

บทบาทของรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์ต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง



นางสาว ขนิษฐา จิตแสง

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-3895-1

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE ROLE OF THE RADIO NO PROBLEM PROGRAM IN DEVELOPING LISTENERS' ENGLISH  
KNOWLEDGE AND USAGE SKILL

MISS Khanittha Jitsaeng

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3895-1



ชนินฐา จิตแสง : บทบาทของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง. ( THE RADIO NO PROBLEM PROGRAM IN DEVELOPING LISTENERS'S ENGLISH KNOWLEDGE AND USAGE SKILL ) อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร. จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์, 96 หน้า. ISBN 974-17-3895-1.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลล์ กับระดับความรู้ ทักษะติดต่อภาษาอังกฤษ และการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน เครื่องมือที่นำมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์แบบเพียร์สัน และประมวลผลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์มีบทบาทต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษของผู้ฟังในระดับปานกลาง และปัจจัยจุดใจสูงสุดที่ทำให้ผู้ฟังเลือกฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ คือรายการมีการแนะนำเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา ทำให้ผู้ฟังได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษสนุกมากขึ้นและไม่รู้สึกเบื่อหน่าย ซึ่งมีผลต่อการมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ เพราะรายการมีการนำเสนอทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป ในด้านการนำไปใช้ประโยชน์จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ฟังส่วนใหญ่ นำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง และผู้ฟังส่วนใหญ่เลือกที่จะเป็นผู้ฟังเพียงอย่างเดียว เพราะโอกาสในการสื่อสารสองทางกับทางรายการมีจำกัด ดังนั้นรายการควรเพิ่มช่องทางการสื่อสารที่สามารถตอบโต้ได้ทันทีและเพิ่มโอกาสให้ผู้ฟังได้เข้ามามีส่วนร่วมกับทางรายการได้มากขึ้น นอกเหนือจากการใช้โทรศัพท์ และควรปรับปรุงเนื้อหาที่นำเสนอให้สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของผู้ฟังได้มากขึ้น

ภาควิชา....การประชาสัมพันธ์.....	ลายมือชื่อนักศึกษา.....
สาขาวิชา...นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา...2546.....	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

# # 4585061928 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORD : LISTENING BEHAVIOR / KNOWLEDGE / ATTITUDE / USES OF ENGLISH /

KHANITTHA JITSAENG : ( THE RADIO NO PROBLEM PROGRAM IN DEVELOPING LISTENERS' ENGLISH KNOWLEDGE AND USAGE SKILL )

THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF. JITRAPORN SUDHIVORASETH. Ph.D., 96 pp.

ISBN 974-17-3895-1

The purpose of this research was to study the correlation among listening behavior, knowledge, attitude toward English and uses of English knowledge and usage skill of listeners. Questionnaires were used to collect the data from 400 samples. Frequency, percentage, mean and Pearson's product moment correlation coefficient were employed for the data analysis. SPSS program was used for data processing.

The Radio No Problem Program presenting as an edutainment, has a power to increase listeners' English knowledge and usage skill at moderate level. Introducing new and most popular songs are the most persuasive factors which attract listeners leading to positive attitude toward English. Listeners usefully apply English knowledge and usage skill to their daily lives. Opportunity to participate in the program was so limited that they are passive listeners. The program should increase more channels and opportunities for listeners to take part in the program, apart from telephone. The program content should be improved to meet the need and interest of listeners.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department ... Public Relations..... Student's signature.....  
Field of study ....Development..Communication. Advisor's signature.....  
Academic year....2003..... Co-advisor's signature.....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลหลายท่านซึ่งนับว่าเป็นส่วนหนึ่งในความสำเร็จของข้าพเจ้าครั้งนี้ ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. จิตรภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์ ที่ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์พัชณี เสงี่ยมรยา ที่ให้เกียรติเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดระยะเวลาทำวิทยานิพนธ์ ข้าพเจ้าได้รับความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากอาจารย์ทั้งสองท่านที่เอาใจใส่ เป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำและช่วยแก้ปัญหาตลอดระยะเวลา 4 เดือนในการทำวิทยานิพนธ์ โดยอาจารย์ทั้งสองท่านนี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นรูปเป็นร่างขึ้นมา ขอขอบคุณ ดร. วิเชียร เกตุสิงห์ ที่ให้เกียรติเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และให้คำปรึกษาทางด้านสถิติมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนๆ Dev. Com รุ่น 24 ทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือด้านวิเคราะห์ผลทางสถิติ ขอขอบคุณพี่ส้ม เจ้าหน้าที่แอนด์ที่เข้าใจและอนุญาตให้ข้าพเจ้าสามารถลาเรียนได้ รวมทั้งคอยเป็นกำลังใจและถามไถ่ทุกซอกซอของข้าพเจ้าตลอดการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณพี่อัมพร และพี่นุช ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลและเอกสารในการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณทุกๆท่านไว้ ณ โอกาสนี้ค่ะ

กราบขอบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ที่คอยอยู่เคียงข้าง เป็นกำลังใจสำคัญ รวมทั้งให้การสนับสนุนและช่วยเหลือข้าพเจ้ามาโดยตลอด ทำให้ข้าพเจ้ามีแรงใจที่จะฝ่าฟันกับอุปสรรคต่างๆได้อย่างไม่ย่อท้อ ขอขอบคุณพี่หน้อย พี่สอ น้องบอส น้องบีม พี่หนูย พี่ช่วง พี่นิงและน้องตุ้ม กำลังใจสำคัญจากทุกคนช่วยให้ข้าพเจ้ามาถึงจุดนี้ได้ คำถามที่มักจะได้ยินเสมอจากปากของคนในครอบครัว คือ คำว่า “เหนื่อยไหม” น้ำเสียงและสายตาล้วนแสดงออกถึงความห่วงใย เมื่อรู้ว่าข้าพเจ้าต้องนอนดึกเพื่อทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วง ถ้าไม่มีกำลังใจจากทุกคน ข้าพเจ้าคงไม่มีวันนี้ ขอขอบคุณมากค่ะ

ชนิษฐา จิตแสง

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1 <b>บทนำ</b> .....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำการวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	6
นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 <b>แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b> .....	9
แนวคิดเรื่องพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสาร.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	15
แนวคิดเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์.....	21
แนวคิดเอดูเทนเมนต์ “Edutainment”.....	25
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3. <b>ระเบียบวิธีวิจัย</b> .....	31
ประชากร.....	31
กลุ่มตัวอย่าง.....	31
การเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	31
การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์ในการให้คะแนนคำตอบ.....	33
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	41
การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การประมวลผลข้อมูล.....	44

	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
4	<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>45</b>
	ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ผลเชิงพรรณนา.....	45
	การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรรับฟังรายการเรดิโอโนปร็อบเบิ้ลั้ม.....	46
	การวิเคราะห์ระดับความรู้ภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง.....	52
	การวิเคราะห์ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอโนปร็อบเบิ้ลั้ม.....	54
	การวิเคราะห์การนำไปใช้ประโยชน์.....	58
	การวิเคราะห์ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง.....	61
	ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน.....	63
	การทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	63
	การทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	64
	การทดสอบสมมติฐานที่ 3.....	65
5	<b>สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>66</b>
	สรุปผลการวิจัย.....	66
	การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป.....	67
	การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	68
	อภิปรายผลการวิจัย.....	68
	ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	77
	ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย.....	78
	รายการอ้างอิง.....	79
	ภาคผนวก.....	84
	ภาคผนวก ก.....	85
	ภาคผนวก ข.....	88
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	96



1. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความถี่ในการรับฟัง.....	46
2. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเวลาในการรับฟัง.....	47
3. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระยะเวลาในการรับฟัง.....	48
4. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามลักษณะการรับฟัง.....	49
5. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษ.....	50
6. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษ.....	51
7. แสดงจำนวนและร้อยละผู้ที่ตอบถูก.....	52
8. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับความรู้.....	53
9. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการ.....	54
10. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการนำไปใช้ประโยชน์.....	58
11. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับการนำไปใช้ประโยชน์.....	60
12. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ.....	61
13. แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามระดับทัศนคติ.....	63
14. แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการและระดับความรู้.....	63
15. แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการและทัศนคติ.....	64
16. แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการและการนำไปใช้ประโยชน์.....	65

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันโลกก้าวสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร ประเทศต่างๆในโลกได้ทำการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนวัฒนธรรมระหว่างกันอย่างกว้างขวาง โลกได้ก้าวเข้าสู่ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้น ( พาโลมา ปิคส์โซ อ่างถึงโน ไนซ์บิตและอเบอร์ดีน, 2543: 142-164 ) ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีภาษาสากลที่จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างคนต่างชาติต่างภาษา เพื่อให้เข้าใจตรงกัน โดยภาษาสากลที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศต่างๆทั่วโลกก็คือ ภาษาอังกฤษ เห็นได้จากทุกวันนี้ผู้คนสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษมากกว่า 1,000 ล้านคน และอีกประมาณ 90 ประเทศทั่วโลกเรียนและใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาเสริม นอกจากนี้ยังพบว่า 60% ของรายการวิทยุทั่วโลกเป็นภาษาอังกฤษ 85% ของ การใช้โทรศัพท์ระหว่างประเทศภาษาอังกฤษ 70 % ของการจำหน่ายของจดหมายทั่วโลกเป็นภาษาอังกฤษ และ 80 % ของข้อมูลในคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเป็นภาษาอังกฤษ ( ไนซ์บิตต์และอเบอร์ดีน ,2534 :142- 164 )

เมื่อคนในสังคมโลกมีความจำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากลในการสื่อสารระหว่างกัน แนวโน้มที่คนหันมาสนใจเรียนภาษาอังกฤษจึงมีมากขึ้นอย่างรวดเร็ว และเห็นได้ว่าประเทศต่างๆทั่วโลกเห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษ และพยายามปลูกฝังการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในหลักสูตรการศึกษาภาษาต่างประเทศโดยเริ่มตั้งแต่ยังเป็นเด็กและเยาวชน เด็กนักเรียนมัธยมในฮ่องกง 9 ใน 10 คนเรียนภาษาอังกฤษ ส่วนเด็กนักเรียนมัธยมศึกษาในประเทศฝรั่งเศสได้รับสิทธิให้เลือกเรียนระหว่างภาษาอังกฤษกับภาษาเยอรมัน ปากฎว่าร้อยละ 85 เลือกเรียนภาษาอังกฤษและในประเทศญี่ปุ่น นักเรียนระดับมัธยมศึกษาต้องเรียนภาษาอังกฤษ 6 ปีเต็ม หรือในสหภาพโซเวียต เด็กๆ ต้องเรียนภาษาต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเลือกเรียนภาษาอังกฤษ ในประเทศนอร์เวย์ สวีเดน เดนมาร์ก ภาษาอังกฤษเป็นภาษาบังคับที่ต้องมีในโรงเรียน ( ไนซ์บิตต์และอเบอร์ดีน ,2534 :142- 164 )

ผลของการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยีจากสังคมโลก ทำให้ภาษาอังกฤษเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทยเป็นอย่างมาก ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่เด็กและเยาวชนในชาติจำเป็นต้องเรียนรู้และสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ หากจะมองย้อนกลับไปในอดีตถึงวิวัฒนาการการจัดการศึกษาเริ่มตั้งแต่แผนการศึกษา พ.ศ. 2450 ที่หลักสูตรมัธยมศึกษาสามัญได้กำหนดให้มีการสอนภาษาอังกฤษอย่างจริงจัง ( กระทรวงศึกษาธิการ , 2538 ) จนถึงปัจจุบันกระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดไว้ในหลักสูตรภาษาอังกฤษ พุทธศักราช 2539 ให้นักเรียนเริ่มเรียนภาษาอังกฤษตั้งแต่ระดับประถมศึกษาปีที่ 1 เป็นต้นไป เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 12 ปีของการศึกษาสายสามัญ และมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารและเข้าสู่สังคมโลกได้อย่างถูกต้องเหมาะสมตามหลักภาษาและวัฒนธรรม ( กระทรวงศึกษาธิการ , 2539 : คำชี้แจง ) อีกทั้งยังกำหนดให้ภาษาอังกฤษเป็นวิชาบังคับในการสอบคัดเลือกเข้าศึกษาต่อในระดับมหาวิทยาลัยอีกด้วย ( เกศริน พนารังสรรค์, 2543 : บทนำ )

นอกจากนี้ การเผยแพร่ข่าวสารของสื่อมวลชนในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือ ภาพยนตร์ต่างก็มีการนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ เช่น รายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางเคเบิลทีวี รายการที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากต่างประเทศ แม้แต่ภาพยนตร์ไทย หรือรายการโทรทัศน์บางรายการของไทยก็มีซับไตเติลเป็นภาษาอังกฤษประกอบด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เพื่อให้สื่อของเรามีความเป็นสากลและสามารถสื่อสารกับคนทั่วโลกได้ จะเห็นได้ว่ายิ่งเทคโนโลยีก้าวหน้า ภาษาอังกฤษก็ยิ่งมีความจำเป็นในการสื่อสารมากขึ้น จากแนวโน้มของการให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษในการสื่อสารดังกล่าว ทำให้คนไทยเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น มีความกระตือรือร้นที่จะฝึกฝนภาษาอังกฤษเพิ่มเติมในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการไปศึกษาระยะสั้นหรือระยะยาวในต่างประเทศ การไปเรียนเพิ่มเติมจากสถาบันสอนภาษา ขณะเดียวกันสถาบันสอนภาษาและบริษัทที่เป็นตัวแทนส่งนักเรียน นักศึกษาไปศึกษาระยะสั้นในต่างประเทศ ก็เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว หรือแม้แต่สถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชนหลายแห่งที่เปิดสอนหลักสูตรนานาชาติ ทั้งนี้เพื่อรองรับกับความต้องการพัฒนาภาษาอังกฤษของประชาชนในปัจจุบัน และเพื่อพัฒนาบุคคลให้สามารถนำภาษาอังกฤษไปใช้ในชีวิตประจำวันและมีความพร้อมในการทำงานในยุคการสื่อสารไร้พรมแดนมากยิ่งขึ้น

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของสื่อมวลชนในการให้การศึกษาในปัจจุบัน พบว่าสื่อวิทยุกระจายเสียงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและให้การศึกษาแก่ประชาชนอย่างยิ่ง เนื่องจากสื่อวิทยุกระจายเสียงสามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกพื้นที่และทุกเวลา ด้วยการส่งกระจายเสียงด้วยคลื่นวิทยุ ทำให้สามารถส่งกระจายเสียงออกไปยังพื้นที่ต่างๆที่อยู่ห่างไกลได้ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มประชาชนได้อย่างกว้างขวางโดยไม่มีข้อจำกัดทางเศรษฐกิจและการศึกษา เพราะการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุไม่ต้องอาศัยทักษะในการอ่านออกเขียนได้ เนื่องจากสื่อวิทยุเป็นสื่อเพื่อการฟัง และยังสามารถหาซื้อได้ง่ายและราคาไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อชนิดอื่นๆ ( สากล ไพเราะ, 2540 : 95 )

ปัจจุบันสื่อวิทยุได้พัฒนารูปแบบการนำเสนอให้ทันสมัยและมีหลากหลายมากยิ่งขึ้น แม้จะมีหลายรายการจะมีการนำเสนอเป็นภาษาอังกฤษ แต่ก็มีวัตถุประสงค์ที่มุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก และเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีพื้นฐานภาษาอังกฤษดี คือสามารถฟังเพลงและฟังผู้ดำเนินรายการพูดภาษาอังกฤษตลอดทั้งรายการได้เข้าใจ หรืออาจไม่เข้าใจแต่ชื่นชอบเพลงสากล จึงมุ่งฟังเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แทบจะไม่มีรายการใดที่มุ่งให้ความบันเทิงไปพร้อมกับการพัฒนาภาษาอังกฤษของผู้ฟัง ทั้งๆที่มีผู้ฟังอีกมากมายที่ต้องการจะฟังเพลงสากลให้เข้าใจและต้องการจะพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษไปพร้อมๆกับการฟังเพลง ทักษะที่กล่าวถึงนี้ไม่ได้หมายถึงเพียงทักษะการฟัง แต่ยังหมายถึงทักษะด้านอื่นๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นการพูด ความเข้าใจที่ถูกต้องที่จะนำไปใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน และการเรียน เป็นต้น

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่าหากรายการวิทยุจะมีการปรับรูปแบบรายการ โดยให้มีการผสมผสานระหว่างการใช้ความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป ก็จะทำให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์จากการฟังรายการมากยิ่งขึ้น เพราะการให้ความรู้ในรูปแบบนี้จะทำให้ผู้ฟังรับและเข้าใจได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ด้านภาษาอังกฤษที่กำลังได้รับความสนใจในปัจจุบัน ดังนั้นสื่อวิทยุจึงควรเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ความรู้ภาษาอังกฤษในรูปแบบที่ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายและสามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา โดยการนำเสนอรายการวิทยุในรูปแบบที่ให้ทั้งความบันเทิงและสอดแทรกความรู้ที่ช่วยพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษให้กับผู้ฟังด้วย เพื่อพัฒนาให้ผู้ฟังมีคุณภาพและสามารถนำความรู้ ความเข้าใจและทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ต่อไป

รายการเรดิโอ โนพร็อบเบิ้ล ออกรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ FM 88.0 เมกะเฮิรตซ์ ตั้งแต่เวลา 05.00-02.00 นาฬิกา เป็นรายการวิทยุรูปแบบทันสมัยที่เปิดทั้งเพลงไทยและเพลงสากล และมีกิจกรรมหลากหลายที่ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า รายการต้องการจะให้

ผู้ฟังได้รับประโยชน์ มีความรู้ ความเข้าใจในภาษาอังกฤษจากการรับฟังรายการ โดยมุ่งกลุ่มเป้าหมายที่สามารถสื่อสารได้ 2 ภาษา คือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมทั้งแทรกสาระน่ารู้และกิจกรรมที่เสริมทักษะภาษาอังกฤษ โดยทางรายการเห็นว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน และขณะเดียวกันภาษาไทยก็เป็นภาษาประจำชาติที่ไม่ควรละเลย การนำเสนอสาระน่ารู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ เช่น ช่วง English Problems จะนำเสนอทุกชั่วโมง โดยให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษ เช่น ครูเคท เนตรปรีชา ชุมไชโย มาช่วยตอบปัญหาที่ผู้ฟังไม่เข้าใจ หรือช่วง Hook Hit Hit ก็จะเป็นช่วงที่นำเพลงสากลที่กำลังได้รับความนิยมในขณะนั้นมาแปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยทีละประโยค ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ฟังเข้าใจความหมายของเพลงนั้น และเข้าใจหลักการแปลคร่าวๆว่าการแปลภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยนั้นไม่จำเป็นต้องแปลเรียงตัว คำๆหนึ่งสามารถแปลได้หลายความหมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทที่คำๆนั้นอยู่ เป็นต้น นอกจากนี้รายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลยังมีจัดกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาภาษาอังกฤษของผู้ฟังโดยตรงเช่น โครงการ inter@ camp แคมป์ภาษาอังกฤษที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังไปร่วมแคมป์กับนักเรียนทุนแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ เพื่อฝึกทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่างๆ หรือโครงการ English Rally Camp ที่จัดขึ้นเพื่อฝึกทักษะภาษาอังกฤษเช่นกัน โดยมีกว่าผู้ที่เข้าร่วมแคมป์นี้จะต้องพูดแต่ภาษาอังกฤษเท่านั้น เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฝึกคิดและฝึกใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งการจะเข้าร่วมแต่ละแคมป์ได้ก็ต้องมีการเล่นเกมส์แข่งขันในแต่ละช่วงรายการ โดยเกมส์จะกำหนดให้ผู้แข่งขันนำคำที่กำหนดให้มาแต่งประโยคเป็นภาษาอังกฤษ หรือให้ทำกิจกรรมที่เกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษแข่งขัน โดยเกมส์แต่ละเกมส์จะมุ่งให้ผู้แข่งขันได้คิด ได้ใช้ภาษาอังกฤษและกล้าที่จะสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษเป็นสำคัญ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาษาอังกฤษของผู้ฟังมาก และรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลยังเป็นทางเลือกใหม่อีกทางหนึ่งที่สามารถช่วยฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษให้กับผู้ที่สนใจอยากเรียนรู้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยถึงบทบาทของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง เพื่อศึกษาว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลมีบทบาทต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษของผู้ฟังหรือไม่ อย่างไร

## ปัญหานำการวิจัย

1. ผู้ฟังในเขตกรุงเทพฯ มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์อย่างไร
2. พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟังหรือไม่
3. ปัจจัยใดบ้างเป็นที่สนใจให้ผู้ฟังรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์
4. ผู้ฟังมีทัศนคติอย่างไรต่อภาษาอังกฤษหลังจากที่รับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์
5. ระดับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากการฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์ไปใช้ประโยชน์ทั้งในด้านการเรียน การทำงาน และใช้ในชีวิตประจำวัน

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟังรายการ
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์กับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง

## ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์ ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ โดยผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาเฉพาะกิจกรรมหรือช่วงที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษเท่านั้น
2. กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษาคือ กลุ่มผู้ฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลล์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

## สมมติฐานการวิจัย

1. พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง
2. พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง
3. พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง

## คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**บทบาท** หมายถึง ผลของเนื้อหาที่นำเสนอในรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลต่อระดับความรู้ภาษาอังกฤษ ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ และการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันของผู้ฟัง

**รายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ล** หมายถึง รายการวิทยุกระจายเสียงประเภทบันเทิง หรือรายการเพลง ซึ่งออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ FM88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นประจำทุกวันในเวลา 05.00-02.00นาฬิกา ผลิตและสร้างสรรค์รายการโดยบริษัทเอไอเอ็มมีเดีย เนื้อหาของรายการประกอบไปด้วยการเปิดเพลงไทยและเพลงสากลที่ได้รับความนิยมจากผู้ฟัง การตอบปัญหาจากคำถามที่ผู้ฟังสอบถามเข้ามา การพูดคุยของนักจัดรายการ ชาว สารคดี และโฆษณา

**ผู้ฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ล** หมายถึง ประชาชนผู้รับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ล ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ FM 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

**การพัฒนา** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟังไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งด้านทักษะการพูด ทักษะการฟัง การเรียนรู้ศัพท์ใหม่ การใช้ภาษาอังกฤษได้ถูกต้องมากขึ้น และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

**พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ล** หมายถึง ความถี่ในการรับฟังรายการ ลักษณะการรับฟัง เวลาที่ใช้ในการรับฟัง ระยะเวลาที่ติดตามฟังรายการ

- ความถี่ในการรับฟังรายการ หมายถึง ความบ่อยครั้งในการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม ใน 1 สัปดาห์
- เวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการ หมายถึง จำนวนชั่วโมงในการรับฟังรายการรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม ในแต่ละวัน
- ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ หมายถึง จำนวนปีที่มีการติดตามฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม
- ลักษณะการรับฟังรายการ หมายถึง ลักษณะการรับฟังรายการ ได้แก่ การรับฟังอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งรายการ , ฟังทุกช่วง ยกเว้นช่วงโฆษณา , ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง, ฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น

