ว่างให้เป็นประโยชน์					
17. ช่วยฆ่าเวลาได้ในเวลาที่ไม่มีอะไรทำ					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นของผู้ฟังที่มีต่อรายการเรดิโอ โนพรีอบแบล็ม แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ท่านมีความคิดเห็นต่อข้อความเหล่านี้อย่างไร กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 5.1 ความคิดเห็นต่อช่วงต่างๆของรายการ

การสอนภาษาอังกฤษ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. เนื้อหาภาษาอังกฤษที่สอน ยากเกินไป					
2. คำศัพท์และสำนวนต่างๆที่นำมาสอนมี น้อยเกินไป					
3. การสอนภาษาอังกฤษเป็นการสอนที่ สนุก ไม่น่าเบื่อ					
4. ได้รู้จักคำศัพท์และสำนวนที่น่าสนใจ มากขึ้นจากการแนะนำของผู้สอน					
5. ได้รับข้อมูลในการใช้ภาษาอังกฤษที่ถูก ต้องและเชื่อถือได้					
6. การยกตัวอย่างประกอบคำอธิบายมีความ ชัดเจน เข้าใจง่าย					
7. อยากให้เพิ่มเวลาการสอนภาษาอังกฤษ					

การเปิดเพลง	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1.เปิดเพลงไทยไม่ค่อยเปิดเพลงสากล					
2.เปิดเพลงน้อยเกินไป					
3.เปิดเพลงได้อารมณ์ต่อเนื่อง					
4.เพลงที่เปิดไพเราะถูกใจ					

การตอบปัญหา	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1.การตอบปัญหาของผู้รู้ น่าเชื่อถือ					
2.การตอบปัญหามองประเด็นชัดเจน					
3.ผู้ตอบปัญหาเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ					
4.ไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ผู้ฟังได้ฝากคำถาม					

เพลงประจำรายการ (จิงเกิ้ล)	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1.เพลงประจำรายการแสดงภาพลักษณ์ของรายการได้ดี					
2.เพลงประจำรายการช่วยเพิ่มสีสันให้กับรายการ					
3.เพลงประจำรายการมีน้อยเกินไปไม่หลากหลาย					

ความรู้ทั่วไป	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอ น่าสนใจ เพราะทำให้ทราบความเคลื่อนไหวของวงการเพลงไทยและสากล					
2. เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอ ช้าช้าเกินไป					
3. เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอ เป็นเรื่องที่มีประโยชน์					
4. เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอ น่าเบื่อ ไม่น่าฟัง					
5. เนื้อหาความรู้ทั่วไปที่ทางรายการนำมาเสนอ ทำให้ได้รับรู้เรื่องราวต่างๆที่น่าสนใจจากทั่วทุกมุมโลก					

ข่าวค้นคว้า	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. ข่าวค้นคว้าที่นำเสนอรวดเร็วฉับไว					
2. ความยาวของข่าวค้นคว้าเหมาะสมดีแล้ว					
3. เนื้อหาของข่าวที่นำเสนอ น่าสนใจ					
4. การนำเสนอข่าวภาษาอังกฤษมีน้อยเกินไป					

การเล่นเกมส์	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. เกมส์ที่เล่นในรายการน่าเบื่อ ไม่สนุก					
2. การเล่นเกมส์มีบ่อยครั้งมากเกินไป					
3. มีเกมส์ใหม่ๆมาให้ผู้ฟังร่วมสนุกอยู่เสมอ					

การเล่นเกมส์	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
4. เกมส์ที่เล่น ในรายการเป็นเกมส์ที่ต้องใช้ ความรู้ความสามารถทั้งภาษาไทยและ ภาษาอังกฤษ					

การจัดกิจกรรมพิเศษ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. English Rally เป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ กับผู้ฟัง					
2. English Rally เป็นกิจกรรมที่ท่านไม่ อยากเข้าร่วม					
3. English Rally เป็นกิจกรรมที่ท่านอยาก ให้มีต่อไป					
4. Inter@Camp เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ					
5. Inter@Camp เป็นกิจกรรมที่ท่านไม่ อยากเข้าร่วม					
6. Inter@Camp เป็นกิจกรรมที่ให้ ประโยชน์แก่ผู้ฟัง					
7. Inter@Camp เป็นกิจกรรมที่ท่านอยาก ให้มีต่อไป					
8. ท่านอยากให้มีกิจกรรมพิเศษอย่างต่อเนื่อง					

