

**การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์  
เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข  
อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี**

**โดย  
นางสาวภัทรวดี ฉิมพาลี**

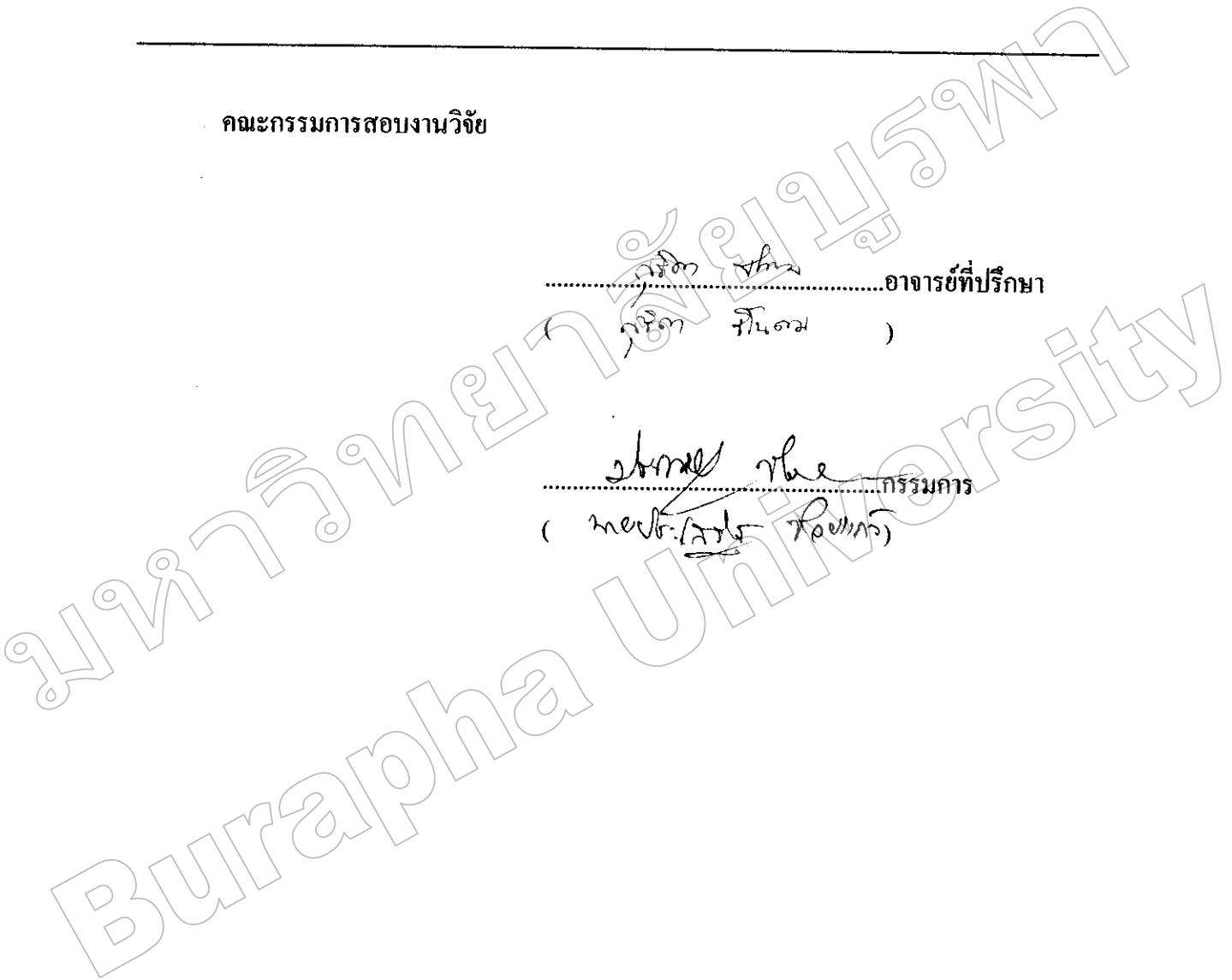
**งานวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 215481 การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์  
ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2546**

หัวข้องานวิจัย      การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง  
 : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี  
 โดย                      นางสาวภัทรวดี ฉิมพาลี  
 ภาควิชา                นิเทศศาสตร์  
 อาจารย์ที่ปรึกษา      อาจารย์สุธิดา ชีโนคม

คณะกรรมการสอบงานวิจัย

.....  
 ( สุธิดา ชีโนคม )  
 .....อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
 ( สุธิดา ชีโนคม )  
 .....กรรมการ



## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีนั้น อันเนื่องมาจากการได้รับความกรุณาจาก ท่านอาจารย์สุธิดา ชิโนคม อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ผู้ซึ่งให้คำปรึกษาและช่วยในการแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆอย่างดียิ่งตลอดการดำเนินงาน ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำแนวทาง ความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับอย่างกว้างขวางมาดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณอย่างสูง สำหรับท่านอาจารย์ประเสริฐ ช่วยแก้ว กรรมการสอบปากเปล่า ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขที่เป็นประโยชน์ ซึ่งทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ในงานวิจัยครั้งนี้ ต้องขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนในเขตตำบลแสนสุข ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อนๆบ้านหิรัญรัตน์ที่เอื้อเฟื้อสถานที่ในการดำเนินงาน พร้อมทั้งให้คำปรึกษาและให้กำลังใจด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกท่านที่คอยช่วยเหลือ ซึ่งในขณะที่การดำเนินงานวิจัยเป็นไปอย่างเคร่งเครียด เพื่อนๆได้ให้กำลังใจและพาไปพักผ่อนในวันคล้ายวันเกิดปี 2547 ที่ผ่านมาด้วยความสุขยิ่ง

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยเป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุด ซึ่งผู้วิจัยมีความตระหนักและสำนึกในบุญคุณของท่านทั้งสองเสมอ จากความห่วงใยและทุนทรัพย์ของท่าน จึงทำให้งานวิจัยครั้งนี้ดำเนินไปด้วยความราบรื่น และสำเร็จลุล่วงได้ตามจุดประสงค์ที่วางไว้ทุกประการ

ภัทรวดี ฉิมพาลี

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา “การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้แบบ Chi-square test

ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะทางประชากรด้านอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
2. ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรด้านอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
4. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
5. การเปิดรับข่าวสารของประชาชนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
6. ทัศนคติของประชาชนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ที่มาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์.....	2
ขอบเขตการวิจัย.....	3
คำนิยามศัพท์.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ.....	5
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ.....	15
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	17
ความเป็นมาของเพลงลูกทุ่ง.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
รูปแบบการวิจัย.....	31
กลุ่มประชากรที่ศึกษา.....	31
กลุ่มตัวอย่าง.....	31
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	31
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	32
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	33
หลักเกณฑ์การให้คะแนน.....	33

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล.....	35
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา.....	36
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐาน.....	36
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	
สรุปผลการวิจัย.....	58
อภิปราย.....	60
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	67
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย.....	67
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>68</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>70</b>

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ.....	37
ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอายุ.....	37
ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอาชีพ.....	38
ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามรายได้ต่อเดือน.....	38
ตารางที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง.....	39
ตารางที่ 6 ทศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง.....	40
ตารางที่ 7 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง.....	41
ตารางที่ 8 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศ กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง.....	42
ตารางที่ 9 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศกับทศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง.....	43
ตารางที่ 10 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านเพศกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง.....	44
ตารางที่ 11 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง.....	45
ตารางที่ 12 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุกับทศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง.....	46
ตารางที่ 13 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอายุกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง.....	47
ตารางที่ 14 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง.....	48
ตารางที่ 15 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับทศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง.....	49
ตารางที่ 16 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านอาชีพกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง.....	50
ตารางที่ 17 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง.....	51
ตารางที่ 18 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับทศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง.....	52

## สารบัญตาราง(ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 19 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านรายได้กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง.....	53
ตารางที่ 20 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง.....	55
ตารางที่ 21 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง.....	56
ตารางที่ 22 เปรียบเทียบทัศนคติกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง.....	57



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญ

บทเพลงถือกำเนิดขึ้นมาพร้อมๆ กับสังคมมนุษย์ มีที่มาจากชีวิตมนุษย์ และเป็นผลงานที่สร้างสรรค์โดยน้ำมือของมนุษย์ทั้งสิ้น บทเพลงเป็นศิลปะที่แพร่หลายทั่วไปในสังคม มีความหมายรวมถึงดนตรีและการขับร้อง อันเป็นศิลปะสาขาที่เรียกว่า “ดุริยางคศิลป์” ซึ่งเป็นวิจิตรศิลป์สาขาหนึ่ง ดนตรีและบทเพลงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของมนุษยชาติ ไม่ว่าชนชาติใดเผ่าใด ย่อมมีดนตรีและบทเพลงพื้นบ้านพื้นเมืองของตนสืบทอดต่อกันมาไม่ขาดสาย ศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงานเหล่านี้มักได้รับแรงบันดาลใจจากสิ่งแวดล้อมในสังคมของตน สิ่งแวดล้อมเหล่านี้อาจเป็นธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ ดอกไม้ ล้ำธาร ท้องทุ่ง ป่าเขา ฯลฯ

เพลงไทยลูกทุ่งถือได้ว่าอยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน และยังเป็นเอกลักษณ์ที่ทรงคุณค่ายิ่งอีกอย่างหนึ่งของประเทศไทย เนื่องจากเพลงไทยลูกทุ่งได้นำเอาขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีการประกอบอาชีพ เช่น การหมั่น การแต่งงาน การบวชพระ การเกี่ยวข้าว การเก็บผลผลิตทางการเกษตร หรืออาจเป็นเรื่องของความเชื่อ ศาสนา เช่น เรื่องบุญเพสันนิวาส บุญ บาป กรรมเก่า ชาตินี้ ชาตินี้ ฯลฯ

เพลงลูกทุ่งไทยมีวิวัฒนาการมาจากเพลงพื้นเมือง หรือเพลงชาวบ้าน แม้ว่าจะใช้เครื่องดนตรีของตะวันตกมาใช้บรรเลงทำนอง แต่เนื้อหาหรือแก่นใจความของเพลงไทยลูกทุ่งก็ยังคงสะท้อนให้เห็นลักษณะของคนไทย และสังคมไทยอย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง ถ้าจะพิจารณาถึงเพลงพื้นเมืองอันเป็นต้นกำเนิดของเพลงลูกทุ่งก็จะพบว่า เพลงพื้นเมืองเป็นวรรณกรรมที่บรรจุเนื้อหาของสังคมและชีวิตจริงของคนไทยในแต่ละท้องถิ่นไว้ภายใต้ความเรียบง่ายของทำนองดนตรี ทั้งนี้เพราะเพลงพื้นเมืองหรือเพลงชาวบ้าน เกิดจากประเพณี ศาสนา หรือวัฒนธรรมของชุมชน ในถิ่นหรือเขตนั่นๆ

ด้วยเหตุนี้การศึกษาวรรณกรรมเพลงลูกทุ่งของไทยจึงสามารถทำให้เราได้เห็นภาพสะท้อนของสังคมชนบทไทย ทำให้เราได้รู้จักและเข้าใจในค่านิยม พฤติกรรม รวมทั้งจารีตประเพณีที่สั่งสมกันมาจนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยได้กระจ่างชัดยิ่งขึ้น

วัฒนธรรมอันดีงามและ การดำเนินชีวิตของคนไทยในยุคนี้ๆ จึงเป็นส่วนสำคัญที่นำมาเรียบร้อยถ้อยคำที่สละสลวยให้เป็นบทเพลง ที่ผ่านการพิถีพิถันคัดเลือกภาษาที่ใช้อย่างถูกต้องเป็นมาตรฐาน รวมถึงการออกเสียงร้อง อักขระที่ชัดเจน มีลีลาและวิธีการร้องที่เป็นเอกลักษณ์

การศึกษาเกี่ยวกับคนและสังคมชนบทไทย จากวรรณกรรมประเภทเพลงลูกทุ่ง จะช่วยให้ได้ข้อมูลความรู้เพื่อเข้าใจคนและสังคมชนบทไทยได้เป็นอย่างดี เพลงลูกทุ่งไม่เพียงแต่เป็นผลผลิตของบุคคลจากสังคมชนบทเท่านั้น แต่ยังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางยิ่งในชนบท เนื้อหาและส่วนประกอบของเพลงลูกทุ่งก่อให้เกิดความเข้าใจในวิถีชีวิตของชาวชนบทไทย เพลงไทยลูกทุ่งยังนำเอาความคิด ความเชื่อ ความนิยม แฟชั่น เรื่องราวที่เกิดขึ้นในสังคมที่ชาวบ้านควรทราบมา สม่่าเสมอ รวดเร็ว จริงใจ

เพลงไทยลูกทุ่งเป็นวรรณกรรมมวลชน มีลักษณะวัฒนธรรมของสังคมเกษตรกรรมซึ่งเป็น “วัฒนธรรมพื้นบ้าน” ทำให้เพลงลูกทุ่งมีอิทธิพลต่อคนไทยอย่างกว้างขวาง ทั้งในด้านความคิด จิตใจ และการแสดงออก เพลงไทยลูกทุ่งจึงเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงคนไทยได้รวดเร็วและทั่วถึง สิ่งที่ทำให้เพลงไทยลูกทุ่งได้รับความนิยมสูง สืบเนื่องมาจากเนื้อหาของเพลงเป็นสำคัญ เพราะเนื้อเพลงกล่าวบรรยายเหตุการณ์ และสะท้อนปัญหาของสังคมไทยไว้อย่างลึกซึ้งและทันต่อยุคสมัย เพลงไทยลูกทุ่งบางเพลงแสดงถึงอารมณ์ขันอันเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของคนไทย

เพลงไทยลูกทุ่งที่เต็มไปด้วยความไพเราะ งดงาม ทรงคุณค่าทั้งทางสุนทรียภาพและวัฒนธรรม กำลังจะถูกกลืนจากผู้คนในยุคสมัยปัจจุบัน ซึ่งเพลงไทยลูกทุ่งได้มีบทบาทกับคนไทยน้อยลง อาจเป็นเพราะยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปประกอบกับการสื่อสารที่กว้างไกล และคลื่นวัฒนธรรมแบบใหม่ จึงทำให้มีแนวเพลงต่างๆ หลั่งไหลเข้ามาจากชาติตะวันตกที่ลูกค้านำอีกหลายทางเลือกให้กับคนไทยยุคนี้

ความนิยมของคนฟังที่เริ่มบ่ายเบี่ยงไป การขาดผู้สร้างสรรค์ผลงานดีๆ ออกมาป้อนแก่นัก ร้องลูกทุ่ง จนทำให้หลายคนต้องล้มวางเปลี่ยนอาชีพไปทำงานด้านอื่น รวมไปถึงการมีอันเป็นไป ของนักร้องเสียงดีมีผลงานเด่นหลายคน ล้วนเป็นสิ่งที่ทำให้เพลงไทยลูกทุ่งเสื่อมถอยลงทั้งสิ้น ซึ่งไม่น่าแปลกที่ทัศนคติ ความชอบ ความนิยมในเพลงลูกทุ่งจะดูจางหายไปจากคนไทย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “ การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติและการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอ เมือง จังหวัดชลบุรี” เพื่อเข้าใจถึงความสนใจเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และความคิดเห็นของคน ที่สนใจเพลงไทยลูกทุ่ง รวมถึงรู้จักวิธีการที่จะร่วมกันอนุรักษ์ให้ยังคงอยู่ จึงเป็นสิ่งที่คนทำสื่อและ คนทำเพลงได้ศึกษาข้อมูล เพื่อการพัฒนาให้เพลงไทยลูกทุ่งอยู่คู่กับคนไทยสืบต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของประชาชนในเขตตำบลแสนสุขที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง
2. เพื่อเข้าใจทัศนคติของประชาชนในเขตตำบลแสนสุขที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตตำบลแสนสุขในการอนุรักษ์เพลงไทยลูก

ทุ่ง

### ขอบเขตในการวิจัย

มุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับเพลงไทยลูกทุ่ง และศึกษาทัศนคติของประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน ในการมีส่วนร่วมอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งด้วยวิธีต่างๆ

### คำนิยามศัพท์

1. การเปิดรับข่าวสาร หมายถึง การที่บุคคลเปิดรับสื่อมวลชน , สื่อบุคคล และข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ ตามความสนใจและความความต้องการ
  - สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต
  - สื่อบุคคล ได้แก่ เพื่อน ญาติ
  - สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ โปสเตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ เป็นต้น
2. การมีส่วนร่วม หมายถึง วิธีการที่บุคคลจะเลือกปฏิบัติในกิจกรรมต่างๆ ในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง โดยการเลือกรับฟังเพลงไทยลูกทุ่งตามสื่อมวลชน , การเลือกซื้อเทปและซีดีเพลงไทยลูกทุ่ง , การเข้าชมคอนเสิร์ตเพลงไทยลูกทุ่ง
3. เพลงไทยลูกทุ่ง หมายถึง ผลงานเพลงของผู้ประพันธ์ นักร้อง นักดนตรี ที่เรียกตนเองว่า “ลูกทุ่ง” มักมีเนื้อหาแสดงออกถึงชีวิตชนบท หรือเรื่องราวทันสมัยที่เกิดขึ้นในสังคมชาวบ้าน

### สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
3. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
4. ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
5. ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
6. ประชาชนมีทัศนคติที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการใช้สื่อต่างๆ ให้สอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารเพลงไทยลูกทุ่งของประชาชน
2. เพื่อเป็นแนวทางการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
3. เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนปรับปรุง การนำเสนอเพลงไทยลูกทุ่งให้ตรงตามทัศนคติของประชาชน

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษา “การเปิดรับข่าวสาร ทศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” ทั้งนี้ผู้วิจัยจะต้องศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะทำการวิจัย โดยอาศัยพื้นฐาน จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทศนคติ
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
5. ความเป็นมาของเพลงไทยลูกทุ่ง
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

##### ความหมายของ “สื่อ”

ตามปกติความหมายของคำว่า สื่อ หากจะพูดกันพอที่เข้าใจแล้วก็คือ ตัวที่ทำให้เกิดข่าวสาร สัญลักษณ์ ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ท่าทางจากผู้ส่ง หรือจากผู้กระทำ หรือจากสิ่งใดก็ได้ที่เป็นสิ่งที่เริ่มกระทำไปสู่ผู้รับหรือผู้ถูกกระทำ โดยมีสิ่งที่ทำให้เกิด (อนันต์ธนา อังกินันต์ : 2535)

##### บทบาทของสื่อต่างๆทางการประชาสัมพันธ์

สื่อ คือ เครื่องมือที่จะใช้เพื่อการติดต่อสื่อสาร ซึ่งต้องเลือกให้เหมาะสม และเข้าใจวิธีใช้ และธรรมชาติของสื่อแต่ละชนิดอย่างถูกต้อง เพื่อให้การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ (อนันต์ธนา อังกินันต์ : 2535)

ในบรรดาองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการของการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ ผู้ส่งสาร(Source) สาร (Message) ช่องทางในการสื่อสาร (Channel/Meaid) ผู้รับสาร หรือสื่อ(Receiver) นั้น สื่อนับว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จของการสื่อสารที่จะทำให้ผู้รับสารเกิดความรู้ เกิดทัศนคติ ตลอดจนพฤติกรรมไปในแนวทางที่ผู้ส่งสารปรารถนาได้

สื่อ หรือช่องทางการสื่อสารที่เป็นตัวเชื่อมผู้ส่งสารและผู้รับสารเข้าด้วยกัน ด้วยวิธีที่สารไหลจากแหล่งสารที่เป็นบุคคลหรือสถาบัน ไปยังผู้รับสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคลหรือสถาบันก็ได้ คำว่า สื่อ นั้น ได้นำมาใช้กันในความหมายที่ค่อนข้างกว้างและแตกต่างกันไป

“สื่อมวลชน” หมายถึง สื่อที่ทำให้ผู้รับสารซึ่งอาจเป็นบุคคลเดียว หรือกลุ่มบุคคลที่สามารถส่งข่าวสารข้อมูลไปยังผู้รับเป้าหมายจำนวนมาก และอยู่กันอย่างกระจัดกระจายได้รวดเร็ว สื่อมวลชนที่ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ โทรทัศน์ วิทยุ สื่อมวลชนในกระบวนการสื่อสารมวลชน เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสาร ซึ่งมีลักษณะโดยทั่วไปที่แตกต่างจากการสื่อสารในรูปแบบอื่นๆ 2 ประการ

1. กลุ่มผู้รับสาร จะต้องเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่อยู่ในสังคม หรือมีประสบการณ์ร่วมกัน แต่เป็นกลุ่มชนที่ความหลากหลาย และมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่จำเป็นต้องรู้จัก หรือมีประสบการณ์คล้ายคลึงกันมาก่อน

2. สื่อที่ใช้ในการสื่อสารมวลชน จะเป็นประเภทสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็น (Visual Transmitter หรือ Visual Media) เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร สื่อที่สัมผัสได้ด้วยการฟัง (Audio Transmitter) เช่น วิทยุ และสื่อที่สัมผัสได้ด้วยการมองเห็นและการฟัง (Audio-Visual Transmitter) ได้แก่ โทรทัศน์ เป็นต้น

#### อิทธิพลของสื่อมวลชน

โจเซฟ ที. แคลปเปอร์ (Joseph T. Klapper, ประมวล สดะเวทิน. 2540: 142) ได้เสนอแนวความคิด เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนประเภทต่างๆ ที่มีต่อทัศนคติ และพฤติกรรมด้านต่างๆ ของประชาชนไว้ดังนี้

1. อิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีต่อประชาชนนั้น ไม่ใช่อิทธิพลโดยตรงแต่เป็นอิทธิพลโดยอ้อม เพราะมีปัจจัยต่างๆ ที่จะสกัดกั้นอิทธิพลของสื่อมวลชน ปัจจัยดังกล่าวได้แก่

1.1 ความมีใจโน้มเอียงของผู้ส่งสาร (Predispositions) ประชาชนจะมีความคิดค่านิยม และมีความโน้มเอียง ที่จะประพฤติปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งอยู่ก่อน ซึ่งได้รับอิทธิพลจากการคบหาสมาคมกับคนอื่น และสถาบันสังคมที่ตนเป็นสมาชิก เมื่อบุคคลนั้นสัมผัสกับสื่อมวลชนก็จะนำเอาทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมเหล่านี้คิดตัวมาด้วย

1.2 การเลือกของผู้รับสาร (Selective Processes) ประชาชนจะเลือกรับสารที่สอดคล้องกับความเห็นและความสนใจของตน และจะหลีกเลี่ยงไม่ยอมรับสารที่ไม่สอดคล้องที่ขัดแย้งกับความเห็น และความสนใจของตน ประชาชนจะพยายามตีความสารตามความเชื่อ และค่านิยมที่ตนมีอยู่เดิม และจะเลือกจดจำเฉพาะสิ่งที่สนับสนุนความเห็นและความเชื่อของตน

1.3 อิทธิพลของบุคคล (personal Influence) ข่าวสารจากสื่อมวลชน อาจไม่ได้ไปถึงประชาชนโดยทั่วไปในทันที แต่จะผ่านสื่อบุคคล หรือผู้นำความเห็น มักสอดแทรกความรู้สึกนึกคิดของตนเข้าไปด้วย ผู้นำความเห็นมักจะเป็นคนที่ได้รับความเชื่อถือ เลื่อมใส และไว้วางใจจากประชาชนโดยทั่วไป จึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อความเห็น และการตัดสินใจของประชาชน

1.4 ลักษณะของธุรกิจด้านสื่อมวลชน (Economic Aspects) การดำเนินธุรกิจด้านสื่อมวลชนในสังคมเสรีนิยม ซึ่งมีระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนั้น สื่อมวลชนสามารถแข่งขันกันได้โดยเสรี ต่างฝ่ายต่างเสนอความคิดเห็นและค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป และประชาชนก็มีเสรีภาพในการที่จะเลือกเชื่อถือความคิดเห็นหนึ่งได้ และตัดสินใจว่าจะเชื่อสื่อมวลชนไหนดี

2. อิทธิพลที่สื่อมวลชนมีต่อประชาชนเป็นเพียงผู้สนับสนุนเท่านั้น คือ สื่อมวลชนจะสนับสนุนทัศนคติ รสนิยม ความมีใจโน้มเอียง ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมของประชาชน ให้มีความเข้มแข็ง และพร้อมที่จะแสดงให้ปรากฏออกมา เมื่อมีแรงจูงใจเพียงพอ หรือเมื่อมีโอกาสเหมาะสม

3. สื่อมวลชนอาจทำหน้าที่เป็นผู้เปลี่ยนแปลงประชาชนได้ แต่จะเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้วจากสื่อมวลชน สามารถเสนอสิ่งที่สอดคล้องต่อความต้องการของเขา เขาก็จะเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมได้ สื่อมวลชนจึงทำหน้าที่เป็นเพียงผู้เสนอหนทางในการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมเท่านั้น

4. สื่อมวลชนสามารถสร้างทัศนคติ และค่านิยมใหม่ให้เกิดแก่ประชาชนได้ ในกรณีที่บุคคลนั้นๆ ไม่เคยมีความรู้หรือประสบการณ์เกี่ยวกับสิ่งนั้นมาก่อน ทัศนคติและค่านิยมใหม่นี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลผู้นั้นรับสารที่เสนอเรื่องราวในแนวเดียวกันบ่อยๆ เป็นอิทธิพลในลักษณะสะสม มิใช่อิทธิพลที่ก่อให้เกิดผลได้ในทันทีทันใด หรือ ในระยะเวลาอันสั้น

สื่อบุคคล (Personal Media) หมายถึง ตัวบุคคลผู้ที่นำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัว ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ญาติ พี่น้อง สามี ภรรยา เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น

#### ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล

โรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุด ที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์ ในกรณีที่ส่งสารจะหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจ กระทั่งซัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย

#### ประสิทธิภาพของสื่อบุคคล

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจได้ และมีปฏิริยาโต้ตอบได้ในทันทีจัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มาก

สามารถใช้ในการโน้มน้าวใจผู้รับสารได้ ดังที่ (เสถียร เขยประทับ. 2536) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อมวลชนไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถี ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถได้ถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็ปรับปรุงแก้ไขสารที่ออกไปให้ตรงกับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน เพราะฉะนั้นจึงสามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น การสื่อสารโดยตรง และการสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้ (เสถียร เขยประทับ. 2536)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้นในกิจการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจ จึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้อาจใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลาและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อ โดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคล ในการให้ข่าวสารแก่คนจำนวนมาก เพื่อก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่า ในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้นๆตามแนวทางที่มุ่งหวัง ดังเช่น

แคทซ์ และลาซาร์สเฟล ก็เห็นพ้องต้องกันว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และยอมรับที่จะให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่างๆมากที่สุด ฉะนั้นสื่อบุคคลจึงมีความสำคัญมากกว่าสื่อมวลชนในชั้นสูงใจ ส่วนสื่อมวลชนจะมีความสำคัญมากกว่าในชั้นของการให้ความรู้หรือความเข้าใจ และอาจมีผลบ้างในการสร้างทัศนคติในเรื่องที่บุคคลไม่เคยรับรู้มาก่อน

ปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลมากกว่าการติดต่อสื่อสารโดยผ่านสื่อมวลชน ตามแนวความคิดของลาซาร์สเฟลและคณะ มี 4 ประการคือ



1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล สามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากหลีกเลี่ยงการสนทนา หรือรับฟังเป็นไปได้อย่างกว่าการรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ซึ่งผู้รับสารหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของคน หรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้า เปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้สนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ถ้าหากเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นจะมีลักษณะต่างๆเป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่จะเชื่อถือในข้อตัดสินใจ และความคิดเห็นของผู้ที่รู้จักและนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อน แล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) เป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ซึ่งอาจเป็นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นบุคคล กลุ่มบุคคลหรือมวลชน ตัวอย่างของสื่อเฉพาะกิจได้แก่

1. หอกระจายข่าว หรือเสียงตามสาย เป็นสื่อทางเสียงที่มีอยู่เกือบทุกหมู่บ้าน ข่าวสารที่นำออกอากาศทำได้ทั้งในลักษณะการจัดรายการสด เช่น การอ่านประกาศ การพูดสดับการเปิดเพลง และในลักษณะที่เป็นรายการบันทึกเทปแล้วนำมาเปิดออกอากาศ
  2. หน่วยเคลื่อนที่ ประกอบด้วย ผู้เผยแพร่ พร้อมทั้งสื่อชนิดต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ สไลด์หรือวิดีโอ เครื่องกระจายเสียง มีเนื้อหาข่าวสารที่ทำไว้สำเร็จรูป อาจมีหน่วยบริการออกไปด้วยในการออกหน่วยเคลื่อนที่แต่ละครั้ง เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ เพราะผู้ส่งสารได้มีโอกาสพบปะกับประชาชนในท้องถิ่นโดยตรง
  3. การจัดนิทรรศการ มีทั้งนิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการถาวร และนิทรรศการเคลื่อนที่ กล่าวคือ
    - นิทรรศการชั่วคราว เป็นนิทรรศการเคลื่อนที่จัดขึ้นในโอกาสต่างๆ เช่น การจัดสัปดาห์วัฒนธรรม การจัดงานแสดง (Fair) ต่างๆ
    - นิทรรศการถาวร เป็นนิทรรศการจัดอยู่ในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งเป็นการถาวรที่จัดวางเป็นมุม เช่น การจัดนิทรรศการการท่องเที่ยว ณ สำนักงานใหญ่บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งมักจะเปลี่ยนเนื้อหาไปตามเหตุการณ์และช่วงเวลา
    - นิทรรศการเคลื่อนที่ เป็นการจัดนิทรรศการสำหรับประชาชนที่ขาดโอกาสในการรับข่าวสารที่อยู่ในถิ่นห่างไกลเมือง
- สื่อที่ใช้ในการจัดนิทรรศการทั้ง 3 ประเภท ได้แก่
1. สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ
  2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น สไลด์ วิดีโอ

3. สื่อบุคคล เป็นผู้อธิบาย หรือบรรยาย

4. แบบจำลอง การสาธิต

4. แผ่นปลิวและแผ่นพับ แผ่นปลิวเป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ที่บรรจุข่าวสาร หรือข้อเขียนที่องค์การสถาบันต้องการจะเผยแพร่ และแผ่นปลิวสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง แผ่นพับก็เป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ที่บรรจุข่าวสารที่องค์การต้องการจะเผยแพร่เช่นกัน

5. โปสเตอร์ เป็นสื่อที่มีจุดประสงค์ เพื่อบอกกล่าวเผยแพร่ให้ผู้มีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตาม เป็นข้อความที่สั้น กระชับ อ่านง่าย เห็นได้แต่ไกล และนิยมไว้ตามย่านชุมชนต่างๆ

ดังนั้น จากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านการศึกษา ที่ประกอบด้วยแนวทางในการดำเนินงานสื่อสาร ตลอดจนการเลือกใช้สื่อเพื่อการติดต่อสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สามารถสรุปได้ว่า การมีความรู้ความเข้าใจในหลักพื้นฐานทางการสื่อสาร และการมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในคุณสมบัติของสื่อแต่ละชนิด รวมทั้งการเลือกใช้สื่อได้อย่างเหมาะสม จะช่วยเอื้อต่อการใช้สื่อในการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

## 2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตของมนุษย์ในยุคนี้ และมีบทบาทมากขึ้นทุกวันดังจะเห็นได้ว่า ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆในแต่ละวัน ตลอดจนการวางแผนสำหรับอนาคต ความต้องการข่าวสารของมนุษย์จึงมีมากขึ้น เพราะมนุษย์ต้องการข้อมูลช่วยประกอบการตัดสินใจ หรือเมื่อไม่แน่ใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะมีรับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับสารบางส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อตนเองเท่านั้น

วิลเบอร์ แชรรมม์ (Wilbur Schramm) (ชวรัตน์ เจ็ดชัย. 2527 : 171) ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (least effort) และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด (promise of reward)

มนุษย์มีความจำเป็นต้องเปิดรับข่าวสาร และใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือในสังคม องค์ประกอบที่สำคัญของการสื่อสารที่สำคัญยิ่งประการหนึ่ง คือ ผลของการสื่อสาร ซึ่งเกิดหลังจากการสื่อสารทุกครั้ง มักจะเกิดผลในเรื่องต่างๆเป็นการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมของผู้รับสาร ผลของการสื่อสารจะเป็นอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับตัวผู้รับสารเป็นสำคัญ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อองค์ประกอบในเรื่องตัวผู้รับสาร ที่สำคัญประการหนึ่งคือ กระบวนการเลือก

สรร (Selective Process) ของมนุษย์ การศึกษาการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทางด้านต่างๆประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสาร 2 ลักษณะ คือ

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยที่ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชน การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองตอบความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันไป โดยแบ่งขั้นตอนการเปิดรับข่าวสารไว้ดังนี้

1.1 การเลือกรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมีกจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติเดิม เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ฉะนั้นการลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

1.2 การเลือกรับรู้ (Selective Perception and Interpretation) หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้นในบางครั้งผู้รับข่าวสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนเองด้วย

1.3 การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติของตนเอง และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติ หรือความเชื่อของผู้รับสารมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่นๆที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดความแตกต่างในการเลือกสรรรับข่าวสารของมนุษย์ กล่าวว่ามีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น จิตวิทยาสังคม ตลอดจนอิทธิพลของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นสังกัดอยู่ ซึ่งจะมีผลต่อการรับข่าวสารนั้นๆ ทำให้เกิดผลไม่เหมือนกันหรือไม่เป็นไปตามเจตคติของผู้รับสาร

2. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่งโดยอาศัยการติดต่อระหว่างบุคคล ที่จะมีปฏิริยาโต้ตอบระหว่างกัน โรเจอร์สและชูแมกเกอร์ (Rogers and Shoemaker) กล่าวว่า กรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆเกิดการยอมรับในสารที่เสนอออกไป หรือจะทำการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพที่สุด เพื่อให้มีการยอมรับ