**ปัจจัยจูงใจ** (ในการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม) หมายถึง รูปแบบรายการ เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการ และผู้ดำเนินรายการ อันเป็นแรงดึงดูดให้ผู้ฟังอยากฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม

- รูปแบบรายการ หมายถึง วิธีการนำเสนอรายการในแต่ละช่วง ได้แก่ การนำเสนอทั้งเพลงไทยและเพลงสากล การนำเสนอเพลงใหม่และทันสมัยอยู่ตลอดเวลา การนำเสนอช่วงที่ให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ การนำเสนอเกมเพื่อความบันเทิงในรายการ การนำเสนอเกมเกมที่เล่นช่วยให้ผู้ร่วมแข่งขันได้ฝึกทักษะภาษาอังกฤษ การมุ่งให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ
- เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการ หมายถึง ประเด็นที่น่าสนใจในรายการในแต่ละช่วง เช่น ข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงจากต่างประเทศ ข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงไทย การแนะนำศัพท์ที่ทันสมัย การแนะนำการใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง การนำเสนอข่าวและสาระประโยชน์อื่น ๆ การตอบคำถามที่ผู้ฟังอยากรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ
- โปรแกรมที่น่าสนใจในรายการ หมายถึง ช่วงที่น่าสนใจความรู้ ความบันเทิง และสาระต่างๆจากทางรายการ ซึ่งประกอบด้วย ช่วง U Center, VIP Request, English Problems, Hook Hit Hit , Music go to you และกิจกรรมภาษาอังกฤษ Inter@ camp English หรือ Off Road Rally Camp
- คุณสมบัตินักดำเนินรายการ หมายถึง ความกระฉับกระเฉงและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ดำเนินรายการ การจัดรายการอย่างเป็นธรรมชาติ ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง ผู้ดำเนินรายการมีความสามารถสูงในการจัดรายการ ผู้ดำเนินรายการพูดภาษาไทยและภาษาอังกฤษได้อย่างชัดเจน และผู้ดำเนินรายการกระตุ้นให้ผู้ฟังได้ฝึกทักษะภาษาอังกฤษ

**ทัศนคติของผู้ฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม** ต่อภาษาอังกฤษ หมายถึง ความคิดเห็นความรู้สึกนึกคิด ความชอบหรือไม่ชอบของผู้ฟังที่มีต่อภาษาอังกฤษ



**การนำไปใช้ประโยชน์** หมายถึง การนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากการฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิม ไปใช้ประโยชน์ในลักษณะต่างๆ ตามความต้องการของผู้ฟัง เช่น นำไปใช้ประโยชน์ในด้านการศึกษา การทำงาน ผ่อนคลายความเครียด หรือนำไปใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน

### **ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อเป็นแนวทางที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษให้แก่แก่นักเรียน นักศึกษา รวมถึงบุคลากรในสถาบันทางการศึกษาและหน่วยงานที่เล็งเห็นความสำคัญของภาษาอังกฤษ
2. เพื่อให้ผู้ผลิตรายการวิทยุเล็งเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการจัดรายการในรูปแบบผสมผสานระหว่างความรู้และความบันเทิง
3. เพื่อเป็นแนวทางในการผลิตและปรับปรุงรายการเพื่อการสอนภาษาอังกฤษทางวิทยุให้เหมาะสม



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยถึงบทบาทของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เป็นกรอบอ้างอิงในการศึกษา ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
3. แนวคิดเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์
4. แนวคิดเอดูเทนเมนต์ “ Edutainment “
5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

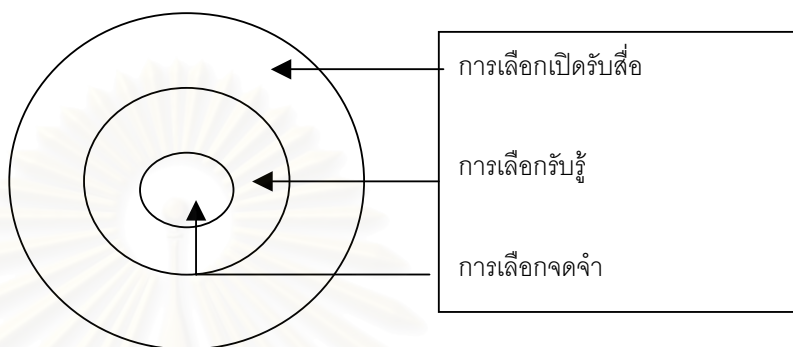
#### แนวคิดเรื่องพฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารและการแสวงหาข่าวสาร

การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่นๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้ในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคลและเพื่อความบันเทิงใจด้วย จึงทำให้ผู้รับสารมีหลักเกณฑ์ในการเลือกเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด สภาพแวดล้อม เหตุผล ฯลฯ ซึ่งกระบวนการเลือกสรร ( Selective Process ) ก็เปรียบเสมือนเครื่องกรอง ( Filter ) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา กระบวนการดังกล่าวเรียกว่า กระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น ซึ่งประกอบด้วย ( พีระ จิระโสภณ, 2535 )

1. การเลือกเปิดรับสื่อ
2. การเลือกรับรู้
3. การเลือกจดจำ

ดังภาพ 2.1 ที่แสดงให้เห็นกระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น

ภาพที่ 2.1 ภาพประกอบกระบวนการเลือกสรร 3 ชั้น



ที่มา : พีระ จิรโสภณ. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**.2535

### 1.การเลือกรับหรือเลือกสนใจ ( Selective Exposure or Selective Attention )

ผู้รับสารมักจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ที่สามารถสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกตน เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตนนั้น จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจหรือความไม่สบายใจ ซึ่งเรียกว่า ความไม่สอดคล้องกันทางด้านความเข้าใจ หรือ Cognitive Dissonance ( Festinger L.A.,1975 )

นอกจากทัศนคติเดิมแล้ว ยังมีปัจจัยด้านสังคม บุคลิกภาพ ปัจจัยทางการสื่อสาร ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ ฯลฯ ) มาประกอบด้วยในการเลือกเปิดรับข่าวสารและเลือกสนใจ

### 2. การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย ( Selective Perception or Selective Interpretation )

เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารที่สนใจแล้ว ผู้รับสารยังเลือกรับรู้เฉพาะรายการ และเลือกตีความหมายตามความรู้ ความเข้าใจ ทัศนคติ ความเชื่อ ประสบการณ์ แรงจูงใจตามสภาวะร่างกาย อารมณ์ จิตใจของตนในขณะนั้น เป็นต้น

### 3. การเลือกจดจำ ( Selective Retention )

บุคคลเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า การเลือกจดจำนั้นมักจะเกิดขึ้นอย่างคู่ขนานไปกับเรื่องการเลือกสนใจ และเลือกรับรู้เป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นมาก่อน (กาญจนา แก้วเทพ , 2540 )

ต่อมาได้มีแนวคิดที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้รับสารขึ้นมาอีกแนวหนึ่ง นั่นคือการแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน ( Information Seeking ) โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่างๆ ที่มีผลต่อการเลือกแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน เน้นไปที่พฤติกรรมกรรมการเลือกเปิดรับว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นตัวกำหนดให้บุคคลเลือกเปิดรับ หรือหลีกเลี่ยงข่าวสารบางอย่าง ( พสุ ชัยเวฬุ , 2541 )

Charles Atkin ( 1973, อ้างในพีระ จิรโสภณ ) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน ( reward value ) กับการลงทุนลงแรง ( expenditures ) และพันธะผูกพัน ( liabilities ) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น แต่ถ้าผลตอบแทนที่จะได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่สบายใจ ไม่พอใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น

นอกจากนี้การเลือกเปิดรับข่าวสารใดๆ ยังขึ้นอยู่กับความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร ซึ่งโดยปกติจะมีอยู่ 4 อย่าง คือ

1. ความต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ตน ( Utilization )
2. ความต้องการข่าวสารที่สอดคล้อง ( Consistency ) กับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของผู้รับสาร
3. ความต้องการข่าวสารที่สะดวกในการได้มา ( Availability )
4. ความอยากรู้อยากเห็น ( Curiosity ) เป็นความต้องการที่อยากมีประสบการณ์ใหม่ๆ

Merrill & Lowenstein ( 1997 ) กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น อาจมีความเหมือนหรือแตกต่างไปจากผู้อื่น ขึ้นอยู่กับเหตุผลหรือแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลใด บุคคลหนึ่งมีการใช้สื่อ กล่าวคือ

1. ความเหงา โดยปกติคนเราย่อมไม่ชอบอยู่ตามลำพัง เนื่องจากเกิดความรู้สึกสับสน วิตกกังวล หวาดกลัว และการเฝ้าระวังจากสังคม จึงชอบหรือพยายามรวมกลุ่มเพื่อสังสรรค์กับผู้อื่น เมื่อไม่สามารถติดต่อสังสรรค์กับบุคคลอื่นได้โดยตรง สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ และคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมวลชนมากกว่าที่จะอยู่กับบุคคลด้วยซ้ำ เพราะสื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาที่ไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือแรงกดดันทางสังคมให้กับตนเอง
2. ความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้น ดังนั้นสื่อมวลชนจึงถือเอาความอยากรู้อยากเห็นเป็นหลักสำคัญอย่างหนึ่งในการเสนอข่าวสาร
3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง ผู้รับสารต้องการแสวงหาและใช้ข่าวสารบางอย่างที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุผล เพื่อใช้ข่าวสารเสริมสร้างบารมี เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ทำให้ตนได้รับความสะดวกสบาย รวมทั้งข่าวสารที่ทำให้ตนเองเกิดความสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสามารถหาได้จากสื่อมวลชนเป็นส่วนใหญ่

Schramm (1973,อ้างถึงใน พสุ ชัยเวฬุ, 2541 ) ได้แสดงความคิดเห็นว่าสภาพทางจิตใจและสังคมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเปิดรับสารของผู้รับสารแต่ละคน ซึ่งได้แก่ ( พสุ ชัยเวฬุ , 2541)

1. ประสบการณ์ที่จะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง
3. ภูมิหลังต่างกัน ทำให้มีความสนใจต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ
5. ความสามารถในการรับสาร สภาพร่างกายและจิตใจ ทำให้มีการเปิดรับสารต่างกัน
6. บุคลิกภาพ ทำให้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรม
7. อารมณ์ สภาพอารมณ์ของผู้รับสาร จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสารหรืออาจจะเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจในความหมายของข่าวสารก็ได้
8. ทัศนคติ จะเป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่ได้พบ

Division ได้ให้ข้อคิดว่า บุคคลทุกๆ คนมีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งต่อสังคมและสภาพแวดล้อมรอบๆ ตัว ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นสาเหตุให้แต่ละบุคคลมีความต้องการเลือกใช้สื่อหรือเลือกรับ

ข่าวสารเพื่อตอบสนองความพอใจ และสอดคล้องกับความต้องการของสังคม บทบาทของสังคมมีดังนี้ ( Katzและคณะ, 1974)

1. เมื่อบุคคลได้รับแรงกดดัน ความตึงเครียด ความขัดแย้งทางสังคม ทำให้เกิดความต้องการผ่อนคลายแรงกดดันต่างๆ โดยการบริโภคสื่อมวลชน
2. สถานการณ์ทางสังคม เป็นตัวสร้างให้บุคคลต้องตระหนักในปัญหา บุคคลจึงมีความต้องการที่จะแสวงหาข่าวสารจากสื่อ
3. โอกาสที่ปัจเจกบุคคลจะได้รับการตอบสนองความพึงพอใจตามความต้องการของตนจากสถานภาพทางสังคมมีน้อยมาก ดังนั้นสื่อมวลชนจะเป็นตัวเสริมหรือทดแทนบริการต่างๆที่ขาดหายไปจากสังคม
4. การบริโภคข่าวสารจากสื่อทำให้สอดคล้องกับค่านิยม การเป็นสมาชิก และการเสริมสร้างความเชื่อทางสังคม
5. สภาพการณ์ทางสังคม จัดขอบเขตของความคาดหวังในลักษณะคล้ายคลึงกัน

ดังนั้นการเปิดรับจะเป็นตัวสนับสนุนการเป็นส่วนหนึ่งของค่านิยมในกลุ่มสังคม เราจึงสามารถจำแนกข่าวสารของสื่อมวลชนออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ และมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้ ( Schramm, Lyle and Parker, 1961 )

1. Fantasy content ( Entertainment ) อันได้แก่ สารที่มุ่งให้ความบันเทิง, การพักผ่อนหย่อนใจ , ความเพลิดเพลินใจ สามารถนำพาผู้รับสารหลบหนีไปจากปัญหาในโลกแห่งความเป็นจริง ก่อให้เกิดอารมณ์ มีการนำเสนอกฎเกณฑ์หรือเหตุการณ์ที่ไม่ปรากฏอยู่ในโลกแห่งความจริง และยังทำหน้าที่ผ่อนคลายความเครียดจากความวิตกกังวลและการถูกคุกคาม รวมทั้งทำให้บรรลุถึงสิ่งที่ปรารถนาหรือความปรารถนาด้วย
2. Reality content ( Information /Education ) ได้แก่สารที่มุ่งให้ความรู้ นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมต่อผู้รับสาร หรือเป็นการเตือนภัย ชักจูงให้มีความกระตือรือร้น เกิดความเข้าใจในสภาพดังกล่าว โดยนำเสนอเนื้อหาและเหตุการณ์ที่เป็นจริง มีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถแก้ไขปัญหาได้มากกว่าการตระหนักถึงเหตุร้าย หรือสร้างความกังวลใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับสาร

นอกจากนี้ Atkin ( 1973 ) ยังชี้ให้เห็นว่า ความต้องการการสื่อสารมวลของปัจเจกบุคคลนั้น คือ การต้องการได้รับข่าวสาร ( information ) และความบันเทิง ( Entertainment ) โดยความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจ ( Uncertainty ) ของปัจเจกบุคคลซึ่งอาจเนื่องมาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากจะทำเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก ( Extrinsic Uncertainty ) ยิ่งเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความอยากรู้สูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด ( Intrinsic Uncertainty )

สารที่มุ่งให้ความบันเทิงจึงจัดเป็นสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค ( Immediate Consummatory Gratifications ) ได้แก่ ข่าวสารที่สนองความสนใจภายในตัวบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และข่าวสารที่เกี่ยวกับความบันเทิงสนุกสนาน เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสาร เช่น อ่านหนังสือพิมพ์ ฟังวิทยุ ชมโทรทัศน์ หรือภาพยนตร์ แล้วก็เกิดอารมณ์คล้อยตาม คิดสร้างภาพต่างๆตามไป อารมณ์หรือปฏิกิริยาต่างๆ จะหยุดลงเมื่อยุติการฟัง อ่าน หรือชมแล้ว

ส่วนข่าวสารที่เป็นเครื่องมือเพื่อใช้ประโยชน์ ( Instrumental Utilities ) ในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิดและการแก้ปัญหาต่างๆ อันได้แก่ ข่าวสารที่มุ่งให้ข่าวสารความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอกแก่ผู้รับสาร จะก่อให้เกิดแรงกระตุ้น และพฤติกรรมอย่างอื่น เช่น เมื่อผู้รับสารเปิดรับสารไปแล้ว อาจนำไปวิพากษ์วิจารณ์ต่อ เล่าให้ผู้อื่นฟัง แนะนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือนำมาใช้เป็นหลักความคิดประจำตน เป็นต้น อย่างไรก็ตามข่าวสารบางอย่างอาจให้ประโยชน์ทั้งด้านการนำไปใช้และให้ความบันเทิงในขณะเดียวกัน

เช่นเดียวกับการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลที่มิได้มุ่งนำเสนอเนื้อหาสาระที่มุ่งเน้นความบันเทิงเป็นหลักเท่านั้น แต่ยังมีให้ผู้ฟังได้รับสาระและประโยชน์จากการฟังรายการด้วยไม่ว่าจะเป็นความรู้ภาษาอังกฤษหรือข่าวสารในวงการบันเทิงทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศทั้งนี้เพื่อผู้ฟังจะได้ทันต่อเหตุการณ์และนำไปเป็นประเด็นในการสนทนาต่อไป

นอกจากนี้สื่อมวลชนยังมีส่วนในการสร้างทัศนคติและความสนใจของคน รวมทั้งมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลในสังคมได้ จึงทำให้สื่อมวลชนกลายเป็นสถาบันที่มีบทบาทและมีอิทธิพลสูงในสังคมปัจจุบัน ( สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร, 2533 : 33 )

## แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

### ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “ attitude “ แปลว่า ความรู้สึก ความคิดเห็น ซึ่งตรงกับความหมายในภาษาไทยตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ว่าแนวคิดเห็น ดังนั้นคำว่า” ทัศนคติ“ ในความหมายรวมๆ จึงเป็นไปในทางลักษณะของความคิดเห็น ความรู้สึกของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันไปตามความรู้ ความเชื่อ

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า” ทัศนคติ” ( Attitude ) ไว้ดังนี้

การ์ดอน ดับบลิว ออลพอร์ท ( Gordon W. Allport, 1975: 22 ) ให้ความหมายว่า “ ทัศนคติ หมายถึง ภาวะทางจิตซึ่งทำให้บุคคลพร้อมที่จะตอบโต้ต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากประสบการณ์และเป็นตัวกำหนดทิศทางที่แต่ละบุคคลจะตอบสนองต่อสิ่งของและเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้อง”

แอร์รอน ควิน เซอร์ตเทน ( Arron Quin Sertain, 1958: 28 ) ให้ความหมายของ “ ทัศนคติ” ว่าเป็นความรู้สึกนึกคิด หรือของความคิดเห็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งหนึ่ง

มิลตัน โรคิช ( Milton Rokeach, 1970 : 112 ) กล่าวว่าทัศนคติเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ผลรวมของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลซึ่งนำไปสู่ปฏิกิริยาตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

นอร์แมน แอล มาน ( Norman L. Man, 1971 : 77 ) กล่าวว่าทัศนคติหมายถึง ความรู้สึกและความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใดๆ ในทางที่ยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกัน



รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ( 2537 : 20 ) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือเป็นสิ่งที่เรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตซึ่งใช้เป็น ตัวเชื่อมระหว่างความคิดและพฤติกรรม

ยงยุทธ์ วงศ์ภิรมย์ศานต์ ( 2531 : 179 ) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกที่ทนทานและได้รับการจัดระเบียบ อันเป็นตัวชักนำให้เราปฏิบัติไปในทิศทางต่างๆ ทัศนคติจึงมิได้เป็นเพียงแต่ความคิด เห็นเท่านั้น แต่มีลักษณะที่ฝังลึกมากกว่านั้น

ธงชัย สันติวงษ์ ( 2539 : 161 ) กล่าวว่า คนทุกคนจะมีระเบียบของแนวคิดและความเชื่อต่อ ทุกสิ่งเป็นไปในทางใดทางหนึ่งเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ คนทุกคนในโลกนี้จะไม่มีความเฉยๆ ไม่มีใครเลยที่มีใจเป็นกลาง เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะคนทุกคนต่างก็มีคุณลักษณะ ของสิ่งจูงใจและอารมณ์ ( Motivation and emotional characteristics )

กล่าวโดยสรุป คือ ทัศนคติ หมายถึง ผลรวมของสภาวะทางจิตเกี่ยวกับความรู้สึก ความเห็น ของบุคคล ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ การรับฟังข่าวสารจากภายนอกและการเรียนรู้ต่างๆ เพื่อตอบสนองของสิ่งเร้า การที่จะทราบทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งจะต้องให้วิธีแปลความหมายของความคิดหรือการแสดงออกของบุคคลนั้นๆ

### คุณลักษณะของทัศนคติ

คุณลักษณะของทัศนคติดังนี้ ( ธงชัย สันติวงษ์, 2539 : 161-162 )

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่อยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน
  2. ทัศนคติไม่ใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด ตรงกันข้าม ทัศนคติจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอกดังกล่าวแล้ว ทั้งหมดนี้ย่อมแสดงว่าทัศนคติที่มีอยู่จะเป็นผลที่เกิดจากกระบวนการเรียนรู้
- ปัจจัยที่มีผลในการกำกับเป็นทัศนคติดังกล่าวนี้ ส่วนสำคัญมักเกิดจากอิทธิพลของกลุ่มที่เกี่ยวข้องด้วยที่บุคคลนั้นๆ ได้รับข้อมูลข่าวสารมา กลุ่มที่สำคัญก็คือ กลุ่มครอบครัว

และเพื่อนร่วมงาน หรือกลุ่มทางสังคมที่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องด้วย นอกจากนี้ทัศนคติยังขึ้นอยู่กับบุคลิกลักษณะท่าทาง ซึ่งเป็นผลของการเรียนรู้ที่ได้จากการปฏิบัติต่อโลกภายนอกอีกด้วย

3. ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทัศนคติดังกล่าวจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควร และไม่เปลี่ยนแปลงในทันทีทันใดที่ได้รับตัวกระตุ้นที่แตกต่างไป ทั้งนี้เพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมินและสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวด้วย
4. ทัศนคติจะมีความหมายถึงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้คือ ทัศนคติจะมีไม่เกิดขึ้นมาได้เองภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ สิ่งที่ใช้อ้างอิงเพื่อการสร้างทัศนคติอาจเป็นตัวบุคคล กลุ่มคนสถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่างๆ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่สร้างให้เกิดขึ้นได้ยากพอสมควร เพราะทัศนคตินั้นเป็นเรื่องที่ลึกซึ้งมาก โดยเฉพาะหากเป็นเรื่องที่ไม่ตรงกับทัศนคติเดิม การจะสร้างทัศนคติใหม่หรือเปลี่ยนทัศนคติเป็นสิ่งที่ทำได้ยากพอสมควร แต่ก็เป็นเรื่องสำคัญ เพราะทัศนคติถือเป็นทางเสื่อเป็นแรงขับให้เกิดพฤติกรรมของมนุษย์ ( ชม ภูมิภาค, 2526 : 209 )

### องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติมี 3 ประการ ดังนี้ ( Zimbardo and Ebbeson ,1970 )

#### 1. องค์ประกอบด้านความรู้ ความนึกคิด ( The Cognitive Component )

เป็นส่วนประกอบที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือมีความคิดว่าสิ่งใดดี ก็มักมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติไม่ดีต่อสิ่งนั้น