การโฆษณา	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
1. ทำให้รู้จักสินค้าใหม่ๆจากรายการเพิ่มมากขึ้น					
2. โฆษณามีบ่อยครั้งมากเกินไป					
3. สินค้าที่นำมาโฆษณา เป็นสินค้าที่ไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย					
4. สินค้าที่นำมาโฆษณาเป็นสินค้าที่น่าสนใจ					

ตอนที่ 5.2 ความคิดเห็นต่อผู้ดำเนินรายการ แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ความคิดเห็นต่อ ดี.เจ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1. ดี.เจ. สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และดำเนินรายการ ได้อย่างราบรื่น					
2. ดี.เจ. จัดรายการ ได้อย่างเป็นธรรมชาติ					
3. ดี.เจ. มีความสามารถในการสื่อสารได้ทั้ง 2 ภาษา คือ ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ					
4. ดี.เจ. ไม่ค่อยสุภาพกับผู้ฟัง					
5. ดี.เจ. พูดมากน่ารำคาญ					
6. ดี.เจ. ใช้ภาษาได้ถูกต้องเหมาะสมไม่ว่าจะเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ					
7. ดี.เจ. พูดภาษาอังกฤษเร็ว เสียงรัว ฟังไม่ชัด					
8. ดี.เจ. ไม่เป็นกันเองกับผู้ฟัง					
9. ดี.เจ. พูดเล่นมากเกินไป					
10. ดี.เจ. พูดจากระดับกระเฉงมีชีวิตชีวา					
11. ดี.เจ. มีข้อมูลที่นำเสนอใจมาบอกกล่าวกับผู้ฟัง					

ความคิดเห็นต่อครูผู้สอนภาษาอังกฤษ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1.ครูผู้สอนภาษาอังกฤษมีความรู้ ความ สามารถ ในการสอนภาษาอังกฤษ					
2.ครูผู้สอนพูดภาษาอังกฤษเร็วเกินไป					
3.ครูผู้สอนใช้คำพูดหรือภาษาที่เป็นกันเอง เข้าใจง่าย					
4.ครูผู้สอน สอนเร็วเกินไป					
5.ครูผู้สอนพูดภาษาอังกฤษได้คล่องและ ชัดเจน					

ความคิดเห็นต่อผู้ประกาศข่าว	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1.ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวผิดพลาดเป็น ประจำ					
2.ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวเร็วเกินไป					
3.ผู้ประกาศข่าวอ่านข่าวได้น่าฟัง เพราะใช้ น้ำเสียงที่เหมาะสมกับข่าวที่อ่าน					

ตอนที่ 4.3 ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการ

ความคิดเห็นโดยทั่วไปต่อรายการ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง
1.เป็นรายการที่น่าสนใจและน่าติดตามฟัง					
2.เป็นรายการที่ให้ทั้งสาระความรู้ภาษา อังกฤษ ภาษาไทย และความบันเทิง					
3.เป็นรายการที่เหมาะสมกับผู้ฟังทุกเพศ ทุกวัยที่เป็นคนทันสมัย ใฝ่หาความรู้					
4.เป็นรายการที่ไม่ควรใช้ภาษาอังกฤษควบ คู่กับภาษาไทยในการจัดรายการ					
5.เป็นรายการที่น่าเบื่อ					
6.เป็นรายการที่ทำให้ทราบความเคลื่อนไหว ของวงการเพลงไทยและเพลงสากลได้ ดี					
7.เป็นรายการที่ไม่ได้ให้ประโยชน์แก่ผู้ฟัง					
8.เป็นรายการที่ไม่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังมี ส่วนร่วม					
9.เป็นรายการที่มีข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ มาแล้วให้ฟังเสมอ					
10.เป็นรายการที่ให้ความรู้ภาษาอังกฤษที่ สามารถนำไปปฏิบัติได้					
11.เป็นรายการที่ท่านจะติดตามรับฟังต่อ ไป					

ขอขอบคุณที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าของท่านในการตอบแบบสอบถามนี้

ประวัติผู้เขียน

นางสาวตรองจิต รุ่งหิรัญ เกิดเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2518 ที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาปริญญาามนุษยศาสตร์บัณฑิต จากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เมื่อปีการศึกษา 2539 และเข้าศึกษาในระดับปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ เมื่อปี 2542

ประวัติการทำงาน ได้เข้าทำงานในตำแหน่งเลขานุการผู้อำนวยการอาวุโส ฝ่ายกฎหมาย บริษัท สหวิริยา ซิตี จำกัด (มหาชน) ในปี 2543 จนถึงปัจจุบัน

DPU