สารนั้นควรที่จะการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนี้จะ เป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ส่งสารหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติและพฤติกรรม การรับสาร นอกจากนี้ยังเป็นวิธีให้ผู้รับข่าวสารมีความเข้าใจกระจ่างชัด และตัดสินใจรับข่าวสาร ได้อย่างมั่นใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) เป็นการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจหรือ ชักจูงใจกับประชาชนโดยตรง แต่มีข้อจำกัด คือ ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย และแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group contact of Community Public) กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคล ส่วนรวม โดยที่กลุ่มต่างๆจะช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ เช่น การประชุม สัมมนา ก็คือการจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจร่วมกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิริยาโต้ตอบกัน ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารได้

แม็คคอมบส์และเบคเกอร์ (Mccombs & Becker. 1979 : 51-52 อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. 2534) กล่าวถึงเหตุผลในการติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชนในมุมมองของผู้รับสารไว้ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์ รอบที่เรารู้ได้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้น เพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัยและเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (Guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้อง และช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคมและการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (Anticipated Communication)
4. เพื่อความตื่นเต้น (Excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อเสริมความคิดเห็น (Reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น และช่วยสนับสนุนในการตัดสินใจที่ได้กระทำลงไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (Entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (Emotional Release)

จะเห็นได้ว่ามนุษย์มีความต้องการรับรู้ข่าวสาร เป็นพื้นฐานสำคัญในการช่วยส่งเสริมให้เกิดการเปิดรับข่าวสาร

ความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร

มาสโลว์ (Maslow, 1960 อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการอยากเรียนรู้ (Need for Cognitive) ซึ่งเป็นความต้องการที่จะแสวงหาระเบียบ และความเข้าใจสภาวะแวดล้อมของตนเอง ความต้องการที่จะเรียนรู้นี้ เป็นแรงผลักดันที่มนุษย์เรียนรู้มาจากสังคม โดยชี้ให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของสื่อมวลชนดังนี้

1. มนุษย์จะแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกชักเยอดีให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีทางเลือกที่จะหลบหลีกข่าวสารได้ถ้าต้องการ
2. การสื่อสารมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย (Goal directed)
3. สื่อมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆอีกหลายอย่าง ที่อาจจะตอบสนองความต้องการรู้ (Need for Orientation) ของมนุษย์ได้
4. มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตัวเองจากความสนใจ
5. มนุษย์ทุกคนเป็นปัจเจกบุคคลที่มีความต้องการส่วนตัว

ธรรมชาติของคนคือต้องการเปิดรับข่าวสารอยู่ตลอดเวลา เพียงแต่จะเปิดรับอย่างไร ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวแปรมีดังนี้

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งมีแนวคิดที่ว่าบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างกันออกไปในด้าน โครงสร้างทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะทางครอบครัว การอบรมเลี้ยงดู การอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน จึงมีผลถึงสติปัญญา ความคิด ทักษะคติ ตลอดจนการรับรู้ การเรียนรู้ และการจูงใจ
2. ปัจจัยทางด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ปกติบุคคลมักจะยึดติดอยู่กับกลุ่มอ้างอิง (Reference Group) ดังนั้น ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งระดับใดๆ ก็มักจะคล้อยตามกลุ่มเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบการสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่งหน้าที่ ทำให้เกิดการคล้ายคลึงกันของการเปิดรับสาร รวมถึงการตอบสนองของสาร

องค์ประกอบในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารมีดังนี้ (อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

1. ประสบการณ์ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสารและประโยชน์ของข่าวสารนั้นๆ ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสาร เพื่อสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความต่างกันในระดับการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาของข่าวสาร

5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่เป็นตัวทำให้ระดับการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ ตลอดจนระดับของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจ หรืออาจจะเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับข่าวสาร และตอบสนองต่อข่าวสารที่ได้พบ

#### การเลือกเปิดรับการสื่อสาร (Selectivity in Communication) (ยูพา สุภากุล. 2540 : 91)

การที่ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อชนิดใด ขึ้นอยู่กับเกณฑ์การเลือกสื่อ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมาก เช่น ประชาชนในชนบท ส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นหลัก เพราะสามารถจัดหาเครื่องรับวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ
2. เลือกสื่อที่ตนสะดวกและนิยม (Convenience Preferences) ผู้รับสารสามารถเลือกสื่อได้ตามที่ตนสะดวกทั้งทางด้านหนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร และสื่อบุคคล เช่น บางคนนิยมฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบอ่านหนังสือตามสถานที่ต่างๆ บางคนชอบให้คนอื่นเล่าสรุปข่าวสารให้ฟัง เป็นต้น
3. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบว่าบุคคลที่มีอายุมาก เคยฟังวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำก็มักไม่สนใจสื่อชนิดอื่น
4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือ สามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดได้ดี ราคาถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่ง หรือลักษณะเด่นของวิทยุโทรทัศน์ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ เร้าใจ มีความรู้สึกเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์ และสามารถพักผ่อนอิริยาบถได้ตามสบาย ส่วนคนที่มีเวลาไม่มากนัก นิยมใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อต้องการรับฟังข่าวสารนานาชนิดอย่างรวดเร็ว
5. เลือกสื่อที่สอดคล้องกับตน (Consistency) ผู้รับสารจะเลือกสื่อที่สอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติของตน หรือกล่าวอีกในหนึ่งขึ้นอยู่กับการเปิดรับสื่อมวลชน (Mass Media exposure) เช่น นักวิชาการ นักศึกษา นักปกครอง มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวหนัก เช่น หนังสือพิมพ์สยามรัฐ มติชน ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ Bangkok Post และ The Nation ฯลฯ เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสาร สารความรู้ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน

### 3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

#### ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำสถานการณ์ และอื่นๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งบอกถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

ทัศนคติเป็นนามธรรม และเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการแสดงออกด้านการปฏิบัติ แต่ทัศนคติไม่ใช่แรงจูงใจ (motive) และแรงขับ (drive) หากแต่สภาพแห่งความพร้อมที่จะได้ตอบ (state of readiness) และแสดงให้ทราบถึงแนวทางสนองตอบของบุคคลต่อสิ่งเร้า

ความหมายของทัศนคตินั้น ยังไม่เป็นที่ยอมรับตรงกันในกลุ่มนักจิตวิทยา หรือกลุ่มผู้ทำการศึกษารื่องทัศนคติ ดังนั้นแต่ละกลุ่มก็ให้ความหมายไปคนละอย่างตามความเชื่อของตนเอง (ประภาเพ็ญ สุวรรณ. 2526 : 1)

ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นคำวิเศษณ์หนึ่ง อาจออกมาในลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พอใจ ต่อวัตถุนั้นก็ได้อ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ที่เป็นผลมาจากประสบการณ์หรือสิ่งแวดล้อม อันมีแนวโน้มที่จะให้บุคคลแสดงปฏิกิริยา และกระทำต่อสิ่งนั้นๆ ในทางสนับสนุนหรือปฏิเสธ ทัศนคติเป็นสิ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน การที่เราจะทราบทัศนคติของบุคคลใดบุคคลหนึ่งก็ต้องใช้วิธีแปลความหมายของการแสดงออก

#### ลักษณะและองค์ประกอบ

ทัศนคติเป็นสิ่งที่บ่งบอกทิศทางของอาการแสดงออกของบุคคลที่จะกระทำต่อสิ่งใด บุคคล หรือสถานการณ์ และเป็นที่ยอมรับกันในระหว่างนักวิชาการว่า ทัศนคติมีหลักสำคัญ 4 ประการ คือ (จิตวิทยา สุวรรณะชฎ. 2520 : 602-603)

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนพฤติกรรมจะโต้ตอบ (Predisposition to respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยเฉพาะ หรือจะเรียกว่าสภาวะพร้อมที่จะมีพฤติกรรมจริง
  2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (Predisposition overtime) แต่มิได้หมายความว่าจะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
  3. ทัศนคติเป็นตัวแปรแฝงที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรมกับความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการแสดงออกโดยวาจาหรือการแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
  4. ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินผล และเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความว่าไปถึงการกำหนดทิศทางของพฤติกรรมจริงด้วย
- นอกจากนี้ ลักษณะสำคัญของทัศนคดียังแยกออกพิจารณาออกได้ดังนี้

1. ทักษะคิดไม่ใช่พฤติกรรมเปิดเผยที่มีต่อวัตถุทางสังคมหรือบุคคล แต่เป็นสภาพที่ใกล้ชิด ต่อเนื่องกับการกระทำ

2. ทักษะคิดเป็นเครื่องกระตุ้นอย่างสำคัญที่จะกำหนดพฤติกรรมเปิดเผยของบุคคล แต่ใน ขณะเดียวกันอยู่ในขอบเขตจำกัดของบุคลิกภาพของแต่ละบุคคล

3. ก่อนจะเกิดทักษะคิดต้องมีสิ่งเร้า ทักษะคิดเป็นเพียงพฤติกรรมแบบปกปิด องค์ประกอบของทักษะคิด (Attitude Component) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนของสติและเหตุผล (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นเรื่องของการใช้เหตุผล ของบุคคลในการจำแนกแยกแยะความแตกต่าง ตลอดจนผลต่อเนื่อง ผลได้ผลเสีย กล่าวคือ การที่ บุคคลจะสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอด มาใช้ในการ วิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมินข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรูสึก คือ การพิจารณาของบุคคลในส่วนนี้จะมีลักษณะปลอดค้ำจากอารมณ์ แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผล อันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

2. ส่วนของความรูสึก (Affective Component) หมายถึง บรรดาความรูสึกที่ชอบ ไม่ชอบ รักหรือเกลียด หรือกลัว ซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล

3. ส่วนของแบบพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มอันที่จะมีพฤติ กรรม (Action tendency) แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมนี้จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรู สึก ตลอดจนส่วนของสติและเหตุผล ส่วนของแบบพฤติกรรมนี้เป็นส่วนที่บุคคลพร้อมจะมี ปฏิกริยาแสดงออกต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

#### 4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ และอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถาน การณ์กลุ่ม ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการบรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่ม นั้น ทั้งทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าว ซึ่งการมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิด 3 ประการ คือ

1. ความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจ และความกังวลของ บุคคลซึ่งบังเอิญพ้องต้องกันกลายเป็นความสนใจ และความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนรวม

2. ความเคื้อคร้อน และความไม่พึงพอใจร่วมกัน ที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น และลง มือกระทำร่วมกัน

3. การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่ม หรือชุมชนไปในทิศทางที่ปรารถนา การตัด สิ้นใจร่วมกันนี้ จะต้องรุนแรงมากพอที่จะทำให้เกิดความคิดริเริ่มกระทำที่สนองตอบความเห็น



ชอบของคนส่วนใหญ่เกี่ยวกับกิจกรรมนั้น (นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ : อ้างใน กนกวรรณ มณฑิราช. 2539 : 22 )

William W. Reeder (อ้างในภิญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์. 2544 : 42) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การมีส่วนร่วมในการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคล และการมีส่วนร่วมของกลุ่ม

Rousseau (อ้างใน ลดาวัลย์ พอใจ. 2536 : 23) ได้เขียนทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพ ในการตัดสินใจว่าจะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร
2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนัก รับรู้ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตนเอง

จากความหมายของคำว่า การมีส่วนร่วม ที่ยกมานี้ การมีส่วนร่วมจึงประกอบไปด้วย ปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ

1. การเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจและอารมณ์ เป็นการเกี่ยวข้องทั้งร่างกายและจิตใจ ไม่ใช่เฉพาะแต่ด้านกำลังกายหรือทักษะ กล่าวคือ ผู้มีส่วนร่วมจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับจิตใจไม่ใช่แต่เฉพาะด้านการกระทำเท่านั้น
2. การกระทำทำให้ เมื่อผู้มีส่วนร่วมมีความเกี่ยวข้องกับทั้งด้านการกระทำและจิตใจแล้ว ก็เท่ากับเป็นการเปิด โอกาสให้เขาได้แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กระทำการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่ม (group goal) โดยเหตุนี้การมีส่วนร่วมจึงเป็นมากกว่าการยินยอมที่จะกระทำตามคำสั่ง ซึ่งเป็นการกระทำโดยปราศจากการยินยอมพร้อมใจและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมจึงเป็นความสัมพันธ์ทางด้านอารมณ์และจิตใจแบบ“บุคคลวิถี”คือ มีการติดต่อสื่อสารทั้งไปและกลับระหว่างบุคคลและกลุ่ม
3. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบ เมื่อเกิดการเกี่ยวข้องกับด้านจิตใจ อารมณ์ และได้กระทำการให้แก่สถานการณ์กลุ่มแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกรับผิดชอบต่อกลุ่มนั้นด้วย เพราะการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการของสังคมที่บุคคลไปเกี่ยวข้องกับกลุ่ม และต้องการเห็นผลสำเร็จของการทำงานนั้นๆด้วย

ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงอาจหมายถึง การกระทำกิจกรรมใดๆร่วมกับกลุ่ม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งจะต้องกระทำโดยอาศัยช่วงระยะเวลาที่ถูกจังหวะและเหมาะสม ในการทำกิจกรรมดังกล่าวจะต้องเกิดความรู้สึกผูกพันของบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมยังอาจเกิดจากแนวคิดอื่นๆ เช่น

1. ความศรัทธา ที่มีต่อความเชื่อถือบุคคลสำคัญและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น การบำเพ็ญประโยชน์
2. ความเกรงใจ ที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือ มีเกียรติยศตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วยทั้งที่ยังไม่มีความศรัทธา หรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ เช่น ผู้ใหญ่ออกปากขอให้ช่วย
3. อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำต่างๆ เช่น บังคับให้ทำงาน

เงื่อนไขของการมีส่วนร่วม

การพัฒนาจะต้องเริ่มจากประชาชนและประชาชนต้องช่วยตนเอง ซึ่งก็หมายความว่า การที่ประชาชนจะเริ่มและช่วยตนเองได้นั้น ประชาชนต้องมีโอกาสที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมพัฒนาเสียก่อน กล่าวคือ ต้องมีเงื่อนไขสำคัญอย่างน้อย 3 ประการดังนี้

1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพที่จะมีส่วนร่วม
2. ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม
3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม

ซึ่งถ้าหากขาดเงื่อนไขอย่างใดอย่างหนึ่งแล้ว การมีส่วนร่วมของประชาชนก็จะไม่เกิดขึ้นเลย นอกจากเงื่อนไขทั้ง 3 ประการที่กล่าวมาแล้ว ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมยังขึ้นอยู่กับเงื่อนไขดังต่อไปนี้ คือ (ลดาวัลย์ พอใจ. 2536 : 27)

1. ประชาชนต้องมีเวลา ที่จะมีส่วนร่วมก่อนเริ่มกิจกรรม การมีส่วนร่วมไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในสถานการณ์ฉุกเฉิน
2. ประชาชนต้องไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ ในการมีส่วนร่วม มากเกินกว่าที่เขาประเมินผลตอบแทนที่จะได้รับ
3. ประชาชนต้องมีความสนใจที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วมนั้น
4. ประชาชนต้องสามารถสื่อสารกันรู้เรื่องทั้งสองฝ่าย
5. ประชาชนต้องไม่รู้สึกกระทบกระเทือนต่อตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคม หากจะมีส่วนร่วม

### รูปแบบของการมีส่วนร่วม

รูปแบบของการมีส่วนร่วมนั้นอาจจำแนกออกได้ 3 ประการ ตามลักษณะของการมีส่วนร่วม ดังนี้

1. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยตรง โดยผ่านองค์กรจัดตั้งของประชาชน เช่น การรวมตัวของกลุ่มชาวบ้านจัดโครงการทอดผ้าป่าต้นไม้
2. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมทางอ้อม โดยผ่านองค์กรประชาชน เช่น กรรมการกลุ่มกรรมการหมู่บ้าน
3. การที่ประชาชนมีส่วนร่วมโดยการเปิดโอกาสให้ โดยผ่านองค์กรที่ไม่ใช่ผู้แทนของประชาชน เช่น สถาบันหรือหน่วยงานที่เชิญชวน หรือเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเมื่อใดก็ได้

แบบอย่างของผู้มีส่วนร่วม เราอาจแบ่งผู้มีส่วนร่วมออกเป็น 3 แบบ คือ (อ้างในนารีกานต์ พราหมนิก. 2544 : 53)

1. เป็นผู้กระทำการ คือ ผู้ที่ก่อให้เกิดการพัฒนา หรือกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งขึ้นมา
2. เป็นผู้รับผลกระทำ คือ ได้รับผลจากกิจกรรมโดยตรง
3. เป็นสาธารณชนทั่วไป คือ ประชาชนทั่วไปที่มีได้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง แต่อาจมีความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรม

### **5. ความเป็นมาของเพลงไทยลูกทุ่ง**

เพลงลูกทุ่ง หมายถึง ผลงานเพลงของผู้ประพันธ์ นักร้อง นักดนตรี ที่เรียกตนเองว่า “ลูกทุ่ง” มักมีเนื้อหาแสดงออกถึงชีวิตชนบท หรือเรื่องราวร่วมสมัยที่เกิดขึ้นในสังคมระดับชาวบ้าน (จินตนา คำรงค์เลิศ. 2533 : 9)

#### กำเนิดเพลงลูกทุ่ง

แรกเริ่มเดิมทีนั้น ยังไม่มีการแยกประเภทออกเป็นเพลงลูกทุ่งและลูกกรุง เพราะเป็นเพลงไทยสากลด้วยกัน ดังนั้นถ้าจะพิจารณาถึงกำเนิดของเพลงลูกทุ่งแล้ว อาจกล่าวได้ว่าเพลงลูกทุ่งได้เกิดมานานเท่ากับเพลงไทยสากลและจัดอยู่ในกลุ่มเดียวกัน นักประพันธ์เพลงและนักดนตรีหลายท่าน ล้วนแล้วแต่ไม่ต้องการให้มีการแบ่งแยกประเภทของเพลงไทยสากลเป็นเพลงลูกทุ่งและเพลงลูกกรุง เพราะถือว่าดนตรีเป็นภาษาสากลและต่างก็เป็นเพลงไทยสากลด้วยกัน

ในยุคแรกนั้นมีนักร้องหลายคนที่แต่งเพลงและขับร้องเพลงเอง นักแต่งเพลงในรุ่นบุกเบิกที่มีลีลาแบบชนบท ชาวบ้านจะเรียกผลงานเพลงกลุ่มนี้ว่า “เพลงตลาด” ปีที่กำเนิดเพลงชนิดนี้ที่แน่

นอนไม่ปรากฏ ต่อมาในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ปรากฏว่ามีการห้ามเปิดเพลงประเภท “เพลงตลาด” ออกอากาศโดยทั่วไป เนื่องจากรัฐบาลสมัยนั้นพิจารณาว่าเพลงประเภทนี้บางเพลง มีเนื้อร้องในทำนองต่อต้านรัฐบาล และถูกมองว่ามีแนวความคิดที่อาจเป็นภัยต่อประเทศชาติรัฐบาลเช่นกัน ดังนั้นในช่วงเวลานี้ “เพลงตลาด” จึงซบเซาไป

ต่อมาในสมัยรัฐบาลของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 เล็งเห็นว่าเหตุการณ์คลี่คลายดีขึ้น จึงให้อาจินต์ ปัญงพรค์ จัดรายการ “เพลงชาวบ้าน” แพร่ภาพทางโทรทัศน์ แต่ต่อมารายการนี้ถูกวิพากษ์วิจารณ์มาก อาจินต์จึงขอจัดรายการไประยะหนึ่ง จนกระทั่งขอจัดรายการใหม่ทางโทรทัศน์ช่อง 4 โดยใช้ชื่อรายการว่า “เพลงลูกทุ่ง” รายการนี้ก็ถูกโจมตีมากเช่นกัน ทรราชจนผ่านไปราวครึ่งปีประชาชนจึงยอมรับได้ นับตั้งแต่นั้นมาคำว่า “เพลงลูกทุ่ง” ก็จารึกอยู่ในวงการเพลงไทย

ในช่วงเวลาใกล้เคียงกันกับการนำคำว่า “เพลงลูกทุ่ง” มาเรียกชื่อรายการโทรทัศน์โรงภาพยนตร์พาราเม้าท์ นำภาพยนตร์ชีวิตประวัติของแฮงค์ วิลเลียมส์ ยอดคารานักร้องเพลงลูกทุ่งอเมริกัน มาฉายเรื่อง Your Cheating Heart ทางโรงกึ่งตั้งชื่อภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นภาษาไทยว่า “เพลงลูกทุ่ง” ในอเมริกาเพลงประเภทลูกทุ่งหรือที่เรียกว่า Country Music ได้รับความนิยมเกรียวกราว รายการวิทยุต่างๆ ในอเมริกาต่างนำเพลงประเภทนี้ออกอากาศเอาใจแฟนเพลง ในช่วงระยะเวลาอันใกล้เคียงกับที่เพลงลูกทุ่งของไทยได้รับความนิยมแพร่หลายในวงการทั่วไป

วิวัฒนาการของเพลงลูกทุ่ง (จินตนา คำรงค์เลิศ. 2533 : 45)

นับจากช่วงหลังสงครามครั้งที่ 2 ซึ่งได้เกิดเพลงไทยสากลแนวที่เรียกกันว่า “เพลงตลาด” ต่อมาเปลี่ยนมาเรียกเป็น “เพลงลูกทุ่ง” ในปลายปี พ.ศ. 2507 และผ่านมาจนถึงปัจจุบัน จะเห็นได้ว่าเพลงลูกทุ่งได้ถือกำเนิดมานานมากพอที่จะสรุปถึงวิวัฒนาการในช่วงระยะเวลาต่างๆ ได้ ถ้าพิจารณาจากองค์ประกอบด้านผู้แต่ง เพลงนักร้อง เนื้อหาของเพลง เครื่องดนตรี และการแสดง ประกอบบนเวที เราสามารถพิจารณาวิวัฒนาการของเพลงลูกทุ่ง โดยแบ่งออกเป็น 5 ยุค คือ

1. ยุคต้น
2. ยุคทองของเพลงลูกทุ่ง
3. ยุคภาพยนตร์เพลง
4. ยุคเพลงเพื่อชีวิต
5. ยุคทางเครื่องและคอนเสิร์ต

ในเรื่องทำนองเพลงพื้นเมืองจากภาคอีสานที่มีปรากฏอยู่เป็นจำนวนมากในเพลงลูกทุ่ง มาจากเพลงประเภท “หมอลำ” และ “เซิ้ง” ทำนองเพลงทั้งสองประเภทนี้มีจังหวะเร้าใจ ให้ความสนุกสนานและให้บรรยากาศที่เป็นพื้นบ้านอย่างแท้จริง เครื่องดนตรีพื้นเมืองที่นำมาบรรเลงประกอบ

เพลงพื้นเมืองเหล่านี้คือ “แคน” สำเนียงร้องเพลงเป็นสำเนียงภาษาท้องถิ่นภาคอีสาน เนื้อหาเพลงลูกทุ่งที่มีทำนอง “ลำ” มักเป็นเรื่องเกี่ยวพาราสีกันระหว่างชายหญิง บางเพลงเป็นการเล่านิทานพื้นเมืองหรือนิทานชาดก ทำนอง “ลำ” ที่นำมาใช้ในเพลงลูกทุ่งมีหลากหลาย เช่น ลำเค็ญ ลำเพลิน ลำสารวัน เป็นต้น ส่วนเพลงลูกทุ่งที่มีทำนองเพลง “เซ็ง” มักใช้ประกอบการแสดงประเภทที่มีการเต้นเซ็งด้วย

ทำนองเพลงลูกทุ่งที่นำมาจากวัฒนธรรมไทยอีกแนวหนึ่งได้แก่ ทำนองเพลง “แหล่” ซึ่งใช้ในการเทศนา ทำนองเพลงแหล่เป็นทำนองที่มีเป็นบรรทัดฐานอยู่แล้วเช่นเดียวกับทำนองการขับเสภา นักร้องเพลงลูกทุ่งที่ร้องเพลงทำนองแหล่เป็นนักร้องชายและมีจำนวนน้อย การใช้ทำนองแหล่ในเพลงลูกทุ่งมี 2 ลักษณะคือ ใช้ทำนองแหล่ตลอดทั้งเพลง และใช้ทำนองแหล่ผสมกับทำนองลิเก หรือทำนองเพลงสากล

“หางเครื่อง” ถ้าพิจารณาในแง่ศิลปะ ก็อาจได้แง่คิดวิพากษ์ว่าหางเครื่องมองดูแล้วขำขันนิดๆ เพราะเป็นการลอกเลียนแบบตะวันตกนำมาใส่เพลงลูกทุ่ง ซึ่งส่วนมากก็เปิดการแสดงให้คนชนบทบ้านนอกบ้านนาชม แต่ถ้ามองจากเหตุผลของผู้ที่อยู่ในวงการเพลงลูกทุ่งแล้ว ก็พบว่าหางเครื่องได้กลายมาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการแสดงดนตรีลูกทุ่งเสียแล้ว ทั้งนี้เพราะการเปิดแสดงต่างๆก็ตามจำเป็นต้องสอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของผู้ชม และรสนิยมของผู้ชมดนตรีเพลงลูกทุ่งก็เปลี่ยนไปจากสมัยก่อนมากทีเดียว

ปัจจุบันเพลงลูกทุ่งได้รับการวิพากษ์วิจารณ์อย่างกว้างขวาง ด้วยสาเหตุต่างๆกันคือ ความแพร่หลายของเพลง ซึ่งผู้ฟังสามารถฟังได้ทุกแห่งและจดจำาร้องได้ง่าย ตลอดจนเพลงลูกทุ่งเป็นวรรณกรรมที่สะท้อนถึงสังคมและวัฒนธรรมในแง่ต่างๆได้อย่างละเอียดลออ เช่น สะท้อนภาพของชนบททั้งในแง่เหตุการณ์และความรู้สึกนึกคิด เมื่อได้นำมาสัมพันธ์กับศิลปะที่แพร่หลายในชนทุกระดับคือ ดนตรี จึงทำให้เพลงลูกทุ่งน่าสนใจและมีความสำคัญยิ่งขึ้น เมื่อเพลงลูกทุ่งทำหน้าที่แพร่ข่าวสารได้กว้างไกลกว่าสื่อมวลชนชนิดใด ชาวชนบทได้ทราบความเคลื่อนไหวด้านต่างๆได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ด้วยเพลงลูกทุ่งอีกด้วย แม้แต่การทำความเข้าใจในเรื่องที่เป็นปัญหาที่ เช่นกัน อภิชาติ โพธิ์ไพโรจน์ กล่าวถึงบทบาทเพลงลูกทุ่งในการทำความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่ผู้ฟังในเรื่องการวางแผนครอบครัว อันเป็นเรื่องที่ประชาชนส่วนใหญ่ในชนบทไม่เห็นด้วย เพราะเหตุว่า “คนไทยทั่วไปยังยึดมั่นในประเพณีและวัฒนธรรม” เพลงลูกทุ่งได้มีบทบาทในการทำความเข้าใจได้ดี

โดยปรกติเมื่อกล่าวถึง “เพลงลูกทุ่ง” คนทั่วไปที่มีใช้นักฟังเพลงลูกทุ่ง มักเข้าใจว่าเป็นเรื่องไร้สาระ หรือเป็นเรื่องรสนิยมต่ำ แต่เมื่อเพลงลูกทุ่งเป็นเพลงที่สะท้อนภาพสังคม ภาพชีวิตของชาวบ้านก็เป็นสิ่งที่น่าศึกษาเพราะ “วัฒนธรรมไทยแท้ๆอยู่ที่ชาวบ้าน” เพลงลูกทุ่งมีลักษณะของชาวชนบทไทยอย่างครบครัน เช่น มีการได้การมระหว่างชายหญิงด้วยสำนวนที่คมคาย ตลก หรือ

แม้แต่หยาบคายด้วยความนัย ส่วนทำนองนั้นมีทำนองไทยเดิม พื้นเมือง สากล ซึ่งส่วนใหญ่จะมีลีลาแสดงถึงความสนุกสนานร่าเริง

นอกจากเพลงไทยลูกทุ่งจะน่าสนใจในแง่ของการทำหน้าที่เสมือนสื่อมวลชนและสะท้อนสภาพสังคมแล้ว เพลงลูกทุ่งยังน่าสนใจในแง่ภาษา เพราะแม้ว่าเพลงลูกทุ่งส่วนใหญ่จะนิยมใช้คำง่ายๆ ฟังๆ ตรงไปตรงมา ก็มีเพลงลูกทุ่งเป็นจำนวนมากมีการใช้คำที่ไพเราะ ในขณะที่บางเพลงใช้คำค่อนข้างจะโลดโผน บางกลุ่มใช้คำภาษาถิ่น แต่พื้นนัยเป็นสำเนียงถิ่นด้วยเสียงของนักร้อง (ลักขณา สุขสุวรรณ. 2521 : 8)

เสน่ห์ของเพลงลูกทุ่ง (เด่นศิริ สีนีผล. 2539 : 18)

เสน่ห์ของเพลงลูกทุ่งสามารถแยกได้เป็น 2 ด้าน ใหญ่ๆ คือ

1. ด้านการใช้ภาษาของเนื้อเพลง

ก. ภาษาเพลงลูกทุ่งที่ชื่อบริสุทธิ์และตรงไปตรงมา

ข. ภาษาเพลงสะท้อนให้เห็นด้านวัฒนธรรมและประเพณีของชนบท

ค. ภาษาเพลงสะท้อนให้เห็นค่านิยมของคนชนบท

1. สถาบันหลักของชาติ

2. ความเชื่อโหราศาสตร์ ไสยศาสตร์ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์

3. วัตถุนิยม

4. อบายมุข

5. หญิงไทย

6. อาชีพ

2. ด้านจังหวะทำนองของเพลงและหางเครื่อง

ทำนองเพลงลูกทุ่งส่วนใหญ่ดัดแปลงจากเพลงไทยเดิม โดยได้ตัดการเอื้อนแบบเพลงไทยเดิมออก และใส่คำร้องลงไปแทนที่ นอกจากนี้ยังมีทำนองเพลงพื้นบ้าน พื้นเมืองที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งที่มาจากทุกภาคของประเทศไทย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. **ลักขณา สุขสุวรรณ (2521)** ศึกษาเรื่อง “วรรณกรรมเพลงลูกทุ่ง”

ผลการวิจัยพบว่า วรรณกรรมเพลงลูกทุ่งมีที่มาจากเพลงไทยเดิม เพลงพื้นเมือง และลักษณะบางประการของเพลงต่างประเทศ ซึ่งการนำลักษณะต่างๆ มาผสมกันนี้ ทำให้เพลงลูกทุ่งเป็นเพลงชนิดใหม่ที่ทำหน้าที่เสมือนเพลงพื้นบ้านยุคใหม่ ที่มีทั้งความเก่าและใหม่ปะปนกันอย่าง

เข้าที่ เมื่อประกอบเข้ากับการใช้ภาษาที่สื่อความหมายได้ดี สาระของเพลงลูกทุ่งที่มีทุกประเภท พร้อมทั้งให้แง่คิดต่างๆทั้งทางโลก ทางธรรม และอารมณ์ขัน ทำให้เพลงลูกทุ่งได้รับความนิยมกว้างขวางและเป็นเวลานาน เพลงลูกทุ่งจึงมีความสำคัญมากในสังคมไทย

## 2. อัมพร จิตรักษา (2543) ศึกษาเรื่อง “ศึกษาภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่งที่ขับร้องโดย เอกชัย ศรีวิชัย”

ผลการวิจัยพบว่า ภาพสะท้อนด้านครอบครัว มีภาพสะท้อนใน 3 ประเด็น อันได้แก่ ประเด็นแรก การเข้าสู่ภาวะความเป็นครอบครัว ซึ่งประกอบด้วยการเกี่ยวพาราสี การนัดพบ และการเลือกคู่ครองของหนุ่มสาว ประเด็นที่สอง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในครอบครัว อันประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างสามีภรรยา ความสัมพันธ์ระหว่างบิดามารดากับบุตร และความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอกครอบครัว ประเด็นสุดท้าย เป็นภาพสะท้อนปัญหาครอบครัว ซึ่งพบว่าปัญหาครอบครัวมักเกิดได้หลายสาเหตุ ทั้งจากตัวสามีภรรยาเองมีส่วนบกพร่อง จากบุคคลภายนอกที่มีส่วนทำให้เกิดรอยร้าวของความสัมพันธ์ในครอบครัวได้ และเกิดจากผลกระทบมาจากปัญหาสังคมอื่นๆ

ภาพสะท้อนด้านเศรษฐกิจ มีภาพสะท้อนใน 2 ประเด็นใหญ่ๆ อันได้แก่ ประเด็นแรก การประกอบอาชีพ ในการทำมาหากินของคนในสังคม ซึ่งประกอบด้วยอาชีพเกษตรกรรม เช่น ทำนา ทำไร่ ทำสวน ทำประมง อาชีพการให้บริการสังคม เช่น ค้าขาย ช่างสาขาต่างๆ บริการขนส่งโดยสาร รับราชการ ทำธุรกิจแหล่งนันทนาการและบันเทิง ตลอดจนถึงธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น ประเด็นที่สอง คือ ปัญหาทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วย ปัญหาในการประกอบอาชีพ ทุกอาชีพมีปัญหาบ้างน้อยบ้าง แต่ปัญหามักสรุปลงที่รายได้ไม่พอกับรายจ่าย เป็นเหตุให้ผู้คนในสังคมต้องทนทุกข์ต้องเป็นหนี้สิน และบางกรณีต้องประสบความล้มเหลวในการดำรงชีวิตอย่างปกติสุขในสังคม