#### 2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก ( The Affective Component )

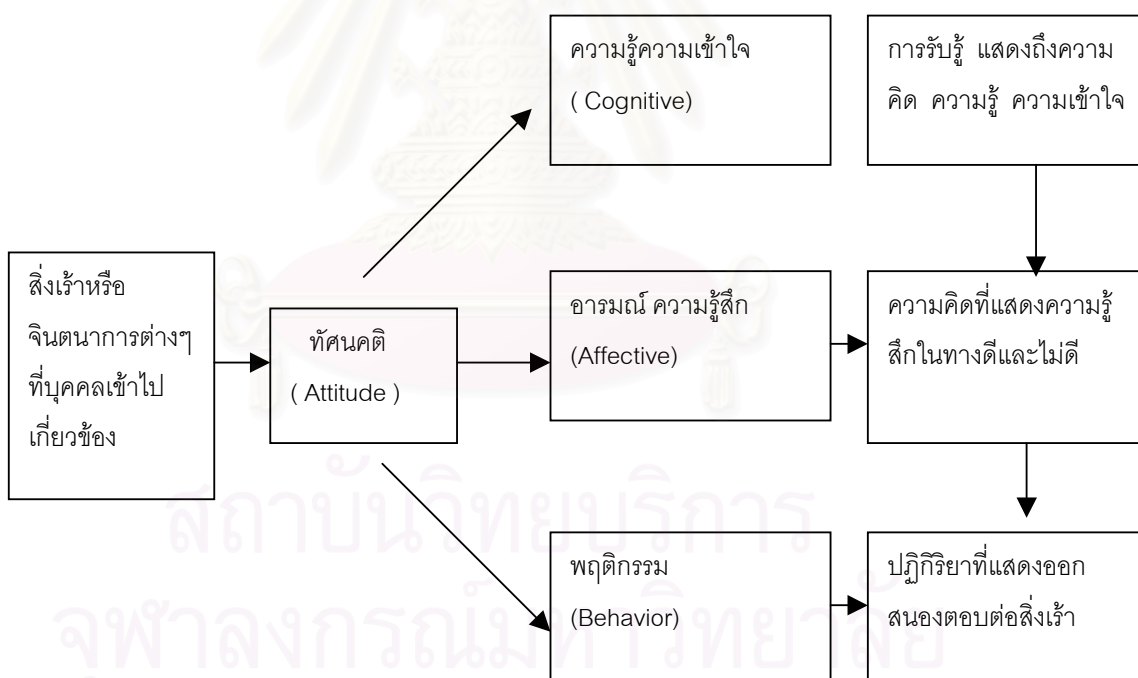
เป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกลักษณะของบุคคลนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละบุคคล เป็นตัวเร้าความคิดอีกทอดหนึ่ง ถ้าหาก

บุคคลมีภาวะความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีก็จะแสดงออกมาขณะคิดถึงสิ่งนั้นในลักษณะที่ต่างกัน เช่น ความรู้สึกในด้านบวก เรียกว่า “Positive Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกไปในทางที่ดี ในทางตรงกันข้าม บุคคลที่มีความรู้สึกในด้านลบ เรียกว่า “ Negative Affective Component” ก็จะมีความรู้สึกเป็นไปในทางที่ไม่ดี

### 3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม ( The Behavior Component )

คือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

ดังนั้นการจะทราบทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะกระทำได้โดยการวัด หรือ ตรวจสอบทั้ง 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีลิตัน เจ. โรเซนเบิร์ก ( Milton J. Rosenberg ) และคาร์ล ฮอฟแลนด์ ( Karl Hovland ) ได้เสนอรูปแบบแผนภูมิขององค์ประกอบของทัศนคติไว้ดังนี้ ( อ้างถึงใน ปรากฏพิญ สุวรรณ, 2526 : 5 )



ที่มา: Milton J. Rosenberg and Carl I. Hovland. *Attitude Organization and Change*. New Haven, Yale University Press, 1960. P.3

## หน้าที่หรือกลไกของทัศนคติ ( The function of Attitudes )

หน้าที่สำคัญของทัศนคติมีอยู่ 4 ประการ คือ ( Henry Assael, 1995 : 275-278 )

1. **เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์เป็นสำคัญ ( Utilitarian )** หมายความว่า บุคคลทุกคนจะใช้ทัศนคติเป็นแนวทางเพื่อตนได้รับผลตามที่ต้องการ ยกตัวอย่างเช่น ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัยและการบรรเทาที่รวดเร็ว เมื่อเขาจะเลือกซื้อยาบรรเทาปวดครั้งใดก็จะเลือกยี่ห้อที่มีคุณสมบัติตรงตามนี้
2. **เพื่อการแสดงความหมายของค่านิยม ( Value-Expressive )** ทัศนคติสามารถสะท้อนค่านิยมและภาพลักษณ์ส่วนตัวของบุคคล ยกตัวอย่างเช่น ภาพลักษณ์ของคนที่ชอบซื้อรถสปอร์ต คือ คนที่ชอบความเร็วของการขับขี่และความเป็นหนึ่งเหนือใคร เป็นต้น ทัศนคติเพื่อการแสดงภาพลักษณ์เหล่านี้มักถูกนักโฆษณานำมาใช้เพื่อการจูงใจ
3. **เพื่อป้องกันตนเอง ( Ego – Defensive )** โดยปกติคนโดยทั่วไปมักไม่ยอมรับในสิ่งที่ขัดแย้งกับความนึกคิดของตน ดังนั้น ทัศนคติจึงอาจสะท้อนออกมาในรูปแบบที่ป้องกันตนเอง โดยการแสดงออกเป็นความรู้สึกที่ถูกเหยียดหยาม หรือ ตีฉันทินทาคนอื่น และขณะเดียวกันก็จะยกตนเองให้สูงกว่าด้วยการมีทัศนคติที่ถือว่าตนนั้นเหนือกว่าผู้อื่น
4. **เพื่อจัดระเบียบเป็นความรู้ ( Knowledge )** ทัศนคติเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลสามารถให้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัว ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองที่ทำให้บุคคลสามารถรับรู้และเข้าใจถึงระบบและระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว

## การก่อตัวของทัศนคติ ( Formation of Attitude )

ธงชัย สันติวงษ์ ( 2539: 166-167 ) ได้กล่าวว่าทัศนคติจะก่อตัวขึ้นมาและเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากปัจจัยหลายประการด้วยกันคือ

1. **การจูงใจทางร่างกาย ( Biological Motivations )** ทัศนคติจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งกำลังดำเนินการตอบสนองตามความต้องการหรือแรงผลักดันทางร่างกาย ตัวบุคคลจะสร้างทัศนคติที่ดีต่อบุคคลหรือสิ่งของที่สามารถช่วยให้บุคคลนั้นมีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้

2. **ข่าวสารข้อมูล ( Information )** ทักษะคิดจะมีพื้นฐานมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารที่ได้รับ รวมทั้งลักษณะของ แหล่งที่มาของข่าวสารด้วย ด้วยกลไกของการเลือกเฟ้นในการมองเห็นและเข้าใจปัญหาต่างๆ ( Selective perception ) ข่าวสารข้อมูลบางส่วนที่เข้ามาสู่บุคคลนั้น จะทำให้บุคคลนั้นเก็บไปคิดและสร้างเป็นทัศนคติขึ้นมาได้
3. **การเข้าเกี่ยวข้องกับกลุ่ม ( Group affiliation )** ทักษะคิดบางอย่างอาจมาจากกลุ่มต่างๆที่บุคคลเกี่ยวข้องอยู่ทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม เช่น ครอบครัว วัด เพื่อนร่วมงาน กลุ่มกีฬา กลุ่มสังคมต่างๆ โดยกลุ่มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นแหล่งรวมของค่านิยมต่างๆ แต่ยังมีถ่ายทอดข้อมูลให้แก่บุคคลในกลุ่ม ซึ่งทำให้สามารถสร้างทัศนคติขึ้นมาได้ โดยเฉพาะครอบครัวและกลุ่มเพื่อนร่วมงาน นับว่าเป็นกลุ่มที่สำคัญที่สุด ( Primary group ) ที่จะเป็นแหล่งสร้างทัศนคติให้แก่บุคคลได้
4. **ประสบการณ์ ( Experience )** ประสบการณ์ของคนที่มีต่อวัตถุสิ่งของย่อมเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้บุคคลต่างๆ ตีค่าสิ่งที่เขาได้มีประสบการณ์มาจนกลายเป็นทัศนคติได้
5. **ลักษณะท่าทาง ( Personality )** ลักษณะท่าทางหลายประการต่างก็มีส่วนทางอ้อมที่สำคัญในการสร้างทัศนคติให้กับบุคคล

### การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

โดยทั่วไปทัศนคติของบุคคลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกรอบแห่งการอ้างอิง ( Frame of reference ) หรือ กรอบแห่งประสบการณ์ ( Frame of experience ) มีความมั่นคง บุคคลจะยอมรับเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับกรอบแห่งประสบการณ์เดิม หรือปัจจัยที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งช่วยให้ทัศนคติของบุคคลมั่นคงขึ้น และต่อต้านในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น ทัศนคติอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงจากสาเหตุหลายๆ ประการด้วยกัน ได้แก่ ( รุ่งนภา พิตรปรีชา, 2531 : 86-87 )

1. เกิดจากการเปลี่ยนแปลงแรงจูงใจ
2. เปลี่ยนแปลงตามกลุ่มหรือเหตุการณ์บางอย่าง
3. เกิดจากความขัดแย้งกันในหลายทัศนคติในตนเอง
4. เปลี่ยนแปลงความเชื่อเกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
5. เปลี่ยนแปลงความเชื่อเกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่มีลักษณะตรงกันข้ามหรือขัดแย้งกับบุคคลหรือสิ่งนั้นๆ

นอกจากนี้ยังได้มีการแบ่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์ออกเป็น 3 ระดับ คือ ( จุมพล รอดคำดี ,2532 )

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนหรือบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้มาจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

การเปลี่ยนแปลงดังกล่าว มีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรง ถ้าความคิด ความรู้สึกและพฤติกรรมถูกกระทบไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม จะมีผลต่อความเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น นอกจากนี้องค์ประกอบต่างๆ ในกระบวนการสื่อสาร เช่น คุณสมบัติของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ลักษณะของข่าวสาร ตลอดจนช่องทางในการสื่อสาร ล้วนแล้วแต่มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ทั้งสิ้น

การรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบตัมทำให้ผู้ฟังได้ใกล้ชิดกับภาษาอังกฤษมากขึ้น เมื่อผู้ฟังรับฟังไปในระยะยาวและมีความถี่ในการรับฟังสูง ก็อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อทัศนคติของผู้ฟังไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ฟังได้ในที่สุด

## แนวคิดเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์

แนวคิดเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์นั้นเน้นถึงความสำคัญของผู้รับสาร ในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร กล่าวคือ ตัวผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของ ข่าวสารเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจเป็นการมองมนุษย์ในแง่จิตวิทยาสังคม โดย Maslow ได้กล่าวถึงแรงขับต่างๆ ว่าแรงขับนั้นไม่สามารถแยกพิจารณาออกจากกันได้อย่างชัดเจน ความต้องการบางครั้งอาจมีหลายประเด็นร่วมกัน ทั้งนี้ การเกิดแรงขับนั้นอาจเกิดขึ้นได้เป็นลำดับขั้น เรียกว่า ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ( Hierarchy of Human Needs ) 5 ประการ ที่สามารถแสดงถึงลำดับขั้นการเกิดความต้องการของมนุษย์จากความจำเป็นสูงสุดที่ขาดไม่ได้ ไปจนกระทั่งถึงความต้องการที่เกี่ยวข้องด้านจิตใจ แนวคิดเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์ตามแนวคิดของมาสโลว์ ( Maslow ) กำหนดไว้ดังนี้ (Philip Kotler and Gary Armstrong ,2002 : 99 )

ลำดับขั้นของความต้องการ ( Hierarchy of Needs ) มาสโลว์ ได้กำหนดไว้เป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ความต้องการจากระดับต่ำ ( ทางด้านร่างกาย ) ไปจนถึงกระทั่งความต้องการระดับสูง ( ด้านจิตวิทยา ) โดยมาสโลว์ได้เสนอว่า บุคคลจะแสวงหาความต้องการในระดับต่ำก่อน เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองแล้ว จึงแสวงหาความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป ถ้าความต้องการในระดับต่ำยังไม่ได้รับการตอบสนอง สิ่งจูงใจในความต้องการนั้นก็จะยังคงมีอยู่ต่อไป ดังมีรายละเอียดคือ

### 1. ความต้องการด้านร่างกาย ( Physiological Needs )

ระดับความต้องการแรกเป็นความต้องการเบื้องต้นที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต เช่น ความต้องการอาหาร น้ำ อากาศ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม การพักผ่อน ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ ซึ่งหากได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอแล้ว บุคคลจะมีความต้องการในระดับสูงต่อไป

### 2. ความต้องการความปลอดภัยและความมั่นคง ( Safety Needs )

เกิดขึ้นเมื่อความต้องการขั้นที่ 1 ได้รับการตอบสนองแล้ว ในขั้นนี้ บุคคลมีความต้องการที่จะมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงและปลอดภัย ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม ความต้องการความปลอดภัยทางกาย เช่น ความมีระเบียบ ความมั่นคง ความคุ้มครอง ความคุ้นเคยกัน ความต้องการมีสุขภาพดี ความต้องการในบริการต่างๆมากมาย เช่น การมีประกันชีวิต การดูแลรักษา การออมทรัพย์ การศึกษา การฝึกอบรมวิชาชีพ เป็นต้น

### 3. ความต้องการความรักและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ( Love and Belonging Need )

เป็นความต้องการด้านความรัก ความรู้สึกที่ดีต่อกัน การยอมรับ บุคคลต้องการความอบอุ่นและความสัมพันธ์อันดีต่อกันกับบุคคลอื่น แรงกระตุ้นด้านความรักจากครอบครัว ต้องการเป็นผู้ให้ความรัก และได้รับความรักเพื่อทำให้รู้สึกว่าได้ตอบแทนผู้อื่นได้อย่างโดดเด่น อ่างว้างหรือถูกทอดทิ้ง เป็นต้น

### 4. ความต้องการการมีเกียรติและศักดิ์ศรี ( Esteem Need )

เป็นความต้องการที่เกิดจากภายในและภายนอก หมายถึง ความต้องการได้รับการยกย่องนับถือจากบุคคลอื่น ต้องการเกียรติยศชื่อเสียง หรือมีความภาคภูมิใจเมื่อประสบความสำเร็จ ดังนี้

#### 4.1 ความต้องการการยกย่องที่เกิดจากภายใน ( Inwardly-Direct Ego Needs )

เป็นความต้องการที่สะท้อนถึงความต้องการของแต่ละบุคคล เพื่อการยกย่องส่วนตัว เพื่อการยกย่อง เพื่อความสำเร็จ ความเป็นอิสระ ความพึงพอใจส่วนตัว ถ้างานที่ทำเป็นไปด้วยดี

4.2 ความต้องการการยกย่องที่เกิดจากภายนอก ( Outwardly-Directly Need ) ประกอบด้วยความต้องการเพื่อการยกย่อง การมีชื่อเสียง สถานะ การยกย่องนับถือจากบุคคลอื่น

#### 5. ความต้องการความสำเร็จส่วนตัว ( Self-Actualization Need )

เป็นความปรารถนาของบุคคลที่จะตอบสนองศักยภาพส่วนบุคคล ประกอบด้วยทุกสิ่งทีบุคคลมีความสามารถจะต้องการเป็น เช่น ความต้องการเป็นผู้มีชื่อเสียง ความต้องการเป็นดารา ความต้องการเป็นผู้บริหารระดับสูง เป็นต้น

โดยตามทฤษฎีนี้จริงๆ แล้วอธิบายได้ว่า นอกจากความต้องการขั้นพื้นฐาน 5 อย่างที่ Maslow กล่าวไว้ คือ Physiological Needs, Safety Needs, Love and Belonging Need, Esteem Need และ Self-Actualization Need แล้ว มนุษย์เรายังมีความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบและความเข้าใจสภาวะแวดล้อมตนเองความต้องการที่จะรู้ ( Needs for Cognition or Needs For Orientation ) นี้เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เราเรียนรู้มาจากการอยู่ในสังคม โดย Maslow ( Philip Kotler and Gary Armstrong ,2002 : 100-103 ) ได้ชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของการศึกษาสื่อสารมวลชนตามแบบของทฤษฎีดังต่อไปนี้คือ

1. มนุษย์สนใจเสาะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดูหรือ ฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การใช้สื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย ( Goal-Directed )
3. สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ ( Need for Orientation ) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

การศึกษาการใช้สื่อและการรับความพึงพอใจ พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะของสังคมและจิตใจที่มีผลต่อ (2) ความต้องการของบุคคลซึ่งนำไปสู่ (3) การคาดคะเนเกี่ยวกับ (4) สื่อและแหล่งที่มาของสาร การคาดคะเนนี้นำไปสู่ (5) ความแตกต่างกันในการใช้สื่อและพฤติกรรมอื่นๆ ของแต่ละบุคคล ยังผลให้เกิด (6) ความพอใจที่ได้รับจากสื่อ และ (7) ผลอื่น ๆ ที่บางครั้งมิได้คาดหมายมาก่อน ( Katz et al,1973 )



สภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกัน ก่อให้มนุษย์มีความต้องการแตกต่างกันไป ความต้องการที่ต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพอใจได้ต่างกันออกไปด้วย ดังนั้น ลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันออกไปขั้นสุดท้ายคือ ความพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันออกไปด้วย

นอกจากนี้ McQuail และคณะ ( 1972 ) ได้สร้างชุดตัวแปรความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน โดยสามารถจำแนกความพึงพอใจออกได้เป็น 4 กลุ่ม

1. ความเพลิดเพลิน ( Diversion ) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบหนีปัญหา เพื่อหลีกเลี่ยงงานประจำเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด เป็นต้น
2. มนุษย์สัมพันธ์ ( Personal Relation ) การใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปไว้พูดคุยกับผู้อื่นหรือเพื่อให้มีโอกาสใช้เวลาอยู่ร่วมกับครอบครัว
3. เอกลักษณะส่วนบุคคล ( Personal Identity ) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล การค้นหาความจริง และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น
4. การติดตามข่าวสาร ( Surveillance ) เป็นการต้องการอยากรู้อาการว่าความเป็นไปในปัจจุบันของสังคมเป็นอย่างไร

อีกทั้งยังสามารถประยุกต์ใช้แนวคิดของ Tan ( 1986 : 233-236 ) เกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจซึ่งดัดแปลงจากแบบจำลองของ Katz, Gurevitch และ Hass โดยแบ่งความต้องการของผู้รับสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อ ( Media -Related Needs ) เป็น 5 กลุ่มคือ

1. ความต้องการด้านความรู้ ( Cognitive Needs ) เป็นความต้องการที่จะได้รับข้อมูล ความรู้ และความเข้าใจในสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ซึ่งมีพื้นฐานจากความต้องการที่เข้าใจและควบคุมสิ่งแวดล้อมและความต้องการที่จะตอบสนองแรงผลักดันที่เกิดจากความอยากรู้อยากเห็นและการค้นคว้า
2. ความต้องการด้านอารมณ์ ( Affective Needs ) เป็นความต้องการที่จะสร้างความพึงพอใจ บันเทิงใจ และ ประสบการณ์ด้านอารมณ์ ซึ่งสามารถใช้สื่อตอบสนองได้
3. ความต้องการที่จะประสานความสัมพันธ์ต่อตนเอง ( Self Esteem ) เพื่อสร้างความมั่นใจ การยอมรับนับถือ ความมั่นคง และสถานภาพ

- ส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแรงผลักดันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายของบุคคล ( Self Esteem )
4. ความต้องการที่จะประสานความสัมพันธ์ในสังคม ( Social Integrative Needs ) เป็นความต้องการที่จะเสริมสร้างความสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อนและส่วนรวม
  5. ความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง ( Escapist Needs ) เป็นความต้องการที่จะหลีกเลี่ยง และผ่อนคลายความตึงเครียด

จากการศึกษาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจดังกล่าว อาจสรุปได้ว่า การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งพอใจที่จะเปิดรับเนื้อหาข่าวสารใดๆ ขึ้นอยู่กับการเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากเนื้อหา นั้นๆ ซึ่งไม่เพียงแต่นำไปใช้เพื่อการพูดคุยสนทนาแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่นในการดำรงชีวิตประจำวัน แต่ยังรวมถึงประโยชน์ในการตัดสินใจด้วย เช่นเดียวกันกับการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลิม ที่ผู้ฟังเลือกที่จะเปิดรับเพราะเล็งเห็นประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการรับฟังรายการ ไม่ว่าจะเป็ประโยชน์ในรูปแบบความบันเทิงจากเสียงเพลงทั้งไทยและสากล หรือสาระความรู้ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษ และสาระความรู้ทั่วไป ที่ทางรายการสรรหามาแนะนำเสนอ โดยมุ่งหวังให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์จากการฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลิม ซึ่งผู้ฟังแต่ละคนอาจจะคาดหวังประโยชน์จากแต่ละส่วนมากน้อยต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสนใจและความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ฟังแต่ละคน

### แนวคิด “ เอดูเทนเมนต์ Edutainment “

เอดูเทนเมนต์ หรือ “ สาระบันเทิง “ เป็นแนวทางใหม่ที่กำลังมีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารเพื่อการพัฒนา เช่น การพัฒนาด้านสังคม ด้านศีลธรรม หรือด้านการศึกษา ในที่นี้มุ่งศึกษาถึงการพัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ โดยมีแนวคิดพื้นฐานที่น่าสนใจดังนี้

“ เอดูเทนเมนต์ “ คือกลยุทธ์ในการผสมผสานข้อมูลข่าวสารและความรู้ในด้านต่างๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนา อาทิ การวางแผนครอบครัว การป้องกันโรคเอดส์ การรู้หนังสือ สิทธิสตรี การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ฯลฯ เข้ากับความบันเทิงโดยเจตนาและมีเป้าหมายชัดเจน ซึ่งนำเสนอผ่านทางสื่อบันเทิงรูปแบบต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ให้บุคคลได้รับความรู้ มีทัศนคติ และพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์

ของสังคม ( Singhal and Rogers,1998 อ้างถึงใน ปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล, 2541:38 ) และในขณะเดียวกัน ก็ไม่รู้สึกรู้สึกระหว่างกับการบริโภคข่าวสารดังกล่าว

แต่เดิมบุคคลมักมองว่า “ การศึกษา ” ( Education ) คือ กระบวนการเรียนรู้ในลักษณะที่เป็นทางการหรือกึ่งทางการ โดยมีครูทำหน้าที่สอนและถ่ายทอดวิชาการด้านต่างๆ ตามลำดับขั้นตอน กระบวนการเรียนรู้ดังกล่าว อาจปรากฏในรูปแบบการเรียนการสอนในชั้นเรียน นอกชั้นเรียนและผ่านสื่อต่างๆ อาทิ รายการโทรทัศน์เพื่อการศึกษา ในขณะเดียวกันบุคคลมองว่า “ รายการบันเทิง ( Entertainment ) ” มักเป็นรายการที่ผู้คนให้ความสนใจ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคจำนวนมากและดึงดูดให้ผู้บริโภคติดตามรับชมและรับฟังอย่างต่อเนื่อง สามารถกระตุ้นให้บุคคลเกิดความรู้สึกร่วมกับรายการ มีอิทธิพลต่อการรับรู้ การแต่งกายความเชื่อ และพฤติกรรมของบุคคล นอกจากนี้รายการบันเทิงมักได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้สนับสนุนรายการ ตลอดจนสามารถสร้างผลกำไรสูงให้แก่ผู้ผลิตรายการ เมื่อเปรียบเทียบกับรายการเพื่อการศึกษา นอกจากนี้รายการบันเทิงยังสามารถเสนอเรื่องราวตลอดจนแง่มุมต่างๆ ของชีวิตของบุคคลสู่สาธารณชนได้อย่างสะดวกและเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม รายการบันเทิงจำนวนหนึ่งมักได้รับคำวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับผลกระทบในด้านลบที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค ในด้านการรับรู้ ความคิด และพฤติกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับบุคคล ตลอดจนคำวิจารณ์เกี่ยวกับเนื้อหาที่โหดร้าย รุนแรง ทารุณกรรม และการนำเสนอค่านิยมที่ไม่เหมาะสมเหมาะสม ( ปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล, 2541 : 38-39 )

