

รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น

นางสาว วลัยลักษณ์ เศรษฐฤทธิ์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

บัณฑิตวิทยาลัย จฬาลงกรณมหาวิทาลัย

ปีการศึกษา 2539

ISBN 974 - 636 - 570 - 3

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จฬาลงกรณมหาวิทาลัย

LISTENING OF FORMATED RADIO : THE ADOLESCENTS' PATTERNS AND MOTIVES

MISS VALAILUK SEKHARARIDDHI

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment Of the Requirements

for the Degree of Master of Arts

Department of Mass Communication

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1996

ISBN 974 - 636 - 570 - 3



พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

วลัยลักษณ์ เศรษฐกิจ : รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น  
(LISTENING OF FORMATED RADIO : THE ADOLESCENTS' PATTERNS AND  
MOTIVES) อ.ที่ปรึกษา : ผศ. ปณิดดา ธนสถิตย์, 107 หน้า ISBN 974 - 636 - 570 - 3

วัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้คือ เพื่อศึกษารูปแบบของรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่ม และศึกษารูป  
แบบพฤติกรรมรวมทั้งแรงจูงใจในการฟังวิทยุของผู้รับสารวัยรุ่นของบริษัท เอ-โทม มีเดีย จำกัด และบริษัท มี  
เดีย พลัส จำกัด (มหาชน) โดยทำการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้รับสารวัยรุ่น จำนวน 40 คน อายุระหว่าง 12 -25  
ปี ที่เข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับรายการ และใช้แนวคิดเรื่องรูปแบบรายการวิทยุ, ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์  
และความพึงพอใจ และแนวคิดเรื่องแรงจูงใจมาประกอบการวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า รายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่นทั้งหมดอยู่ในรูปแบบของ  
รายการเพลง ส่วนพฤติกรรมในการเปิดฟังวิทยุของกลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นจะติดตามฟังรายการที่ตนเองมีความ  
สนใจในแต่ละช่วงเป็นประจำทุกวัน เฉลี่ยวันละ 5 ชั่วโมงขึ้นไป การตัดสินใจในการเลือกรายการในช่วงต่างๆ  
เหล่านั้นขึ้นอยู่กับคุณลักษณะประเภทของเพลง ท่วงทำนองลีลาของดีเจ และเกมการแข่งขันชิงรางวัล

แรงจูงใจที่ทำให้กลุ่มผู้รับสารวัยรุ่นมีพฤติกรรมการฟังดังกล่าวเกิดจากความต้องการดังนี้ความ  
ต้องการที่มีผลตอบสนองทางอารมณ์ (Affective Need) เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน สนุกสนานและมีเพื่อน  
แก้เหงา, ความต้องการตระหนักรู้ (Cognitive Need) เพื่อรับทราบสาระความรู้และข่าวคราวความเคลื่อนไหว  
ในสังคมและวงการบันเทิง, ความต้องการการรวมกลุ่ม (Integrative Need) เพื่อให้เกิดการยอมรับจากเพื่อน  
และมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคมได้, ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา (Escape Need) เพื่อผ่อนคลาย  
ความเครียดและลืมปัญหาหรือแรงกดดันที่ตนเผชิญ

ภาควิชา ..... การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา ..... การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา ..... 2539

ลายมือชื่อนิติ ..... วลัยลักษณ์ เศรษฐกิจ  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ..... dlh  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

พิมพ์ต้นฉบับบทคัดย่อวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมนี้เพียงแผ่นเดียว

## C850734 : MAJOR MASS COMMUNICATION  
KEY WORD: LISTENING / FORMATED RADIO / ADOLESCENTS / PATTERNS / MOTIVES  
VALAILUK SEKHARARIDDHI : LISTENING OF FORMATED RADIO :  
THE ALDOLESCENTS' PATTERNS AND MOTIVES. THESIS ADVISOR :  
ASST. PROF. PANADDA THANASATIT , 107 pp. ISBN 974-636-570-3

The objectives of the research are ; to study the program format of special audience station, to study the listening behavior and the motivation of young audiences of A-TIME MEDIA Ltd. and MEDIA PLUS, Plc. The research method used is in-depth interview of 40 listeners aged between 12 - 25 who interact with the programs. The frame of analysis are; Uses and Gratification and audience motivation.

The study found that the program format is music program. Interested listeners turned in on the program 5 hrs./ day on the average. The program selection is based on the type of music, the style of the DJ and the type of game and reward.

The motivation to listen in on these programs are; to fulfil the affective need so that they are entertained, to fulfil the cognitive need so that they are inform on news and current affairs and on the entertainment business, to fulfil the integrative need so that they are accepted by their friends and can interact with others in the society, and to fulfil their escape need so that they can be relieved their daily stress.