ภาพสะท้อนด้านการเมืองการปกครอง มีภาพสะท้อนใน 3 ประเด็นใหญ่ๆ อันได้แก่ ประเด็นแรก สถาบันหลักกับการเมืองการปกครอง อันประกอบด้วยสถาบันชาติ ปรากฏการแบ่งเขตแดนของประเทศชัดเจน กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนที่อยู่ชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน ความรักความผูกพันที่มีต่อสถาบันชาติ ศาสนา สะท้อนภาพการใช้หลักคำสอน และกิจกรรมบางอย่างของศาสนาเป็นเครื่องมือในการเมืองการปกครอง ซึ่งศาสนาที่ปรากฏชัดมี 2 ศาสนา คือ พระพุทธศาสนาและศาสนาอิสลาม สำหรับสถาบันพระมหากษัตริย์ บทบาทเพลงได้สะท้อนความรัก ความจงรักภักดี เทิดทูนต่อองค์พระมหากษัตริย์ในฐานะศูนย์รวมจิตใจของปวงชนชาวไทย ประเด็นที่สอง การเมืองการปกครองระบอบประชาธิปไตยในสังคมไทย ซึ่งสะท้อนภาพถึงรัฐบาลในฐานะผู้บริหารประเทศ กล่าวถึง บทบาทหน้าที่ทั้งของนายกรัฐมนตรีและบทบาทหน้าที่ของรัฐบาล สะท้อนภาพทัศนคติของคนไทยต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเมืองการปกครอง

ได้แก่ ทศนคติที่มีต่อนายกรัฐมนตรี นักการเมืองและข้าราชการ สะท้อนบทบาทหน้าที่ของคนไทยในฐานะพลเมืองของไทย ซึ่งมีทั้งบทบาทหน้าที่ตามกฎหมายกำหนด และบทบาทหน้าที่โดยจิตสำนึกของความเป็นคนไทย ประเด็นสุดท้าย สะท้อนภาพระเบียบกฎเกณฑ์ทางสังคมกับการเมืองการปกครอง มีทั้งการใช้กฎศีลธรรม จารีตประเพณี และกฎหมายมากำหนดความประพฤติของคนในสังคม

ภาพสะท้อนด้านภาษา มีภาพสะท้อนใน 3 ประเด็น อันได้แก่ ประเด็นแรก ศิลปะการใช้คำ ได้สะท้อนภาพภูมิปัญญาในการเลือกสรรคำ โดยใช้คำง่ายๆตรงไปตรงมา สองแง่สองงาม คำพวน และใช้ภาษาถิ่นมานำเสนอ โดยอัตราการใช้ศิลปะการใช้คำง่ายๆตรงไปตรงมามีมากที่สุด ประเด็นที่สอง ศิลปะการใช้ถ้อยคำในแง่สุนทรียภาพ อันได้แก่ การใช้ถ้อยคำที่แสดงอารมณ์ในลักษณะต่างๆ ทั้งอารมณ์รัก คิดถึงห่วงหา อาลัย โกรธแค้นชิงชัง โศกเศร้าเสียใจ ส่วนการใช้คำเลียนเสียงธรรมชาติ ซึ่งมีทั้งเลียนเสียงปรากฏการณ์ธรรมชาติ เสียงที่เกิดจากการทำงานของกลไกในร่างกาย การทำงานของเครื่องยนต์กลไกในร่างกาย การทำงานของคน ประเด็นสุดท้าย คือศิลปะการใช้ภาพพจน์เพื่อให้ผู้ฟังเกิดจินตภาพ เข้าใจความหมายและได้อารมณ์รส ซึ่งปรากฏการใช้ภาพพจน์แบบอุปมา อุปลักษณ์ บุคลาธิษฐาน นามนัย อนุนามนัย อธิพจน์ ปฏิพจน์และปฏิพจน์

ภาพสะท้อนด้านค่านิยม มีภาพสะท้อนใน 2 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นแรก ค่านิยมเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นรูปธรรม อันได้แก่ ค่านิยมที่เกี่ยวกับทรัพย์และเกี่ยวกับบุคคล ส่วนประเด็นที่สอง สะท้อนภาพค่านิยมเกี่ยวกับสิ่งที่เป็นนามธรรม อันประกอบด้วย ค่านิยมเกี่ยวกับศาสนา การปฏิบัติตนตามจริยธรรม และค่านิยมเกี่ยวกับความเชื่อ

ภาพสะท้อนด้านประเพณี มีภาพสะท้อนใน 2 ประเด็น ได้แก่ ภาพสะท้อนของประเพณีในรอบชีวิต ประกอบด้วย ประเพณีเกี่ยวกับการเกิด การแต่งงาน การบวช และประเพณีเกี่ยวกับการตาย ประเด็นต่อมาคือ ประเพณีในรอบปี ประกอบด้วย ประเพณีเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ศาสนาอิสลาม และประเพณีในเทศกาลงานรื่นเริงต่างๆ

## 2. ทวีพร กรอบทอง (2541) ศึกษาเรื่อง “วิวัฒนาการของเพลงไทยลูกทุ่งในสังคมไทย พ.ศ.2481-2535”

ผลการวิจัยพบว่า ในกระแสการขยายตัวของเศรษฐกิจทุนนิยมภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองนั้น คนชนบทได้เข้ามาเป็นแรงงานในเมืองจำนวนมาก คนเหล่านี้ได้ใช้ชีวิตสัมพันธ์กับเมืองและวัฒนธรรมความทันสมัยจากเมืองมากขึ้น และจากอิทธิพลของเพลงไทยสากลซึ่งกำลังแพร่หลายเป็นสิ่งบันเทิงของคนเมืองหลังสงคราม ทำให้คนชนบทที่เข้าสู่วงการเพลงได้สร้างสรรค์เพลงไทยสากลที่มีลักษณะสัมพันธ์กับท้องถิ่นพื้นบ้านหรือที่เรียกว่าเพลงลูกทุ่งขึ้นมา

และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507 จากการที่บทเพลงมีลักษณะที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนชนบทที่เสมือนอยู่ระหว่างโลกเก่ากับโลกใหม่ และศิลปินยังสร้างสัมพันธ์กับท้องถิ่นโดยการเดินสายและ



ใช้สื่อเผยแพร่ทำให้เพลงลูกทุ่งแพร่หลายกลายเป็นสิ่งบันเทิงของคนในสังคมชนบทอย่างกว้างขวาง ในช่วงชีวิตของสุรพล สมบัติเจริญ ตลอดจนภายหลังเสียชีวิตของสุรพล สมบัติเจริญ ศิลปินผู้มีบทบาทในการสร้างและเผยแพร่เพลงลูกทุ่ง พ.ศ. 2511 วงการเพลงลูกทุ่งเข้าสู่ระบบบริหารงานของนายทุนและในกระแสเพลงไทยสากลแนวใหม่นำสมัย เพลงไทยลูกทุ่งได้ปรับตัวโดยมีวิถีชีวิตของคนชนบทเป็นเงื่อนไขสำคัญโดยที่ยังคงรักษาพื้นฐานทั้งรูปแบบฉันทลักษณ์ ท่วงทำนองตลอดจนลักษณะของจารีตการเล่นเพลงอันเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม นอกจากนี้ยังนำเสนอสาระที่สะท้อนวิถีชีวิตของคนชนบทในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมขยายตัว ซึ่งมีสภาพความเป็นอยู่ที่เหลื่อมล้ำกับสังคมเมืองอย่างชัดเจน การที่คนชนบทมีบทบาทในภาคการผลิตที่สำคัญทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และการบริการ อีกทั้งธำรงลักษณะของวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้อย่างชัดเจน แม้จะโยกย้ายถิ่นที่ใดก็ตาม ส่งผลให้ผู้เกี่ยวข้องฝ่ายต่างๆ โดยเฉพาะภาครัฐและภาคธุรกิจ ได้เปิดพื้นที่ให้กับวัฒนธรรมท้องถิ่นและหันมาสนใจเพลงลูกทุ่งซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อการเติบโตของเพลงลูกทุ่งในสังคมไทยอีกทางหนึ่ง

#### 4. พิษณุตินี บำรุงนคร (2543) ศึกษาเรื่อง “ลักษณะความเป็นอมตะของสุนทราภรณ์”

ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของเพลง ซึ่งประกอบด้วยความสอดคล้องระหว่างเนื้อร้องกับทำนอง ความหมายของเพลงซึ่งมีสาระ และรูปแบบการประพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับฉันทลักษณ์ การใช้โวหาร ทำนองและจังหวะที่สื่อความหมายของบทเพลงอย่างสอดคล้องกับอารมณ์ในทำนองและจังหวะประเภทนั้นๆ รวมทั้งการมีพื้นฐานจากดนตรีที่ได้รับความนิยม นอกจากนั้นยังเกี่ยวข้องกับการที่เพลงสุนทราภรณ์มีความลงตัวของสุนทรียภาพ หรือความงาม ซึ่งประกอบด้วย ความไพเราะ ลักษณะที่ทำให้ผู้ฟังติดหูได้ง่าย และลักษณะผลงานเพลงในระดับยอดนิยมเป็นสำคัญ ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนสร้าง หรือสนับสนุนความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์ คือ นักร้อง ซึ่งมีลักษณะลีลาการขับร้องละเอียดละมัลลักษณะของน้ำเสียงที่เข้ากับอารมณ์เพลง การใช้ท่วงทำนองเวทีที่เรียบร้อย และการฝึกซ้อม นักดนตรีที่มีความรู้เฉพาะ พรสวรรค์ และประสบการณ์ทางด้านดนตรี รวมทั้งความสามารถในการทำงานร่วมกับศิลปินท่านอื่นในวงสุนทราภรณ์ ผู้ประพันธ์เนื้อร้องซึ่งมีความรู้ทางภาษาไทย ประสบการณ์ทางการประพันธ์เนื้อร้องและความคุ้นเคยกับตัวโน้ต ผู้สร้างทำนองซึ่งมีความรู้ทางการสร้างทำนอง ความคิดและจินตนาการ รวมทั้งความสามารถในการทำงานกับผู้เรียบเรียงเสียงประสาน ผู้เรียบเรียงเสียงประสานซึ่งมีความรู้ทางการเรียบเรียงเสียงประสาน ความคิดและจินตนาการ รวมทั้งความสามารถในการทำงานร่วมกับผู้สร้างทำนอง ครูเพลง ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางดนตรีและการขับร้อง รวมทั้งความสามารถในการทำงานร่วมกับนักร้องและนักดนตรี สื่อที่เป็นช่องทางทางการสื่อสาร และการผลิตซ้ำ

ความเป็นอมตะมีลักษณะเป็นผลงานทรงคุณค่าที่ศิลปินทิ้งไว้ให้ผู้อื่นจดจำ เพื่อให้ผลงานคงอยู่ต่อไป และเกี่ยวข้องกับมิติเวลา กล่าวคือ ผู้อื่นจดจำได้นาน และผลงานต้องได้รับการยอมรับจากคนอย่างน้อย 2-3 รุ่น

5. **กนกวรรณ มณฑิราษ (2539)** ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชน ในจังหวัดกาญจนบุรี”

ผลการวิจัยพบว่า เยาวชนมีพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารด้านป่าไม้จากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด และพบว่าเพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารด้านป่าไม้จากทุกสื่อ คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล แต่ตัวแปรเรื่องอายุและระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารด้านป่าไม้จากสื่อวิทยุและสื่อบุคคล และพบว่าเยาวชนเพศชายและหญิงมีความรู้และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ต่างกัน แต่มีความตระหนักไม่ต่างกัน ส่วนตัวแปรในเรื่องอายุและการศึกษาที่ต่างกันนั้นพบว่า มีความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมไม่ต่างกัน พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารด้านป่าไม้จากสื่อวิทยุ มีความสัมพันธ์กับความรู้อในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่การเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคล ไม่มี ความสัมพันธ์กับความรู้อในการอนุรักษ์ป่าไม้ เรื่องความตระหนักพบว่า การเปิดรับจากทุกสื่อมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์ป่าไม้ และพบว่ากาเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ไม่มี ความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ แต่การเปิดรับจากสื่อบุคคลมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ นอกจากนี้ยังพบว่า ความรู้อในเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ แต่ความตระหนักมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้

6. **ภิญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์ (2544)** ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักู้ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ ประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ”

**ผลการวิจัยพบว่า**

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความรู้อ และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

4. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
5. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไม่มีความสัมพันธ์กับ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
6. ทัศนคติต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
7. ตัวแปรที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้ดีที่สุด คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

7. **ฉลวาลัย พอใจ (2536)** ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช”

**ผลการวิจัยพบว่า**

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูล
2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูล ในระดับต่ำ
3. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูล ในระดับปานกลาง
4. ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูล ในระดับต่ำ
5. ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูล ในระดับปานกลาง
6. ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูล ในระดับต่ำ
7. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อสามารถอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในอำเภอพิบูลได้

8. **ไพณีน ศศิธนากรแก้ว (2537)** ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”

**ผลการวิจัยพบว่า**

1. ประชาชนส่วนใหญ่ในกรุงเทพมหานคร มีระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อม จากสื่อมวลชน และสื่อโทรทัศน์ ในระดับปานกลาง มีความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง เช่นเดียวกัน
2. ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมจากสื่อมวลชนของประชาชน พบว่า มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01
3. ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
4. ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
5. ระดับการเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม

9. นารีกันต์ พรหมนง (2544) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร”

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้บริหารโรงแรมส่วนใหญ่ มีการเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ มีความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง มีความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสูงและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสูง
2. การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร
3. การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ไม่มีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร
4. การเปิดรับข่าวสารด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม
5. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร
6. ความรู้เรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม
7. ความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริหาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรม
8. โรงแรมที่มีระดับและมีมาตรฐานการบริการแตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน

9. ระดับมาตรฐานการบริการของโรงแรมเป็นตัวแทนที่มีประสิทธิภาพ ในการอธิบายการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของโรงแรมได้มากที่สุด

10. วรันต์ ญาณทัศนกิจ (2546) ศึกษาเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์แม่น้ำ : กรณีศึกษา แม่น้ำท่าจีน ในเขตอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม”

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์แม่น้ำท่าจีนในระดับต่ำ ในเรื่องการทิ้งเศษอาหารที่ย่อยสลายเองได้ลงแม่น้ำ มีประโยชน์ไม่ก่อให้เกิดน้ำเน่าเสีย (ร้อยละ 49.12) ประชาชนมีอาชีพอยู่ริมแม่น้ำเท่านั้นที่ควรมีส่วนร่วมในโครงการอนุรักษ์แม่น้ำ (ร้อยละ 48.25) ระดับสูง ในเรื่องการรณรงค์ให้ช่วยฟื้นฟูอนุรักษ์แม่น้ำท่าจีนเป็นเรื่องที่สามารถเป็นไปได้ (ร้อยละ 91.23) การเกิดมลพิษในแม่น้ำจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนโดยตรง (ร้อยละ 87.72) ปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสูงใจในระดับมากที่สุด ในเรื่องเห็นว่าแม่น้ำที่ใสสะอาดส่งเสริมสุขภาพอนามัยของผู้อาศัยอยู่บริเวณริมสองฝั่งแม่น้ำ (ค่าเฉลี่ย 4.44) แม่น้ำท่าจีนเป็นแม่น้ำสายหลักที่สำคัญของประเทศ สมควรได้รับการอนุรักษ์ดูแลเป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.39) มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์แม่น้ำท่าจีนในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.09) รองลงมาในด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติหรือดำเนินงาน (ค่าเฉลี่ย 3.22) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (ค่าเฉลี่ย 3.01) และในด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจปรึกษาหารือ (ค่าเฉลี่ย 2.86) ส่วนใหญ่ต้องการเห็นแม่น้ำท่าจีนมีสัตว์น้ำอุดมสมบูรณ์ รองลงมาต้องการเห็นเป็นแหล่งพักผ่อนท่องเที่ยว และสร้างเศรษฐกิจชุมชน เห็นว่าประชาชนไม่เข้าใจความสำคัญของการร่วมกันอนุรักษ์แม่น้ำ รองลงมาเห็นว่า ผู้ประกอบการไม่ให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎระเบียบและเสนอว่าประชาชนสองฝั่งแม่น้ำควรมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหาของแม่น้ำ รองลงมาเสนอว่าควรมีการรณรงค์เพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการอนุรักษ์แม่น้ำแก่ประชาชนมากขึ้น

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

#### รูปแบบการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ(Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) ในบทที่ 3 นี้ กล่าวถึงการดำเนินการวิจัย ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มประชากร กลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมข้อมูล เทคนิคการให้คะแนน และขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### กลุ่มประชากรที่จะศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนทั่วไปในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จากจำนวนทั้งหมด 41,597 คน (ที่มา: เทศบาลตำบลแสนสุข)

#### กลุ่มตัวอย่าง

ประชาชนทั่วไปในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี จำนวน 200 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.48 ของประชากรทั้งหมด

#### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถแจกแจงตามสมมุติฐานได้ ดังต่อไปนี้

สมมุติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ตัวแปรอิสระ      ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม      การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