ดังนั้น การผสมผสานข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงเข้าด้วยกันโดยเจตนา จึงเป็นการเปลี่ยนมุมมองของบุคคล จากเดิมที่มักแยกแนวคิดเรื่องความรู้และความบันเทิงออกจากกัน มาสู่ความคิดที่ว่าเราสามารถบริโภคข่าวสาร ความรู้และความบันเทิงได้อย่างสนุกสนานในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้ แนวคิดดังกล่าวยังเป็นการนำจุดเด่นของการศึกษา และความบันเทิงมาประสานประโยชน์ร่วมกัน นำเสนอเนื้อหาสาระในรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการ กระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องในหมู่ผู้บริโภคด้วยกัน และนำเนื้อหาสาระที่ได้รับไปสู่การปฏิบัติ และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคมในทางที่ดีขึ้น ( ปาริชาต สถาปิตานนท์ สโรบล, 2541 : 39 )

กลยุทธ์เอดูเทนเมนต์นั้นได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นการผสมผสานเพื่อช่วยประนีประนอมระหว่างข้อ 2 ข้อที่แตกต่างกัน คือในแง่การสื่อสาร กลยุทธ์นี้ช่วยผสมผสานระหว่างข้อ 2 ข้อนี้ให้ความรู้เข้ากับข้อ 2 ข้อนี้ให้ความบันเทิงเพื่อตอบสนองความต้องการของฝ่ายผู้รับสารหรือในแง่

ธุรกิจ ก็เป็นการประสานผลประโยชน์ร่วมกันของข้าวนุคคล 2 กลุ่มคือ ผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยกลุ่มผู้ผลิตก็ได้รับรายได้จากการโฆษณา ตลอดจนชื่อเสียงและผลงานในการผลิตรายการที่สร้างสรรค์และยังเป็นรายการที่สามารถเจาะตลาดเป็นที่นิยมได้ ทำให้ธุรกิจของตนอยู่รอด ในขณะที่เดียวกัน กลุ่มผู้บริโภค (ซึ่งก็เปรียบได้กับ “ผู้รับสาร” ในบริบทของการสื่อสาร) ก็ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุก และความพึงพอใจ ตลอดจนสาระความรู้ที่สอดแทรกผ่านทางความบันเทิงเหล่านี้

รายการเรดิโอโนพรีอบเบลิมนับเป็นรายการที่มีรูปแบบในการนำเสนอแบบเอดูเทนเมนต์ เพราะนอกจากจะมุ่งให้ความบันเทิงแก่ผู้ฟังผ่านบทเพลงทั้งเพลงไทยและเพลงสากลแล้ว ยังมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากรายการวิทยุอื่นๆที่นำเสนอในปัจจุบันอย่างชัดเจน ในด้านการนำเสนอความรู้ภาษาอังกฤษและมุ่งฝึกทักษะภาษาอังกฤษทั้งด้านการพูด การฟัง รวมถึงการแปลให้แก่ผู้ฟังผ่านบทเพลงและเกมส์ต่างๆ มากมาย ทำให้ผู้รับสาร ซึ่งในที่นี้หมายถึงผู้ฟังได้รับประโยชน์จากการรับฟังรายการทั้งในด้านความบันเทิงและความรู้ไปพร้อมๆกัน

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อรวรรณ วิจักขณะ ( 2534 : บทคัดย่อ ) ได้ศึกษาการเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อทราบความสนใจ ความชื่นชอบต่อเนื้อหาของสื่อมวลชน การใช้ประโยชน์และการได้รับความพอใจจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ จากผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษา ได้มีการนำเนื้อหาจากสื่อมวลชนประเภทวิทยุ หนังสือพิมพ์รายวัน และโทรทัศน์มาใช้ประโยชน์ในการนำมาเป็นหัวข้อในการสนทนากับเพื่อนอยู่เสมอ และสื่อมวลชนเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ความคิดเห็นและพฤติกรรมในระดับพอสมควร

จาระไน แกลโกศล ( 2536 ) ได้ทำวิจัยเรื่องพฤติกรรมการรับฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า มีผู้ฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำทุกวันมากถึง 45% ผู้ที่ฟังเกือบทุกวันมีถึง 27 % มีผู้ที่ฟังเพียงเพียงบางครั้งบางคราว 21 % และมีผู้ที่ฟังเฉพาะวันหยุดเพียง 4 % สำหรับสิ่งที่ผู้ฟังต้องการให้มีในรายการวิทยุ ได้แก่ ความต้องการที่ให้ในรายการนำเสนอเพลงให้มากขึ้น 14% ต้องการด้านข่าว 9 % ต้องการสาระความรู้ 7 % นอกจากนี้สิ่งที่ผู้ฟังต้องการจากรายการวิทยุได้แก่ ความต้องการเกี่ยวกับรายการเพลง ความต้องการด้านข่าว ความต้องการด้านสาระและความรู้ ความต้องการเกี่ยวกับรายการประเภทที่ผู้ฟังมีส่วนร่วม ความต้องการรายการเพื่อสังคม ความต้องการรายการประเภทบันเทิงและเบ็ดเตล็ดอื่นๆ

รัตนา ภัทรธนาการต์ ( 2539 : บทคัดย่อ ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 เมกะเฮิรตซ์ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่มีเพศและรายได้แตกต่างกัน มีการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟแตกต่างกัน ลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ อันได้แก่ สาขาวิชาที่เรียน รายได้เพื่อการใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน รายได้เฉลี่ยต่อครอบครัวและบุคคลที่อยู่อาศัยด้วยแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากรายการกรีนเวฟไม่แตกต่างกัน และพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการกรีนเวฟมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจที่ได้รับจากการฟังรายการ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อเพลงที่เปิดในรายการมากที่สุด พรณา แก้วลาย ( 2539 : บทคัดย่อ ) ได้ศึกษาความต้องการข่าวสารและความพึงพอใจในการรับฟังข่าวสารต้นชั่วโมงของสถานวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีในช่วงเวลา 06.00 น. โดยสถานที่ที่รับฟัง คือ บ้าน ขณะนั่งรถ หรือขับรถยนต์และสนใจข่าวสารการเมืองมากที่สุด พฤติกรรมภายหลังจากการรับฟัง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปพูดคุยแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่นอาทิตย์ละครั้ง สำหรับเรื่องความต้องการข่าวสารและการคาดหวังความพึงพอใจในการรับฟังมีสูงถึงร้อยละ 99.4 โดยมีการคาดหวังเพื่อติดตามข่าวมากที่สุด

วลัยลักษณ์ เศรษฐฤทธิ์ ( 2539 : บทคัดย่อ ) ได้ศึกษารูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเฉพาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่นของบริษัทเอ ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัทมีเดีย พลัส จำกัด ผลการวิจัยพบว่ารายการวิทยุเฉพาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่นทั้งหมดอยู่ในรูปแบบของรายการเพลง ส่วนพฤติกรรมในการรับฟังวิทยุของกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นจะติดตามรับฟังเฉพาะรายการที่ตนเองมีความสนใจและในแต่ละช่วงเป็นประจำ เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป ส่วนการเลือกตัดสินใจในช่วงต่างๆ เหล่านั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะประเภทของเพลง ท่วงทำนองลีลาของดีเจ และการเล่นเกมแข่งขันชิงรางวัล แรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นมีพฤติกรรมการฟังดังกล่าวเกิดจากความต้องการดังนี้ ความต้องการที่มีผลต่อลสนองทางอารมณ์ ( Affective Need ) เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินสนุกสนานและมีเพื่อนแก้เหงา ความต้องการตระหนักรู้ ( Cognitive Need ) เพื่อรับทราบสาระความรู้และข่าวคราวความเคลื่อนไหวในสังคมและวงการบันเทิง ความต้องการรวมกลุ่มเพื่อให้เกิดการยอมรับจากเพื่อนและมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมได้ ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา เพื่อผ่อนคลายความเครียดและลืมปัญหาหรือแรงกดดันที่ตนเผชิญ

บุษราคม เขียมอำไพ ( 2540 : บทคัดย่อ ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส.100 และการเป็นสมาชิก จส. 100 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามรับฟังรายการ

มาเป็นเวลา 4-5 ปี และฟังรายการทุกวัน โดยจะฟังเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจเท่านั้น สถานที่ที่ฟัง คือ ฟังขณะอยู่บนรถ และจะฟังในช่วงเวลาที่คาดว่าจะมีปัญหาการจราจร ส่วนเนื้อหาที่ต้องฟังคือ การรายงานสภาพการจราจรที่รวดเร็วถูกต้อง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับจากสถานีวิทยุ จส. 100 ในระดับสูง และมีความพึงพอใจต่อสถานีวิทยุ จส. 100 ในระดับสูงด้วย นอกจากนี้พบว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ทั้งหมด อันได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กันในภาพรวมและความพึงพอใจที่มีต่อสถานีวิทยุ จส.100 กับความถี่ในการเปิดรับมีความสัมพันธ์กันในภาพรวมเช่นกัน

เกศริน พนารังสรรค์ ( 2541 : บทคัดย่อ ) ศึกษาเรื่องผลของเพลงภาษาอังกฤษต่อทัศนคติ การแสวงหาความรู้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง พบว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มมีการนำสื่อเพลงสอนภาษาอังกฤษ ไปใช้ประโยชน์ในด้านการเรียนหรือใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความรู้ และผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางที่ดีขึ้น เกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษหลังจากที่ได้รับฟังเพลงสอนภาษาอังกฤษ

ชูดามา ปุณนิทานนท์ ( 2541: บทคัดย่อ ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการฟังรายการเรดิโอในพริอบเบิ้ลิม สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟเอ็ม 88.0 เมกะเฮิร์ตซ์ของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเรดิโอ ในพริอบเบิ้ลิม 3-4 วันต่อสัปดาห์ และใช้เวลาในการรับฟังรายการ น้อยกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน โดยติดตามรับฟังรายการมาประมาณ 2 ปี และรับฟังรายการโดยเปิดสลับไปมากับคลื่นอื่น สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างรับฟังรายการมากที่สุด คือบ้าน และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักรายการจากการหมุนคลื่นมาเจอโดยบังเอิญ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดจากภาระกิจต่างๆในชีวิตประจำวัน ส่วนความสัมพันธ์ลักษณะทางประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการพบว่า เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับฟังรายการ แต่ยกเว้นระดับการศึกษาที่ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการรับฟังรายการ ส่วนทัศนคติต่อรายการเรดิโอ ในพริอบเบิ้ลิมและการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการรับฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับรายการเรดิโอ ในพริอบเบิ้ลิมในทางบวก ในส่วนของข้อเสนอแนะต่อรายการ กลุ่มตัวอย่างต้องการให้รายการปรับปรุงในเรื่องของการเปิดเพลงมากที่สุด

ธิติมา อุ่นเมตตาจิต ( 2541 : บทคัดย่อ ) ศึกษาการใช้ประโยชน์จากรายการฟุดฟิดฟอไฟกับแสงชัย สุนทรวัฒน์ พบว่าผู้ชมรายการฟุดฟิดฟอไฟได้รับประโยชน์ด้านความรู้ และการเสริมสร้างทักษะภาษาอังกฤษในด้านต่างๆ เช่น คำศัพท์ สำนวนและการสนทนาในชีวิตประจำวัน

จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร ( 2542 : บทคัดย่อ ) ศึกษาเรื่องทักษะการสื่อสาร ความคาดหวังและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังจากการฟังรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟ พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ฟังรายการเนชั่นจูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟนำความรู้ที่ได้รับจากทางรายการไปใช้ประโยชน์ได้จริงในระดับปานกลาง โดยนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสร้างความกระตือรือร้นในการพัฒนาภาษาอังกฤษของตนให้ดียิ่งขึ้น และสามารถออกเสียงภาษาอังกฤษได้อย่างถูกต้องและสามารถฟังภาษาอังกฤษได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เป็นบวกกับรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟในด้านเป็นรายการที่ส่งเสริมให้ชอบภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น เป็นรายการที่ช่วยให้มีความกระตือรือร้นในการเรียนภาษาอังกฤษ และเป็นรายการที่ให้ความกระจ่างเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ

ศุภนิตย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ (2542 : บทคัดย่อ) ศึกษาการใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สติวเด้นวิคลี่ และเนชั่นจูเนียร์ พบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สติวเด้นวิคลี่ และเนชั่นจูเนียร์ มีการใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มทักษะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ

เสาวณี ชินนาลอง ( 2543 : บทคัดย่อ ) ศึกษาเรื่องการสอนภาษาอังกฤษในรายการฟุดฟิดฟอไฟ พบว่า นอกจากจากผู้ชมรายการฟุดฟิดฟอไฟจะได้รับประโยชน์ในด้านความรู้แล้ว การรับชมรายการฟุดฟิดฟอไฟยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับภาษาอังกฤษให้กับผู้ชม ทั้งในเรื่องการออกเสียงและความรู้เรื่องสำนวนและคำศัพท์ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ชมรายการฟุดฟิดฟอไฟมีการนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากรายการไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน แต่จะมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับความกระตือรือร้นของผู้ชมแต่ละท่าน

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง” บทบาทของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มต่อการพัฒนาความรู้และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง” ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ( Quantitative Research ) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ ( Survey Research ) แบบวัดผลครั้งเดียว ( One-Shot Case Study )

#### ประชากร

ประชากรที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนได้

#### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มในเขตกรุงเทพมหานคร การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของTaro Yamane มีระดับความคลาดเคลื่อนไม่เกิน  $\pm 5$  % และระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ กลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวนไม่ต่ำกว่า 400 ตัวอย่าง

#### การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ( Multistage Sampling ) ในขั้นตอนแรก คือ การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ( Simple Random Sampling ) ด้วยวิธีการจับฉลากรายชื่อมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครทั้งจากภาครัฐและเอกชน 18 แห่ง เพื่อให้ได้มหาวิทยาลัย 5 แห่ง โดยรายชื่อมหาวิทยาลัยที่นำมาใช้จับฉลากมีดังนี้  
รายชื่อมหาวิทยาลัยทั้งภาครัฐ และเอกชนที่นำมาใช้ในการจับฉลาก มีดังนี้



- |                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย   | 2. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์               |
| 3. มหาวิทยาลัยศิลปากร      | 4. มหาวิทยาลัยมหิดล                    |
| 5. มหาวิทยาลัยรามคำแหง     | 6. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ          |
| 7. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ      | 8. มหาวิทยาลัยรังสิต                   |
| 9. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  | 10. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต            |
| 11. มหาวิทยาลัยสยาม        | 12. มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ               |
| 13. มหาวิทยาลัยเกริก       | 14. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์             |
| 15. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย | 16. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ |
| 17. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น  | 18. มหาวิทยาลัยศรีปทุม                 |

จากการสุ่มตัวอย่าง มหาวิทยาลัยที่จะเข้าไปเก็บข้อมูล ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม และมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ขั้นตอนที่ 2 คือเก็บข้อมูลแบบเจาะจง ( Purposive Sampling ) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาที่รับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลส์เพื่อกรอกแบบสอบถาม โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการจากมหาวิทยาลัยทั้ง 5 แห่ง โดยกำหนดเก็บข้อมูลมหาวิทยาลัยละ 80 ตัวอย่าง

## ตัวแปรที่ศึกษา

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลส์มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**ตัวแปรอิสระ** คือ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลส์ของผู้ฟัง

- ระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟัง
- ความถี่ในการรับฟัง

**ตัวแปรตาม** คือ ระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลส์

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลส์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**ตัวแปรอิสระ** คือ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลส์

- ระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟัง

- ความถี่ในการรับฟัง

**ตัวแปรตาม** คือ ทศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**สมมติฐานที่ 3** พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลิ้มมีความสัมพันธ์กับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง

**ตัวแปรอิสระ** คือ พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลิ้ม

- ระยะเวลาที่ใช้ในการรับฟัง
- ความถี่ในการรับฟัง

**ตัวแปรตาม** คือ การนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง

### การวัดค่าตัวแปรและเกณฑ์การให้คะแนนคำตอบ

#### ข้อความที่ใช้วัดพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลิ้ม

1. ความถี่ในการรับฟัง

ฟังทุกวัน

ฟังบ่อยๆ ( 5-6 วัน/สัปดาห์ )

ฟังบ้าง ( 3-4 วัน/ สัปดาห์ )

ไม่ค่อยฟัง ( 1-2 วัน/ สัปดาห์ )

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงความถี่ในการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบลิ้ม โดยมีคำตอบให้เลือก 4 ข้อ ดังนี้

ฟังทุกวัน	ได้	4	คะแนน
ฟังบ่อยๆ	ได้	3	คะแนน
ฟังบ้าง	ได้	2	คะแนน
ไม่ค่อยฟัง	ได้	1	คะแนน

2. เวลาที่ใช้ในการฟังรายการ

5 ชั่วโมงหรือ มากกว่า

3-4 ชั่วโมง

1-2 ชั่วโมง

น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงจำนวนเวลาที่ใช้ในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรี ออบเบลิ้ม โดยมีคำตอบให้เลือก 4 ข้อ ดังนี้

5 ชั่วโมงหรือมากกว่า      ได้      4      คะแนน

3-4 ชั่วโมง      ได้      3      คะแนน

1-2 ชั่วโมง      ได้      2      คะแนน

น้อยกว่า 1 ชั่วโมง      ได้      1      คะแนน

3. ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ

3 ปีหรือมากกว่า

2 ปี

1 ปี

น้อยกว่า 1 ปี

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงระยะเวลาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีออบเบลิ้ม โดยมีคำตอบให้เลือก 4 ข้อ ดังนี้

3 ปีหรือมากกว่า      ได้      4      คะแนน

2 ปี      ได้      3      คะแนน

1 ปี      ได้      2      คะแนน

น้อยกว่า 1 ปี      ได้      1      คะแนน

4. ลักษณะการรับฟังรายการ

ฟังตลอดไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น

ฟังทุกช่วงยกเว้นช่วงโฆษณา

ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง

ฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงลักษณะการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม

โดยมีคำตอบให้เลือก 4 ข้อ ดังนี้

ฟังตลอดไม่เปลี่ยนไปคลื่นอื่น	ได้	4	คะแนน
ฟังทุกช่วงยกเว้นช่วงโฆษณา	ได้	3	คะแนน
ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง	ได้	2	คะแนน
ฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น	ได้	1	คะแนน

5. การเข้าร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับทางรายการ

3 ครั้ง หรือมากกว่า

2 ครั้ง

1 ครั้ง

ไม่เคย

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงความถี่และการมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมเล่นเกม

ภาษาอังกฤษกับรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม โดยมีคำตอบให้เลือก 4 ข้อ ดังนี้

3 ครั้ง หรือ มากกว่า	ได้	4	คะแนน
2 ครั้ง	ได้	3	คะแนน
1 ครั้ง	ได้	2	คะแนน
ไม่เคย	ได้	1	คะแนน

6. การร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษ

3 ครั้ง หรือมากกว่า

2 ครั้ง

1 ครั้ง

ไม่เคย

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงความถี่และการร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษา

อังกฤษกับรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม โดยมีคำตอบให้เลือก 4 ข้อ ดังนี้

3 ครั้ง หรือ มากกว่า	ได้	4	คะแนน
----------------------	-----	---	-------

2 ครั้ง	ได้	3	คะแนน
1 ครั้ง	ได้	2	คะแนน
ไม่เคย	ได้	1	คะแนน

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยบรรยายลักษณะของตัวแปรข้างต้น โดยจัดเกณฑ์ค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	มีพฤติกรรมในการรับฟังต่ำ
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	มีพฤติกรรมในการรับฟังปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	มีพฤติกรรมในการรับฟังปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41- 4.00	หมายถึง	มีพฤติกรรมในการรับฟังสูง

### ข้อความที่ใช้วัดระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

- Who is that ? It is .....  
a. mine                      b. me                      c. myself                      d. I
- A: Where will you go ?  
B: I will go .....  
a. shopping                      b. shop                      c. to shopping                      d. shopped
- She is ..... old to work with me.  
a. very                      b. too                      c. much                      d. little
- He reminds me ..... my grandfather.  
a. for                      b. of                      c. in                      d. to
- It took me a long time to get.... my cold.  
a. on                      b. around                      c. over                      d. out
- A : Carlo said he would go to Switzerland.  
B : .....  
a. Is that so?                      b. Really so.                      c. Yes, he said so.                      d. He did say, didn't he.
- Thank you for.....  
a. call                      b. calling                      c. called                      d. have called
- Do you think ..... is stronger than .....

- a. he- me                      b. him- I                      c. he- I                      d. him- me
9. ....university must be accredited to grant degrees.
- a. A                      b. An                      c. The                      d. O
10. He failed in an examination..... he worked hard.
- a. unless                      b. if                      c. in spite of                      d. so

**Situation : At a hostel**

Mrs. Simon : Well, the room is rather big.

Jam : Yes it is.

Mrs Simon : and the furniture 's very old.....11.....

Jam : oh?

Mrs. Simon : So I think 10 pounds a week , right?

Jam : Well.....12..... I'm a student...13.....

Mrs. Simon : Well 8 pounds.....14.....

Jam : Thank you . Well,...15..... I'll have it.