ภาควิชา..... การสื่อสารมวลชน

สาขาวิชา..... การสื่อสารมวลชน

ปีการศึกษา..... 2539

ลายมือชื่อนิสิต..... วิรัชศักดิ์ เกษมฤทธิ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม..... -



## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น” นี้ มีมูลเหตุจูงใจเนื่องมาจากตัวผู้วิจัยเองเป็นบุคคลหนึ่งที่ชอบฟังวิทยุ และเมื่อผู้วิจัยได้เข้าขอคำแนะนำจากอาจารย์ท่านต่างๆ จึงเกิดเป็นแนวทางในการโยงสิ่งที่ผู้วิจัยชอบเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยนี้

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้จะไม่สามารถเสร็จสมบูรณ์ได้ หากผู้วิจัยไม่ได้รับกำลังใจและแรงผลักดันจากคุณพ่อ คุณแม่ พี่ชายทั้งสองคน รวมทั้งพี่สะใภ้ของผู้วิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และขอบคุณพี่ๆทุกคน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับความกรุณาจาก ผศ. ปนัดดา ธนสถิตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ผศ. ขวัญเรือน กิติวัฒน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และคำปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด อีกทั้ง รศ. วิภา อุดมฉันทน์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้ข้อเสนอแนะและตรวจสอบคุณภาพของวิทยานิพนธ์ให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

พร้อมกันนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณกลุ่มคนฟังที่มาเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ( Key Informant ) ในงานวิจัยนี้ทุกคน ที่ได้สละเวลาให้ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และนำข้อมูลต่างๆมาใช้ประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่ได้ให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ตั้งแต่ต้นจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ สำหรับคุณประโยชน์ใดๆอันจะเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบความดีงามให้แก่ทุกๆท่านที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

วัลย์ลักษณ์ เศษรฤทธิ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฅ

### บทที่

1	บทนำ.....	1
	ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหานำวิจัย.....	7
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
	ขอบเขตการวิจัย.....	7
	ข้อตกลงเบื้องต้น.....	8
	ข้อสันนิษฐาน.....	8
	นิยามศัพท์.....	8
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2	แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
	แนวคิดเรื่องรูปแบบรายการ.....	10
	แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับชมโทรทัศน์.....	16
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสารของผู้รับสาร.....	19
	ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ.....	21
	แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ.....	24
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24

## สารบัญ ( ต่อ )

หน้า

3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	28
	แหล่งข้อมูล.....	28
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37
	การนำเสนอข้อมูล.....	38
4	รูปแบบรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น.....	39
	1. ลักษณะรูปแบบรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น.....	39
	องค์ประกอบของรายการวิทยุที่เจาะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น.....	40
	2. ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบรายการวิทยุเจาะ	
	เฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น.....	53
	2.1 ปัจจัยพื้นฐานขององค์กรผู้ผลิตรายการวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่ม.....	53
	2.2 ปัจจัยด้านผู้รับสาร.....	55
	2.3 ปัจจัยด้านการผลิตรายการ.....	57
	2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีต่างๆ.....	58
	2.5 ปัจจัยด้านกฎระเบียบที่กำหนดไว้.....	61
5	วิเคราะห์รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุที่เจาะเฉพาะกลุ่ม	
	ของผู้รับสารวัยรุ่น.....	63
	รูปแบบพฤติกรรมในการฟังวิทยุของกลุ่มตัวอย่าง.....	63
	รูปแบบการเปิดรับฟัง.....	63
	การตัดสินใจในการเลือกรายการ.....	64
	ความสนใจในตัวรายการ.....	66



## สารบัญ ( ต่อ )

หน้า

	แรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่ม.....	70
	ความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น.....	70
	ความต้องการที่มีผลตอบสนองทางอารมณ์ ( Affective Need ) .....	70
	ความต้องการตระหนักรู้ ( Cognitive Need ) .....	71
	ความต้องการการรวมกลุ่ม ( Integrative Need ) .....	72
	ความต้องการหลีกเลี่ยงปัญหา ( Escape Need ) .....	73
	การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง.....	74
6	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	77
	สรุปผลการวิจัย.....	77
	ข้อจำกัดของการวิจัย.....	84
	ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้อง.....	85
	ข้อเสนอแนะสำหรับงานงานวิจัยต่อไป.....	86
	รายการอ้างอิง.....	87
	ภาคผนวก.....	89
	ประวัติผู้เขียน.....	107

## สารบัญตาราง

ตารางที่

หน้า

4.1 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบในรายการเพลงไทยสากลประเภท Contemporary Hit Radio ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน).....	47
4.2 แสดงการเปรียบเทียบองค์ประกอบในรายการเพลงไทยสากลประเภท Easy Listening ของบริษัท เอ-ไทม์ มีเดีย จำกัด และบริษัท มีเดีย พลัส จำกัด (มหาชน).....	52

## สารบัญภาพ

แผนภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการเปิดรับชมโทรทัศน์.....	18
2.2 แบบจำลองแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ จากสื่อมวลชน.....	21
4.1 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ GREET FM ในเวลา 1 ชั่วโมง.....	41
4.2 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ RADIO NO PROBLEM ในเวลา 1 ชั่วโมง.....	42
4.3 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ HOT WAVE ในเวลา 1 ชั่วโมง.....	43
4.4 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ RADIO VOTE SATELLITE ในเวลา 1 ชั่วโมง.....	45
4.5 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ PEOPLE'S FM. ในเวลา 1 ชั่วโมง.....	49
4.6 แสดงการนำเสนอเนื้อหาในรายการ GREEN WAVE ในเวลา 1 ชั่วโมง.....	50