สมมุติฐานที่ 2      ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน จะมีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ตัวแปรอิสระ	ลักษณะทางประชากร
ตัวแปรตาม	ทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
<u>สมมุติฐานที่ 3</u>	ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน จะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
ตัวแปรอิสระ	ลักษณะทางประชากร
ตัวแปรตาม	การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
<u>สมมุติฐานที่ 4</u>	ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
ตัวแปรอิสระ	การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
ตัวแปรตาม	ทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
<u>สมมุติฐานที่ 5</u>	ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
ตัวแปรอิสระ	การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
ตัวแปรตาม	การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
<u>สมมุติฐานที่ 6</u>	ประชาชนมีทัศนคติที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน
ตัวแปรอิสระ	ทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
ตัวแปรตาม	การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

### การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ และเอกสารต่างๆ ที่แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามปลายปิด ( Close – Ended Questionnaire ) มีลักษณะเป็นแบบสำรวจใช้สอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง โดยมีขั้นตอนวิธีการสร้างดังนี้

1. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีสร้างแบบสอบถามที่ดีและถูกต้อง
2. สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

#### ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานประชากรและข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เป็นคำถามเลือกตอบในข้อที่ตรงกับความเป็นจริง โดยมีลักษณะ Scale แบบนามบัญญัติ ( Nominal ) และแบบอัตราส่วน(Ratio)

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

เป็นลักษณะคำถามเลือกตอบจากเกณฑ์ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริง โดยมีลักษณะ Scale แบบอันตรภาค (Interval)

**ส่วนที่ 3** ข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

เป็นลักษณะคำถามเลือกตอบจากเกณฑ์ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริง โดยมีลักษณะ Scale แบบอันตรภาค (Interval)

**ส่วนที่ 4** ข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

เป็นลักษณะคำถามเลือกตอบจากเกณฑ์ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริง โดยมีลักษณะ Scale แบบอันตรภาค (Interval)

3. ทดสอบความเหมาะสม และความถูกต้องของภาษา จึงได้นำไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้อง

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไป ใช้อย่างจริงจังกับกลุ่มตัวอย่าง

**การเก็บรวบรวมข้อมูล**

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด และออกไป ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้วิธีแจกแบบสอบถามกับ ประชาชนทั่วไป ในเขตตำบล แสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยการขอความช่วยเหลือและความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง ให้สละเวลาตอบแบบสอบถามและรับคืนในทันที

**หลักเกณฑ์การให้คะแนน**

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดค่าตัวแปรต่างๆดังนี้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งที่ผู้วิจัยได้นำมา ทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยมีเกณฑ์การให้คะแนน โดยวัดความบ่อยในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ มวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแต่ละประเภท ผู้วิจัยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

บ่อยที่สุด	5 คะแนน
บ่อย	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน



น้อยที่สุด 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้จัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 3 ระดับ คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-2.33 คะแนน การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อย

คะแนนระหว่าง 2.34-3.66 คะแนน การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.67-5.00 คะแนน การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง โดยการให้คะแนนเป็นประเมินค่า คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง การให้คะแนนมีดังนี้

ข้อ 1,3,6,8 เป็นทัศนคติเชิงบวก

ข้อ 2,4,5,7,9 เป็นทัศนคติเชิงลบ

		<u>ทัศนคติทางบวก</u>	<u>ทัศนคติทางลบ</u>
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	5 คะแนน	1 คะแนน
เห็นด้วย	ค่าคะแนน	4 คะแนน	2 คะแนน
ไม่แน่ใจ	ค่าคะแนน	3 คะแนน	3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	ค่าคะแนน	2 คะแนน	4 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	1 คะแนน	5 คะแนน

นำคะแนนที่ได้จัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 3 ระดับ คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-2.33 คะแนน อยู่ในระดับน้อยหรือมีทัศนคติเชิงลบ

คะแนนระหว่าง 2.34-3.66 คะแนน อยู่ในระดับปานกลางหรือมีทัศนคติระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.67-5.00 คะแนน อยู่ในระดับมากหรือมีทัศนคติระดับมาก

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง การให้คะแนนเป็นประเมินค่า คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด การให้คะแนนมีดังนี้

มากที่สุด 5 คะแนน

มาก 4 คะแนน

ปานกลาง 3 คะแนน

น้อย 2 คะแนน

น้อยที่สุด 1 คะแนน

นำคะแนนที่ได้จัดระดับของค่าคะแนนเฉลี่ยเป็น 3 ระดับ คือ

คะแนนระหว่าง 1.00-2.33 คะแนน การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับน้อย

คะแนนระหว่าง 2.34-3.66 คะแนน การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.67-5.00 คะแนน การเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับมาก

## **ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้**

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถาม เพื่อนำมาประมวลผลต่อไป
2. ลงรหัสข้อมูล ( Coding ) ในแบบสอบถามแล้วบันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์
3. ทำการประมวลผลข้อมูลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS
4. การทดสอบสมมติฐาน ( Hypothesis test ) โดยใช้ค่าการทดสอบค่า ( Chi-Square ) ในการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้ค่าเฉลี่ยร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## **การวิเคราะห์ข้อมูล**

1. แบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ( Descriptive Method ) ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและนำเสนอข้อมูลโดยตาราง เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนตัว การเปิดรับข่าวสาร ทรรศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในเรื่องต่อไปนี้
  - ข้อมูลส่วนบุคคล
  - ประเภทของสื่อที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารทั่วไปเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
  - ทรรศนคติต่อเพลงไทยลูกทุ่ง
  - วิธีการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
2. แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ ( Quantitative Method ) ใช้การวิเคราะห์เพื่อหาค่าความแตกต่าง โดยใช้ค่าการทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ ( Chi-Square )

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชากรในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน สามารถนำมาสรุปวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามลำดับดังนี้

#### **ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยแสดงผลเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**

- 1.1 ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้
- 1.2 ลักษณะการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
- 1.3 ทักษะคิดเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
- 1.4 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

#### **ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสถิติ**

- 2.1 สมมติฐานที่ 1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง โดยการหาค่าChi-square
- 2.2 สมมติฐานที่ 2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับทักษะคิดเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง โดยการหาค่าChi-square
- 2.3 สมมติฐานที่ 3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการมีส่วนร่วมอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง โดยการหาค่าChi-square
- 2.4 สมมติฐานที่ 4 ทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับทักษะคิดเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง โดยการหาค่าChi-square
- 2.5 สมมติฐานที่ 5 ทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
- 2.6 สมมติฐานที่ 6 ทดสอบความแตกต่างระหว่างทักษะคิดกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

### 1.1 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ

(N=200)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	51	25.5
หญิง	149	74.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 1 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างมีเพศหญิงมากที่สุดคือ คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 25.5

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามอายุ

(N=200)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	100	50
21-30	41	20.5
31-40	34	17.0
41-50	15	7.5
มากกว่า 51	10	5.0
รวม	200	100

จากตารางที่ 2 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคืออายุ 21-30 คิดเป็นร้อยละ 20.5 และอันดับที่ 3 คืออายุ 31-40 คิดเป็นร้อยละ 17.0

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกอาชีพ

(N=200)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักศึกษา	86	43.0
รับราชการ	8	4.0
รัฐวิสาหกิจ	4	2.0
รับจ้าง	39	19.5
ค้าขาย	62	31.0
อื่นๆ	1	.5
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพนักศึกษามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาคืออาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 31.0 และอันดับที่ 3 คืออาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 19.5

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างแยกตามรายได้ต่อเดือน

(N=200)

รายได้ต่อเดือน/บาท	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 7,000	163	81.5
7,001-10,000	16	8.0
10,001-13,000	4	2.0
13,001-16,000	3	1.5
16,001-19,000	4	2.0
มากกว่า 19,000	10	5.0
รวม	200	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 7,000 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือน 7,001-10,000 คิดเป็นร้อยละ 8.0 และอันดับที่ 3 คือรายได้ต่อเดือนมากกว่า 19,000 คิดเป็นร้อยละ 5.0

## 1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

สื่อ	ปริมาณ		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับการเปิดรับ
1.สื่อมวลชน			
-รายการโทรทัศน์	2.7100	1.1929	ปานกลาง
-รายการวิทยุ	2.8000	1.3032	ปานกลาง
-นิตยสาร	2.1650	.9862	น้อย
-หนังสือพิมพ์	2.1850	1.0029	น้อย
-หนังสือเพลง	2.3750	1.2172	ปานกลาง
-เทป,ซีดี	2.9400	1.3134	ปานกลาง
2.สื่อบุคคล			
-ครอบครัว	3.1350	1.1058	ปานกลาง
-เพื่อน	2.9000	1.0370	ปานกลาง
3.สื่อเฉพาะกิจ			
-โปสเตอร์	2.2150	.9816	น้อย
-ใบปลิว	2.1600	.9895	น้อย
-คัทเอ้าท์	2.2600	.9680	น้อย
-สินค้าที่ระลึก	2.1100	1.1377	น้อย
รวม	2.4962	1.0529	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อแจกแจงแต่ละสื่อแล้วพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ ครอบครัว โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1350 รองลงมาคือ เทป,ซีดี โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9400 และอันดับที่ 3 คือ เพื่อน โดยมีค่าเฉลี่ย 2.9000

## 1.3 ทักษะที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

## ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

ทักษะที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับทักษะ
1.เพลงไทยลูกทุ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นทางภาษาที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาทำให้เข้าใจง่าย	4.2700	.6777	มาก
2.เพลงไทยลูกทุ่งยังมีเนื้อหาล้ำสมัย	4.1350	5.3628	มาก
3.เพลงไทยลูกทุ่งมีท่วงทำนองที่ไพเราะ	4.2700	.7139	มาก
4.เพลงไทยลูกทุ่งไม่มีการพัฒนาให้ทันสมัย	3.1700	1.1479	ปานกลาง
5.ท่านรู้สึกว่าคุณที่ชื่นชอบเพลงไทยลูกทุ่งมักเป็นคนชนบท	3.3800	1.1411	ปานกลาง
6.ท่านรู้สึกว่าเพลงไทยลูกทุ่งสามารถสื่อถึงความเป็นไทยได้	4.3750	.6831	มาก
7.ท่านรู้สึกว่าการฟังเพลงไทยลูกทุ่งนั้นเคยทำให้ท่านตกยุคไม่ทันสมัย	3.7800	.9466	มาก
8.เพลงไทยลูกทุ่งมีจังหวะที่สนุกสนานคึกคัก	4.0200	.7954	มาก
9.ท่านรู้สึกว่าคนที่นิยมฟังเพลงไทยลูกทุ่งลดลงเพราะมีแนวเพลงอื่นที่น่าสนใจกว่า	2.9850	1.0296	ปานกลาง
รวม	3.8205	12.4984	มาก

จากตารางที่ 6 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่งอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.8205 กลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่งในทางบวกคือเห็นว่า เพลงไทยลูกทุ่งสามารถสื่อถึงความเป็นไทยได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.3750 รองลงมาคือ เพลงไทยลูกทุ่งมีลักษณะโดดเด่นทางภาษาที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาทำให้เข้าใจง่าย และเพลงไทยลูกทุ่งมีท่วงทำนองที่ไพเราะ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.2700 ที่เท่าๆกัน

กลุ่มตัวอย่างมีทักษะที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่งในทางลบ คือเห็นว่า คนที่นิยมฟังเพลงไทยลูกทุ่งลดลงเพราะมีแนวเพลงอื่นที่น่าสนใจกว่า รองลงมาคือ เพลงไทยลูกทุ่งไม่มีการพัฒนาให้ทันสมัย และ ผู้ที่ชื่นชอบเพลงไทยลูกทุ่งมักเป็นคนชนบท

## 1.4 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับทัศนคติ
1. ท่านซื้อเทปและซีดีเพลงไทยลูกทุ่งเมื่อมีโอกาส	2.7800	1.0989	ปานกลาง
2. ท่านคิดว่าการชักชวนให้เพื่อนๆหันมาฟังเพลงไทยลูกทุ่งเป็นสิ่งที่ดี	3.3050	.9984	ปานกลาง
3. เมื่อมีโอกาสท่านจะเปิดเพลงไทยลูกทุ่งให้คนในครอบครัวฟังเสมอ	2.8700	1.2001	ปานกลาง
4. ในงานรื่นเริงต่างๆท่านมักเปิดเพลงไทยลูกทุ่งเพื่อสร้างความสนุกสนาน	3.1200	1.1885	ปานกลาง
5. ท่านติดตามผลงานของศิลปินเพลงไทยลูกทุ่งอยู่เสมอ	2.7800	1.1304	ปานกลาง
6. เมื่อท่านต้องการพักผ่อนจะเลือกรับฟังเพลงไทยลูกทุ่ง	2.9500	2.4795	ปานกลาง
7. ถ้ามีโอกาสท่านที่จะเข้าชมคอนเสิร์ตเพลงไทยลูกทุ่งตามสถานที่ต่างๆ	2.9400	3.7945	ปานกลาง
8. ท่านเห็นว่าเพลงไทยลูกทุ่งทางสื่อต่างๆควรมีกิจกรรมให้ผู้ชมได้เข้าร่วมสนุก	3.1100	1.1288	ปานกลาง
9. ท่านสามารถร้องเพลงไทยลูกทุ่งตามศิลปินที่รู้จักได้	3.2850	1.1621	ปานกลาง
10. ท่านสนใจความเคลื่อนไหวของศิลปินเพลงไทยลูกทุ่งที่สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆอยู่เสมอ	3.0100	1.1647	ปานกลาง
รวม	3.015	1.5346	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยที่กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มากที่สุดคือ การชักชวนให้เพื่อนๆหันมาฟังเพลงไทยลูกทุ่งเป็นสิ่งที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1350 รองลงมาคือ สามารถร้องเพลงไทยลูกทุ่งตามศิลปินที่รู้จักได้ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.2850 อันดับที่ 3 คือ ในงานรื่นเริงต่างๆมักเปิดเพลงไทยลูกทุ่งเพื่อสร้างความสนุกสนาน โดยมีค่าเฉลี่ย 3.1200



## ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ตารางที่ 8 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านเพศกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

เพศ	การเปิดรับข่าวสาร				$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ชาย	50	98.0	1	2.0	1.331
หญิง	140	94.0	9	6.0	
รวม	190	95.0	10	5.0	

จากตารางที่ 8 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านเพศที่ต่างกันไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

ตาราง 9 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านเพศกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

เพศ	ทัศนคติ				$\chi^2$
	ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ชาย	25	49.0	26	51.0	5.036*
หญิง	47	31.5	102	68.5	
รวม	72	36.0	128	64.0	

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 9 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านเพศที่ต่างกันมีผลกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย มีทัศนคติต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 49.0 มีทัศนคติในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.0

กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีทัศนคติต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีทัศนคติในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.5

ตารางที่ 10 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านเพศกับการมีส่วนร่วมอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง  
(N=200)

เพศ	การมีส่วนร่วม						$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ชาย	15	29.4	24	47.2	12	23.5	2.583
หญิง	28	18.8	83	55.7	38	25.5	
รวม	43	21.5	107	53.5	50	25.0	

จากตารางที่ 10 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านเพศที่ต่างกัน ไม่มีผลกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านอายุกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

อายุ	การเปิดรับข่าวสาร				$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20	97	97.0	3	3.0	37.684**
21-30	41	100.0	-	-	
31-40	34	100.0	-	-	
41-50	12	80.0	3	20.0	
มากกว่า 51	6	60.0	4	40.0	
รวม	190	95.0	10	5.0	

\*\*P ≤ 0.01

จากตารางที่ 11 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านอายุที่ต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 97.0 มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 80.0 มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 51 ปี มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 12 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านอายุกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

อายุ	ทัศนคติ				$\chi^2$
	ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20	45	45.0	55	55.0	12.983*
21-30	12	29.3	29	70.7	
31-40	8	23.5	26	76.5	
41-50	7	46.7	8	53.5	
มากกว่า 51	-	-	10	100.0	
รวม	72	36.0	128	64.0	

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 12 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านอายุที่ต่างกันมีผลกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.0 มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 55.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 70.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.5 มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 76.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 46.7 มีทัศนคติที่มีต่อในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 53.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 51 ปี มีทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 13 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านอายุกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทย  
ลูกทุ่ง

(N=200)

อายุ	การมีส่วนร่วม						$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 20	28	28.0	56	56.0	16	16.0	16.197*
21-30	7	17.1	17	41.5	17	41.5	
31-40	6	17.6	18	52.9	10	29.4	
41-50	2	13.3	8	53.3	5	33.3	
มากกว่า 51	-	-	8	80.0	2	20.0	
รวม	43	21.5	107	53.5	50	25.0	

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 13 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านอายุที่ต่างกันมีผลกับการมีส่วนร่วมอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 28.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 16.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 21-30 ปี มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.1 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.5 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 41.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 31-40 ปี มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 17.6 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.9 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 29.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 41-50 ปี มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 13.3 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 53.3 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 33.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 51 ปี มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 80.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 20.0

ตารางที่ 14 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านอาชีพกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทย  
ลูกทุ่ง

(N=200)

อาชีพ	การเปิดรับข่าวสาร				$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นักศึกษา	84	97.7	2	2.3	40.877**
รับราชการ	4	50.0	4	50.0	
รัฐวิสาหกิจ	3	75.0	1	25.0	
รับจ้าง	39	100.0	-	-	
ค้าขาย	59	95.2	3	4.8	
อื่นๆ	1	100.0	-	-	
รวม	190	95.0	10	5.0	

\*\*P ≤ 0.01

จากตารางที่ 14 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 97.7 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 2.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 75.0 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้าง มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 95.2 มีการเปิดรับข่าวสารในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 4.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 15 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านอาชีพกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

อาชีพ	ทัศนคติ				$\chi^2$
	ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นักศึกษา	43	50.0	43	50.0	21.857**
รับราชการ	-	-	8	100.0	
รัฐวิสาหกิจ	3	75.0	1	25.0	
รับจ้าง	9	23.1	30	76.9	
ค้าขาย	16	25.8	46	74.2	
อื่นๆ	1	100.0	-	-	
รวม	72	36.0	128	64.0	

\*\*P ≤ 0.01

จากตารางที่ 15 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านอาชีพที่ต่างกันมีผลกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 75.0 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้าง มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.1 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 76.9

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.8 มีทัศนคติในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 74.2

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.0



ตารางที่ 16 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านอาชีพกับการมีส่วนร่วมอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

อาชีพ	การมีส่วนร่วม						$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
นักศึกษา	26	30.2	51	59.3	9	10.5	38.521**
รับราชการ	-	-	8	100.0	-	-	
รัฐวิสาหกิจ	-	-	3	75.0	1	25.0	
รับจ้าง	4	10.3	14	35.9	21	53.8	
ค้าขาย	13	21.0	30	48.4	19	30.6	
อื่นๆ	-	-	1	100.0	-	-	
รวม	43	21.5	107	53.5	50	25.0	

\*\*P ≤ 0.01

จากตารางที่ 16 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านอาชีพที่ต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพนักศึกษา มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 30.2 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 59.3 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 10.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับราชการ มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรัฐวิสาหกิจ มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 75.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพรับจ้าง มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 10.3 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.9 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 53.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพค้าขาย มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 21.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 48.4 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 30.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพอื่นๆ มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านรายได้กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทย  
ลูกทุ่ง

(N=200)

รายได้	การเปิดรับข่าวสาร				$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 7,000	157	96.3	6	3.7	27.808**
7,001-10,000	16	100.0	-	-	
10,001-13,000	4	100.0	-	-	
13,001-16,000	3	100.0	-	-	
16,001-19,000	4	100.0	-	-	
มากกว่า 19,000	6	60.0	4	40.0	
รวม	190	95.0	10	5.0	

\*\*P ≤ 0.01

จากตารางที่ 17 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 96.3 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 3.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 7,001-10,000 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-13,000 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 13,001-16,000 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 16,001-19,000 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 19,000 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 60.0 มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40.0

ตารางที่ 18 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านรายได้กับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

รายได้	ทัศนคติ				$\chi^2$
	ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 7,000	63	38.7	100	61.3	10.817*
7,001-10,000	7	43.8	9	56.3	
10,001-13,000	2	50.0	2	50.0	
13,001-16,000	-	-	3	100.0	
16,001-19,000	-	-	4	100.0	
มากกว่า 19,000	-	-	10	100.0	
รวม	72	36.0	128	64.0	

\* $P \leq 0.05$

จากตารางที่ 18 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่ต่างกันมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 38.7 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 61.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 7,001-10,000 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.8 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 56.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-13,000 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 13,001-16,000 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 16,001-19,000 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 19,000 มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 19 เปรียบเทียบลักษณะทางประชากรด้านรายได้กับการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

รายได้	การมีส่วนร่วม						$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ต่ำกว่า 7,000	37	22.7	86	52.8	40	24.5	15.653*
7,001-10,000	6	37.5	6	37.5	4	25.0	
10,001-13,000	-	-	3	75.0	1	25.0	
13,001-16,000	-	-	3	100.0	-	-	
16,001-19,000	-	-	1	25.0	3	75.0	
มากกว่า 19,000	-	-	8	80.0	2	20.0	
รวม	43	21.5	107	53.5	50	25.0	

\*P ≤ 0.05

จากตารางที่ 19 พบว่าลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่ต่างกันมีผลกับการมีส่วนร่วมในอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 22.7 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.8 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 24.5

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 7,001-10,000 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 37.5 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 10,001-13,000 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 75.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 25.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 13,001-16,000 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 100.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 16,001-19,000 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 75.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้มากกว่า 19,000 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง  
ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 80.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ในระดับ  
มาก คิดเป็นร้อยละ 20.0

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

การเปิดรับ	ทัศนคติ				$\chi^2$
	ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อย	68	35.8	122	64.2	.073
มาก	4	40.0	6	60.0	
รวม	72	36.0	128	64.0	

จากตารางที่ 20 พบว่าการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไม่มีผลกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

สมมติฐานที่ 5 ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทย  
ลูกทุ่งที่ต่างกัน

ตารางที่ 21 เปรียบเทียบการเปิดรับข่าวสารกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

การเปิดรับ	การมีส่วนร่วม						$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
น้อย	43	22.6	101	53.2	46	24.2	3.294
ปานกลาง			6	60.0	4	40.0	
รวม	43	21.5	107	53.5	50	25.0	

จากตารางที่ 21 พบว่าการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์  
เพลงไทยลูกทุ่ง

สมมติฐานที่ 6 ประชาชนมีทัศนคติที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่าง  
กัน

ตารางที่ 22 เปรียบเทียบทัศนคติกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

(N=200)

ทัศนคติ	การมีส่วนร่วม						$\chi^2$
	น้อย		ปานกลาง		มาก		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ปานกลาง	31	43.1	34	47.2	7	9.7	35.645**
มาก	12	9.4	73	57.0	43	33.6	
รวม	43	21.5	107	53.5	50	25.0	

\*\*P ≤ 0.01

จากตารางที่ 22 พบว่าทัศนคติที่ต่างกันมีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูก  
ทุ่งที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติด้านปานกลาง ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งใน  
ระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 43.1 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งในระดับปานกลาง คิด  
เป็นร้อยละ 47.2 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 9.7

กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติมาก ส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งในระดับ  
น้อย คิดเป็นร้อยละ 9.4 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อย  
ละ 57.0 มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 33.6



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง : ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี” มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสารของประชาชนที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง
2. เพื่อเข้าใจทัศนคติของประชาชนที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง
3. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

ลักษณะของการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจซึ่งมีประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ ประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยสุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย การแจกแจงความถี่ และความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้นใช้ Chi-Square

#### สรุปการวิจัย

##### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

##### ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีจำนวนทั้งสิ้น 200 คน แบ่งเป็นเพศชาย 51 คน และเพศหญิง 149 คน ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีอาชีพเป็นนักศึกษา และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท

##### ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอยู่ในระดับปานกลาง จากครอบครัวมากที่สุด อันดับที่ 2 คือ เทป, ซีดี และอันดับที่ 3 คือ เพื่อน

##### ตอนที่ 3 ทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอยู่ในระดับมาก ทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติเชิงบวกมากที่สุดคือ เพลงไทยลูกทุ่งสามารถสื่อความเป็นไทยได้ อันดับที่ 2 คือ เพลงไทยลูกทุ่งมีลักษณะโดดเด่นทางภาษาที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาทำให้เข้าใจง่าย และ เพลงไทยลูกทุ่งมีท่วงทำนองที่ไพเราะ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่เท่ากัน

ส่วนทัศนคติเชิงลบมากที่สุดคือ คนที่นิยมฟังเพลงลูกทุ่งลดลงเพราะมีแนวเพลงอื่นที่น่าสนใจกว่า อันดับที่ 2 คือ เพลงไทยลูกทุ่งไม่มีการพัฒนาให้ทันสมัย และอันดับที่ 3 คือผู้ที่ชื่นชอบเพลงไทยลูกทุ่งมักเป็นคนชนบท

#### ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งจากการชักชวนให้เพื่อนฯ หันมาฟังเพลงไทยลูกทุ่งเป็นสิ่งที่ดีมากที่สุด อันดับที่ 2 สามารถร้องเพลงไทยลูกทุ่งตามศิลปินที่รู้จักได้ และอันดับที่ 3 ในงานรื่นเริงต่างๆมักเปิดเพลงไทยลูกทุ่งเพื่อสร้างความสนุกสนาน

#### 2. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะประชากร ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

1. เพศ - กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง
2. อายุ - กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
3. อาชีพ - กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
4. รายได้ต่อเดือน - กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ลักษณะประชากร ที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

1. เพศ - กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
2. อายุ - กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
3. อาชีพ - กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
4. รายได้ต่อเดือน - กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** ลักษณะประชากร ที่แตกต่างกันจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

1. เพศ - กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง
2. อายุ - กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
3. อาชีพ - กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน
4. รายได้ต่อเดือน - กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 4** ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารของประชาชนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

**สมมติฐานที่ 5** ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารของประชาชนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

**สมมติฐานที่ 6** ประชาชนที่มีทัศนคติที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน จากผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของประชาชนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งแตกต่างกัน

#### อภิปรายผลการวิจัย

##### 1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งจากครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือเทป,ซีดี และเพื่อน โดยมี การเปิดรับข่าวสารไม่มากเท่าที่ควร อาจจะเป็นเพราะสื่อมวลชนเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง ทั้งรายการโทรทัศน์และรายการวิทยุ มีการเผยแพร่ในช่วงเวลาหลังเที่ยงคืน ซึ่งไม่ตรงช่วงเวลาที่ประชาชนจะสนใจรับฟัง เพราะเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยเรียนและวัยทำงานเข้านอนแล้ว ส่วนผู้ที่ทำงานในเวลากลางวันก็ไม่มีโอกาสได้ติดตาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามต่างมีอาชีพที่ต้องทำในแต่ละวัน ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่สามารถเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งได้ และอาจไม่อยู่ในความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการวิจัยพบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่น จึงไม่เลือกที่จะเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งมากนัก แต่ประชาชนมีการเปิดรับสื่อจากการฟังเทปและซีดี อาจเนื่องมาจากว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจในสื่อนี้เพราะสามารถรับฟัง

ได้ในเวลาที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ วิลเบอร์ แชมรม (ชวรัตน์ เชิดชัย : 171) ได้ให้หลักทั่วไป อันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด

นอกจากสื่อมวลชนจะเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งแล้ว สื่อบุคคลก็เป็นอีกสื่อหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง โดยมีการเปิดรับจากครอบครัวมากที่สุด และมีการเปิดรับข่าวสารอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นว่า เพลงไทยลูกทุ่งเป็นเพลงที่คนในครอบครัวส่วนใหญ่จะสนใจและเลือกเปิดรับเพื่อความบันเทิง รองลงมาคือเพื่อน ซึ่งเป็นการเปิดรับในบางครั้ง อาจเนื่องมาจากการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งนั้น ในสภาพสังคมปัจจุบันยังไม่ถือเป็นแนวเพลงที่นิยมในสังคมเมือง กลุ่มตัวอย่างจึงไม่สามารถเปิดรับข่าวสารจากกลุ่มเพื่อนได้มากนัก

สื่อเฉพาะกิจ เป็นสื่ออีกประเภทหนึ่ง ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งน้อยมาก นั้นอาจเป็นเพราะว่าข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งไม่ได้มีความจำเป็นกับชีวิตประจำวัน ทำให้กลุ่มเป้าหมายไม่สนใจ และไม่ได้รับข่าวสารในเรื่องนี้ได้โดยทั่วไป ทั้งโปสเตอร์ ใบปลิว ป้ายโฆษณา รวมทั้งสินค้าที่ระลึกต่างๆ

## 2. ทักษะคดีเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งโดยรวมเป็นไปในทางบวกและอยู่ในระดับมาก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเพลงไทยลูกทุ่งสามารถสื่อถึงความเป็นไทยได้ อาจเป็นเพราะจุดเริ่มต้นแนวเพลงที่นิยมของคนไทย มีพื้นฐานมาจากเพลงพื้นบ้านและพัฒนามาเป็นเพลงไทยลูกทุ่งจนถึงปัจจุบัน นอกจากนั้นยังพบว่าคนส่วนใหญ่ยังเห็นว่า เพลงไทยลูกทุ่งมีลักษณะโดดเด่นทางภาษาที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาทำให้เข้าใจง่าย และมีท่วงทำนองที่ไพเราะ ซึ่งเป็นเพราะเพลงไทยลูกทุ่งได้รับความนิยมมาตั้งแต่ในอดีต และมีการสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น รวมถึงการปลูกฝังทัศนคติในแง่บวกนี้แก่คนรุ่นหลังสืบต่อมา แม้จะมีทัศนคติทางลบบ้าง แต่ก็ยังอยู่ในระดับน้อย จึงแสดงให้เห็นว่าเพลงไทยลูกทุ่งมีผลต่อทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในแง่ที่ดี

## 3. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อที่ชักชวนให้เพื่อนๆหันมาฟังเพลงไทยลูกทุ่งเป็นสิ่งที่คนนั้นมีมากที่สุด อาจเป็นเพราะเพลงไทยลูกทุ่งมีการสืบทอดมายาวนาน ซึ่งการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นนั้นก็ส่งผลทำให้คนรุ่นหลังได้รู้จักเพลงไทยลูกทุ่งจนถึงทุกวันนี้ กลุ่มตัวอย่างจึงเห็นว่า การชักชวนให้คนใกล้ชิดตัวหันมาฟังเพลงไทยลูกทุ่ง จะเป็นวิธีที่จะสามารถอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งได้ดีอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้การที่สามารถร้องเพลงไทยลูกทุ่งตามศิลปินที่รู้จักได้ ก็ยังถือว่ามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

อีกด้วย นอกจากนั้นในงานรื่นเริงต่างๆก็มักเปิดเพลงไทยลูกทุ่งเพื่อสร้างความสนุกสนาน ซึ่งการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งจากกลุ่มตัวอย่างนั้นยังเป็นไปบ้างครั้งคราวเท่านั้น

### การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะประชากรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งมีความสัมพันธ์กับลักษณะประชากรของประชาชนเพียงบางลักษณะ เช่น ลักษณะประชากรทางด้านอายุ ลักษณะประชากรทางอาชีพ และลักษณะประชากรทางด้านรายได้ต่อเดือน ทั้งนี้มีเพียงบางลักษณะที่ไม่สัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง คือ ลักษณะประชากรทางด้านเพศ ซึ่งอาจจะเป็นเพราะว่า ลักษณะทางประชากรทางด้านเพศนั้น มีการเปิดรับข่าวสารในรูปของ สื่อต่างๆที่เหมือนกัน เช่น รายการเพลงทั้งทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หรือ เทปซีดี เป็นต้น

ส่วนลักษณะทางประชากรทางด้านอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลาย จึงทำให้มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสารต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพื้นฐานของความแตกต่างในด้านบุคลิกภาพ การเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมที่ต่างกัน การเปิดรับข่าวสารนั้นจะเกิดจากบุคคลที่ใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างมากที่สุดนั่นคือ ครอบครัว ญาติ และเพื่อน ซึ่งสอดคล้องตามทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคลของ โรเจอร์ส และชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker) ได้กล่าวไว้ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใดๆเกิดการยอมรับในสารที่เสนอไป หรือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพที่สุด ที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์ ในกรณีที่ส่งสารจะหวังผลให้ผู้รับเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจยิ่งขึ้นด้วย ส่วนทางด้านสื่อเฉพาะกิจที่เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งนั้น มีการเปิดรับจากกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย ซึ่งอาจเป็นเพราะเพลงไทยลูกทุ่งจะจัดทำสื่อเฉพาะกิจเป็นครั้งคราว ขึ้นอยู่กับกระแสการโปรโมทเป็นสำคัญ

**สมมติฐานที่ 2** ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน จะมีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก เพศชายกับหญิง มีความสนใจและความต้องการในเรื่องต่างๆค่อนข้างที่จะแตกต่างกัน ทางด้านอายุที่ต่างกัน ก็อาจเป็นเพราะเพลงไทยลูกทุ่งจะได้รับความนิยมมากในอดีต ซึ่งจากผลการวิจัยกลุ่มอายุที่มากกว่า 51 ปี จะอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านอาชีพและรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน อาจทำให้ผู้ที่ประกอบอาชีพต่างๆ รวมถึงรายได้ที่ต่างกัน มีทัศนคติและความต้องการแตกต่างกัน ซึ่งอาจเกิดจากการมีสภาพ

แนวคิดที่ต่างกัน มีองค์ประกอบอีกหลายประการที่ทำให้ทัศนคติของคนต่างกัน ดังที่สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ (จิตวิทยา สุวรรณะชญ. 2520) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของทัศนคติ (Attitude Component) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. ส่วนของสติและเหตุผล (Cognitive Component) ในส่วนนี้เป็นเรื่องของการใช้เหตุผลของบุคคลในการจำแนกแยกแยะความแตกต่าง ตลอดจนผลต่อเนื่อง ผลได้ผลเสีย กล่าวคือ การที่บุคคลจะสามารถนำเอาคุณค่าทางสังคมที่ได้รับจากการอบรมสั่งสอนและถ่ายทอด มาใช้ในการวิเคราะห์พิจารณาประกอบเหตุผลของการที่ตนจะประเมินข้อแตกต่างระหว่างส่วนนี้กับความรูสึก คือ การพิจารณาของบุคคลในส่วนนี้จะมีลักษณะปลอดภัยจากอารมณ์ แต่จะเป็นเรื่องของเหตุผลอันสืบเนื่องมาจากความเชื่อของบุคคล

2. ส่วนของความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง บรรดาความรู้สึกที่ชอบ ไม่ชอบ รักหรือเกลียด หรือกลัว ซึ่งเป็นเรื่องของอารมณ์ของบุคคล

3. ส่วนของแบบพฤติกรรม (Behavioral Component) หมายถึง แนวโน้มอันที่จะมีพฤติกรรม (Action tendency) แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมนี้จะมีความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับส่วนของความรู้สึก ตลอดจนส่วนของสติและเหตุผล ส่วนของแบบพฤติกรรมนี้เป็นส่วนที่บุคคลพร้อมจะมีปฏิกิริยาแสดงออกต่อเหตุการณ์หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

**สมมติฐานที่ 3** ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน จะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากรทางด้านอายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งที่ต่างกัน ส่วนลักษณะทางประชากรทางด้านเพศ ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างทางด้านอายุนั้น มีการตั้งสมการเรียนรู้มาตั้งแต่สมัยอดีต ฉะนั้นจะเห็นได้ว่าอายุจึงมีผลต่อการมีส่วนร่วม และทางด้านอาชีพซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลาย การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งจึงอาจเกิดขึ้นกับอาชีพใดอาชีพหนึ่ง โดยมีการเลือกที่จะสนใจหรือเลือกที่จะมีส่วนร่วมกับเรื่องนั้นๆด้วย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (A Participation Theory of Democracy) ซึ่ง Rousseau ได้เขียนไว้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมต้องอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพ ในการตัดสินใจว่าจะเลือกในการมีส่วนร่วมหรือไม่ ที่สำคัญคือต้องไม่มีใครเป็นนายใคร หรือเป็นนายแห่งชีวิตใคร

2. กระบวนการมีส่วนร่วมนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาค และสามารถพึ่งพาตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการตระหนัก รับรู้ในความสำคัญของการมีส่วนร่วมของตน

ส่วนทางด้านรายได้ต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งอาจจะแตกต่างกันออกไปทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง อาจเป็นเพราะไม่ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีรายได้

ต่อเดือนเท่าใด ความจริงแล้วการเลือกที่จะมีส่วนร่วมนั้น อาจเกิดจากความรู้สึก ความนึกคิด หรือความชอบในเรื่องเพลงไทยลูกทุ่งเป็นการส่วนตัว

ส่วนลักษณะทางประชากรด้านเพศนั้น ไม่ได้เป็นตัวกำหนดในเรื่องของการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันอาจมีความคิดที่อยากจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งอยู่ในความคิดของตนเองอยู่แล้ว ซึ่งเรื่องการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งนั้นกลุ่มตัวอย่างสามารถรับรู้ได้ว่า การอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งแบบไหน หรือลักษณะใดที่จะตรงกับความคิดของตนเองมากที่สุด

**สมมติฐานที่ 4** ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ไม่มีผลกับทัศนคติที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งคืออยู่ในระดับหนึ่งแล้ว ฉะนั้นในการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน จึงไม่มีผลต่อทัศนคติแต่อย่างใด เพราะบุคคลย่อมมีการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎี(อ้างในยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534) ที่เกี่ยวกับองค์ประกอบในการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารมีดังนี้

1. ประสบการณ์ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
2. การประเมินสารและประโยชน์ของข่าวสารนั้นๆ ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสาร เพื่อสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลังแตกต่างกัน ทำให้มีความสนใจแตกต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม ทำให้มีความต่างกันในระดับการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาของข่าวสาร
5. ความสามารถในการรับสาร เกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจ ที่เป็นตัวทำให้ระดับการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้ำใจ ตลอดจนระดับของผู้รับสาร
7. อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารเข้าใจ หรืออาจจะเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของข่าวสารได้
8. ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับข่าวสาร และตอบสนองต่อข่าวสารที่ได้พบ

**สมมติฐานที่ 5** ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการนำเสนอในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งจากสื่อมวลชนต่างๆ ในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างนั้นไม่ค่อย

จะปรากฏให้เห็นชัดเจนเท่าที่ควร โดยสื่อมวลชนทั้งทางด้านรายการวิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือเพลง และเทปซีดี ไม่ได้นำเสนอที่เกี่ยวข้องกับการให้กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ทางด้านสื่อมวลชนนั้นอาจจะยังไม่มีประสิทธิภาพที่เพียงพอ โดยอาจจะไม่สามารถโน้มน้าวกลุ่มตัวอย่างได้มากเท่าที่ควร ดังที่เสถียร เชยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อมวลชนไว้ดังนี้

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจได้ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบได้ในทันทีจัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มาก สามารถใช้ในการโน้มน้าวใจผู้รับสารได้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิถิ ถ้าผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถซักถาม หรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็ปรับปรุงแก้ไขสารที่ออกไปให้ตรงกับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน เพราะฉะนั้นจึงสามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปล หรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้

2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้ การสื่อสารระหว่างบุคคลนี้แบ่งออกเป็น การสื่อสารโดยตรง และการสื่อสารโดยกลุ่ม ดังนี้ (เสถียร เชยประทับ, 2536)

2.1 การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้หากประชาชนหรือผู้รับสารไม่เข้าใจ ก็สามารถซักถามทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้นในกิจการเผยแพร่ข่าวสารสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจ จึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้อาจใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลาและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร

2.2 การติดต่อโดยกลุ่ม (Group Contact of Community Public) คือการติดต่อโดยผ่านกลุ่ม กลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่างๆช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้

ส่วนสื่อเฉพาะกิจที่เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งนั้น อาจมีการนำเสนอที่ไม่เพียงพอ จึงทำให้ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

**สมมติฐานที่ 6** ประชาชนมีทัศนคติที่ต่างกัน ทำให้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีทัศนคติที่ต่างกัน มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งต่างกัน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนั้นมีความพึงพอใจที่จะร่วมกันอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง อาจเนื่องจากมีความเห็นว่า เพลงไทยลูกทุ่งสามารถสื่อถึงความเป็นไทยได้ และมีทัศนคติทางบวกที่ว่า เพลงไทยลูกทุ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นทางภาษาที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมา ทำให้สามารถเข้าใจง่าย ซึ่งอาจถือเป็นความเชื่อส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเองก็เป็นได้ ดังความหมายของทัศนคติที่



(ประกาศเพ็ญ สุวรรณ. 2526 : 1) กล่าวไว้ว่า ยังไม่เป็นที่ยอมรับตรงกันในหมู่นักจิตวิทยา หรือ กลุ่มผู้ที่ทำการศึกษาเรื่องทัศนคติ ดังนั้นแต่ละกลุ่มก็ให้ความหมายไปคนละอย่างตามความเชื่อของตนเอง และตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 กล่าวว่า ทัศนคติ เป็นคำวิเศษณ์นี้อาจออกมาในลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พอใจ ต่อวัตถุนั้นก็ได้อ

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นข้อมูลในการใช้สื่อต่างๆ ให้สอดคล้องกับการเปิดรับข่าวสารเพลงไทยลูกทุ่งของประชาชน เพื่อเป็นแนวทางกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง และผลการวิจัยนี้ยังสามารถใช้ในการวางแผนปรับปรุงการนำเสนอเพลงให้ตรงตามทัศนคติของประชาชน ผลการวิจัยพบว่า

1. การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างที่มากที่สุดคือ การเปิดรับสื่อจากครอบครัว จึงควรเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งให้ครอบครัวมากที่สุด เพราะกลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารจากครอบครัว ซึ่งได้รับข้อมูลจากเทป, ซีดีอีกทอดหนึ่ง จึงควรให้ความสำคัญมากที่สุด

2. ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยทัศนคติที่มีเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งมากที่สุดคือ เพลงไทยลูกทุ่งสามารถสื่อถึงความเป็นไทยได้ และทัศนคติที่กลุ่มตัวอย่างมีน้อยที่สุดคือ การที่รู้สึกว่าคุณที่นิยมฟังเพลงไทยลูกทุ่งลดลง เพราะมีแนวเพลงอื่นที่น่าสนใจกว่า ดังนั้นควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่ง

ส่วนเรื่องที่ต้องปรับปรุงคือ สร้างภาพลักษณ์ให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ดีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

3. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่งของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือ การชักชวนให้เพื่อนๆ หันมาฟังเพลงไทยลูกทุ่งเป็นสิ่งที่ดี รองลงมาคือ สามารถร้องเพลงไทยลูกทุ่งตามศิลปินที่รู้จักได้ และอันดับที่ 3 คือ ในงานรื่นเริงต่างๆ มักเปิดเพลงไทยลูกทุ่งเพื่อสร้างความสนุกสนาน จึงควรเน้นประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับในเรื่องดังกล่าวให้มากขึ้น

## ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตตำบลและจังหวัดเดียว ซึ่งอาจทำให้การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง แตกต่างจากประชาชนในเขตจังหวัดอื่นๆ ดังนั้นจึงควรศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนในเขตจังหวัดอื่นบ้าง ก็น่าจะทำให้งานวิจัยมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. จากการวิจัยพบว่า ครอบครัวเป็นสื่อสำคัญที่ประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรีเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งมากที่สุด ดังนั้นจึงควรที่จะศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง ของครอบครัวตามตำบลต่างๆ

3. งานวิจัยครั้งนี้ ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์เฉพาะ เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ต่อเดือน ซึ่งยังขาดลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่สำคัญบางอย่างไป อันได้แก่ ระดับการศึกษา ดังนั้นควรเพิ่มลักษณะทางประชากรศาสตร์ดังกล่าวไปด้วย เพื่อให้การวิจัยมีประสิทธิภาพขึ้น

## บรรณานุกรม

### หนังสือ

ชื่อ/ชื่อสกุล//ชื่อเรื่อง//ครั้งที่พิมพ์//เมืองที่พิมพ์//ผู้รับผิดชอบการพิมพ์/ปีที่พิมพ์.

กนกวรรณ มณจิราข. พฤติกรรมกรเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมด้านป่าไม้ กับความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ป่าไม้ของเยาวชน ในจังหวัดกาญจนบุรี.

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.

ชวรัตน์ เชิดชัย. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2527.

จิตยา สุวรรณะชญ. วิทยาศาสตร์สังคม. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2520.

นารีگانต์ พราหมนง. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนักของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ โรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ประมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2526.

พิชญ์สินี บำรุงนคร. ลักษณะความเป็นอมตะของเพลงสุนทราภรณ์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543.

ไพลิน ศศิธนากรแก้ว. การเปิดรับข่าวสารสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.

กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

กัญญาภรณ์ เพ็ญภินันท์. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของ ประชาชนในเขตนิคมอุตสาหกรรมบางปู จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

บุบล เบ็ญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

บุพา สุภากุล. การสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2540.

ลดาวัลย์ พอใจ. การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ความตระหนัก และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในเขตอำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช. กรุงเทพฯ :

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

ลักขณา สุวรรณ. วรรณกรรมเพลงลูกทุ่ง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2521.

วรัตน์ ญาณทัศนกิจ. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์แม่น้ำ : กรณีศึกษา แม่น้ำท่าจีน ในเขตอำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546.

### บรรณานุกรม(ต่อ)

ศิริพร กรอบทอง. วิวัฒนาการเพลงลูกทุ่งในสังคมไทย(พ.ศ. 2481-2535). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

เสถียร เซษประทับ. สื่อมวลชนกับการพัฒนาประเทศ : เน้นเฉพาะประเทศไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

อนันต์ธนา อังกินันท์. การผลิตและการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2535.

อัมพร จิตรรักษา. ศึกษาภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรมที่ปรากฏในเพลงลูกทุ่ง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2543.

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

**ภาคผนวก**

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## แบบสอบถาม

การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง  
: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในเขตตำบลแสนสุข อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

กรุณากาเครื่องหมาย  ลงบนช่องว่างที่ท่านต้องการตอบเพียงข้อเดียว หรือเขียนลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. เพศ    ( )ชาย        ( )หญิง
2. อายุ    ( )ปี
3. อาชีพ    ( )นักศึกษา        ( )รับราชการ        ( )รัฐวิสาหกิจ  
              ( )รับจ้าง        ( )ค้าขาย        อื่นๆ.....
4. รายได้    ( )ต่ำกว่า 7,000 บาท    ( )7,001-10,000 บาท    ( )10,001-13,000 บาท  
              ( )13,001-16,000 บาท    ( )16,001-19,000 บาท    ( )มากกว่า 19,000 บาท

### ตอนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารของประชาชนในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

กรุณากาเครื่องหมาย  ลงบนช่องว่างที่ท่านต้องการตอบเพียงข้อเดียว

**คำถาม** ท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับเพลงไทยลูกทุ่งอย่างไร

	บ่อยที่สุด	บ่อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>สื่อมวลชน</b>					
1. รายการเพลงไทยลูกทุ่งทางโทรทัศน์					
2. รายการเพลงไทยลูกทุ่งทางวิทยุ					
3. การวิจารณ์/รายงานความเคลื่อนไหวเพลงไทยลูกทุ่งทางนิตยสาร					
4. การวิจารณ์/รายงานความเคลื่อนไหวเพลงไทยลูกทุ่งทางหนังสือพิมพ์					
5. หนังสือเพลง					
6. เทปเพลงคลาสเซท/CD					
<b>สื่อบุคคล</b>					
7. บุคคลในครอบครัว/ญาติ					
8. เพื่อน					

	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สื่อเฉพาะกิจ					
9. ไปสเตอร์เพลงไทยลูกทุ่ง					
10. ใบปลิว					
11. ป้ายคัทเอาท์ (ป้ายประกาศ)					
12. สินค้าที่ระลึก เช่น แก้วน้ำ เสื้อ ฯลฯ					

### ตอนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อเพลงไทยลูกทุ่ง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงบนช่องว่างที่ท่านต้องการตอบเพียงข้อเดียว

คำถาม	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. เพลงไทยลูกทุ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นทางภาษาที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาทำให้เข้าใจง่าย					
2. เพลงไทยลูกทุ่งยังมีเนื้อหาดีล้ำสมัย					
3. เพลงไทยลูกทุ่งมีท่วงทำนองที่ไพเราะ					
4. เพลงไทยลูกทุ่งไม่มีการพัฒนาให้ทันสมัย					
5. ท่านรู้สึกว่าคุณที่ชื่นชอบเพลงไทยลูกทุ่งมักเป็นคนชนบท					
6. ท่านรู้สึกว่าคุณเพลงไทยลูกทุ่งสามารถสื่อถึงความเป็นไทยได้					
7. ท่านรู้สึกว่าการฟังเพลงไทยลูกทุ่งนั้นเซซทำให้ท่านตกยุคไม่ทันสมัย					
8. เพลงไทยลูกทุ่งมีจังหวะสนุกสนาน					
9. ท่านรู้สึกว่าคุณนิยมฟังเพลงไทยลูกทุ่งลดลงเพราะมีแนวเพลงอื่นที่น่าสนใจกว่า					

#### ตอนที่ 4 การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์เพลงไทยลูกทุ่ง

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงบนช่องว่างที่ท่านต้องการตอบเพียงข้อเดียว

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ท่านซื้อเทปและซีดีเพลงไทยลูกทุ่งเมื่อมีโอกาส					
2. ท่านคิดว่าการชักชวนให้เพื่อนๆหันมาฟังเพลงไทยลูกทุ่งเป็นสิ่งที่ดี					
3. เมื่อมีโอกาสท่านจะเปิดเพลงไทยลูกทุ่งให้คนในครอบครัวฟังเสมอ					
4. ในงานรื่นเริงต่างๆท่านมักเปิดเพลงไทยลูกทุ่งเพื่อสร้างความสนุกสนาน					
5. ท่านติดตามผลงานของศิลปินเพลงไทยลูกทุ่งอยู่เสมอ					
6. เมื่อท่านต้องการพักผ่อนจะเลือกรับฟังเพลงไทยลูกทุ่ง					
7. ถ้ามีโอกาสท่านเลือกที่จะเข้าชมคอนเสิร์ตเพลงไทยลูกทุ่งตามสถานที่ต่างๆ					
8. ท่านเห็นว่ารายการเพลงไทยลูกทุ่งทางสื่อต่างๆควรมีกิจกรรมให้ผู้ชมได้เข้าร่วมสนุก					
9. ท่านสามารถร้องเพลงไทยลูกทุ่งตามศิลปินที่รู้จักได้					
10. ท่านสนใจความเคลื่อนไหวของศิลปินเพลงไทยลูกทุ่งที่สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆอยู่เสมอ					