11. a. I'm afraid                      b. are you O.K.                      c. I agree                      d. It should be sold out
12. a. That sounds reasonable                      b. what a bargain
- c. That's big expensive                      d. How high it is!
13. a. Sorry ma'am                      b. understand?                      c. please don't mind                      d. you see
14. a. then                      b. right                      c. now                      d. only
15. a. that's right                      b. that will do                      c. that 's suitable                      d. that's fine

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง โดยจะมีคำตอบให้เลือกตอบ 4 ข้อ คือ a , b , c และ d และให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบข้อที่คิดว่าถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว แบบสอบถามจะมีคำถามเพื่อวัดระดับความรู้ของผู้ฟังทั้งหมด 15 ข้อ และจะวัดระดับความรู้จากจำนวนข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบถูกต้อง โดยตอบถูกจะได้ 1 คะแนนและตอบผิดจะได้ 0 คะแนน แล้วนำมาจัดระดับความรู้ แบ่งเกณฑ์เป็น 3 ระดับ โดยพิจารณาจากคะแนนรวมที่ได้ ดังนี้

มีความรู้สูง	ตอบถูก 10 ข้อขึ้นไป
มีความรู้ปานกลาง	ตอบถูก 6-10 ข้อ
มีความรู้ต่ำ	ตอบถูก 0-5 ข้อ

## ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลิม

### 1. รูปแบบรายการ

- 1.1 รายการนำเสนอเพลงทั้งไทยและสากล
- 1.2 รายการเปิดเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา
- 1.3 รายการมีหลายช่วงที่ให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ
- 1.4 รายการนำเสนอเกมที่สนุกสร้างสรรค์
- 1.5 รายการนำเสนอเกมที่ช่วยฝึกทักษะภาษาอังกฤษ
- 1.6 รายการมุ่งให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ

### 2. เนื้อหาที่น่าสนใจในรายการ

- 2.1 ข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงจากต่างประเทศ
- 2.2 ข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงไทย
- 2.3 การแนะนำศัพท์ที่ทันสมัย
- 2.4 การแนะนำการใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง
- 2.5 ข่าวและสาระอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ เช่น ข่าว สารคดี ฯลฯ
- 2.6 การตอบคำถามที่ผู้ฟังอยากรู้โดยผู้เชี่ยวชาญ

### 3. โปรแกรมที่น่าสนใจในรายการ

- 3.1 U Center
- 3.2 English Problems
- 3.3 VIP Request
- 3.4 กิจกรรมภาษาอังกฤษ เช่น [Inter@camp](#) หรือ English Off Road Rally
- 3.5 Music go to you
- 3.6 Hook Hit Hit

### 4. คุณสมบัติของผู้ดำเนินรายการ หรือ ดีเจ

- 4.1 ดีเจมีความกระฉับกระเฉงและมีชีวิตชีวาในการจัดรายการ
- 4.2 ดีเจจัดรายการได้เป็นธรรมชาติ
- 4.3 ดีเจมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง
- 4.4 ดีเจมีความสามารถสูงในการจัดรายการ

- 4.5 ดีใจสามารถพูดภาษาไทยได้อย่างชัดเจน
- 4.6 ดีใจสามารถพูดภาษาอังกฤษได้อย่างชัดเจน
- 4.7 ดีใจกระตุ้นให้ผู้ฟังได้ฝึกทักษะภาษาอังกฤษ

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงระดับของปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโออินเทอร์เน็ต โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ข้อ

1. ปัจจัยจูงใจสูงสุด	ได้	5	คะแนน
2. ปัจจัยจูงใจสูง	ได้	4	คะแนน
3. ปัจจัยจูงใจระดับปานกลาง	ได้	3	คะแนน
4. ปัจจัยจูงใจต่ำ	ได้	2	คะแนน
5. ปัจจัยจูงใจต่ำสุด	ได้	1	คะแนน

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยมาใช้บรรยายลักษณะของตัวแปรข้างต้น โดยจัดเกณฑ์ของค่าเฉลี่ยดังนี้  
 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน หมายถึง ปัจจัยจูงใจต่ำมาก  
 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน หมายถึง ปัจจัยจูงใจต่ำ  
 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน หมายถึง ปัจจัยจูงใจในระดับกลาง  
 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน หมายถึง ปัจจัยจูงใจสูง  
 ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน หมายถึง ปัจจัยจูงใจสูงมาก

**ข้อความที่ใช้วัดการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง อันเป็นผลจากการฟังรายการเรดิโอ อินเทอร์เน็ต**

1. การฟังรายการเรดิโอ อินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ฟังมีทักษะในการฟังดีขึ้น
2. การฟังรายการเรดิโอ อินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ฟังมีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น
3. การฟังรายการเรดิโอ อินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ฟังมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น
4. การฟังรายการเรดิโอ อินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ฟังสามารถนำความรู้และทักษะด้านการใช้ภาษาอังกฤษไปประยุกต์ใช้กับการเรียนและการทำงานได้



5. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์มทำให้ผู้ฟังได้ทบทวนภาษาอังกฤษไปในตัว
6. เพลงสากลที่นำเสนอในรายการเรดิโอโนพรีอบเบลล์มเป็นแบบฝึกหัดให้ท่านได้ฝึกฝนทักษะการแปล
7. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์มช่วยแก้ไขข้อข้องใจของผู้ฟังในการใช้ภาษาอังกฤษ
8. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์มทำให้ผู้ฟังสามารถนำภาษาอังกฤษไปใช้ได้ถูกต้องมากขึ้น
9. ช่วง Hook Hit Hit ในรายการเรดิโอโนพรีอบเบลล์มทำให้ท่านเข้าใจหลักการแปลดีขึ้น
10. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์มทำให้ผู้ฟังกล้าสื่อสารกับชาวต่างประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น
11. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์มทำให้ผู้ฟังคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษ
12. ผู้ฟังได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น จากการฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ม

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกคำตอบที่แสดงถึงระดับการใช้ประโยชน์ด้านภาษาอังกฤษ อันเป็นผลจากการฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ม โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ข้อ

- |  |     |   |       |
|--|-----|---|-------|
| 1. ผู้ฟังนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์มากที่สุด  | ได้ | 5 | คะแนน |
| 2. ผู้ฟังนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์มาก        | ได้ | 4 | คะแนน |
| 3. ผู้ฟังนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ปานกลาง    | ได้ | 3 | คะแนน |
| 4. ผู้ฟังนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์น้อย       | ได้ | 2 | คะแนน |
| 5. ผู้ฟังนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์น้อยที่สุด | ได้ | 1 | คะแนน |

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยมาใช้บรรยายลักษณะของตัวแปรข้างต้น โดยจัดเกณฑ์ของค่าเฉลี่ยดังนี้  
 ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน หมายถึง นำไปใช้ประโยชน์ต่ำมาก  
 ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน หมายถึง นำไปใช้ประโยชน์ต่ำ  
 ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน หมายถึง นำไปใช้ประโยชน์ปานกลาง  
 ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน หมายถึง นำไปใช้ประโยชน์สูง  
 ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน หมายถึง นำไปใช้ประโยชน์สูงมาก

**ข้อความที่ใช้วัดทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ม**

1. ท่านรู้สึกชอบภาษาอังกฤษมากขึ้น
2. ท่านสนใจอยากเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น
3. ท่านรู้สึกว่าภาษาอังกฤษไม่ยากเกินไป
4. ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สนุก
5. ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นมากในยุคปัจจุบัน
6. ท่านรู้สึกใกล้ชิดกับภาษาอังกฤษมากขึ้นเมื่อฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลัม
7. ท่านรู้สึกว่าภาษาอังกฤษเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของท่าน
8. ท่านไม่รู้สึกเบื่อหน่ายในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลัม

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกแสดงความคิดเห็น โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ข้อ ดังนี้

- |                       |     |   |       |
|-----------------------|-----|---|-------|
| 1. เห็นด้วยมากที่สุด  | ได้ | 5 | คะแนน |
| 2. เห็นด้วยมาก        | ได้ | 4 | คะแนน |
| 3. เห็นด้วยปานกลาง    | ได้ | 3 | คะแนน |
| 4. เห็นด้วยน้อย       | ได้ | 2 | คะแนน |
| 5. เห็นด้วยน้อยที่สุด | ได้ | 1 | คะแนน |

ผู้วิจัยได้ใช้ค่าเฉลี่ยมาใช้บรรยายลักษณะของตัวแปรข้างต้น โดยจัดเกณฑ์ของค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 คะแนน หมายถึง มีทัศนคติเชิงลบมาก

ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 คะแนน หมายถึง มีทัศนคติเชิงลบ

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 คะแนน หมายถึง มีทัศนคติเป็นกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 คะแนน หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 คะแนน หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวกมาก

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถามประเภทที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง ( Self- Administered Questionnaire ) ซึ่งประกอบด้วย

#### ส่วนที่ 1

เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลัมของผู้ฟัง

**ส่วนที่ 2**

เป็นคำถามเกี่ยวกับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**ส่วนที่ 3**

เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยมุ่งใจในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

**ส่วนที่ 4**

เป็นคำถามเกี่ยวกับการนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

**ส่วนที่ 5**

เป็นคำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

โดยแบบสอบถามทั้ง 5 ส่วนเกิดจากการศึกษารูปแบบและเนื้อหาที่นำเสนอในรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้ม ว่ามีการนำเสนอรายการในรูปแบบใด เนื้อหาที่นำเสนอเกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง นอกจากนี้ยังศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการนำเสนอกnowledgeภาษาอังกฤษผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น งานวิจัยเรื่องการอ่านและการใช้ประโยชน์ของเยาวชนไทยจากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีเวนทีวีคลี และเนชั่นจูนีเยอร์ ( ศุภนิธย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ : 2542 ) , การสอนภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ในรายการฟุดฟิดฟอไฟ ( เสาวณี ชินนาลอง :2543 ) และ ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวังและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังจากรายการเนชั่นจูนีเยอร์ อินเตอร์แอคทีฟ ( จุฑาทิพย์ อัศววิเชียร : 2542 ) นอกจากนี้ยังศึกษางานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับรายการวิทยุคลื่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้ม ( ชุตานภา ปุณฺหิตานนท์ : 2542 ) และความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการเพลง 95.5 FMX ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ( นุจรี ดวงแก้ว : 2542 )

**การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย****การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเที่ยงของเครื่องมือ**

หลักที่ผู้วิจัยนำมาใช้ในการตรวจสอบความเที่ยงตรง ( Validity ) และความเที่ยง ( Reliability ) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบเก็บข้อมูลก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง ดังนี้ คือ

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง ( Validity ) โดยนำแบบสอบถามไปปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ รวมทั้งอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางสถิติ เพื่อพิจารณาถึงโครงสร้างของแบบสอบถาม( Construct Validity ) เนื้อหา และภาษาที่ใช้ ( Content Validity ) เมื่อผ่านการพิจารณาแล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนนำไปใช้จริง ( Pre-Test ) กับกลุ่มคนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างประมาณ 30 คน หลังจากนั้นจึงนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น
2. การตรวจสอบความเที่ยง ( Reliability ) โดยการนำแบบสอบถามที่ได้ทดสอบความเที่ยงตรงและได้ทำการทดสอบก่อนนำไปใช้จริงมาหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา ( Alpha – Coefficient ) ของ Cronbach ซึ่งมีสูตรดังต่อไปนี้

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

โดย  $n$  คือ ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม  
 $\sum$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมของคำถามข้อที่ 1  
 $V_t$  คือ ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งหมด  
 $n$  คือ จำนวนข้อในแบบสอบถาม

ค่าความเที่ยงในส่วนของพฤติกรรมกรเปิดรับ	=	.7694
ค่าความเที่ยงในส่วนของความรู้	=	.7809
ค่าความเที่ยงในส่วนของปัจจัยจูงใจ	=	.8021
ค่าความเที่ยงในส่วนของกรนำไปใช้ประโยชน์	=	.8408
ค่าความเที่ยงในส่วนของทัศนคติ	=	.7568

จากการตรวจสอบค่าความเที่ยงพบว่าแบบสอบถามในส่วนที่วัดพฤติกรรมกรรับฟัง ความรู้ และปัจจัยจูงใจมีค่าความเที่ยงต่ำมาก จึงนำแบบสอบถามและค่าความเที่ยงที่ได้ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติ เพื่อปรับแก้ให้แบบสอบถามมีความเหมาะสมและมีความเที่ยงมากยิ่งขึ้น

## การประมวลผลข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยจะตรวจสอบแบบสอบถามและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตัวเอง ( Manual Editing ) จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาทำการเข้ารหัส ( Coding ) แล้วนำไปประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows เพื่อทำการวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS และสถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ( Descriptive Method ) เพื่ออธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่างในเรื่องพฤติกรรมการรับฟัง ความรู้ ปัจจัยจูงใจ การนำไปใช้ประโยชน์ และทัศนคติ โดยการใช้ค่าร้อยละ ( Percent ) คะแนนเฉลี่ย ( Mean ) และการนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ ( Frequency )
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อ 1-3 ในการวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ใช้สถิติ Pearson's Product Moment Correlation Coefficient

**เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าสหสัมพันธ์** ( วิเชียร เกตุสิงห์ , 2545 : 92 )

ค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0 - 0.20	ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก
ค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.21 - 0.40	ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.41 - 0.60	ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่าสหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.61 - 0.80	ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่าสหสัมพันธ์มากกว่า 0.80	ถือว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการสำรวจบทบาทของรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลต่อการพัฒนาภาษาอังกฤษของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่สามารถรับการส่งกระจายเสียงของคลื่นเอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์ได้ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ ( Survey Research ) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ( Multi Stage Sampling ) โดยในขั้นตอนแรกใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ( Simple Random Sasampling ) ด้วยการจับฉลากรายชื่อมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพฯ ทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งหมด 24 แห่ง เพื่อให้ได้มหาวิทยาลัย 5 แห่ง ขั้นตอนที่ 2 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยสุ่มถามนักศึกษาว่ารับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลหรือไม่ จากมหาวิทยาลัยที่จับฉลากมาทั้ง 5 แห่ง เมื่อพบนักศึกษาที่ฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลจึงขอเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถาม กำหนดเป็นมหาวิทยาลัยละ 80 คน รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งผลการวิจัยแบ่งได้เป็น 2 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงพรรณนา ได้แก่ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ล ความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง บัณฑิตจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ล การนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ และทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง ซึ่งแสดงผลเป็นร้อยละและค่าเฉลี่ย

**ตอนที่ 2** ผลการวิจัยที่นำมาอธิบายในเชิงวิเคราะห์ตามสมมติฐานข้อ 1-3 เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ) ซึ่งได้แก่การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังกับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลกับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง และความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลกับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนาแสดงพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลของกลุ่มตัวอย่าง

### พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล

ความถี่ในการรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
ฟังทุกวัน	26	6.5
ฟังบ่อย ( 5-6 วัน / สัปดาห์ )	120	30
ฟังบ้าง ( 3-4 วัน / สัปดาห์ )	159	39.8
ไม่ค่อยฟัง ( 1-2 วัน / สัปดาห์ )	95	23.8
รวม	400	100

ค่าเฉลี่ย = 2.19

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับฟังรายการในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมากที่สุดคือ กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังบ้าง ( 3-4 ครั้ง / สัปดาห์ ) คิดเป็นร้อยละ 39.8 รองลงมาได้แก่กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังบ่อย ( 5-6 วัน / สัปดาห์ ) คิดเป็นร้อยละ 30 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ค่อยรับฟัง คิดเป็นร้อยละ 23.8 และกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังทุกวันมีจำนวนน้อยที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 6.5

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเวลาที่ติดตามรับฟังรายการเรดิโอโนพร็อบเบลล์

เวลาที่ติดตามรับฟังรายการเรดิโอโนพร็อบเบลล์ / วัน	จำนวน	ร้อยละ
รับฟังมากกว่า 5 ชั่วโมง / วัน	3	0.8
รับฟัง 3-4 ชั่วโมง / วัน	224	56
รับฟัง 1-2 ชั่วโมง / วัน	168	42
รับฟังน้อยกว่า 1 ชั่วโมง / วัน	5	1.3
รวม	400	100

ค่าเฉลี่ย = 2.56

กลุ่มตัวอย่างมีเวลาที่ติดตามรับฟังรายการในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอโนพร็อบเบลล์เป็นเวลา 3-4 ชั่วโมง / วันมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการวันละ 1-2 ชั่วโมง / วัน คิดเป็นร้อยละ 42 กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 1.3 และกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการมากกว่า 5 ชั่วโมง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 0.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัม

ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
รับฟังมากกว่า 3 ปี	232	58
รับฟังประมาณ 2 ปี	136	34
รับฟังประมาณ 1 ปี	24	6
เพิ่งจะรับฟัง	8	2
รวม	400	100

ค่าเฉลี่ย = 3.48

กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาติดตามรับฟังรายการในระดับสูง

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมเป็นเวลา มากกว่า 3 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมา คือ กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการมาเป็นเวลา 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการเป็นเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 และกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งจะรับฟัง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัม

ลักษณะการรับฟังรายการ	จำนวน	ร้อยละ
รับฟังตลอดโดยไม่เปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น	98	24.5
รับฟังทุกช่วง ยกเว้นช่วงโฆษณา	70	17.5
รับฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง	51	12.8
รับฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น	181	45.3
รวม	400	100

ค่าเฉลี่ย = 2.21

กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะการรับฟังรายการอย่างต่อเนื่องในระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมในลักษณะฟังไปมาสลับกับคลื่นอื่น มีจำนวนมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 45.3 รองลงมา คือกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมในลักษณะฟังตลอดโดยไม่เปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น คิดเป็นร้อยละ 24.5 และกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการทุกช่วงยกเว้นช่วงโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 17.5 สุดท้ายคือกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง มีจำนวนน้อยที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 12.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล

การร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับรายการ	จำนวน	ร้อยละ
การ		
มากกว่า 3 ครั้ง	3	0.8
2 ครั้ง	8	2
1 ครั้ง	36	9
ไม่เคย	353	88.3
รวม	400	100

ค่าเฉลี่ย = 1.15

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเล่นเกมนภาษาอังกฤษกับรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลในระดับต่ำ

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับทางรายการมีจำนวนมากที่สุด คือ คิดเป็นร้อยละ 88.3 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เคยร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับทางรายการ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 9 กลุ่มตัวอย่างที่เคยร่วมเล่นเกมกับทางรายการ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2 และกลุ่มตัวอย่างที่เคยร่วมเล่นเกมกับทางรายการมากกว่า 3 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการร่วมกิจกรรม  
แคมป์ภาษาอังกฤษกับทางรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล

การร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษ กับทางรายการ	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 3 ครั้ง	2	0.5
2 ครั้ง	6	1.5
1 ครั้ง	19	4.8
ไม่เคย	373	93.3
รวม	400	100

ค่าเฉลี่ย = 1.09

กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการเข้าแคมป์ภาษาอังกฤษกับรายการเรดิโอ ใน  
พรีอบเบิ้ลในระดับต่ำ

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษกับรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.3 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างที่เคยร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษกับรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลจำนวน 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 4.8 กลุ่มตัวอย่างที่เคยร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษกับรายการจำนวน 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 1.5 และกลุ่มตัวอย่างที่เคยร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษกับรายการมากกว่า 3 ครั้ง มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 0.5

## ระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบถูกในแต่ละข้อ

ความรู้	จำนวนผู้ที่ตอบถูก	ร้อยละผู้ที่ตอบถูก
1. วัดความเข้าใจในการใช้คำนามตามหลังคำกริยา	316	79
2. วัดความเข้าใจในการทำคำกริยาให้เป็นคำนาม	236	59
3. วัดความเข้าใจในการใช้ adverb ขยาย adjective	344	86
4. วัดความเข้าใจในการใช้สำนวนในภาษาอังกฤษ	189	47.3
5. วัดความเข้าใจในการใช้สำนวนในภาษาอังกฤษ	227	56.8
6. วัดความเข้าใจในการใช้คำนำหน้านาม (Article)	176	44
7. วัดความเข้าใจในการใช้คำกริยาตามหลังคำบุพบท	322	80.5
8. วัดการใช้คำนามในประโยคเปรียบเทียบ	368	92
9. วัดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้คำวิเศษขยายคำนาม	277	69.3
10. วัดความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้คำเชื่อม	183	45.8
11. วัดการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	235	58.8
12. วัดการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	293	73.3
13. วัดการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	254	63.5
14. วัดการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	176	44
15. วัดการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน	220	55

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามที่วัดความเข้าใจในการใช้คำนามในประโยคเปรียบเทียบ ได้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 92 รองลงมาคือคำถามที่ใช้วัดความเข้าใจในการนำ adverb มาขยาย adjective คิดเป็นร้อยละ 86 และคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดคือคำถามที่ใช้วัดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องการใช้คำนำหน้านาม ( Article ) และวัดความรู้ในการนำภาษาอังกฤษไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 44

จากความรู้ในตารางข้างต้น เมื่อนำมาจัดระดับความรู้ภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่าง ได้ผลออกมาตามตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความรู้	จำนวน	ร้อยละ
สูง	138	34.5
ปานกลาง	255	63.8
ต่ำ	7	1.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้ภาษาอังกฤษจากรายการวิดีโอในพรีอบเบิ้ลมีในระดับปานกลาง รองลงมาได้รับความรู้ในระดับสูง และกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยได้รับความรู้ในระดับต่ำ

## ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลัม

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลัม

ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย 1-5	ระดับปัจจัยจูงใจ
<b>รูปแบบรายการ</b>							
1.รายการนำเสนอทั้งเพลงไทยและเพลงสากล	103 (25.8)	276 (69.0)	21 (5.3)	-	-	4.20	สูง
2.รายการเปิดเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา	138 (34.5)	247 (61.8)	13 (3.3)	2 (0.5)	-	4.15	สูง
3.รายการนำเสนอช่วงที่ให้ความรู้ภาษาอังกฤษหลายช่วง	25 (6.3)	224 (56.0)	148 (37.0)	3 (0.8)	-	2.68	ปานกลาง
4.รายการสร้างสรรค์เกมที่สร้างความสนุกสนานและความบันเทิงแก่ผู้ฟัง	1 (0.3)	2 (0.5)	71 (17.8)	184 (46.0)	142 (35.4)	1.85	ต่ำ
5.รายการนำเสนอเกมที่ช่วยฝึกทักษะภาษาอังกฤษให้กับผู้ฟัง	-	13 (3.3)	167 (41.8)	160 (40.0)	60 (15.0)	2.33	ต่ำ
6.รายการมุ่งให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ ค่าเฉลี่ย= 3.03	2 (0.5)	20 (5.0)	173 (43.3)	154 (38.5)	51 (12.8)	2.42	ต่ำ
<b>เนื้อหาที่นำเสนอในรายการ</b>							
1.รายการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงต่างประเทศ	76 (19.0)	286 (71.5)	36 (9.0)	2 (0.5)	-	4.09	สูง

ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย 1-5	ระดับปัจจัย จูงใจ
<b>เนื้อหาที่นำเสนอในรายการ</b>							
2.รายการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงไทย	96 (24.0)	257 (64.3)	46 (11.5)	1 (0.3)	-	4.12	สูง
3.รายการแนะนำศัพท์ที่ทันสมัย	1 (0.3)	89 (22.3)	255 (63.8)	55 (13.8)	-	3.09	ปานกลาง
4.รายการแนะนำการใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง	4 (1.0)	98 (24.5)	256 (64.0)	39 (9.8)	-	3.17	ปานกลาง
5. รายการนำเสนอข่าวและสาระอื่นๆที่มีประโยชน์ เช่น สารคดี	2 (0.5)	17 (4.3)	92 (23.0)	201 (50.3)	88 (22.0)	2.11	ต่ำ
6.รายการนำเสนอช่วงตอบคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ ค่าเฉลี่ย = 2.83	2 (0.5)	19 (4.8)	177 (44.3)	165 (41.3)	37 (9.3)	2.46	ต่ำ
<b>โปรแกรมที่นำเสนอในรายการ</b>							
1. U Center	18 (4.5)	187 (46.8)	190 (47.5)	4 (1.0)	1 (0.3)	3.54	สูง
2. English Problems	18 (4.5)	130 (32.5)	251 (62.8)	1 (0.3)	-	3.41	สูง
3. VIP request	44 (11.0)	238 (59.5)	110 (27.5)	7 (1.8)	1 (0.3)	3.79	สูง
4. กิจกรรมภาษาอังกฤษ เช่น inter@camp หรือ English Off Road Rally	4 (1.0)	55 (13.8)	309 (77.3)	32 (8.0)	-	3.08	ปานกลาง



ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย 1-5	ระดับ ปัจจัย จูงใจ
<b>ช่วงเวลาที่นำเสนอในรายการ</b>							
5. Music go to you	24 (6.0)	159 (39.8)	217 (54.3)	-	-	3.52	สูง
6. Hook Hit Hit	14 (3.5)	169 (42.3)	215 (53.8)	1 (0.3)	1 (0.3)	3.56	สูง
<b>ค่าเฉลี่ย = 2.54</b>							
<b>ผู้ดำเนินรายการ หรือ ดีเจ</b>							
1. ดีเจมีความกระฉับกระเฉงมีชีวิตชีวาในการดำเนินรายการ	29 (7.3)	212 (53.0)	159 (39.8)	-	-	3.68	สูง
2. ดีเจจัดรายการได้เป็นธรรมชาติ	48 (12.0)	244 (61.0)	108 (27.0)	-	-	3.85	สูง
3. ดีเจมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง	106 (26.5)	223 (55.8)	71 (17.8)	-	-	4.09	สูง
4. ดีเจมีความสามารถสูงในการจัดรายการ	5 (1.3)	141 (35.3)	242 (60.5)	8 (2.0)	-	3.36	ปานกลาง
5. ดีเจสามารถพูดภาษาไทยได้อย่างชัดเจน	1 (0.3)	57 (14.3)	301 (75.3)	41 (10.3)	-	3.05	ปานกลาง
6. ดีเจสามารถพูดภาษาอังกฤษได้อย่างชัดเจน	11 (2.8)	108 (27.0)	248 (62.0)	31 (7.8)	2 (0.5)	3.24	ปานกลาง
7. ดีเจกระตุ้นให้ผู้ฟังได้ฝึกทักษะภาษาอังกฤษ	2 (0.5)	13 (3.3)	191 (47.8)	153 (38.3)	41 (10.3)	2.46	ต่ำ
<b>ค่าเฉลี่ย = 2.61</b>							

จากตารางที่ 9 พบว่าปัจจัยจุดสูงสุดที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างติดตามรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลคือ การนำเสนอเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ การนำเสนอทั้งเพลงไทยและเพลงสากล คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.20 และปัจจัยจุดต่ำสุดที่ทำให้ผู้ฟังเลือกรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลคือ รายการสร้างสรรค์เกมที่ทำให้ความสนุกและความบันเทิงกับผู้ฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.85

นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยจุดสูงสุดของรูปแบบรายการ คือ การนำเสนอเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.30 ส่วนการสร้างสรรค์เกมที่สร้างความสนุกสนานและความบันเทิงให้กับผู้ฟังเป็นปัจจัยจุดต่ำสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.85 ปัจจัยจุดสูงสุดของเนื้อหาที่นำเสนอในรายการ คือ การนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงไทย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนการนำเสนอข่าวและสาระอื่นๆ ที่มีประโยชน์ เช่น เกร็ดความรู้ สารคดี เป็นปัจจัยจุดต่ำสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.11 ปัจจัยจุดสูงสุดของช่วงที่นำเสนอในรายการ คือ ช่วง VIP request คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนช่วงที่นำเสนอเกมเพื่อให้ผู้ฟังร่วมแข่งขันเพื่อคัดเลือกผู้ชนะไปร่วมกิจกรรมภาษาอังกฤษเป็นปัจจัยจุดต่ำสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.08 และปัจจัยจุดสูงสุดของผู้ดำเนินรายการที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างติดตามรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลคือ ผู้ดำเนินรายการมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนดีเจกระตุ้นให้ผู้ฟังได้ฝึกทักษะภาษาอังกฤษเป็นปัจจัยจุดต่ำที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.46

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยจุดทั้ง 4 ส่วน พบว่า ปัจจัยสูงสุดที่ทำให้ผู้ฟังเลือกรับฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลคือ รูปแบบรายการ และปัจจัยจุดต่ำสุด คือ โปรแกรมที่นำเสนอสาระความรู้และความบันเทิงต่างๆ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ระดับการนำความรู้และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากการฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลส์ไปใช้ประโยชน์

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการนำความรู้และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์

ระดับการนำความรู้และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย	ระดับการนำไปใช้ประโยชน์
1. การฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลส์ทำให้ท่านมีทักษะในการฟังดีขึ้น	-	41 (10.3)	269 (67.3)	78 (19.5)	12 (3.0)	2.85	ปานกลาง
2. การฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลส์ทำให้ท่านมีความมั่นใจพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น	-	6 (1.5)	86 (21.5)	182 (45.5)	126 (31.5)	1.93	ต่ำ
3. การฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลส์ทำให้ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น	-	81 (20.3)	255 (63.8)	63 (15.8)	1 (0.3)	3.04	ปานกลาง
4. การฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลส์ทำให้ท่านสามารถนำความรู้และทักษะด้านการใช้ภาษาอังกฤษไปประยุกต์ใช้กับการเรียนและการทำงานได้	-	79 (19.8)	195 (48.8)	120 (30.0)	6 (1.5)	2.87	ปานกลาง

ระดับการนำความรู้และทักษะ การใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ ประโยชน์	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด	ค่า เฉลี่ย 1-5	ระดับการ นำไปใช้ ประโยชน์
5. การฟังรายการเรดิโอในพรีอบ เบลิ้มทำให้ท่านได้ทบทวน ภาษาอังกฤษไปในตัว	1 (0.3)	10 (2.5)	332 (83.0)	57 (14.3)	-	2.89	ปานกลาง
6. เพลงสากลที่นำเสนอในราย การเรดิโอในพรีอบเบลิ้มเป็น แบบฝึกหัดให้ท่านได้ลองฝึกฝน ทักษะในการแปล	-	90 (22.5)	263 (65.8)	47 (11.8)	-	3.11	ปานกลาง
7. การฟังรายการเรดิโอในพรีอบ เบลิ้มช่วยแก้ไขข้อข้องใจของ ท่านในการใช้ภาษาอังกฤษ	-	27 (6.8)	258 (64.5)	107 (26.8)	7 (1.8)	2.76	ปานกลาง
8. การฟังรายการเรดิโอในพรีอบ เบลิ้มทำให้ท่านสามารถนำ ภาษาอังกฤษไปใช้ได้ถูกต้อง ต้องมากขึ้น	-	25 (6.3)	274 (68.5)	101 (25.3)	-	2.81	ปานกลาง
9. ช่วง Hook Hit Hit ในรายการ เรดิโอในพรีอบเบลิ้มทำให้ท่าน เข้าใจหลักการแปลดีขึ้น	-	186 (46.5)	202 (50.5)	6 (1.5)	6 (1.5)	3.42	สูง
10. การฟังรายการเรดิโอในพรี อบเบลิ้มทำให้ท่านกล้าสื่อสาร กับชาวต่างประเทศที่ใช้ภาษา อังกฤษได้มากยิ่งขึ้น	5 (1.3)	5 (1.3)	65 (16.3)	126 (31.5)	198 (49.5)	1.74	ต่ำมาก
11. การฟังรายการเรดิโอในพรี อบเบลิ้มทำให้ท่านคุ้นเคยกับ ภาษาอังกฤษ	222( 55.5)	149 (37.3)	28 (7.0)	-	-	4.48	สูงมาก

ระดับการนำความรู้และทักษะ การใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ ประโยชน์	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อยที่ สุด	ค่า เฉลี่ย 1-5	ระดับ การนำไป ใช้ ประโยชน์
12.ท่านได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากการฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลัม	107 (26.8)	214 (53.5)	79 (19.8)	-	-	4.07	สูง

ค่าเฉลี่ย = 2.99

จากตารางที่ 10 พบว่า การฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลัมก่อให้เกิดผลในเชิงบวกต่อกลุ่มตัวอย่าง โดยทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆเพิ่มขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.48 และ 4.07 ตามลำดับ และก่อให้เกิดผลในเชิงลบต่อกลุ่มตัวอย่างในด้านการสร้างความมั่นใจในการสื่อสารกับชาวต่างประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษมากที่สุด และในด้านการสร้างความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 1.74 และ 1.93 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 2.99

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์

ระดับการนำความรู้และ ทักษะการใช้ภาษา อังกฤษไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
สูง	67	16.8
ปานกลาง	259	64.8
ต่ำ	74	18.6
รวม	400	100

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมามีการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 18.6 และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 16.8

### ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับของทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ

ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าเฉลี่ย 1-5	ระดับทัศนคติ
1. ท่านรู้สึกชอบภาษาอังกฤษมากขึ้น	3 (0.8)	114 (28.5)	276 (69.0)	7 (1.8)	-	3.28	ปานกลาง
2. ท่านสนใจอยากเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น	17 (4.3)	211 (52.8)	166 (41.5)	6 (1.5)	-	3.60	สูง
3. ท่านรู้สึกว่าภาษาอังกฤษไม่ยากเกินไป	6 (1.5)	162 (40.5)	190 (47.5)	42 (10.5)	-	3.33	ปานกลาง
4. ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สนุก	15 (3.8)	91 (22.8)	257 (64.3)	37 (9.3)	-	3.21	ปานกลาง
5. ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่มีความจำเป็นมากในปัจจุบัน	289 (72.3)	100 (25.0)	11 (2.8)	-	-	4.69	สูงมาก
6. ท่านรู้สึกใกล้ชิดกับภาษาอังกฤษมากขึ้นเมื่อรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม	20 (5.0)	211 (52.8)	168 (42.0)	1 (0.3)	-	3.62	สูง

ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	ค่า เฉลี่ย 1-5	ระดับ ทัศนคติ
7. ท่านรู้สึกว่ภาษาอังกฤษเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของท่าน	111 (27.8)	213 (53.3)	76 (19.0)	-	-	4.09	สูง
8. ท่านไม่รู้สึกเบื่อหน่ายในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านรายการเรดิโอโนพร็อบเบิ้ลิม	6 (1.5)	125 (31.3)	268 (67.0)	1 (1.3)	-	3.34	ปาน กลาง

ค่าเฉลี่ย = 3.65

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาษาอังกฤษในเชิงบวก 4 ข้อ โดยมีความคิดเห็นว่ภาษาอังกฤษมีความจำเป็นมากในยุคปัจจุบันมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่ภาษาอังกฤษเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันและ รู้สึกใกล้ชิดกับภาษาอังกฤษมากขึ้นเมื่อฟังรายการเรดิโอโนพร็อบเบิ้ลิม รวมทั้งสนใจอยากเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.69 ,4.09 , 3.62 และ 3.60 ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในระดับปานกลางมีจำนวน 4 ข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกเบื่อหน่ายในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านรายการเรดิโอโนพร็อบเบิ้ลิม รู้สึกว่ภาษาอังกฤษไม่ยากเกินไปและรู้สึกชอบภาษาอังกฤษมากขึ้น รวมทั้งรู้สึกว่ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สนุก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.34 ,3.33, 3.28 และ 3.21 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาษาอังกฤษในเรื่องความจำเป็นของภาษาอังกฤษในปัจจุบันมากที่สุด และรู้สึกว่ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สนุกน้อยที่สุด

กล่าวโดยสรุป กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเชิงบวกต่อภาษาอังกฤษ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ระดับ 3.65

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ

ระดับทัศนคติ	จำนวน	ร้อยละ
เชิงบวก	248	62.0
เป็นกลาง	152	38.0
รวม	400	100

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวก คือร้อยละ 62 ส่วนที่เหลือมีทัศนคติที่เป็นกลาง คิดเป็นร้อยละ 38

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

### 2.1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ที่ว่าพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลมี ความสัมพันธ์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

ตารางที่ 14 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลมี ความสัมพันธ์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลมี	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้ภาษาอังกฤษ	p
พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบิ้ลมี	400	.528***	.000

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001



จากตารางที่ 14 พบว่า ความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1

กล่าวคือ การที่ผู้ฟังรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์สูง ก็จะมีความรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ผู้ฟังที่มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์ต่ำ ผู้ฟังก็จะมีความรู้ภาษาอังกฤษน้อย

แต่ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

## 2.2 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ที่ว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

ตารางที่ 15 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	p
พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์	400	.599***	.000

\*\*\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 15 พบว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2

กล่าวคือ การที่ผู้ฟังมีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์สูง ผู้ฟังก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ ในทางตรงกันข้าม ผู้ฟังที่มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลส์ต่ำ ผู้ฟังก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อภาษาอังกฤษ

แต่ค่าสหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น

### 2.3 การทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมี ความสัมพันธ์กับการนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง

ตารางที่ 16 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับการนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง

พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับการนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์	p
พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล	400	.695***	.000

\*\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

จากตารางที่ 16 พบว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3

กล่าวคือ ผู้ฟังที่มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลสูง ผู้ฟังก็จะสามารถนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากรายการไปใช้ประโยชน์ได้มาก ในทางตรงกันข้ามผู้ฟังที่มีพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลต่ำ ผู้ฟังก็จะสามารถนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ได้น้อย

และค่าสหสัมพันธ์ในระดับสูง

## สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง บทบาทของรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลของผู้ฟังในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลกับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลกับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลกับการนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง

ลักษณะของการวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาคือ ผู้ฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล โดยกำหนดเก็บข้อมูลจากนักศึกษามหาวิทยาลัย 5 แห่ง จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ( Percent ) ค่าเฉลี่ย ( Mean ) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่ ( Frequency ) เพื่ออธิบายข้อมูลด้านพฤติกรรมการรับฟัง ความรู้ภาษาอังกฤษ ปัจจัยจูงใจในการรับฟัง ประโยชน์จากการรับฟัง และทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น นำการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ( Pearson's Product Moment Correlation Coefficient ) มาใช้ในการวิเคราะห์

## 1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

### 1.1 พฤติกรรมการรับฟัง

ความถี่ในการรับฟัง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมบ้างบางครั้ง คือประมาณ 3-4 วัน/ สัปดาห์

เวลาในการรับฟัง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัม 3-4 ชั่วโมงต่อวัน

ระยะเวลาในการรับฟัง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมมามากกว่า 3 ปี

ลักษณะการรับฟัง พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมสลับไปมากับคลื่นอื่น

การร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับทางรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมักจะรับฟังโดยไม่มีส่วนร่วมกับทางรายการ

การร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษกับทางรายการ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยร่วมกิจกรรมภาษาอังกฤษกับทางรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัม

1.2 ความรู้ภาษาอังกฤษจากการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับความรู้ในระดับปานกลาง

1.3 ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัม ปัจจัยจูงใจสูงสุดที่ทำให้ผู้ฟังเลือกฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมคือรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมนำเสนอเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา และภาษาอังกฤษเป็นปัจจัยจูงระดับปานกลางในการดึงดูดให้ผู้ฟังรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัม

1.4 การนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลัมไปใช้ประโยชน์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ในระดับปานกลาง

1.5 ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อภาษาอังกฤษในเชิงบวก

## 2. การวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

**2.1 สมมติฐานข้อที่ 1 :** ที่ว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 :** เป็นไปตามสมมติฐาน

โดยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**2.2 สมมติฐานข้อที่ 2 :** ที่ว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 :** เป็นไปตามสมมติฐาน

โดยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**สมมติฐานข้อที่ 3 :** ที่ว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์

**ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 :** เป็นไปตามสมมติฐาน

โดยพฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์

### อภิปรายผลการวิจัย

**สมมติฐานข้อที่ 1** พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 ( ตารางที่ 14 )

กล่าวได้ว่า เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความถี่และมีระยะเวลาในการรับฟังรายการสูง ผู้ฟังจะมีระดับความรู้ภาษาอังกฤษมาก ในทางตรงข้าม เมื่อผู้ฟังมีความถี่และมีระยะเวลาในการรับฟัง

รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิมต่ำ ผู้ฟังจะมีระดับความรู้ภาษาอังกฤษน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะ เมื่อผู้ฟังติดตามรับฟังสาระ และความรู้ภาษาอังกฤษจากทางรายการบ่อยครั้ง ผู้ฟังก็จะได้รับฟังและสั่งสมความรู้ภาษาอังกฤษที่น่าเสนอในรายการได้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตามรับฟังรายการน้อยครั้ง เพราะการรับฟังไม่สม่ำเสมอ มีผลให้กลุ่มตัวอย่างพลาดการนำเสนอความรู้ภาษาอังกฤษในบางตอน และทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถตอบคำถามในแบบทดสอบที่ใช้วัดความรู้ภาษาอังกฤษในเรื่องที่ไม่ได้ติดตามรับฟัง

จากผลการวัดระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความรู้ภาษาอังกฤษปานกลาง และพบว่ากลุ่มตัวอย่างตอบคำถามในส่วนที่วัดระดับความรู้ด้านไวยากรณ์ คำศัพท์ ได้มากกว่าคำถามในส่วนที่วัดความรู้ในการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ด้านไวยากรณ์ภาษาอังกฤษ คำศัพท์ และคำศัพท์มากกว่าความรู้ในด้านการนำภาษาอังกฤษไปใช้ในชีวิตประจำวัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิมมุ่งให้ผู้ฟังบางกลุ่ม โดยเฉพาะนักเรียนระดับมัธยมปลายและนักศึกษามหาวิทยาลัยได้รับความรู้ในเรื่องไวยากรณ์ภาษาอังกฤษและคำศัพท์ เพื่อผู้ฟังจะสามารถนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากทางรายการไปใช้ประโยชน์ในการสอบและการเรียนในโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยได้ ซึ่งสอดคล้องกับระบบการเรียนการสอนในโรงเรียนหรือในมหาวิทยาลัย ทำให้เกิดแรงเสริมย้ำความรู้ในด้านไวยากรณ์และคำศัพท์ทำให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษในส่วนไวยากรณ์และคำศัพท์ได้มากกว่า

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

ธิติมา ชุ่มเมตตาจิต ( 2541 ) ศึกษาพบว่าผู้ชมรายการฟุตบอลไฟกับแสงชัย สุทธรวัฒน์ ได้รับประโยชน์ด้านความรู้เสริมทักษะภาษาอังกฤษในด้านต่างๆ เช่น คำศัพท์ และสำนวนภาษาอังกฤษ

สุลิวัดย์ เมธมนศักดิ์ ( 2541 ) ศึกษาพบว่าเนื้อหาภาษาอังกฤษที่นักเรียนสนใจแสวงหาความรู้มากที่สุดคือเนื้อหาด้านคำศัพท์ โดยใช้การแสวงหาความรู้จากรายการโทรทัศน์

จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร ( 2542 ) ศึกษาเรื่อง ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวังและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังจากการฟังรายการเนชั่นจูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟ พบว่า รายการเนชั่น จูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟ มีบทบาทสำคัญในการให้ความรู้ภาษาอังกฤษกับผู้ฟัง โดยผู้ฟังมีการรับฟังรายการเพื่อเพิ่มพูนความรู้ภาษาอังกฤษและเสริมสร้างทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษมากที่สุด

ศุภนิศย์ วงศ์ทางสวัสดิ์ ( 2542 ) ศึกษาเรื่องลักษณะเนื้อหา พฤติกรรมการอ่าน และการใช้ประโยชน์ของเยาวชนไทย จากบางกอกโพสต์ สตีเวนนิคส์ และเนชั่นจูเนียร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สตีเวนนิคส์ และเนชั่นจูเนียร์ เพื่อเพิ่มพูนทักษะความรู้ด้านภาษาอังกฤษ

เกศริน พนารังสรรค์ ( 2543 ) ศึกษาเรื่องผลของเพลงสอนภาษาอังกฤษที่มีต่อทัศนคติ การแสวงหาความรู้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง พบว่า ผู้เข้าร่วมกลุ่มสนทนา มีการนำสื่อเพลงสอนภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในด้านการเรียน หรือใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความรู้

เสาวณี ชินนาลอง ( 2543 ) ศึกษาเรื่องการสอนภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ในรายการพูด ฟุดฟัดไฟ พบว่า นอกจากผู้ชมรายการฟุดฟัดไฟจะได้รับประโยชน์ในด้านความรู้ภาษาอังกฤษ แล้ว การรับชมรายการฟุดฟัดไฟยังเสริมสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับภาษาอังกฤษให้กับผู้ชม ทั้งในเรื่องความรู้เรื่องสำนวนและคำศัพท์

แต่แบบทดสอบในส่วนวัดความรู้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันกลุ่มตัวอย่างทำได้น้อย ซึ่งสาเหตุที่ทำได้น้อย อาจเป็นเพราะหลักสูตรในโรงเรียนหรือในมหาวิทยาลัยมีการสอนความรู้ ภาษาอังกฤษเพื่อให้นักเรียน นักศึกษานำไปใช้สื่อสารในชีวิตประจำวันได้น้อย อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างเองยังไม่มีความมั่นใจในการพูดหรือสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ เมื่อได้ฟังความรู้ภาษาอังกฤษที่ นำไปใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน ผู้ฟังก็จะเพียงรับฟัง แต่ขาดการนำไปใช้ หรือฝึกปฏิบัติ จากแบบสอบถามในส่วนที่วัดพฤติกรรมในการเล่นเกมและเข้าแคมป์ภาษาอังกฤษยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมกับทางรายการน้อย จึงทำให้ขาดการสื่อสารสองทาง เมื่อกลุ่มตัวอย่างวางตัว เป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว การฝึกฝนทักษะในการพูดเพื่อนำไปสื่อสารในชีวิตประจำวันก็แทบ จะไม่เกิดขึ้น จึงทำให้สาระความรู้ที่รายการเรดิโอ ในพร็อบเบิ้ลส์นำเสนอเพื่อให้นักเรียนสามารถ นำไปใช้ประโยชน์ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันขาดการนำไปใช้ ขาดการจดจำ ในที่สุดความรู้ ที่ได้รับฟังก็จะค่อยๆลบล้างหายไป อย่างไรก็ตามเมื่อพูดถึงระดับความรู้ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม แล้ว พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้ปานกลาง และพฤติกรรมมารับฟังรายการของกลุ่มตัวอย่าง ก็มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ภาษาอังกฤษด้วย ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจากว่ารายการเรดิโอ ในพร็อบเบิ้ลส์มีรูปแบบการนำเสนอความรู้ภาษาอังกฤษผสมผสานไปกับความบันเทิง หรือเรียกว่านำเสนอในรูปแบบเอดูเทนเมนต์ จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเรียนรู้ภาษาอังกฤษได้โดยไม่รู้ สึกเบื่อหน่าย เช่น นำบทเพลงภาษาอังกฤษที่ได้รับความนิยมมาเป็นสื่อกลางในการสอนทักษะ การแปลให้กับผู้ฟัง หรือการให้ผู้เข้าแข่งขันเกมภาษาอังกฤษได้ฝึกทักษะภาษาอังกฤษผ่านการเล่น เกม โดยเกมที่นำมาเล่นนั้นจะไม่ยากเกินไป ทั้งนี้เพื่อไม่ให้ผู้เข้าแข่งขันรู้สึกท้อว่าภาษาอังกฤษยาก เกินไป แต่ตรงกันข้ามรายการจะพยายามทำให้ผู้เข้าแข่งขันและผู้รับฟังรายการอยู่รู้สึกที่ภาษาอังกฤษง่าย เกมนี้ใครก็เล่นได้ ทั้งนี้เพื่อดึงดูดให้ผู้ฟังอยู่อยากเข้าร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับ ทางรายการบ้าง และขณะเดียวกันผู้ที่เคยเข้าแข่งขันก็รู้สึกสนุกและอยากที่จะร่วมเล่นเกมกับทาง รายการอีก นอกจากนี้ช่วง English Problems ยังเป็นการนำเสนอความรู้ภาษาอังกฤษและหา คำตอบเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษให้กับผู้ฟัง โดยนำเสนอเป็นตอนสั้นๆ แทรกระหว่างการเปิด

เพลงอีกด้วย จึงทำให้ผู้ฟังได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษ โดยที่ไม่รู้สึกว่เนื้อหาที่น่าเสนอหนักเกินไป และ ไม่เป็นการยึดเย็ดความรู้ให้กับผู้ฟัง แต่กลับเป็นการให้ทีละน้อย และให้ผู้ฟังค่อยๆ ซึมซับความรู้ ที่รายการนำเสนอไปเรื่อยๆ ขณะเดียวกันก็นำเสนอความบันเทิงในรูปแบบเสียงดนตรีและเสียงเพลง ควบคู่ไปด้วย เพื่อไม่ให้ผู้ฟังรู้สึกเบื่อหน่าย ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ผู้ฟังเรียนรู้ภาษาอังกฤษที่น่าเสนอ ผ่านรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มได้เต็มที่ จึงกล่าวได้ว่ารายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มมีบทบาท ต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

จากที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยดังนี้

อรทัย สีสันติสุข ( 2528 ) กล่าวว่า ภาษาอังกฤษประเภทสาระบันเทิงหรือเอดูเทนเมนต์ มีประโยชน์ในการส่งเสริมความรู้ให้แก่ผู้ชมในวงกว้างได้ดี

ทีปวิท พงศ์ไพบูลย์ ( 2533 ) พบว่าการจัดรายการเพื่อความรู้มีแนวโน้มที่จะมีรูปแบบ และวิธีการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะมีการนำเสนอในรูปแบบของความบันเทิงเข้ามาผสม เพื่อให้รายการดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าการเลือกเปิดรับสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หรือ สื่อสิ่งพิมพ์ที่น่าเสนอความรู้ภาษาอังกฤษ ต่างล้วนมีบทบาทให้การเพิ่มพูนทักษะความรู้ภาษาอังกฤษให้กับผู้รับสาร ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับ ระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้รับสาร เช่นเดียวกับการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มที่ทำให้ กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้ภาษาอังกฤษและความบันเทิงจากรายการไปพร้อมๆ กัน ทั้งยังจด จำนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้เรียนรู้ผ่านรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มที่น่า เสนอในรูปแบบเอดูเทนเมนต์ ไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

## **สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง**

จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มมีความสัมพันธ์ เชิงบวกกับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไป ตามสมมติฐานข้อที่ 2 ( ตารางที่ 15 )

กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความถี่และมีระยะเวลาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มสูง กลุ่มตัวอย่างก็จะมีทัศนคติต่อภาษาอังกฤษในทางที่ดี ในทางตรงกันข้าม เมื่อกลุ่มตัวอย่าง มีความถี่และมีระยะเวลาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มต่ำ กลุ่มตัวอย่างก็จะมี ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษในทางที่ไม่ดี



จากการวิเคราะห์ผลพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อภาษาอังกฤษ และที่มีทัศนคติที่เป็นกลาง ไม่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เป็นลบต่อภาษาอังกฤษเลย ซึ่งสาเหตุที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะว่าบุคคลมักจะมีการเปิดรับข่าวสารที่สอดคล้องหรือสนับสนุนทัศนคติ หรือ ความสนใจเดิมของตนที่มีอยู่แล้ว และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกลึกตน เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่ลงรอยกับความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมของตน จะก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ ( พีระ จิโรโสภณ 2535 ) ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิม มีความสนใจและมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษอยู่แล้ว เมื่อเป็นเช่นนั้นจึงเลือกที่จะรับฟังรายการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษ เช่น เปิดเพลงสากล หรือเปิดทั้งเพลงไทยและเพลงสากล นำเสนอความรู้ภาษาอังกฤษ ผู้ดำเนินรายการพูดภาษาอังกฤษเป็นต้น รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิม เป็นอีกรายการหนึ่งที่มีรูปแบบการนำเสนอผสมผสานภาษาอังกฤษควบคู่ไปกับภาษาไทย นอกจากนี้ยังมีความโดดเด่นในด้านการให้ความรู้ภาษาอังกฤษกับผู้ฟัง และมุ่งให้ผู้ฟังได้ฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นจุดเด่นที่แตกต่างจากรายการวิทยุรายการอื่นที่นำเสนอในปัจจุบันอย่างชัดเจน และนี่ก็เป็นอีกเหตุผลที่ทำให้ผู้ที่รักและสนใจภาษาอังกฤษเลือกที่จะติดตามรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิม เมื่อกลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารหรือข้อมูลที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิมและความสนใจของตนแล้ว จึงเป็นเหมือนแรงเสริมย้าให้กลุ่มตัวอย่างเกิดทัศนคติที่ดีต่อเรื่องราวหรือข้อมูลข่าวสารนั้นๆมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้าม กลุ่มตัวอย่างก็จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติเดิม และไม่ตรงหรือไม่สอดคล้องกับความสนใจที่ตนมีอยู่ จึงทำให้ผู้ที่ไม่ชอบหรือไม่สนใจภาษาอังกฤษ หลีกเลี่ยงที่จะรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิม และตัดสินใจเลือกรับฟังเพลงจากรายการอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษแทน ด้วยเหตุนี้จึงไม่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงลบต่อภาษาอังกฤษเลย

อีกทั้งยังพบว่าบุคคลจะมีทัศนคติดีต่อสิ่งของที่สามารช่วยใหบุคคลนั้นมีโอกาสตอบสนองความต้องการของตนได้ ( ธงชัย สันติวงษ์ . 2539 :166) จากการศึกษพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าภาษาอังกฤษมีความสำคัญมากในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้กลุ่มตัวอย่างจึงต้องการเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น แต่การเรียนในภาษาอังกฤษในโรงเรียนจะแตกต่างจากการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิม เพราะการเรียนในโรงเรียนอาจารย์จะมุ่งให้ความรู้เพียงอย่างเดียว จึงทำให้เนื้อหาสาระที่ส่งไปยังผู้รับสารหนักเกินไป ทำให้ผู้รับสารเกิดความเบื่อหน่าย และมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อภาษาอังกฤษ แต่รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิมนำเสนอทั้งสาระและความบันเทิงควบคู่กันไป ดังนั้นรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิมจึงเป็นทางเลือกที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้ภาษาอังกฤษได้สนุกมากขึ้น และไม่เบื่อหน่ายที่จะเรียนรู้ภาษาอังกฤษจากทางรายการ ซึ่งเป็นผลให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ

นอกจากนี้ขนาดของปริมาณข่าวสารและแหล่งที่มาของข่าวสารที่บุคคลได้รับก็มีผลต่อทัศนคติต่อข่าวสารของบุคคลด้วย ( ธงชัย สันติวงษ์ . 2539 :166) ดังนั้นเมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความถี่และมีระยะเวลาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มสูง ก็จะทำให้ผู้ฟังมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้นด้วย อีกทั้งแหล่งของข้อมูลข่าวสารก็มีความน่าเชื่อถือ เพราะทางรายการจะให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษมานำเสนอความรู้และตอบปัญหาภาษาอังกฤษให้กับผู้ฟัง และมีวิธีการนำเสนอที่ง่ายต่อความเข้าใจ ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่รู้สึกลัวว่าภาษาอังกฤษเป็นเรื่องที่ยาก ก็ยิ่งช่วยเสริมให้กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร ( 2542 ) ศึกษาเรื่อง ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวังและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังจากการฟังรายการเนชั่นจูเนียร์ อินเทอร์เน็ตที่ฟ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเป็นบวกมากต่อรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเทอร์เน็ตที่ฟ ในด้านเป็นรายการที่ส่งเสริมให้ชอบภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น เป็นรายการที่ช่วยให้มีความกระตือรือร้นในการเรียนภาษาอังกฤษ เป็นรายการที่ให้ความกระจ่างเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และเป็นรายการที่ทำให้มีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อภาษาอังกฤษ

เกศริน พนารังสรรค์ ( 2543 ) ศึกษาเรื่องผลของเพลงสอนภาษาอังกฤษที่มีต่อทัศนคติ การแสวงหาความรู้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง พบว่าผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มมีการเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทางที่ดีขึ้นเกี่ยวกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษ หลังจากที่ได้รับฟังเพลงสอนภาษาอังกฤษ

จึงแสดงให้เห็นว่า สื่อที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไปมีผลต่อทัศนคติต่อข่าวสารที่ผู้รับสารได้ เช่นเดียวกับการการเปิดรับสื่อที่แสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมมารับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟัง ทั้งนี้เพราะทางรายการพยายามมุ่งเน้นให้ภาษาอังกฤษเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้ฟัง และพยายามทำให้ผู้ฟังรู้สึกว่ภาษาอังกฤษสามารถเรียนรู้ได้ ไม่ยากเกินไป จึงทำให้ผู้ฟังมีทัศนคติที่ดีต่อภาษาอังกฤษ

### สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มมีความสัมพันธ์กับการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 ( ตารางที่ 16 )

กล่าวคือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความถี่และมีระยะเวลาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิมสูง กลุ่มตัวอย่างก็จะมี การนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากรายการไปใช้ประโยชน์ได้สูงด้วย ในทางตรงกันข้าม เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความถี่และมีระยะเวลาในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิมต่ำ กลุ่มตัวอย่างก็จะมี การนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากรายการไปใช้ประโยชน์ได้น้อย

จากการวิเคราะห์ผล พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ในระดับปานกลาง โดยรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิมทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น และยังทำให้กลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ของ Maslow ( Philip Kotler and Gary Armstrong ,2002 : 99 ) ที่ว่า มนุษย์มีความต้องการเริ่มจากสิ่งที่จำเป็นสูงสุดที่ขาดไม่ได้ ไปจนถึงความต้องการทางด้านจิตใจ ซึ่งความต้องการของมนุษย์มีทั้งหมด 5 ประการด้วยกัน แต่สำหรับการเรียนรู้และการนำภาษาอังกฤษไปใช้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างนั้นจัดอยู่ในความต้องการระดับที่ 4 คือ เป็นความต้องการมีเกียรติและศักดิ์ศรี ( Self Esteem ) และการมีความรู้ภาษาอังกฤษ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นด้านการเรียนหรือด้านการงานได้ ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับการยกย่องชื่นชมจากบุคคลอื่น เช่น เพื่อน อาจารย์ หรือหัวหน้างาน ยกตัวอย่างเช่น เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษาอังกฤษมากขึ้น เมื่อนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ในการสอบและทำได้ดีคะแนนดี ก็จะได้รับ การชื่นชมจากเพื่อนและอาจารย์ รวมถึงทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกภาคภูมิใจในตัวเองด้วย หรือ เมื่อกลุ่มตัวอย่างนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน ก็จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถที่โดดเด่นกว่าบุคคลอื่น คือ สามารถทำงานที่เกี่ยวข้องกับภาษาอังกฤษได้ และทำให้กลุ่มตัวอย่างมีโอกาสในการทำงานมากกว่าบุคคลอื่น

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Tan ( 1986 : 233 ) เกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจว่า บุคคลมีความต้องการด้านความรู้ ( Cognitive Needs ) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะได้รับข้อมูลข่าวสาร ความรู้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

และสอดคล้องกับงานวิจัยดังต่อไปนี้

บุษราคม เอี่ยมอำไพ (2540) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารจากสถานีวิทยุ จส. 100 และการเป็นสมาชิก จส.100 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้ประโยชน์จากข่าวสารที่ได้รับ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง

จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร ( 2542 ) ศึกษาเรื่อง ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวัง และการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังจากการฟังรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ฟังรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟ นำความรู้ที่ได้รับจากรายการไปใช้ประโยชน์ได้จริงในระดับปาน

กลาง โดยนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสร้างความกระตือรือร้นในการพัฒนาภาษาอังกฤษของตนให้ดียิ่งขึ้น

นุจรี ดวงแก้ว ( 2542 ) ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในรายการ 95.5 FMX ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพฯ พบว่าพฤติกรรมการรับฟังรายการเพลง 95.5 FMX มีความสัมพันธ์กับประโยชน์ที่ได้รับจากการรับฟังรายการ โดยผู้ฟังจะได้รับความรู้ด้านทักษะภาษาอังกฤษไปในตัว และนำประโยชน์ด้านภาษาอังกฤษไปประยุกต์ใช้กับการเรียนและฝึกฝนเตรียมความพร้อมในการทำงานในอนาคต

เสาวณี ชินนาลอง ( 2543 ) ศึกษาเรื่องการสอนภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ในรายการฟุตบอลฟอไฟ พบว่าผู้ชมรายการฟุตบอลฟอไฟมีการนำความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากรายการไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน

อย่างไรก็ตามจากการศึกษา ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างยังไม่มีความกล้าในการสื่อสารกับชาวต่างประเทศที่พูดภาษาอังกฤษ และไม่มีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นผลเชิงลบที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมาย และสาเหตุที่เกิดผลเช่นนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมภาษาอังกฤษกับทางรายการเลย ไม่ว่าจะ เป็นกิจกรรมการแข่งขันภาษาอังกฤษ หรือเข้าร่วมแคมป์ฝึกฝนภาษาอังกฤษ เมื่อกลุ่มตัวอย่างไม่มีส่วนร่วมกับทางรายการวางตัวเป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว การสื่อสารสองทางจึงไม่เกิดขึ้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างขาดโอกาสที่จะได้ฝึกฝนทักษะในการพูดภาษาอังกฤษ และขาดความมั่นใจในการสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษ จากการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างมักวางตัวเป็นผู้รับสารเพียงอย่างเดียว คือ กลุ่มตัวอย่างหลายท่านอยากจะลองเข้าไปเล่นเกมภาษาอังกฤษกับทางรายการเช่นกัน แต่ไม่มีความมั่นใจในความรู้ภาษาอังกฤษของตน และอายถ้าทำคะแนนได้น้อย หรือตอบไม่ถูก กลุ่มตัวอย่างบางท่านก็บอกว่าเคยพยายามโทรเข้าไปร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับทางรายการหลายครั้ง แต่สายไม่เคยว่าง ทำให้ขาดโอกาสในการฝึกฝนทักษะภาษาอังกฤษในกิจกรรมที่ทางรายการได้จัดขึ้น ในที่สุดจึงไม่คิดจะโทรเข้าไปอีก เพราะคิดว่าคงไม่มีโอกาสได้เข้าไปเล่นเกมแน่นอน บางท่านสนใจจะเข้าร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษ แต่ไม่เคยโทรศัพท์ไปร่วมเล่นเกมได้เลย เมื่อเข้าไปเล่นเกมไม่ได้ จึงไม่มีสิทธิ์ที่จะไปร่วมแคมป์ภาษาอังกฤษได้ เพราะรายการกำหนดให้ผู้ที่จะชนะในการเล่นเกมนั้น จึงจะมีสิทธิ์เข้าร่วมแคมป์ภาษาอังกฤษได้ เมื่อโอกาสที่จะทำให้กลุ่มตัวอย่างมีการสื่อสารสองทางกับทางรายการมีจำกัด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงเลือกที่จะวางตัวเป็นผู้ฟังเพียงอย่างเดียว อย่างไรก็ตามปัญหาดังกล่าวสามารถแก้ไขให้ดีขึ้นได้โดยทางรายการเรดิโอ โนฟร็อบเบลล์มต้องให้ความร่วมมือ ในการเพิ่มคู่สายโทรศัพท์ให้มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสให้บุคคลอื่นได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับทางรายการได้มากขึ้น หรือกำหนดเกณฑ์ในการเข้าร่วมแคมป์ภาษาให้ง่ายขึ้น หรือใช้วิธีอื่นเพิ่มเติม นอกเหนือจากการโทรศัพท์เข้าไปเล่นเกม

แข่งขันกัน เช่น อาจจะทำให้ผู้ฟังเขียนเรียงความเป็นภาษาอังกฤษในหัวข้อง่าย ๆ ที่เชื่อมโยงกับรายการและแนวคิดของแคมป์ภาษาอังกฤษที่กำลังจะจัดขึ้น ทั้งนี้เพื่อขยายโอกาสให้กับผู้ที่โทรศัพท์ไม่ติด ได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมกับทางรายการได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการนำความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษจากทางรายการไปใช้ประโยชน์ในระดับต่ำ รองลงมาจากระดับปานกลาง จากการสังเกตการณ์ในฐานะผู้ฟังคนหนึ่งและจากการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในระหว่างที่ไปเก็บข้อมูลพบว่า เนื้อหาความรู้ที่นำเสนอ นั้น ยังไม่สอดคล้องกับความสนใจหรือความต้องการของกลุ่มตัวอย่างบางกลุ่ม ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นเพราะรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลมีช่องทางการสื่อสารเพียงช่องทางเดียวที่จะเปิดรับปัญหาภาษาอังกฤษจากผู้ฟัง นั่นก็คือทางเว็บไซต์ โดยให้ผู้ฟังเข้าไปโพสต์ถึงปัญหาที่ยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษ เพื่อที่ทางรายการจะได้ไปสอบถามคำตอบจากผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญและหาคำตอบมาให้ผู้ฟัง จากนั้นก็นำมาเสนอในรายการ แต่ช่องทางการสื่อสารโดยใช้อินเทอร์เน็ตยังมีข้อจำกัดอยู่มาก เพราะผู้ฟังบางท่านที่สนใจอยากรู้ภาษาอังกฤษแต่ที่บ้านไม่มีคอมพิวเตอร์ หรือนักเรียน นักศึกษาบางท่านที่เป็นผู้ฟังของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ล ก็ไม่มีคอมพิวเตอร์ใช้ ต้องไปใช้ที่โรงเรียนหรือที่มหาวิทยาลัย ซึ่งยังมีจำนวนไม่เพียงพอกับความต้องการ แม้ว่าทุกวันนี้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นมากขึ้น เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุค Information Technology ก็ตาม ทำให้ผู้ฟังบางกลุ่มขาดโอกาสที่จะไปแสดงความคิดเห็นว่าตนสนใจอยากรู้เรื่องอะไร หรือมีข้อข้องใจในเรื่องใดเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษ

นอกจากนี้ยังมีข้อสังเกตอีกอย่างหนึ่งว่า เมื่อมีบางครัวเรือนเท่านั้นที่มีคอมพิวเตอร์ใช้ ดังนั้นการที่ผู้ฟังจะไปใช้อินเทอร์เน็ตตามร้านที่ให้บริการอินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการไปใช้ที่โรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เพื่อไปโพสต์ข้อข้องใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษของตน ก็จะเป็นการลงแรงมากกว่าผลตอบแทนที่จะได้รับ ทำให้บุคคลไม่ต้องการใช้ช่องทางนั้นในการแสวงหาข่าวสารอีกต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Charles Atkin ( 1973, อ้างถึงใน พิระ จิโรโสภณ ) เพราะเมื่อโพสต์เข้าไปแล้ว ก็ยังไม่ทราบกำหนดที่แน่นอนว่าทางรายการจะนำคำตอบมานำเสนอในช่วงไหน หรือเวลาใด ซึ่งถ้ารายการนำคำตอบไปนำเสนอในช่วงที่ผู้ที่โพสต์ถามไม่ได้ฟัง ก็เท่ากับว่าบุคคลนั้นไม่ได้รับคำตอบที่ตนอยากรู้ ดังนั้นรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลควรจัดให้มีช่องทางอื่นเพิ่มเติมนอกเหนือจากการเข้าไปโพสต์คำถามในเว็บไซต์ของรายการ และช่องทางใหม่ควรเป็นช่องทางที่สามารถสื่อสารตอบโต้ได้ทันที เพื่อที่ผู้ถามจะได้ทราบคำตอบที่ตนสงสัย และมีความเข้าใจในภาษาอังกฤษมากยิ่งขึ้น โดยช่องทางใหม่อาจจะใช้การโทรศัพท์เข้าไปถาม โดยทางรายการอาจจะจัดให้มีพนักงานคอยดูแล และติดต่อประสานไปยังผู้รู้ เพื่อหาคำตอบให้กับผู้ฟัง ได้ทันที และจะทำให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์จากการรับฟังรายการมากยิ่งขึ้น และจะสามารถนำความรู้ความ

เข้าใจ และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับจากทางรายการไปใช้ประโยชน์ได้เต็มที่ เพราะสิ่งที่นำเสนอมีความสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของผู้ฟัง

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. สถาบันการศึกษา และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ต้องการฝึกฝนความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษให้กับนิสิต นักศึกษา หรือบุคลากรในหน่วยงาน ควรนำแนวคิดการสอนในรูปแบบเอดูเทนเมนต์ ซึ่งให้ความรู้ควบคู่ไปกับการให้ความบันเทิง ไปใช้เป็นแนวทางในการสอน และการพัฒนาความรู้ให้กับนิสิต นักศึกษา หรือบุคลากร เพราะจากการศึกษาวิจัย ได้ชี้ให้เห็นแล้วว่า การนำเสนอความรู้ในรูปแบบเอดูเทนเมนต์มีบทบาทในการพัฒนาทักษะความรู้ของผู้รับสาร เช่นเดียวกันที่รายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์มีบทบาทต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง
2. ผู้ผลิตรายการวิทยุควรเล็งเห็นความสำคัญของการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและสาระความรู้ในรูปแบบผสมผสานระหว่างความรู้และความบันเทิง หรือในรูปแบบเอดูเทนเมนต์มากขึ้น เพราะการนำเสนอในรูปแบบนี้มีศักยภาพในการพัฒนาความรู้ ความคิด และทัศนคติของผู้รับสารได้อย่างดี นอกจากนี้ยังทำให้ผู้รับสารได้รับทั้งประโยชน์ในด้านสาระความรู้และความบันเทิงไปพร้อมๆ กัน ดังที่ผลการศึกษาวิจัยเรื่องบทบาทของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลล์ได้แสดงให้เห็นแล้ว นอกจากนี้หากผู้ผลิตรายการวิทยุนำรูปแบบเอดูเทนเมนต์ไปประยุกต์หรือปรับใช้กับรายการที่มุ่งให้ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว ก็จะทำให้มันมีประโยชน์ มีสาระมากยิ่งขึ้น และทำให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์มากขึ้นด้วย เพราะได้รับทั้งความรู้และความบันเทิง ที่สำคัญยังทำให้บริษัทที่ผลิตรายการและรายการมีภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นด้วย
3. ปัจจุบันสื่อวิทยุเป็นสื่อการสอนที่มีความจำเป็น และมีความสำคัญ เนื่องจากสื่อวิทยุสามารถให้ความรู้แก่ผู้ที่ไม่รู้หนังสือได้ เพราะวิทยุอาศัยเพียงทักษะในการฟังในการรับรู้ข่าวสาร ไม่จำเป็นต้องอ่านออกเขียนได้ ก็สามารถเข้าใจเรื่องราวที่นำเสนอผ่านรายการทางวิทยุได้ นอกจากนี้การนำเสนอรายการเพื่อการศึกษาทางวิทยุยังมีความจำเป็นในสังคมไทย เพราะสื่อวิทยุสามารถส่งสัญญาณไปได้ไกล และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง สมกับที่เป็นสื่อสารมวลชน ดังนั้นสื่อวิทยุจึงเป็นสื่อเดียวที่จะเข้าถึงกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในถิ่นทุรกันดาร ที่ยังขาดโอกาสในการเรียนหนังสือ การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตสื่อวิทยุเพื่อการเรียนการสอนให้เหมาะสมมากขึ้น และมีเนื้อหาสาระที่ไม่หนักเกินไป เพื่อให้ผู้ฟังรู้สึกสนุกที่จะฟัง และเข้าใจสิ่งที่นำเสนอได้ง่ายยิ่งขึ้น ที่สำคัญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อวิทยุเพื่อการศึกษาควรเล็งเห็นคุณค่า ประโยชน์และความสำคัญของการผสมผสานสาระความรู้

ควบคู่กับความบันเทิง เพื่อจะได้กำหนดเป็นนโยบายหรือรูปแบบในผลิตสื่อเพื่อการเรียนการสอน  
ให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

1. ควรมีขยายกลุ่มเป้าหมายในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป หรือ กำหนดกลุ่มตัวอย่างให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มตัวอย่างในวัยเริ่มทำงาน และในมัธยมศึกษาตอนปลาย เพราะทั้งสองกลุ่มนี้ก็เป็นอีกกลุ่มเป้าหมายของรายการเช่นกัน และควรศึกษาเพิ่มเติมด้วยว่า คนที่อยู่ในกลุ่มวัยทำงาน นักศึกษา และนักเรียนระดับมัธยมตอนปลาย มีพฤติกรรมการรับฟัง ระดับความรู้ ทักษะคิดต่อภาษาอังกฤษและการนำความรู้และทักษะภาษาอังกฤษไปใช้ ประโยชน์แตกต่างกันหรือไม่
2. ควรศึกษาวิจัยพฤติกรรมการรับฟังรายการ และผลที่เกิดขึ้นกับผู้ฟังที่เป็น active audience เพราะคนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่มีความกระตือรือร้นในการร่วมกิจกรรมกับทางรายการสูงกว่ากลุ่มผู้ฟังทั่วไปที่มักจะได้รับฟังเพียงอย่างเดียว และไม่ได้มีส่วนร่วมกับทางรายการ
3. ควรมีการออกแบบสอบถามให้ละเอียดและเจาะลึกยิ่งขึ้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป เช่น สอบถามความต้องการของผู้ฟังเกี่ยวกับเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ ว่าทางรายการควรมีการนำเสนอสาระความรู้ภาษาอังกฤษในด้านใด รูปแบบใด และแตกต่างจากที่นำเสนอในปัจจุบันอย่างไร จึงจะสร้างความน่าสนใจให้แก่ผู้ฟังมากที่สุด เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้รับมาปรับปรุงรูปแบบรายการและวิธีการนำเสนอของรายการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ฟัง
4. ควรมีการศึกษาวิจัยในแง่ของการวิเคราะห์เนื้อหาของรายการและรูปแบบในการนำเสนอว่าเป็นเช่นไร มีจุดเด่นอะไรบ้าง และเนื้อหาในแต่ละส่วนมีผลต่อผู้ฟังอย่างไร โดยทำการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ
5. ควรมีการศึกษาเพื่อวัดผลที่เกิดกับกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อวัดระดับความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มตัวอย่างที่รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลเอ็ม กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้รับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบิ้ลเอ็มว่าทั้งสองกลุ่มมีระดับความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษแตกต่างกันหรือไม่ และแตกต่างกันอย่างไร

## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

- เกศริน พนารังสรรค์. 2541. ผลของเพลงภาษาอังกฤษที่มีต่อทัศนคติ การแสวงหาความรู้ ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ฟัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จระไน แกลโกศล. 2536. พฤติกรรมการรับฟังวิทยุของชาวกรุงเทพมหานคร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฑาทิพย์ อัครวิเชียร. 2542. ทักษะการสื่อสาร ความคาดหวัง และการใช้ประโยชน์ของผู้ฟังรายการเนชั่น จูเนียร์ อินเตอร์แอคทีฟ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุมพล รอดคำดี. 2532. สื่อสารมวลชนเพื่อการพัฒนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูดามา ปุณห์นิทานนท์. 2541. การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการฟังรายการเรดิโอไนฟร็อบเบิ้ลล์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นเอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชม ภูมิภาค. 2516. หลักการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ธิติมา อุ่นเมตตาคิจิต. 2541. การใช้ประโยชน์จากรายการฟุตบอลไฟกับแสงชัย สุนทรวัฒน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุจรี ดวงแก้ว .2542 . ความพึงพอใจและประโยชน์ที่ได้รับจากการฟังรายการ 95.5 FMX ของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



บุษราคัม เขียมอำไพ. 2540. ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารสถานีวิทยุ จส.100 และการเป็นสมาชิก จส.100. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ประมะ สตะเวทิน. 2540 . หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9 . กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2520. การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล. 2541. เอดูเทนเมนต์ : กลยุทธ์การใช้สื่อสารมวลชนเพื่อการพัฒนา. วารสารนิเทศศาสตร์ 16. เมษายน – มิถุนายน.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. 2535. การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พสุ ชัยเวฬุ. 2541. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดชมข่าวสารทางการเมืองทางโทรทัศน์ของกลุ่มนักศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พีระ จิระโสภณ . 2532. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

รัตนา ภัทรธนาการต์. 2539. ปัจจัยที่ทำให้นิสิตนักศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานครสนใจรับฟังรายการกรีนเวฟ คลื่นเอฟเอ็ม 104.5 เมกะเฮิร์ตซ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รุ่งนภา พิตรปรีชา. 2535. เอกสารการสอนชุดวิชา13421 งานสำนักงานและการประชาสัมพันธ์สาขาวิชาศิลปศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 1. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

วลัยลักษณ์ เศรษฐฤทธิ์. 2539. รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุ เจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสาร

วัยรุ่นของบริษัทเอ ไทมี มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญา  
มหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิเชียร เกตุสิงห์. 2541. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. พิมพ์ครั้งที่ 3 . กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2537. การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ : ดวงกมล.

ศุภนิത്യ วงศ์ทางสวัสดิ์. 2542. การใช้ประโยชน์จากหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ สติวเด้นวิคลี  
และเนชั่น จูเนียร์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. 2533 . การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร :  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสาวณี ชินนาลอง. 2543. การสอนภาษาอังกฤษทางโทรทัศน์ในรายการฟูดฟอโฟ. วิทยา  
นิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรวรรณ วิจักขณะ. 2534. การเปิดรับและการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนของนิสิตนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. คณะนิเทศ  
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาษาอังกฤษ

All port. 1935. A Handbook of Social Psychology. Worcester:Clark University Press.

Atkin , Charles K. 1973. Anticipated Communication and Mass Media International Seeking Public Opinion. Quarterly, New York : Free Press.

Defleur. 1966. Theories of Mass Communication , New York : David McKay.

Dennis McQuail. 1992 . Mass Communication Theory An Introduction. Publications London, Newbury Park, Beverly Hills, New Delhi : Sage.

Festinger Cited in Read Hadley. 1991 : Communication : Method for all media , Urbana.

Katz, Wilbur. 1973 . Channels and Audiences in Handbook of Communication, Chicago : Rand McNelly Colledge Publishing Company.

Katz, Elihu and Lazarfeld, Paul F.1955 . Personal Influences : The Part played by people in the flow of communicartion. New York : The Free Press , A decision of Mac millan Publishing.

Klapper, Joseph. 1960 . The Effect of Mass Communication. New York : Free Press.

Lasswell, Harold D. 1948. The Structure and Function of Communication in Society,

Lawrence A. Werner. 1983 ,The Nature of New Gratifications. Media Gratifications Research : Curent Perspective. Beverly Hill, Sage.

McQuail , Dennis and Sven Windahl. 1981 . Communication Models. New York : Longman.

Norman, Mun L. 1971 .Introduction to Psychology .Boston : Houhton Muffin.

Palmgreen, P. Wenner,L.A. Rayburn , J.D. 1981. Gratification Discrepancies and News Program Choice : Communication Research.

Rogers, Everette M. 1978. Communication Channels. Handbook of Communication.  
Chicago : Rand McNelly.

Rosenberg, Milton J. and Hovland , Carl I. 1960 .Attitude Organization and Change.  
New Harven, Yale University Press.

Schramm,Wilbur.1973. Channels and Audiences in Handbook of Communication.  
Chicago: Rand McNelly College Publishing Company.

Zimbardo, Philip G. , Ebbe and Maslach Christina . 1977. Influencing Attitude and Changing Behavior. London.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ภาคผนวก ก

### ข้อมูลเกี่ยวกับรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้ม คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์

#### ความเป็นมาของรายการ

รายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มเป็นรายการที่ผลิตโดยบริษัท เอ ไทยมีเดีย จำกัด ซึ่งเป็นอีกหนึ่งบริษัทในเครือแกรมมี่ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน) เริ่มออกอากาศครั้งแรกในปี พ.ศ.2535 ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์ แต่เดิมรายการนี้เกิดจากแนวคิดที่ว่า เมื่อคนเรามีปัญหาหรือมีข้อสงสัยในเรื่องต่างๆ แต่ไม่ทราบว่าจะสามารถหาคำตอบได้ที่ไหนหรือจากใคร รายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มจึงเกิดขึ้น เพื่อช่วยค้นหาคำตอบในทุกเรื่องราวให้กับผู้ฟัง ต่อมาในปี พ.ศ. 2541 รูปแบบในการนำเสนอของรายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มได้เปลี่ยนไป เมื่อโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิต ภาษาอังกฤษก็ยิ่งทวีความสำคัญมากยิ่งขึ้น และในขณะนั้นยังไม่มีคลื่นความถี่ใดนำเสนอรายการในรูปแบบผสมผสานเพลงไทยและเพลงสากลไว้ด้วยกัน รายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มจึงเป็นรายการแรกที่น่าเสนอทั้งเพลงไทยและเพลงสากล ภายใต้แนวคิดที่ว่า รายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้ม your Thai and international station ขณะเดียวกันก็ยังคงแนวคิดในการตอบปัญหาเรื่องต่างๆ ให้กับผู้ฟัง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ฟังได้รับความรู้และหายข้องใจในเรื่องต่างๆ ไปด้วย เพียงแต่ลดความถี่ในการตอบปัญหาของผู้ฟังลง และเพิ่มช่วงรายการเกี่ยวกับการฝึกฝนทักษะและความรู้ภาษาอังกฤษขึ้นมา เมื่อแนวคิดของรายการเปลี่ยนไป ลักษณะการดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการหรือดีเจก็เปลี่ยนไปด้วย โดยดีเจจะต้องสามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ทั้งนี้เพราะรายการมีเป้าหมายในการนำเสนอที่ชัดเจนและยังมุ่งให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์ทั้งในรูปแบบบันเทิงผ่านเสียงเพลง และประโยชน์ในการในการฝึกฝนภาษาอังกฤษผ่านเสียงเพลง และจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในด้านทักษะการฟัง การพูด นอกจากนี้ยังรวมไปถึงความรู้ทั้งในเรื่องคำศัพท์ และบทสนทนาที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ส่วนการมุ่งฝึกฝนให้ผู้ฟังได้เกิดทักษะการแปล เพิ่งจะเกิดขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา จากรูปแบบรายการที่เปลี่ยนไป ทำให้รายการเรดิโอโนพรีอบเบลิ้มได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบันและได้รับการตอบรับจากผู้ฟังเป็นอย่างดี

## รูปแบบรายการ

รายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลมีรูปแบบในการนำเสนอทั้งเพลงไทยและเพลงสากลตามแนวคิด your Thai and international station ขณะเดียวกันก็นำเสนอความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษควบคู่ไปกับการนำเสนอเพลงเพื่อความบันเทิง โดยมุ่งหวังให้ผู้ฟังได้รับประโยชน์สูงสุดจากการฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ล บนคลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 88.0 เมกะเฮิรตซ์

## วันและเวลาในการออกอากาศ

ทุกวัน เวลา 05.00-02.00 น.

## กลุ่มเป้าหมาย

วัยรุ่นทั้งหญิงและชาย อายุ 18-25 ปี กลุ่มนักเรียน นักศึกษา รวมไปถึงกลุ่มคนทำงาน และผู้ใหญ่ที่มีความทันสมัย

## วัตถุประสงค์ของรายการ

1. เพื่อให้สาระ ความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษควบคู่ไปความบันเทิงจากเสียงเพลงแก่ผู้ฟัง
2. เพื่อตอบปัญหาภาษาอังกฤษที่ผู้ฟังข้องใจ
3. เพื่อเป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข่าวสารของมหาวิทยาลัยต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชน
4. เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์กับมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยจัดคอนเสิร์ต Music go to you เวียนไปตามมหาวิทยาลัยต่างๆ ตามคำเรียกร้อง
5. เพื่อส่งเสริมให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่าของการออกกำลังกาย โดยจัดกิจกรรมการแข่งขันกีฬา No Problem Game

## ช่วงต่างๆที่นำเสนอในรายการ

1. Music go to you

2. VIP Request
3. English Problem
4. Hook Hit Hit
5. U center
6. English activity

### แผนผังการดำเนินรายการของดีเจในแต่ละวัน

#### วันจันทร์ – วันศุกร์

05.00-07.00	ดีเจเหมียว
08.00-11.00	ดีเจภูวดดี
11.00-14.00	ดีเจอเลกซ์
14.00-17.00	ดีเจเฟียส
17.00-21.00	ดีเจพีเค
21.00-24.00	ดีเจวิลลี่
24.00-02.00	ดีเจแก๊ง

#### วันเสาร์ - วันอาทิตย์

05.00-07.00	ดีเจนิค
08.00-11.00	ดีเจบี๊ก
11.00-14.00	ดีเจออม
14.00-17.00	ดีเจเฟียส
17.00-21.00	ดีเจพีเค
21.00-24.00	ดีเจเหมียว
24.00-02.00	ดีเจแก๊ง

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ภาคผนวก ข

แบบสอบถาม

บทบาทของรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มต่อการพัฒนาความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

**คำชี้แจง** : แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ของนิสิตปริญญาโท สาขาวิชานิติศาสตร์พัฒนการ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ความร่วมมือของท่านโดยการตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความเป็นจริง จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาและการค้นคว้าวิจัยต่อไปในอนาคต

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม  
ทำเครื่องหมาย / ลงหน้าคำตอบที่ตรงกับพฤติกรรมการรับฟังรายการของท่านมากที่สุด

1. ความถี่ในการรับฟัง
  - ..... 1. ฟังทุกวัน
  - ..... 2. ฟังบ่อย ( 5-6วัน/สัปดาห์ )
  - ..... 3. ฟังบ้าง ( 3-4 วัน/สัปดาห์)
  - ..... 4. ไม่ค่อยฟัง ( 1-2 วัน/สัปดาห์ )
2. เวลาที่ใช้ในการรับฟัง
  - ..... 1. มากกว่า 5 ชั่วโมง
  - ..... 2. 3-4 ชั่วโมง
  - ..... 3. 1-2 ชั่วโมง
  - ..... 4. น้อยกว่า 1 ชั่วโมง
3. ระยะเวลาที่ติดตามรับฟังรายการ
  - ..... 1. มากกว่า 3 ปี
  - ..... 2. 2 ปี
  - ..... 3. 1 ปี
  - ..... 4. เพิ่งจะรับฟัง
4. ลักษณะการรับฟังรายการ
  - ..... 1. ฟังตลอดโดยไม่เปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น

- ..... 2. ฟังทุกช่วงยกเว้นช่วงโฆษณา
- ..... 3. ฟังเฉพาะช่วงที่เปิดเพลง
- ..... 4. ฟังสลับไปมากับคลื่นอื่น
5. การเข้าร่วมเล่นเกมภาษาอังกฤษกับทางรายการ
- ..... 1. มากกว่า 3 ครั้ง
- ..... 2. 2 ครั้ง
- ..... 3. 1 ครั้ง
- ..... 4. ไม่เคย
6. การร่วมกิจกรรมแคมป์ภาษาอังกฤษกับทางรายการ
- ..... 1. มากกว่า 3 ครั้ง
- ..... 2. 2 ครั้ง
- ..... 3. 1 ครั้ง
- ..... 4. ไม่เคย

ส่วนที่ 2 ระดับความรู้ภาษาอังกฤษของผู้ฟัง

ทำเครื่องหมาย / หน้าคำตอบที่ถูกต้องที่สุด

1. Who is that ? It is .....
- a. mine                      b. me                      c. myself                      d. I
2. A : Where will you go ?
- B : I will go.....
- a. shopping                      b. shop                      c. to shopping                      d. shopped
3. She is ..... old to work with me.
- a. very                      b. too                      c. much                      d. little
4. He reminds me ..... my grandfather.
- a. for                      b. of                      c. in                      d. to
5. It took me a long time to get.... my cold.
- a. on                      b. around                      c. over                      d. out
6. ....university must be accredited to grant degrees.
- a. A                      b. An                      c. The                      d. 0
7. Thank you for.....

a. call                      b. calling                      c. called                      d. have called

8. Do you think ..... is stronger than .....

a. he- me                      b. him-I                      c. he-I                      d. him-me

9. The biological factor in food design requires.....

a. safe food and nutritious                      b. safe and nutritious food  
c. food safe and nutritious                      d. safe and food nutritious

10. He failed in an examination..... he worked hard.

a. unless                      b. if                      c. in spite of                      d. so

**Situation : At a hostel**

Mrs. Simon : Well,the room is rather big.

Jam : Yes it is.

Mrs Simon : and the furniture 's very old.....11.....

Jam : oh?

Mrs. Simon : So I think 10 pounds a week , right?

Jam : Well.....12..... I'm a student...13.....

Mrs. Simon : Well 8 pounds.....14.....

Jam : Thank you . Well,...15..... I'll have it.

11. a. I'm afraid                      b. are you O.K.                      c. I agree                      d. It should be sold out

12.a. That sounds reasonable                      b. what a bargain

c. That's big expensive                      d. How high it is!

13. a. Sorry ma'am                      b. understand?                      c. please don't mind                      d.you see

14. a then                      b. right                      c. now                      d. only

15. a. that's right                      b. that will do                      c. that 's suitable                      d. that's fine

ส่วนที่ 3 ปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่เป็นปัจจัยจูงใจในการรับฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มของท่านมากที่สุด

ปัจจัยจูงใจในการรับฟัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>รูปแบบรายการ</b>					
1. รายการนำเสนอทั้งเพลงไทยและเพลงสากล					
2. รายการเปิดเพลงใหม่และทันสมัยตลอดเวลา					
3. รายการนำเสนอช่วงที่ให้ความรู้ภาษาอังกฤษหลายช่วง					
4. รายการสร้างสรรค์เกมที่สร้างความสนุกสนานและความบันเทิงให้กับผู้ฟัง					
5. รายการนำเสนอเกมที่ช่วยฝึกทักษะภาษาอังกฤษให้กับผู้ฟัง					
6. รายการมุ่งให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ					
<b>เนื้อหาที่นำเสนอในรายการ</b>					
1. รายการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงจากต่างประเทศ					
2. รายการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวของนักร้องและเพลงไทย					
3. รายการแนะนำศัพท์ที่ทันสมัย					
4. รายการแนะนำการใช้ภาษาอังกฤษที่ถูกต้อง					
5. รายการนำเสนอข่าวและสาระอื่น ๆ ที่มีประโยชน์ เช่น ข่าว เกร็ดความรู้ ฯลฯ					
6. รายการนำเสนอช่วงตอบคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ					

ปัจจัยจูงใจในการรับฟัง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ช่วงเวลาที่นำเสนอในรายการ</b>					
1. U Center					
2. English Problems					
3 .VIP request					
4. กิจกรรมภาษาอังกฤษ เช่น <u>Inter@camp</u> หรือ English Off Road Rally					
5. Music go to you					
6. Hook Hit Hit					
<b>ผู้ดำเนินรายการ หรือ ดีเจ</b>					
1. ดีเจมีความกระฉับกระเฉงมีชีวิตชีวาในการรับฟัง					
2. ดีเจจัดรายการได้เป็นธรรมชาติ					
3. ดีเจมีความเป็นกันเองกับผู้ฟัง					
4. ดีเจมีความสามารถสูงในการจัดรายการ					
5. ดีเจสามารถพูดภาษาไทยได้อย่างชัดเจน					
6. ดีเจสามารถพูดภาษาอังกฤษได้อย่างชัดเจน					
7. ดีเจกระตุ้นให้ผู้ฟังได้ฝึกทักษะภาษาอังกฤษ					

ส่วนที่ 4 ระดับการนำความรู้และทักษะการใช้ภาษาอังกฤษที่ได้รับฟังจากรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิมไปใช้ประโยชน์

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับผลที่เกิดขึ้นกับท่านจากการฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิมมากที่สุด

ผลที่เกิดขึ้นกับผู้ฟังจากการฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลิม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิมทำให้ท่านมีทักษะในการฟังดีขึ้น					
2. การฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิมทำให้ท่านมีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษมากขึ้น					
3. การฟังรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลิมทำให้ท่านมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษมากขึ้น					
4. การฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิม ทำให้ท่านสามารถนำความรู้และทักษะด้านการใช้ภาษาอังกฤษไปประยุกต์ใช้กับการเรียนและการทำงานได้					
5. การฟังรายการเรดิโอ ในพรีอบเบิ้ลิมทำให้ท่านได้ทบทวนภาษาอังกฤษไปในตัว					
6. เพลงที่นำเสนอในรายการเรดิโอในพรีอบเบิ้ลิมเป็นแบบฝึกหัดให้ท่านได้ฝึกฝนทักษะการแปล					

ผลที่เกิดขึ้นกับผู้ฟังจากการฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มช่วย แก้ไขข้อข้องใจของท่านในการใช้ภาษาอังกฤษ					
8. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มทำให้ ท่านสามารถนำภาษาอังกฤษไป ใช้ได้อย่างถูกต้อง ต้องมากขึ้น					
9. ช่วง Hook Hit Hit ในรายการเรดิโอโนพรีอบ เบลิ้มทำให้ท่านเข้าใจหลักการแปลดีขึ้น					
10. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มทำให้ ท่านกล้าสื่อสารกับชาวต่างประเทศที่ใช้ภาษา อังกฤษมากยิ่งขึ้น					
11. การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้มทำให้ ท่านคุ้นเคยกับภาษาอังกฤษ					
12. ท่านได้เรียนรู้คำศัพท์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น จาก การฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม					

ส่วนที่ 5 ทศนคติต่อภาษาอังกฤษของผู้ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม  
โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด

ทัศนคติต่อภาษาอังกฤษ	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	เฉยๆ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
1. ท่านรู้สึกชอบภาษาอังกฤษมากขึ้น					
2. ท่านสนใจอยากเรียนรู้ภาษาอังกฤษมากขึ้น					
3. ท่านรู้สึกว่าภาษาอังกฤษไม่ยากเกินไป					
4. ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สนุก					
5. ท่านคิดว่าภาษาอังกฤษมีความจำเป็นมาก ในยุคปัจจุบัน					
6. ท่านรู้สึกใกล้ชิดกับภาษาอังกฤษมากขึ้นเมื่อ ฟังรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม					
7. ท่านรู้สึกว่าภาษาอังกฤษเป็นส่วนหนึ่งใน ชีวิตประจำวันของท่าน					
8. ท่านไม่รู้สึกเบื่อหน่ายในการเรียนรู้ภาษา อังกฤษผ่านรายการเรดิโอ โนพรีอบเบลิ้ม					

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขอบคุณทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามชุดนี้

ผู้วิจัย



## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชนิษฐา จิตแสง สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จากคณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี พ.ศ. 2544 จากนั้นศึกษาต่อระดับปริญญาโท ที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปี พ.ศ. 2545



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย