



ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นใน  
เขตกรุงเทพมหานคร

**Relationship Between Media Exposure Toward Volunteer Spirit Among  
The Teenagers in Bangkok**

วิมลพรรณ อากาเวท

เนวิศา ชัยศุภมงคลลาภ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556  
คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในเขต  
กรุงเทพมหานคร

Relationship Between Media Exposure Toward Volunteer Spirit Among The  
Teenagers in Bangkok

วิมลพรรณ อามาเวท

ณิศา ชัยศุภมงคลลาภ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนงบประมาณเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2556  
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาววิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสา  
ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย : วิมลพรรณ อากาเวท  
ณริศา ชัยศุภมวงคณลาม

พ.ศ. : 2556

### บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนเปรียบเทียบลักษณะทางประชากร ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมจิตอาสา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับ ข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ, ระดับชั้นปีที่ศึกษา, กลุ่มวิชาที่ศึกษา, มหาวิทยาลัย, รายได้/ค่าใช้จ่าย, สถานที่พักอาศัย และลักษณะครอบครัว) ของ วัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน
2. การเปิดรับข่าวสาร และ ทักษะคิดจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรม จิตอาสาโดยเป็นความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ขณะที่ความรู้จิตอาสา มี ความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมจิตอาสาและเป็นความสัมพันธ์ระดับต่ำ

นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสามากที่สุด คือ สื่ออินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 58.2 ส่วนผลการวิจัยเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีทักษะคิดเกี่ยวกับกิจกรรมจิตอาสา อยู่ในระดับทัศนคติดี และมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาในระดับปานกลาง

**Title** : Relationship Between Media Exposure Toward Volunteer Spirit Among The Teenagers in Bangkok

**Authors** : Wimonpan Arpavate  
Nerisa Chaisupamongkollarp

**Year** : 2013

### **Abstract**

This research aims to study about media exposure, knowledge, attitude and volunteer spirit behavior of the teenagers in Bangkok. Comparison of the demographic characteristics with volunteer spirit behavior and the relations between media exposure, knowledge, attitude with volunteer spirit behavior of the teenagers in Bangkok.

The results of the study were as followed:

1. The Teenagers in Bangkok who are different in demographic characteristics (gender, age, education level, years, subjects of study, university, income, residential and family characteristics) has a different volunteer spirit behavior.
2. Media exposure and volunteer spirit attitudes correlated positively with volunteer spirit behavior in the middle level relations. While knowledge of volunteer spirit correlated negatively with volunteer spirit behavior, in the low level relations.

Moreover, the sample exposed the contents of volunteer spirit on the internet is the most 58.2 percent. The sample has knowledge about the volunteer spirit in the middle level. Good attitude in volunteer spirit activities and the sample had a volunteer spirit behavior in the middle level.

## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร เป็นงานวิจัยที่มุ่งศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร รวมถึงเป็นการศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร และพฤติกรรมจิตอาสา ตลอดจนศึกษาหาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมจิตอาสา เนื่องจากปัจจุบันนี้การสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมต่างๆ ของวัยรุ่นเป็นอย่างมากทำให้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นที่เบี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานของสังคมไทย ดังนั้นจึงได้ศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารของวัยรุ่นที่อาจส่งผลต่อการรับรู้ในเรื่องเกี่ยวกับจิตอาสา นำไปสู่ความรู้ และเป็นความเชื่อหรือทัศนคติของวัยรุ่นจนนำไปสู่การปฏิบัติในที่สุด โดยได้รับงบประมาณจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในปีงบประมาณ 2556 และได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบันอุดมศึกษา ในกรุงเทพมหานคร ในปีการศึกษา 2555

ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีสารสนเทศที่ให้ทุนสนับสนุนโครงการวิจัย และขอขอบคุณอาจารย์ฉันทนา ปาปัดถา ตลอดจนเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการทุกท่านโดยเฉพาะนางภัคประวีร์ กลิ่นมาลัย ที่คอยช่วยเหลือในเรื่องการประสานงานต่างๆ รวมทั้งนางสาวกนกวรรณ แสงพรชัยเจริญ และเจ้าหน้าที่แผนกการเงินของคณะฯ ที่อำนวยความสะดวกในการเบิกจ่ายงบประมาณของโครงการวิจัยภายใต้ระเบียบข้อบังคับของราชการ และที่สำคัญขอขอบคุณวัยรุ่นที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครที่กรุณาตอบแบบสอบถาม ทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้วิจัย

กันยายน 2556

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ณ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 สมมติฐานการวิจัย	5
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
1.7 นิยามศัพท์	6
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
<b>บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร	7
2.2 ทฤษฎีวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis Theory)	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร	13
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติ	15
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับครอบครัวและการสื่อสารของครอบครัว	19
2.7 แนวคิดสื่อบุคคล	24
2.8 แนวคิดเกี่ยวกับจิตอาสา	27
2.9 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น	29
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
<b>บทที่ 3</b> ระเบียบวิธีวิจัย	<b>34</b>
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.3 การทดสอบเครื่องมือ	36
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	37
3.5 การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์	37
3.6 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	39
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	40
<b>บทที่ 4</b> ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของ วัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร	41
<b>บทที่ 5</b> สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	67
5.1 สรุปผลการวิจัย	67
5.2 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	71
5.3 อภิปรายผลการวิจัย	73
5.4 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	76
<b>รายการอ้างอิง</b>	<b>77</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>81</b>
แบบสอบถาม	82
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>89</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 3.1	แสดงสถาบัน จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง	35
ตารางที่ 4.1	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	42
ตารางที่ 4.2	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	42
ตารางที่ 4.3	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นปีที่ศึกษา	43
ตารางที่ 4.4	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน	43
ตารางที่ 4.5	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่	44
ตารางที่ 4.6	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ / ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน	44
ตารางที่ 4.7	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักอาศัย	45
ตารางที่ 4.8	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะครอบครัว	45
ตารางที่ 4.9	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆในรอบ 1 สัปดาห์	46
ตารางที่ 4.10	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ	47
ตารางที่ 4.11	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทข่าวสารที่ท่านชอบเปิดรับมากที่สุดจากสื่อประเภทต่างๆ	48
ตารางที่ 4.12	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสา	48
ตารางที่ 4.13	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา	49
ตารางที่ 4.14	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา	50
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา	51



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา (ต่อ)	52
ตารางที่ 4.15	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา (ต่อ)	53
ตารางที่ 4.16	แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	54
ตารางที่ 4.17	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมจิตอาสาที่สนใจเข้าร่วม	56
ตารางที่ 4.18	แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจกรรมจิตอาสาที่สนใจเข้าร่วม	57
ตารางที่ 4.19	การทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	57
ตารางที่ 4.20	การทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	58
ตารางที่ 4.21	การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามอายุด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe	58
ตารางที่ 4.22	การทดสอบความแตกต่างของระดับชั้นปีที่ศึกษา กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	59
ตารางที่ 4.23	การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษาด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe	59
ตารางที่ 4.24	การทดสอบความแตกต่างของกลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	60
ตารางที่ 4.25	การทดสอบความแตกต่างของมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	60
ตารางที่ 4.26	การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe	61
ตารางที่ 4.27	การทดสอบความแตกต่างของ รายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	62

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
ตารางที่ 4.28	การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามรายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe	62
ตารางที่ 4.29	การทดสอบความแตกต่างของ สถานที่พักอาศัย กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	63
ตารางที่ 4.30	การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามสถานที่พักอาศัย ส่วนตัวต่อเดือน ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe	63
ตารางที่ 4.31	การทดสอบความแตกต่างของลักษณะครอบครัวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	64
ตารางที่ 4.32	การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามลักษณะครอบครัว ส่วนตัวต่อเดือน ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe	64
ตารางที่ 4.33	แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตอาสา	65
ตารางที่ 4.34	แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้จิตอาสาที่มีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตอาสา	65
ตารางที่ 4.35	แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตอาสา	66

## สารบัญญภาพ

ภาพที่		หน้า
แผนภูมิที่ 1	กรอบแนวคิดการวิจัย	5
แผนภูมิที่ 2	แสดงกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร	7



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1) ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมไทยในปัจจุบันเป็นสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน เป็นผลที่มาจาก การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของกระแสโลกาภิวัตน์ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา นำมาสู่การ เปลี่ยนแปลงบริบทของสังคมไทย ให้ผลกระทบทั้งที่เป็นคุณและเป็นโทษในระดับต่างๆ โดยเฉพาะความเติบโตทางด้านวัตถุที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดอิทธิพลของ วัฒนธรรมบริโภคนิยม วัตถุนิยม และกระตุ้น โน้มน้าว ส่งเสริมให้บุคคล โดยเฉพาะเยาวชนวัย หนุ่มสาว อันเป็นพลังสำคัญของสังคมในอนาคต ตั้งเป้าหมายชีวิตที่เป็นการแสวงหาความมั่งคั่ง และวิถีชีวิตแบบฟุ้งเฟ้อ รักสบาย เน้นการแข่งขันชิงดีชิงเด่น เกิดวิถีคิดแบบตัวใครตัวมัน ขาด จิตสำนึกสาธารณะ (Public consciousness) (สฤณา บัณฑิตรัตน์และคณะ, 2550)

“จิตอาสา” เป็นการให้และการช่วยเหลือสังคม และได้มีกำหนดไว้ในวาระแห่งชาติ เป็นการปลุกหัวใจคนไทยให้องงามขึ้นอีกครั้ง ในการมาช่วยกันดูแลสังคมไทย ดูแลสิ่งแวดล้อม ชุมชน ตลอดจนปัญหาต่างๆ รอบๆ ตัว สนใจดูแลความทุกข์ของคนรอบข้าง เข้าใจผู้อื่น ร่วมกัน สร้างสรรค์สิ่งดี ทำดีให้เป็นรูปธรรมในสังคมไทย และรับผิดชอบสังคมร่วมกัน (อรพินท์ ชูชมและ คณะ, 2549) ซึ่งสิ่งที่ปรากฏขึ้นนี้ มีสาเหตุมาจากการไหลบ่าของข่าวสาร (Free Flow Communication) ที่มาจากทุกทิศ

ทางในรูปแบบของสื่อประเภทต่างๆ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในหลายๆด้านของ สังคมไทย ล้วนเกิดมาจากการรับข่าวสารผ่านทางสื่อ ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อบุคคล และสื่ออื่นๆ จากนั้นผู้ที่รับข่าวสารจากช่องทางต่างๆ ย่อมเกิดการรับรู้ และการเรียนรู้ในสารนั้น และอาจนำไปสู่การสื่อสารให้กับบุคคลอื่นต่อๆ กันไป

การสื่อสารจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับการใช้ชีวิตในสังคม เพราะการสื่อสารเป็นการใช้ ภาษาพูด หรือ ภาษาท่าทาง เพื่อแสดงให้ผู้อื่นเข้าใจถึงความคิด ความรู้สึกและความต้องการทั้ง ของตัวเราเอง และช่วยให้เราสามารถเข้าใจผู้อื่นด้วยเช่นกัน

เป็นประเด็นที่ถกเถียงกันมายาวนาน ว่าสื่อสามารถสร้างพฤติกรรมทั้งด้านบวกและ ด้านลบให้แก่ผู้รับสารได้จริงหรือไม่ ดังนั้นประเด็นเรื่องผลกระทบอันเกิดจากการเปิดรับสื่อจาก สื่อประเภทต่างๆ จึงเป็นสิ่งที่นักวิชาการได้ทำการศึกษามาโดยตลอด ถ้าพิจารณาถึงผลกระทบ ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้แล้ว พบว่า เยาวชนหรือวัยรุ่นไทยเป็นส่วนหนึ่งของการ ได้รับผลกระทบดังกล่าวด้วย

ครอบครัวนับว่าเป็นสถาบันพื้นฐานของสังคมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างเสริมความเป็นมนุษย์ตลอดจนสร้างค่านิยม เจตคติ อุปนิสัย และบุคลิกภาพของบุคคล ปัญหาสังคมส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดประสิทธิภาพและคุณภาพของการดำเนินชีวิตในครอบครัว ถ้าครอบครัวมีพลังในการสร้างเสริมคุณภาพของคนอย่างเต็มที่แล้ว ชุมชนและสังคมโดยส่วนรวมก็จะเข้มแข็งและมีความผาสุกด้วย ถึงแม้ว่าครอบครัวเป็นหนว่ยทางสังคมที่เล็กที่สุด แต่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของเยาวชน หรือวัยรุ่นที่จะเรียนรู้ถึงสิ่งต่างๆ ที่จะหล่อหลอมให้เป็นบุคคลที่ดีพร้อมในสังคม ล้วนแต่เกิดจากอิทธิพลของครอบครัว ครอบครัวจึงมีบทบาทในการสร้างนิสัย ค่านิยม การมองโลกหรือโลกทัศน์ ซึ่งเป็นเรื่องของการรับรู้ (Perception) รวมไปถึงการสร้างเป็นบุคลิกภาพ และ ทศนคติ การที่จะชอบไม่ชอบสิ่งใดก็ตาม ครอบครัวจะมีหน้าที่ต่อสมาชิกเสมอ ดังนั้นหน้าที่ที่สำคัญของครอบครัวที่มีต่อเยาวชน หรือวัยรุ่น คือ

1. ทำหน้าที่เลี้ยงดูสมาชิกในครอบครัว (Economic well-being) ความกินดีอยู่ดีในเชิงเศรษฐฐานะ ความรับผิดชอบของครอบครัว ก็คือการสร้างความ เป็นอยู่ที่ดีให้กับครอบครัว ในอดีตครอบครัวไทยมีสามีทำหน้าที่เป็นผู้สร้าง รายได้เพื่อเลี้ยงดูภรรยาและบุตรแต่เพียงผู้เดียว แต่ในปัจจุบันนั้นบทบาท ของภรรยามีความรับผิดชอบในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว โดยต้อง ทำงานนอกบ้านด้วย เหตุนี้บทบาทในการเลี้ยงดูบุตรจึงเปลี่ยนแปลงไป ผู้ชายจำเป็นต้องมีบทบาทในการเลี้ยงดูบุตรและช่วยงานบ้านมากขึ้น
2. ทำหน้าที่เสริมสร้างขวัญกำลังใจ (Emotional support) หน้าที่ที่สำคัญของ ครอบครัวอีกประการหนึ่งก็คือ การแก้ปัญหา การดูแล และให้ความอบอุ่น กับสมาชิกของครอบครัว บิดาและมารดาเป็นนักจิตวิทยาหรือผู้ให้ คำแนะนำระดับมืออาชีพในการแก้ปัญหาด้านจิตใจ หรือด้านอารมณ์แก่ บุตรในครอบครัว
3. ทำหน้าที่วางรูปแบบการดำรงชีวิตของครอบครัวที่เหมาะสม (Suitable family lifestyle) เช่น การให้คำแนะนำหรือข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษา การ เลือกออาชีพ การอ่านหนังสือ การชมโทรทัศน์ การรับประทานอาหารนอก บ้าน การเลือกรายการบันเทิง และกิจกรรมการพักผ่อน ตลอดจนรูปแบบ การดำรงชีวิต
4. ทำหน้าที่สร้างให้เกิดกระบวนการทางสังคม ของสมาชิกในครอบครัว (Socialization of children and other family members) กระบวนการสังคมกร (Socializing) หมายถึง การเตรียมตัวให้สมาชิกเข้าสู่สังคม เป็นกระบวนการ ซึ่งเด็กค้นหาทักษะ (Skill) ความรู้ (Knowledge) และทัศนคติ (Attitude) ที่จำเป็นในครอบครัว ครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางสังคม

โดยการเตรียมสมาชิกเข้าสู่สังคมได้อย่างมีความพร้อมที่จะดำรงชีพอย่างมีความสุข

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าในยุคปัจจุบันการสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง ข่าวสารที่ไหลผ่านทางช่องทางต่าง ๆ นั้นทำให้ผู้รับสารเกิดการเรียนรู้ จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ และท้ายที่สุดจึงนำไปสู่การประพฤติปฏิบัติ ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนั้นข่าวสารยังเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย สามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ของโลกปัจจุบันได้ดียิ่งขึ้น

ชาร์ลส์ เค อัทคิน (Charles k. Atkin, 1973:208) ได้กล่าวว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย แม้ว่าบุคคลจะมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีวัตถุประสงค์ในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน และมีความต้องการในการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้น ข่าวสารที่ล้นไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทาง ต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และสอดคล้องกับความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร และก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง

จิตอาสา คำนี้อาจจะคุ้นหู และมีการพูดถึงกันค่อนข้างมาก การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งมีจิตใจที่เป็นผู้ให้ เช่น ให้สิ่งของ ให้เงิน ให้ความช่วยเหลือด้วยกำลังร่างกาย แรงสมอง ซึ่งเป็นการเสียสละ สิ่งของตนเองมี แม้กระทั่งเวลา เพื่อเผื่อแผ่ ให้กับส่วนรวม อีกทั้งยังช่วยลด "อัตรตา" หรือความเป็นตัว เป็นตน ของตนเองลงได้บ้าง พฤติกรรมเช่นนี้จึงเรียกว่า "จิตอาสา"

จากการไหลบ่ามาของข่าวสารจากทุกทิศทุกทาง และผ่านมากับหลายช่องทาง ทั้งทางสื่อมวลชน สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ อีกมากมายที่ถูกพัฒนาขึ้นมาพร้อมกับการพัฒนาของเทคโนโลยี จึงทำให้เยาวชนหรือวัยรุ่นส่วนใหญ่ในสังคมไทยไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือเพศหญิงล้วนมีความคิดและแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ อย่างเสรีมากขึ้น ปัญหาต่าง ๆ เหล่านี้ได้กลายเป็นปัญหาของสังคม หนึ่งในพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเยาวชนหรือวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน ก็คือการขาดจิตสำนึกในการเสียสละ หรือการขาดจิตอาสา ซึ่งงานอาสาสมัคร เป็นงานที่เกิดจากผู้มีจิตอาสา ซึ่งมีความหมายอย่างมาก กับสังคมส่วนรวม เป็นผู้ queื้อเพื่อ เสียสละ เวลา ร่างกาย แรงใจ เพื่อช่วยเหลือผู้อื่น หรือ สังคมให้เกิด ประโยชน์และความสุขมากขึ้น การเป็น "อาสาสมัคร" ไม่ว่าจะป็นงานใด ๆ ก็แล้วแต่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ในทางบวก ล้วนแต่ป็นสิ่งที่ควรทำทั้งสิ้น

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้มุ่งศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารที่มีผลต่อพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะการสื่อสารมีความสำคัญ และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่น จึงทำการศึกษาว่าวัยรุ่นมีการเปิดรับข่าวสารอย่างไร รวมทั้งมีผลต่อทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสาหรือไม่ อย่างไร ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารกับกลุ่มวัยรุ่นเพื่อแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการขาดพฤติกรรมของจิตอาสาที่ขัดกับสังคมวัฒนธรรมไทยได้ต่อไป

## 2) ปัญหาการวิจัย

1. วัยรุ่นในกรุงเทพมหานครมีการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจิตอาสาอย่างไร
2. วัยรุ่นในกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีพฤติกรรมจิตอาสาต่างกันหรือไม่
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

## 3) วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมจิตอาสา
3. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

## 4) ขอบเขตของการวิจัย

### 1. ด้านเนื้อหา

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจิตอาสา

### 2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านจิตอาสาจากวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล โดยกำหนดให้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในกรุงเทพมหานครที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน จำนวน 400 คน

### 3. ด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น

- 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี รายได้ต่อเดือน กลุ่มวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ ประเภทมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา ลักษณะที่พักอาศัย และลักษณะของครอบครัว
- 2) การเปิดรับข่าวสาร
- 3) ความรู้จิตอาสา
- 4) ทักษะจิตอาสา

#### ตัวแปรตาม

พฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

#### 4. ด้านสถานที่และเวลา

การวิจัยในครั้งนี้จะทำการศึกษาด้วยการเก็บข้อมูลในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยดำเนินการในช่วง เดือนพฤษภาคม ถึงเดือน มิถุนายน 2556

#### 5) สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทักษะจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

#### 6) กรอบแนวคิดการวิจัย



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



## 7) นิยามศัพท์

**การเปิดรับข่าวสาร** หมายถึงพฤติกรรมในการเปิดรับเนื้อหาประเภทต่างๆ จากสื่อวิทยุกระจายเสียง โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต และสื่อบุคคลซึ่งประกอบด้วยระยะเวลาในการเปิดรับ ความถี่ ระยะเวลาในการเปิดรับในแต่ละวัน และประเภทเนื้อหาที่ชอบเปิดรับ

**ความรู้จิตอาสา** หมายถึง ความเข้าใจในเรื่องที่เกี่ยวกับ จิตอาสา ทั้งในส่วนของคำจำกัดความ ความหมาย รวมไปถึงข้อเท็จจริง ซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการต่อเนื่อง คือ ความเข้าใจ การจดจำ และส่งผลให้เกิดทัศนคติ และพฤติกรรมด้านจิตอาสาต่อมา

**ทัศนคติจิตอาสา** หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น ซึ่งเป็นการสื่อสารภายในบุคคล หลังจากมีความรู้ในเรื่องของจิตอาสา เพื่อตัดสินถึงความชอบ หรือไม่ชอบ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมที่มักจะสอดคล้องกับความรู้สึก และความคิดของบุคคลนั้น

**พฤติกรรมจิตอาสา** หมายถึง บุคคลที่สละตัวเอง ออกไปด้วยการทำงานช่วยเหลือให้บริการผู้อื่นก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น กิจกรรมด้านการศึกษา ศาสนา การให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส และช่วยเหลือด้านสาธารณภัยต่างๆ เป็นต้น

**วัยรุ่น** หมายถึง ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ในมหาวิทยาลัยของรัฐและเอกชน รวมทั้งมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล 5 จังหวัด ได้แก่ นครปฐม นนทบุรี สมุทรปราการ ปทุมธานี และสมุทรสาคร

**ลักษณะทางประชากรศาสตร์** หมายถึง เพศ อายุ ระดับชั้นปี รายได้ต่อเดือน กลุ่มวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ ประเภทมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา ลักษณะที่พักอาศัย และลักษณะของครอบครัวของนิสิต นักศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานครและชานเมือง

## 8) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รู้ถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร
2. ได้รู้ถึงความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครที่มีผลมาจากการเปิดรับข่าวสาร
3. ผลของการวิจัยสามารถเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวัยรุ่นหรือเยาวชน และสถาบันครอบครัว ใช้ในการกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้เหมาะสมยิ่งขึ้น
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน นำผลการวิจัยเผยแพร่สู่สาธารณชน

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. ทฤษฎีวิเคราะห์ผู้รับสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสื่อสาร
5. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ ทักษะคิด
6. แนวคิดเกี่ยวกับครอบครัวและการสื่อสารในครอบครัว
7. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล
8. แนวคิดเกี่ยวกับจิตอาสา
9. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1) ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ทฤษฎีแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อเป็นการมุ่งศึกษาถึงผู้รับสาร การที่ผู้รับสารจะใช้สื่ออะไรก็ตามในการเปิดรับข่าวสาร ผู้รับสารจะมีการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารซึ่งประกอบด้วย 3 ขั้นตอนดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2538)

การเลือกเปิดรับ
การเลือกรับรู้
การเลือกจดจำ

แผนภูมิที่ 2 แสดงกระบวนการเลือกสรรของผู้รับสาร

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) หมายถึงแนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งสาร แหล่งใดแหล่งหนึ่ง ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแห่ง โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อก่อนหน้านี้และความสนใจของตน โดยผู้รับสารมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับสนุนความคิดเดิมของตนอยู่เสมอ
2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) เป็นกระบวนการกลั่นกรองขั้นต่อมา เมื่อบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดแล้ว ผู้รับข่าวสารจะเลือกรับรู้ หรือตีความหมาย ความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ตามความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกายหรือสภาวะอารมณ์ เป็นต้น
3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะสารที่มีเนื้อหาส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการและทัศนคติของตนเอง การเลือกจดจำนี้เปรียบเสมือนเครื่องกรองขั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร ในบางครั้งก็จะลืมเนื้อหาของสารในส่วนที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

นอกจากนี้ วิลเบอร์ ชรามม์ (Wilbur Schramm, 1962) ยังชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับสารดังนี้

1. ประสบการณ์ ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกันไป ตามประสบการณ์ของตน
2. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ของตน
3. ภูมิหลัง ผู้รับสารที่มีภูมิหลังแตกต่างกัน จะให้ความสนใจต่อเนื้อหาสารต่างกัน
4. การศึกษาและสภาพแวดล้อม มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาสารที่ต่างกัน
5. ความสามารถในการรับสารเป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพร่างกายและจิตใจของผู้รับสารที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารที่ต่างกัน
6. บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมของผู้รับสารอารมณ์ สถานภาพทางอารมณ์ อาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายของสาร

## 7. ทศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารที่เปิดรับ

เมอร์ริล และโลเวนสไตน์ (Merill and Lowenstein: 1971) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานที่เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อและข่าวสารที่มีต่อการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ดังนี้

1. ความเหงา เพราะมนุษย์ต้องการมีเพื่อน ไม่สามารถอยู่ได้เพียงลำพัง ต้องหัน มาสื่อสารกับผู้อื่น และแท้จริงคนบางส่วนพอใจที่จะอยู่กับสื่อมากกว่า จะอยู่กับบุคคลในบางครั้ง
2. ความอยากรู้อยากเห็น เพราะเป็นสัญชาตญาณของมนุษย์ที่ต้องการจะรับรู้ข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้อยากเห็นของตน ไม่ว่าสิ่ง ที่อยากรู้นั้นจะมีผลกระทบต่อตนเองทั้งทางตรงแลทางอ้อม หรืออาจเป็นผลกระทบต่อผู้อื่น
3. ประโยชน์ใช้สอย (Self Aggrandizement) โดยทั่วไปแล้วมนุษย์เป็นผู้ที่มีความเห็นแก่ตัวในฐานะที่เป็นผู้รับข่าวสาร จึงต้องแสวงหาข่าวสาร และใช้ข่าวสารบางอย่างเพื่อประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเอง บรรลุผล และเพื่อให้ได้รับข่าวสารที่จะช่วยให้ตนเองได้

## 2) ทฤษฎีวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis Theory)

นอกจากกรอบแนวคิดทฤษฎีที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยยังได้ใช้ทฤษฎีการวิเคราะห์ผู้รับสารในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้รับสาร 2 ส่วนมาเป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังนี้คือ

1. ผู้รับสารในฐานะผู้ดูผู้ชม (Spectator) ซึ่งเป็นผู้รับสารที่เข้าไปชมรายการ โดยตรงบางครั้งอาจมีส่วนเข้าไปร่วมในการแสดงด้วย เป็นที่น่าสังเกตได้ว่า รายการบางรายการต้องการผลสะท้อนกลับ (Feedback) ดังนั้นรายการบางประเภทที่แสดงในห้องส่งของโทรทัศน์จึงขาดความมีชีวิตชีวา เพราะขาดผู้ชมที่เกาะติดเวที รายการหลายรายการซึ่งตามปกติไม่มีผู้รับสารที่เป็น Spectator จึงนำเอา Spectator เพื่อมา สร้างสีสันความมีชีวิตชีวาในห้องส่ง
2. ผู้รับสารในฐานะมวลชน (Mass) เป็นทัศนะที่ได้รับอิทธิพลจากทฤษฎีสังคมมวลชน (Mass Society) ถ้ามองในแง่ปริมาณแล้วผู้รับสารจะมีขนาดใหญ่ครอบคลุมบุคคลทุกประเภท ดังนั้นการส่งสารจึงต้องทำให้ง่ายเพื่อเข้าถึงกับทุกคนได้

ในปัจจุบันผู้รับสารแต่ละประเภทจะมีความหมายนัยยะที่แตกต่างกันและจะส่งผลมาถึงการทำงานรวมทั้งการกำหนดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนตลอดจนเรื่องผลกระทบที่

จะเกิดขึ้นกับผู้รับสารอีก โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร รูปแบบความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน ผู้รับสารแบบ Spectator จะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับผู้ส่งสาร โดยเฉพาะในช่วงเวลาของการแสดงและอาจจะพัฒนามาเป็นความสัมพันธ์และเป็นการถ่ายทอดส่วนความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้รับสารเองจะมีอยู่ 2 ลักษณะคือ

1. ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นอยู่แล้วตามธรรมชาติก่อนที่จะมีปัจจัยเรื่องอื่นเข้ามา เช่น ความสัมพันธ์ในครอบครัว เครือญาติ เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมรุ่น เพื่อนที่ทำงาน ฯลฯ เป็นระบบความสัมพันธ์และเป็นการถ่ายทอดตรงที่มีอยู่แล้วตามธรรมชาติ
2. ความสัมพันธ์ที่เกิดจากสื่อมวลชน เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับสารที่ไม่เคยมีมาก่อนในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal relationship) โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลาง

ขณะที่ผู้รับสารเป็นองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสาร การศึกษาที่ตัวผู้รับสารจะกำหนดให้เป็นตัวแปรที่แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ

1. ผู้รับสารเชิงปริมาณ เป็นการสำรวจภาพรวมของรสนิยม นิสัย แนวโน้มของผู้รับสารที่มีต่อรายการประเภทต่าง ๆ เป็นลักษณะของความนิยม
2. ผู้รับสารเชิงคุณภาพ เป็นการเจาะลึกลงในเรื่องของพฤติกรรมที่เกิดจากระบบปริมาณให้ชัดเจน

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm) กล่าวว่า "ผลกระทบที่สำคัญของการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับเราคือ ภาพความคิดในสมองของคนเรารวมทั้งภาพลักษณ์ ความเชื่อ ค่านิยมและการประเมินค่าที่กระทำต่อบุคคลหรือกลุ่ม"(Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E.B., 1961: 193-196) โดยขั้นตอนของการได้รับสาร (Message) จนกระทั่งได้รับการตอบรับ (Action Effect) ประกอบด้วย

1. ระบบประสาทของบุคคลเปิดรับสัญญาณการสื่อสารและเริ่มประมวลข่าวสาร (information) ที่ได้รับ
2. ข่าวสารที่ได้รับมีผลต่อโครงสร้างทางจินตภาพ (Image) และค่านิยม (Values) ภายในบุคคล
3. เกิดกระบวนการเกี่ยวกับพฤติกรรมบุคคล
4. สร้างให้เกิดการกระทำขึ้นมา

อีเวอเรตต์ เอ็ม. โรเจอร์ (Everette M. Rogers) กล่าวว่า "กระบวนการที่ข่าวสารถูกส่งจากแหล่งสารไปยังผู้รับสารมีวัตถุประสงค์ที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมบางประการของผู้รับสาร" (อ้างถึงใน Chaffee, S.H., McLeod, J.M., & Atkin, C.K., 1971: 43-49) แต่ทว่าในบางครั้งจะเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมแฝงโดยได้รับการตอบสนองความต้องการของผู้รับสารเป็นทุนเดิมที่ต้องการตัวต้นแบบในการเดินและเพื่อความมั่นใจ

### 3) แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เป็นหลักการของความเป็นเหตุเป็นผล กล่าวคือ พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอกมากระตุ้น เป็นความเชื่อที่ มนุษย์ดำเนินชีวิตตามแบบฉบับที่สังคมได้วางเป็นแม่บทไว้ให้ พฤติกรรมของคนที่มีอายุในวัย เดียวกันจะเป็นเช่นเดียวกัน เนื่องจากสภาพสังคมได้วางแบบอย่างไว้ให้แล้วสำหรับคนรุ่นนั้น ๆ สังคมทำให้ผู้หญิงมีลักษณะนิสัย พฤติกรรมแตกต่างจากผู้ชาย คนที่มีการศึกษามีพฤติกรรม แตกต่างคนที่ด้อยการศึกษา กล่าวโดยสรุปคือ แนวคิดด้านประชากรศาสตร์เชื่อว่า คนที่มี คุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปด้วย (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534, 64- 65)

ปรมะ สตะเวทิน( 2539 : 105) กล่าวว่า การวิเคราะห์มวลชนผู้รับสารตามลักษณะ ทางประชากร โดยมีสมมติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรเดียวกันจะมี ลักษณะทางจิตวิทยาคล้ายคลึงกัน และคนที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน จะมีลักษณะทาง จิตวิทยาแตกต่างกัน

1. อายุ (Age) อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความเหมือนหรือแตกต่างกัน ในเรื่องความคิดและพฤติกรรม โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุน้อยมักจะมี ความคิดเสรีนิยมมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมี ความคิดอนุรักษนิยมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุน้อยจะมีเป็นคนที่ยึดถืออุดมการณ์กว่า ใจร้อนกว่า และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะเป็นคนที่ยึดถือการปฏิบัติมากกว่า มีความ ระมัดระวังมาก และมองโลกในแง่ร้าย นอกจากนี้คนที่มีวัยแตกต่างกันมักจะมี ความต้องการแตกต่างกันด้วย เช่น คนวัยกลางคนและคนสูงอายุมักจะคิดถึง เรื่องความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การรักษาพยาบาล การมีบ้านและ ที่ดินเป็นของตนเอง ในขณะที่คนหนุ่มสาวอาจจะสนใจในเรื่องการศึกษา ความยุติธรรมและความเสมอภาคในสังคม ลักษณะของการใช้สื่อมวลชนก็ แตกต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อมวลชนก็แตกต่างกัน คนที่มีอายุ มากมักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความ บันเทิง คนที่มีอายุมากมักจะอ่านจดหมายถึงบรรณาธิการ ข่าวการบ้าน การเมือง ในขณะที่คนที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ไม่ค่อยจะอ่านบทบรรณาธิการ ในการฟังวิทยุก็เช่นเดียวกันคนที่มีอายุมากมักจะฟังรายการหนัก ๆ เช่น ข่าว การอภิปรายปัญหาสังคม ไม่ค่อยฟังดนตรีสมัยใหม่
2. เพศ (Sex) ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของ คนสองเพศไว้ต่างกัน ผู้หญิงมักจะมีลักษณะชอบความสวยงาม มีจิตใจ

อ่อนไหวหรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน นอกจากนั้นงานวิจัยต่าง ๆ ยังชี้ให้เห็นว่าผู้หญิงถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย นอกจากนั้นผู้ชายยังใช้เหตุผลมากกว่าผู้หญิงและจดจำข่าวได้มากกว่าผู้หญิงด้วย แต่ผู้หญิงเป็นเพศที่ยังจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ผู้หญิงมักจะโทษตัวเองเมื่อมีความผิดพลาดเกิดขึ้น ในขณะที่ผู้ชายมักจะโทษคนอื่นหรืออุปสรรคอื่น ๆ แต่จะไม่โทษตัวเอง

3. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-economic Status) หมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัว คนที่มีพื้นฐานทางครอบครัวต่างกันย่อมมีค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ทฤษฎีทางสังคมวิทยาได้ยอมรับอิทธิพลของครอบครัวที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลและถือครอบครัวเป็นสังคมแรก ๆ ของบุคคล คนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลก มีแนวความคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศถาบรรดาศักดิ์ สวัสดิการ ศักดิ์ศรีและเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชนอาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถหาซื้อหรือจับจ่ายใช้สอยสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน รายได้ของคนย่อมเป็นเครื่องกำหนดความต้องการตลอดจนความคิดเห็นของคนเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ และพฤติกรรมของคน การแนะนำให้ชานาที่ยากจนใช้เครื่องจักรแทนวัวควายในการทำนานั้น คงจะยากกว่าการแนะนำให้คนที่มียาได้มาก ๆ ซื้อเครื่องซักผ้า โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือรถยนต์คันใหม่ นอกจากนั้นคนที่ฐานะดีหรือรายได้สูงยังใช้สื่อมวลชนมากด้วย การใช้สื่อมวลชนของคนมีฐานะดีมักจะเป็นการใช้เพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ เช่น อ่านบทบรรณาธิการ อ่านหรือดูหรือฟังข่าวการบ้านการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ คนต่างเชื้อชาติกันย่อมมีวัฒนธรรมย่อยของแต่ละเชื้อชาติที่คอยกำกับค่านิยม ทัศนคติ ความคิดและพฤติกรรมของคนในเชื้อชาติแตกต่างกัน เช่น คนจีนอาจจะมีความคิดว่าการมีลูกมาก ๆ ดี เพราะจะได้ช่วยกันทำมาหากิน
4. การศึกษา (Education) การศึกษา หรือความรู้เป็นลักษณะอีกลักษณะหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกัน ในยุคสมัยที่แตกต่างกัน ในระบบการศึกษาที่แตกต่างกัน ในสาขาวิชาที่แตกต่างกัน ย่อมมีความรู้สึกรู้คิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงจะได้เปรียบอย่างมากในการเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะเป็นผู้ที่ความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารได้ดี แต่จะเป็นคนที่

ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ ถ้าไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลเพียงพอ โดยทั่วไปแล้วคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำ และมักจะใช้สื่อประเภท สิ่งพิมพ์ ในขณะที่คนมีการศึกษาต่ำมักจะใช้สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ หากผู้มีการศึกษาสูงมีเวลาว่างพอก็จะใช้ทั้งสื่อ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์และภาพยนตร์ แต่หากมีเวลาจำกัดก็มักจะแสวงหาข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อประเภทอื่น

#### 4) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสาร

พฤติกรรมสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการเป็นสังคมข่าวสาร ที่อาศัยกระบวนการของโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของสังคมจะเปลี่ยนแปลงไปจากสังคมอุตสาหกรรมและสังคมเกษตรกรรมค่อนข้างมาก เพราะในสังคมยุคใหม่ทรัพยากรที่สำคัญ ไม่ใช่เป็นเรื่องของแรงงานหรือการลงทุนเช่นแต่ก่อนแต่กลับกลายเป็นสารสนเทศ ความต้องการสารสนเทศที่ควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่เน้นการแพร่กระจายของสารสนเทศ เนื่องจากวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ใช่เป็นสังคมมวลชนแต่เป็นสังคมที่เน้นปัจเจกภาพ (Individual) (สุรพงษ์ โสธนเสถียร, 2544, น.11) ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการสื่อสารในการสร้างสรรค์พฤติกรรมสารสนเทศที่มาจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ไม่ว่าจะด้วยการตีตรองภายในบุคคล การรับสารจากสื่อมวลชน (Craib, 1979, อ้างถึงในสุรพงษ์ โสธนเสถียร, 2544, น.11) รวมทั้งการใช้บริการสื่อสารสาธารณะ และความรู้โดยตรงที่ได้จากตัวสินค้า และการบริการ ทั้งนี้ไม่ว่าในเชิงปริมาณหรือคุณภาพของสารสนเทศ ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารที่ไปสู่มือประชาชนมักอยู่ในรูปของเครือข่ายต่าง ๆ ที่สำคัญได้แก่ เครือข่ายข่าว เครือข่ายบันเทิง และเครือข่ายฐานข้อมูล (Data Bases) เป็นต้น

##### 4.1. ความหมายของพฤติกรรมสื่อสาร

พฤติกรรมสื่อสาร มาจากคำว่า พฤติกรรม และการสื่อสาร ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก ในแนวคิดทางพฤติกรรมศาสตร์ คำว่า พฤติกรรม หมายถึงการกระทำหรือปฏิกิริยาที่ปรากฏออกมาทางร่างกาย กล้ามเนื้อสมอง อารมณ์และความรู้สึกนึกคิด ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์และสัตว์ย่อมแสดงออกมาให้เห็นได้ชัดเจน และหมายถึงกิจกรรมใด ๆ ของร่างกายที่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับกระบวนการทางจิตซึ่งถูกจูงใจด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ

แมคคอนเนล (McConnell) ระบุว่านิยามของคำว่า พฤติกรรม มาจากมุมมอง 3 ด้าน คือ 1) มุมมองทางชีววิทยา ซึ่งเป็นการศึกษาว่าระบบการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมมนุษย์อย่างไรบ้าง 2) จิตวิทยาภายในบุคคล ซึ่งมีความเชื่อพื้นฐานว่าจิตใจภายในบุคคลเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม และ 3) พฤติกรรมทางสังคมซึ่งไม่คำนึงถึงปัจจัยทางชีวภาพ และจิตวิทยาภายใน แต่จะคำนึงถึงสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นสำคัญ นอกจากนี้เขายังได้กล่าวว่า มุมมองทั้ง 3 นี้ ไม่สามารถอธิบายพฤติกรรมมนุษย์แบบ



แยกส่วน หากต้องนำมาใช้อธิบายแบบองค์รวม (McConnell, 1983 อ้างถึงในขวัญเรือน กิติวัฒนา และภัสวาลี นิติเกษตรสุนทร, 2547, น.22)

ดังนั้นเมื่อเราต้องนิยามคำว่า พฤติกรรมการสื่อสาร จึงจำเป็นต้องผนวกแนวคิดของการสื่อสารเข้ากับแนวคิดของพฤติกรรม ซึ่งได้ค่านิยาม ดังนี้

พฤติกรรมการสื่อสารหมายถึง การกระทำหรือปฏิกิริยาแสดงออกที่เป็นผลงานมาจากการทำงานของร่างกายและจิตใจ ที่มีลักษณะบ่งบอกถึงการสื่อความหมายแฝงทางกระบวนการสื่อสารที่เป็นระบบ

จากค่านิยามดังกล่าว ชี้ให้เห็นความสำคัญของพฤติกรรมการสื่อสารในแง่ที่ว่า พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกลไกหลักในการดำเนินชีวิตของบุคคล จะเห็นได้ว่ามนุษย์ได้พยายามพัฒนาพฤติกรรมการสื่อสารมาตลอดตั้งแต่สมัยยุคดึกดำบรรพ์ ที่ยังไม่มีภาษาพูด และภาษาเขียน มนุษย์ก็เริ่มพฤติกรรมการสื่อสารด้วยสัญญาณ และสัญลักษณ์ จากนั้นได้พัฒนาขึ้นมาเป็นรูปแบบที่ยอมรับร่วมกันในกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ก็ได้รับการพัฒนาตามไปด้วย เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนากระบวนการสื่อสาร และเป็นตัวกำหนดวิถีทางหรือพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์นั่นเอง

#### 4.2. ลักษณะของพฤติกรรมการสื่อสาร

พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีลักษณะสำคัญซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความเคลื่อนไหว และเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา แม้แต่ในขณะที่เราไม่ได้กระทำการสื่อสารอย่างเป็นรูปธรรม สมองของเราก็ยังคงมีกระบวนการการทำงานที่ส่งผลต่อกระบวนการคิดและอารมณ์ความรู้สึก นอกจากนี้การที่เราต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร สลับกันไปมาในกระบวนการสื่อสาร ยังแสดงให้เห็นว่าการสื่อสารมีกระบวนการที่เป็นวงจรต่อเนื่อง
2. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่เกิดจากความคิดความรู้สึกและการกระทำของบุคคล ในขณะที่เราทำการสื่อสารเราเข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานของสมองซึ่งเป็นกระบวนการที่ก่อให้เกิดความคิด อารมณ์ ความรู้สึกและการกระทำตลอดเวลา
3. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตวิทยา สังคม และวัฒนธรรม พฤติกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากสัญชาตญาณและการเรียนรู้ทางสังคม จึงต้องเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยา กระบวนการทางสังคม และกระบวนการทางวัฒนธรรม เนื่องจากพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์เป็นผลมาจากการกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกความรู้สึกนึกคิด ความต้องการ

ของจิตใจ ที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยหลักการทางจิตวิทยา พฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ส่วนใหญ่เป็นพฤติกรรมทางสังคมที่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้อื่นเสมอ และวัฒนธรรมเป็นสิ่งกำหนดวิถีชีวิตซึ่งรวมถึงพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ในสังคม

4. พฤติกรรมการสื่อสารเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เป็นกระบวนการที่ย้อนกลับไม่ได้และกระทำซ้ำไม่ได้ กล่าวคือ มนุษย์ต้องมีพฤติกรรมการสื่อสารในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เนื่องจากอย่างน้อยที่สุดมนุษย์ทุกคนต้องมีการสื่อสารกับตนเอง และเมื่อได้รับการสื่อสารแล้วการสื่อสารนั้นไม่สามารถกลับคืนมาหาผู้ส่งสารในรูปแบบเดิมได้ เนื่องจากการสื่อสารในแต่ละครั้งย่อมก่อให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งเสมอ ผู้ส่งสารสามารถทำได้เพียงลดระดับความรุนแรงของผลที่เกิดขึ้นเท่านั้น การสื่อสารเป็นกระบวนการที่กระทำซ้ำไม่ได้ การกระทำซ้ำในที่นี้หมายถึง การกระทำที่ก่อให้เกิดผลดังเดิม เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และผู้ส่งสารยังไม่สามารถกระทำการสื่อสารในสถานการณ์เดิม ด้วยกรอบความคิด ความรู้สึกเดิมกับผู้รับสารคนเดิมได้ไม่ว่าจะเป็นกรณีใดก็ตาม
5. พฤติกรรมการสื่อสารมีลักษณะเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารกับตนเอง กับบุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลก่อให้เกิดระบบปฏิสัมพันธ์ ซึ่งเป็นเสมือนการเชื่อมโยงระหว่างผู้ร่วมกระทำการสื่อสารเสมอ เนื่องจากการส่งสารแต่เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะก่อให้เกิดการสื่อสาร

## 5) แนวคิดเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติ

### 5.1. แนวความคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

ความรู้ หมายถึง ความสามารถของผู้เรียนที่จะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมนั้น ๆ โดยแบ่งออกเป็นความรู้ต่อสถานการณ์หนึ่ง ๆ หรือความรู้ต่อเรื่องกว้าง ๆ (Bickhard H. Mark, 1980 : 45) ความรู้จึงแบ่งเป็นความสามารถในการใช้ข้อเท็จจริง (Facts) หรือความคิด (Idea) ความหยั่งรู้หยั่งเห็น (Insight) หรือสามารถเชื่อมโยงความคิดเข้ากับเหตุการณ์

ความรู้ทำให้รู้ถึงความสามารถในการจำและระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งได้ดังนี้

1. ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหาวิชา
2. ความรู้เกี่ยวกับวิธีและการดำเนินการที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
3. ความรู้เกี่ยวกับการรวบรวมแนวความคิดและโครงสร้าง

การประเมินผลด้านความรู้ หมายถึง การประเมินการเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหาที่ได้เรียนรู้ และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ ซึ่ง บลูม (Bloom) และคณะได้แยกระดับความรู้ไว้ 6 ระดับดังนี้ (Bloom S. Benjamin, 1956)

1. ระดับที่ระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะ วิธีปฏิบัติกระบวนการและแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้คือความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้
2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายความว่า บุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมาย แปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่น ๆ หรือ คาดคะเนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้
3. ระดับของการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริงและความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม
4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดมาแยกส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกอบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง
5. ระดับของการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำข้อมูลและแนวความคิดมาประกอบกัน แล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creating) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม
6. ระดับของการประเมินผล (Evaluation) คือ ความสามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมและวัดข้อมูลตามมาตรฐานเพื่อให้ข้อตัดสินถึงระดับของประสิทธิผลของกิจกรรม แต่ละอย่าง

เมื่อเด็กเปิดรับสื่อมวลชนที่เกี่ยวข้องกับยาบ้าแล้วจะนำไปสู่ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องโทษและพิษภัยของยาบ้าที่ถูกต้อง และสามารถเชื่อมโยงความรู้ นั้น ๆ เข้ากับสภาพแวดล้อมได้ กล่าวคือ สามารถระลึกและรวบรวมสาระสำคัญเกี่ยวกับยาบ้าไปประยุกต์ใช้เป็นวิธีปฏิบัติตนที่ถูกต้องได้ นอกจากนี้ยังสามารถประเมินผลได้ถึงผลดี ผลเสียของยาบ้าที่มีต่อตนเองและสังคมได้อีกด้วย

## 5.2. แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ(Attitude)

กรอสและนิแมน (Gross and Niman, 1953) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นผลสะท้อนที่แสดงออกโดยพฤติกรรม และความเชื่อที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินชีวิตในสังคม

นอร์แมน แอล มัน (Norman L Mun, 1971) กล่าวว่า ทัศนคติคือ ความรู้สึก และความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของบุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางยอมรับ

หรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะแสดงปฏิกิริยาตอบสนองด้วยพฤติกรรมอย่างเดียวกันตลอดมีองค์ประกอบ 3 ประการดังนี้

1. ด้านความรู้ (Cognitive Component) คือ ข้อมูลพื้นฐานที่บุคคลมีเกี่ยวกับสิ่งหนึ่งสิ่งใด
2. ด้านความรู้สึก (Affective Component) หมายถึง ลักษณะทางอารมณ์ หรือ การประเมินค่าของบุคคลที่สอดคล้องกับความคิด เช่น มีความคิดที่ดีกับสิ่งใดก็จะมีความรู้สึกดีกับสิ่งนั้น
3. ด้านพฤติกรรม (Conative Component) คือ สิ่งที่บุคคลแสดงออกต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด พฤติกรรมจะสอดคล้องต่อองค์ประกอบด้านความรู้และความรู้สึก

แอล ไอ เฮอร์สโตน (L.I. Thurstone, 1967) กล่าวว่าทัศนคติเป็นผลทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความรู้สึก ความคิดเห็น ความกลัวต่อบางสิ่งบางอย่าง การแสดงออกทางด้านคำพูดเป็นความคิดเห็น ซึ่งความคิดเห็นนี้เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ ดังนั้น ถ้าอยากจะวัดทัศนคติก็ทำได้โดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลต่อสิ่งต่าง ๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2538) ให้คำจำกัดความของทัศนคติไว้ดังนี้ คือ หมายถึง “ระเบียบของแนวความคิด ความเชื่อ อุดมคติ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะ” มนุษย์จะมีกลไกอันหนึ่งที่จะทำการประเมินทุกสิ่งทุกอย่างตลอดเวลา โดยมนุษย์จะมีระเบียบของแนวความคิดและความเชื่อต่อทุกสิ่งเป็นไปในทางหนึ่งทางใดในสองทางเสมอ คือ ดีและไม่ดี ชอบและไม่ชอบ รักและเกลียด กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ คนทุกคนในโลกจะไม่มีใครเลยที่มีใจเป็นกลาง และเห็นทุกอย่างเหมือนกัน เพราะทุกคนมีสิ่งจูงใจและอารมณ์ (Motivational and Emotional Characteristics) แตกต่างกัน

คุณลักษณะของทัศนคติอาจสรุปได้ ดังนี้ คือ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่มืออยู่ภายใน กล่าวคือ เป็นเรื่องของระเบียบความนึกคิดที่เกิดขึ้นภายในของแต่ละคน
2. ทัศนคติจะมีใช้สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ เรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องด้วยกับสิ่งภายนอก ดังเช่นที่ไมเออร์และอาร์โนลด์ (Myers and Reynolds) มีความเห็นว่าทัศนคติมีผลต่อการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้น ๆ ได้เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น
3. ทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร กล่าวคือ ภายหลังจากที่ทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้ว ทัศนคติดังกล่าวจะไม่เป็นภาระที่เกิดขึ้นเป็นการชั่วคราว หากแต่จะมีความมั่นคงถาวรตามสมควรเพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้น จะมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงก็ย่อมต้องใช้เวลาเพื่อปรับตามกระบวนการดังกล่าวเช่นกัน

4. ทักษะที่มีความหมายอิงถึงตัวบุคคลและสิ่งของเสมอ ความหมายในที่นี้ก็คือ ทักษะจะมีใช้เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ เช่น ตัวบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่าง ๆ

### 5.3. การก่อตัวของทักษะ

เครช ครัทช์ฟิลด์และบัลลาดี (Krech, Crutchfield and ballachy, 1948) ได้ให้ความเห็นว่าทักษะอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. การจูงใจทางร่างกาย (Biological Motivations) สิ่งใดที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางร่างกายของตนได้ บุคคลก็มีทักษะที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนไม่ได้ บุคคลก็จะมีทักษะที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น
2. ข่าวสารข้อมูล (Information) ทักษะจะมีพื้นฐานมาจากข่าวสารและข้อมูลที่บุคคลได้รับ ทำให้บุคคลนั้นเก็บข้อมูลข่าวสารนั้นไปคิดและสร้างเป็นทักษะเกิดขึ้นมาได้ ฉะนั้นบางคนอาจเกิดทักษะที่ไม่ดีต่อผู้อื่น โดยการฟังคำติชมที่ใคร ๆ มาบอกไว้ก่อนก็ได้
3. การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Group Affiliation) เพราะบุคคลที่อยู่ในกลุ่มสังคม ย่อมจะปรับทักษะและปฏิบัติตนคล้ายตามบรรทัดฐานของกลุ่มเพื่อให้ตนเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม หากทักษะนั้นไม่ขัดแย้งกับทักษะของตนมากเกินไป
4. บุคลิกภาพ (Personality) ทักษะมีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้นด้วย เช่น ผู้ที่มีบุคลิกภาพสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ดี ส่วนผู้ปรับตัวยากจะมีทักษะในทางตรงข้าม เช่น มักคิดว่าบุคคลอื่นอิจฉาริษยาหรือคิดร้ายต่อตน

ทักษะทางเพศหมายถึงแนวคิดที่บุคคลมีและถือปฏิบัติเกี่ยวกับเรื่องเพศ เช่น การวิจัยทักษะที่มีต่อเพศสัมพันธ์ จะเป็นการหาข้อมูลนิสิตนักศึกษาที่มีต่อแนวคิดเรื่องพรหมจรรย์ การเปิดเผยเรื่องเพศ การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน พฤติกรรมความเบี่ยงเบนทางเพศ ขณะเดียวกันการวิจัยครั้งนี้ก็มุ่งหาทักษะของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อปัญหาทางเพศบางประการ เช่น ปัญหาการทำแท้ง การถูกข่มขืน การขายตัวของนิสิตนักศึกษาหรือปัญหาความเสมอภาคทางเพศ

## 6) แนวคิดเกี่ยวกับครอบครัวและการสื่อสารของครอบครัว

### 6.1. ความหมายของครอบครัว

ครอบครัวจัดเป็นสถาบันพื้นฐานในทุก ๆ สังคม และเป็นสถาบันแรกของมนุษย์ทุกคน เราใช้เวลาอยู่กับครอบครัวมากกว่าอยู่ในที่อื่นใดโดยเฉพาะวัยเด็กถึงวัยรุ่น เนื่องจากยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้

ครอบครัว คือ กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันทางสายโลหิตและกฎหมาย ที่อยู่ร่วมกันในบ้าน บ้านเดียวกันและมีปฏิสัมพันธ์กัน มีการให้ความรักและความเอาใจใส่ต่อกัน มีความปรารถนาดีต่อกัน ซึ่งความสัมพันธ์นั้นอาจจะแน่นแฟ้นมั่นคงหรือไม่กระชับ สั่นคลอน หรือร้ายรานแต่ยังไม่ถึงแตกแยก ก็ยังนับเป็นครอบครัวอยู่ (สมาคมคหเศรษฐศาสตร์แห่งประเทศไทย, 2524:1)

William Rogers ให้ความหมายว่า “ครอบครัว คือ ระบบของการปฏิสัมพันธ์ที่มีการจัดระเบียบซึ่งประกอบด้วยสมาชิกตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยปกติประกอบด้วย พ่อ แม่ และลูกอย่างน้อย 1 คน อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นระยะเวลาานพอสมควร และมีการสร้างความคิดฝันต่าง ๆ ร่วมกัน โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันเป็นระยะเวลาานาน” (William Rogers, 1884:133)

Kathleen M.Galvin และ Bernard J.Brommel นักวิชาการด้านการสื่อสารของครอบครัวกล่าวไว้ว่า “โดยทั่วไปเราจะอ้างถึงครอบครัวเหมือนเป็นเครือข่าย (NETWORK) ของบุคคลที่มีส่วนร่วมจากการอยู่ร่วมกันเป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งการอยู่ร่วมกันของสมาชิกมาจากสายสัมพันธ์ของการสมรส สายสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือโดยกฎหมายรวมถึงคนที่พิจารณาตนเองเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว และคนซึ่งมีส่วนร่วมในความหวังในอนาคตของกันและกัน” (Kathleen M.Galvin and Bernard J.Brommel, 1991:3)

โดยทั่วไปครอบครัวมีหน้าที่อยู่ 4 ประการคือ (จรรยา สุวรรณทัต, 2530 อ้างใน พัทณี เขยจรรยา และประทุม ฤกษ์กลาง, 2531:9)

- หน้าที่เศรษฐกิจ (Economic Function) พ่อแม่มีหน้าที่หาเงินมาเลี้ยงดูบุตรให้ได้
- หน้าที่ในการให้สถานภาพ (Status Function) คือ ครอบครัวจะต้องทำหน้าที่ในการที่จะปฐมนิเทศบุตรหลานในครอบครัวของตนเอง ให้รู้จักสถานภาพของตนตามความเห็นพ้องต้องกันของสังคม เช่น สอนว่าสถานภาพการเป็นพ่อนั้นเป็นอย่างไร สถานภาพการเป็นแม่นั้นเป็นอย่างไร การเป็นบุตรหลานนั้นเป็นอย่างไร
- หน้าที่ในการสืบต่อ (Reproduction Function) ครอบครัวมีหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบและมีลูกหลานสืบสกุลต่อไป

- หน้าที่ในการอบรมให้เด็กเป็นสมาชิกที่ดีในสังคม และให้ความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัย (Functions of Socialization and Security Giving)

## 6.2. ลักษณะของครอบครัวไทย

สำหรับครอบครัวของคนไทยในชนบท แต่เดิมมีลักษณะเป็นครอบครัวขยายในครอบครัวมีสมาชิกเป็นจำนวนมาก มีทั้งสามี ภรรยา บุตร ปู่ย่าตายาย และญาติอื่น ๆ ทำให้เกิดเป็นครอบครัวขนาดใหญ่ หรือครอบครัวขยาย แต่ปัจจุบันภาวะทางเศรษฐกิจบีบคั้นทำให้ขนาดของครอบครัวเล็กลงกลายเป็นครอบครัวเดี่ยว

ลักษณะของครอบครัวไทยในสังคม ให้ความรักแก่สมาชิกในครอบครัวในด้านต่าง ๆ คือ ความรักและความเคารพระหว่างสามีภรรยา ความรักของบิดาและมารดา ความรักและความกตัญญูรู้คุณ คนเฒ่า คนแก่ ผู้เคยอุปการะ บิดามารดาทุกคนจะยอมเสียสละความสุขส่วนตัวเพื่อให้ลูก ๆ ทุกคนมีความสุขและสง่เสียลูก ๆ ให้ได้มีการศึกษาตามอัธยาศัยของตน

จากสภาวะการเปลี่ยนแปลงและวิวัฒนาการทางสังคม ทำให้ครอบครัวไทยสมัยใหม่มีสภาพเป็นครอบครัวเดี่ยว ความผูกพันระหว่างสมาชิกในครอบครัวเสื่อมคลายลง กล่าวคือสมาชิกในครอบครัวต่างต้องไปประกอบธุรกิจการงานภายนอกบ้านมากขึ้น สมาชิกภายในครอบครัวมีอิสระมากขึ้น โดยหญิงชายมีสิทธิเท่าเทียมกัน นอกจากนี้แล้ว ครอบครัวไทยสมัยใหม่ยังนิยมความสะดวกสบายต่าง ๆ เพื่อมาสนองความต้องการในการดำรงชีพ รวมทั้งองค์กรและสถาบันต่าง ๆ เริ่มเข้ามาทำหน้าที่ทางสังคมแทนครอบครัว เช่น สถานที่รับเลี้ยงเด็ก เป็นต้น (ไพฑูริย์ เครือแก้ว, 2506: 25-26)

อย่างไรก็ตาม ครอบครัวนับเป็นกลุ่มสังคมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลมาก เพราะครอบครัวเป็นกลุ่มปฐมภูมิที่มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นต่อกัน มีความรู้สึกขั้นพื้นฐานในการสร้างพฤติกรรม และแบบแผนของทำที่ของแต่ละบุคคล (สมพงษ์ เกษมสิน, 2517 : 54-55) ในครอบครัวนี้เองที่จะเกิดการถ่ายทอดความรู้ ค่านิยมต่าง ๆ จากพ่อแม่ไปสู่เด็ก กระบวนการถ่ายทอดนี้ก็คือ การสื่อสารนั่นเอง

นักจิตวิทยา นักจิตวิทยาเด็ก นักสังคมวิทยา นักมานุษยวิทยา และผู้ทำงานทางด้านสังคมได้มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ประสบการณ์ที่เด็กได้รับตั้งแต่วัยเด็กเป็นอิทธิพลในการพัฒนาทางสังคมของเด็กที่สำคัญที่สุด อิทธิพลที่สำคัญที่ครอบครัวจะต้องให้เป็นพื้นฐานความต้องการของเด็ก คือ การมีสุขภาพที่ดี การมีความมั่นคงทางอารมณ์ และการพัฒนาความเป็นผู้ใหญ่ในสังคม (Williamson, 1958 : 121)

นอกจากนั้น ทฤษฎีทางจิตวิทยายังได้กล่าวถึงอิทธิพลของครอบครัวหรือพ่อแม่ว่ามีผลต่อพฤติกรรมของเด็ก โดยแสดงให้เห็น 4 ลักษณะด้วยกัน ลักษณะหนึ่งก็คือ การทำตัวให้เป็นแบบอย่าง (Modeling) จากการอบรมสั่งสอน (Instruction) ของพ่อแม่ หรือผู้ปกครองที่มีต่อเด็ก (Irving L, Janis, 1969 อ้างใน มัทนา ไทยะโกมล, 2529)

การสื่อสารระหว่างพ่อแม่ลูกมีอิทธิพลอย่างสำคัญต่อเด็กเมื่อเติบโตขึ้น บ้านหรือครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมแห่งเดียวที่ดูเหมือนว่า เด็กเกือบทุกคนจะต้องผ่านมาและ

เกี่ยวข้องกับตั้งแต่เกิด ความรู้ ค่านิยมต่าง ๆ ที่พ่อแม่ถ่ายทอดให้แก่เด็กเป็นเรื่องที่เป็นไปอย่างอัตโนมัติ สิ่งที่คุณแม่รู้จะสำคัญน้อยกว่าสิ่งและวิธีการที่คุณแม่ใช้ในการถ่ายทอดไปสู่ลูก ๆ กระบวนการเรียนรู้ของเด็กมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด กับแบบการสื่อสารภายในครอบครัวของคุณแม่ลูกเพราะในแต่ละครอบครัวก็จะพัฒนารูปแบบลักษณะของตนขึ้นมา และมีความแตกต่างกันอย่างสำคัญในแต่ละครอบครัวเกี่ยวกับแบบการสื่อสารนี้ (มัทนา ไวทยะโกมล, 2529)

โดยสรุปแล้วในทางการสื่อสาร ครอบครัวคือกลุ่มของบุคคลที่มาอยู่ร่วมกันเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยการสมรส ความสัมพันธ์ทางสายโลหิต หรือโดยทางกฎหมาย ซึ่งการอยู่ร่วมกันนี้ ต้องมีการปฏิสัมพันธ์ที่มีการจัดระเบียบในลักษณะเป็นระบบในการส่งข่าวสารข้อมูลแก่สมาชิก

หน่วยของครอบครัวจะมีการจัดระเบียบในแง่ที่สมาชิกในครอบครัวมักจะมีบทบาทจำเพาะ ได้แก่ การเป็นพ่อ แม่ ลูกสาว พี่ชาย น้องสาว ฯลฯ พฤติกรรมการสื่อสารระหว่างสมาชิก และการตอบสนองต่อปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกคนอื่น ๆ จะมีแนวทางเฉพาะสอดคล้องกับแต่ละบทบาท แนวทางของพฤติกรรมการสื่อสารระหว่างกันนี้เป็นสิ่งที่เราคาดคะเนได้

ในการสื่อสารของครอบครัวนั้น “การสื่อสารจะเป็นศูนย์กลางของการรวมตัวกัน ทำให้เกิดความใกล้ชิดผูกพันและการปรับตัวของครอบครัว เนื่องจากการปรับตัวที่มีประสิทธิภาพจะต้องมีการเข้าใจในความหมายต่าง ๆ ร่วมกัน” รวมทั้งการสื่อสารยังใช้ในกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญประการหนึ่งของครอบครัวนอกเหนือจากหน้าที่ในการให้ความรักปกป้องคุ้มครองและหน้าที่ทางเศรษฐกิจ

### 6.3. ครอบครัวกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคม (Socialization)

กระบวนการขัดเกลาทางสังคมเป็นกระบวนการเรียนรู้ ซึ่งครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่ทำหน้าที่นี้แก่บุตรธิดาของตน กระบวนการนี้จะมีผลสำคัญต่อแบบแผน ความคิด ความสนใจ ทัศนคติและพฤติกรรม โดยครอบครัวจะทำหน้าที่ดังต่อไปนี้แก่สมาชิก

1. เป็นเสมือนโรงเรียน คือ เป็นแหล่งประสิทธิ์ประสาทความรู้สำหรับการดำเนินชีวิต
2. เป็นเสมือนศาลสถิตยุติธรรม เมื่อมีความไม่ลงรอยเกิดขึ้นในครอบครัวต้องมีการแก้ปัญหาอย่างมีหลักเกณฑ์ โดยเฉพาะสมาชิกฝ่าฝืนกฎระเบียบของครอบครัว เป้าหมายก็คือการควบคุมพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนา
3. เป็นเสมือนที่ประชุมทุกคนมีความคิด ความรู้สึก ทัศนคติ พฤติกรรมการสื่อสารในครอบครัวจึงเป็นรูปแบบพื้นฐานที่ดีที่สุดของการแสดงออกซึ่งความคิดเห็น
4. เป็นเสมือนคณะกรรมการ สมาชิกในครอบครัวจะดำเนินการในการแก้ปัญหาและตัดสินใจในแบบที่คล้ายกับเป็นคณะกรรมการ โดยร่วมกันขบคิดปัญหาต่าง ๆ



5. เป็นแหล่งนันทนาการ ถ้าสมาชิกในครอบครัวรู้สึกสนุกสนานในการแสดงออกในครอบครัวเหมือนการมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อน หมายถึงครอบครัวมีบรรยากาศที่ดี บ้านควรเป็นที่ผ่อนคลายความตึงเครียดจากภารกิจประจำวันมีการสังสรรค์ในหมู่สมาชิกและแสวงหาความบันเทิงร่วมกัน
6. เป็นกลุ่มพัฒนาตนเองมีการใช้กระบวนการกลุ่มเพื่อส่งเสริมให้สมาชิกเปิดอกพูดคุยถึงความรู้สึกต่าง ๆ ของตนและให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

#### 6.4. รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัว

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับครอบครัว ซึ่งมีการสื่อสารภายในกลุ่มเล็กของตนเองและมีรูปแบบเฉพาะตัวตามแนวคิดของ David Kantor และ William Lehr

รูปแบบการสื่อสารในครอบครัว หมายถึง “โครงสร้างและกระบวนการของการสื่อสารระหว่างสมาชิกในครอบครัว เช่น สามี-ภรรยา บิดา-มารดา-ลูก ซึ่งถือเป็นการวิเคราะห์การสื่อสารในระดับระหว่างบุคคลแทนที่จะเป็นระดับบุคคลโดยเดี่ยว” (พัชนี เขยจรยา และประทุม ฤกษ์กลาง, 2531 : 14)

ตามแนวคิดของ David Kantor และ William Lehr ผู้เชี่ยวชาญการศึกษาวิจัยในสาขาการสื่อสารในครอบครัว ได้แบ่งคุณลักษณะหรือแบบวิถีของการสื่อสารในครอบครัวออกเป็น 3 ประเภท คือ (David Kantor และ William Lehr, 1976 : 17)

1. การสื่อสารในครอบครัวแบบปิด (Closed Family Communication)
2. การสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด (Open Family Communication)
3. การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อย (Random Family Communication)

การสื่อสารในครอบครัวแต่ละแบบมีข้อดี และข้อด้อยในตัวเอง และอาจเป็นวิธีสร้างสรรค์หรือไม่ก็ได้ขึ้นอยู่กับทางเลือกสรรมาใช้ในแต่ละสถานการณ์

1. การสื่อสารในครอบครัวแบบปิด หมายถึง แบบวิธีการเลือกสารในครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางระเบียบกฎเกณฑ์อย่างรัดกุม ผู้ที่กำหนดกฎเกณฑ์คือผู้ที่มีอำนาจสูงสุด ซึ่งมักจะ ได้แก่ พ่อ ผู้กำหนดกฎเกณฑ์จะเป็นผู้ให้คำแนะนำและควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ของครอบครัว ประเด็นของการสนทนาและข้อมูลข่าวสารที่ผ่านสื่อต่าง ๆ เข้ามาจะต้องถูกกั้นกรองด้วยข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่อให้เป็นไปตามบรรทัดฐานของครอบครัว ซึ่งจะกำหนดว่าอะไรบางอย่างที่สมาชิกควรจะได้ประสบพบเห็นและอะไรบางอย่างที่ไม่ควรในครอบครัวแบบนี้เด็กที่อายุน้อยจะได้รับรางวัลเป็นสิ่งตอบแทนในทางตรงกันข้ามก็ใช้การลงโทษสำหรับเด็กที่ไม่เชื่อฟังผู้ใหญ่ เรื่องของเวลามักเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดในครอบครัวแบบนี้ว่ามีการวางระเบียบในเรื่อง

เวลาไว้อย่างเคร่งครัด มีตารางเวลาสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน และทุกคนต้องรักษาระเบียบ เช่น จะต้องกลับถึงบ้านไม่เกิน 17.00 น. จะต้องเข้านอน 22.00 น. ข้อความที่ผู้ใหญ่มักพูดกับเด็กในครอบครัวแบบนี้ได้แก่ ข้อความในทำนองชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเกียรติยศของวงศ์ตระกูล

#### ข้อดีของครอบครัวแบบปิด

ครอบครัวแบบนี้มักจะแก้ไขสถานการณ์ที่ยุ่งยากได้โดยอาศัยวิธีการเชิงอำนาจนิยม ซึ่งมีคุณประโยชน์หลายประการ ประการแรกการใช้อำนาจนิยมมักจะเน้นให้เกิดประสิทธิผล ประการที่สอง วินัยและการควบคุมพฤติกรรม สามารถให้ความรู้สึกมั่นคงและปลอดภัยแก่สมาชิกได้เป็นอย่างดี ในกรณีที่สมาชิกประพฤติตามครรลองของกฎระเบียบ ประการที่สาม การใช้ทรัพยากรในครอบครัวแบบนี้ มักจะมีการจัดสรรอย่างรอบคอบ ไม่ปล่อยให้แต่ละคนทำอะไรตามอำเภอใจ

#### ข้อเสียของครอบครัวแบบปิด

ทำให้บุตรหลานไม่มีอิสระอย่างเต็มที่ ปิดกั้นตนเองจากโลกภายนอก ดำเนินกิจวัตรประจำวันอย่างเต็มไปดด้วยข้อกำหนด

2. การสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด หมายถึง แบบวิธีการสื่อสารที่สมาชิกในครอบครัวแต่ละคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจความเป็นไปต่าง ๆ ภายในครอบครัวสูง แต่ละคนมีบทบาทค่อนข้างมาก และมีความยืดหยุ่นสูง แม้ว่าโดยปกติแล้วพ่อแม่จะมีอำนาจในบ้านมากกว่าลูก แต่ก็มีความเฉพาะที่จำเป็น กฎระเบียบของครอบครัวเป็นสิ่งที่ผ่อนผันและเปลี่ยนแปลงได้ง่าย เช่น เวลาร่วมรับประทานอาหารเย็น อาจเปลี่ยนแปลงโดยการตัดสินใจของคนส่วนใหญ่ในบ้านหรือบางคนอาจจะไม่มารับประทานอาหารที่บ้านก็ได้ ประเด็นต่าง ๆ เป็นเรื่องที่พูดคุยถกเถียงกันได้ การโน้มน้าวใจเป็นวิธีการที่พ่อแม่มักใช้ได้ผลดีกว่าการแสดงอำนาจเหนือลูก ทุกคนมีสิทธิโน้มน้าวใจสมาชิกคนอื่น ๆ ให้ทำสิ่งที่ตนต้องการ แม้ว่าโดยปกติพ่อแม่จะเป็นหัวหน้าครอบครัว มีอำนาจในการจัดการต่าง ๆ ภายในบ้าน แต่โครงสร้างของอำนาจก็ไม่ได้เป็นไปอย่างตายตัว แต่ละคนมีสิทธิที่จะเสนอร่วมตัดสินใจและดำเนินการได้ ครอบครัวแบบนี้มีการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกมากพร้อมกันนั้นก็รับอิทธิพลจากภายนอกอยู่เสมอ ไม่มีการสกัดกั้นข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่าง ๆ ที่ล้นหลามสู่ครอบครัวเหมือนครอบครัวแบบปิด

#### ข้อดีของครอบครัวแบบเปิด

สมาชิกแต่ละคนมีสิทธิที่จะปรับความต้องการของตนเองให้ตรงกับครอบครัว เพราะใช้วิธีการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและยืดถือเสียงข้างมากเป็นสำคัญ แต่ละคนสามารถมีอิทธิพลต่อ

ครอบครัวได้ ครอบครัวแบบเปิดให้โอกาสแต่ละคนในการเจริญเติบโตสูงทั้งทางด้านอารมณ์ สังคมและสติปัญญา

### ข้อเสียของครอบครัวแบบเปิด

การมีสภาพต่อการแตกแยก ขาดความปรองดองเพราะต่างก็ยึดมั่นในความคิดเห็นของตนเองเมื่อมีข้อขัดแย้งขึ้น สมาชิกในครอบครัวมักมีวุฒิภาวะที่จะเอาชนะกัน การหวังที่จะอาศัยเสียงเกินกว่ากึ่งหนึ่งนั้นพอจะเป็นไปได้ แต่การหวังที่จะให้ทุกคนเห็นพ้องต้องกันเป็นเอกฉันท์นั้นเป็นไปได้ยาก

3. การสื่อสารในครอบครัวแบบปล่อย หมายถึง แบบวิธีการสื่อสารในครอบครัวที่สมาชิกแต่ละคนสามารถทำอะไรตามที่ตนต้องการได้ กฎระเบียบต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การอยู่ร่วมกันของสมาชิกในครอบครัวแบบนี้เป็นไปตามสบายในแบบฉบับของแต่ละคน เรื่องที่แต่ละคนสนใจมักเป็นเรื่องในปัจจุบัน ไม่มีเป้าหมายระยะยาวสำหรับอนาคต การใช้ทรัพยากรหรือดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในครอบครัวแบบนี้ มักเป็นไปเพื่อจัดการกับปัญหาเฉพาะหน้า ครอบครัวแบบนี้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกสูง และรับอิทธิพลจากภายนอกมากตามอัธยาศัยของสมาชิกแต่ละคน ความเป็นอยู่เป็นไปตามความพอใจของแต่ละคน เช่น ในขณะที่คนอื่น ๆ นอนหลับ อาจจะมีบางคนทำงานหรือรับประทานอาหาร เวลาอาหารแต่ละมื้อไม่คงที่ขึ้นอยู่กับการจัดการในชีวิตประจำวันของสมาชิกแต่ละคน

ในสภาพที่ทำอะไรตามสบาย หากเมื่อใดที่ดำเนินไปอย่างราบรื่น เมื่อนั้นเราจะมองเห็นว่าครอบครัวแบบนี้ให้โอกาสแก่บุคคลที่จะดำเนินชีวิตอย่างมีเสรีภาพสร้างสรรค์ แต่หากว่าเมื่อใดดำเนินไปอย่างขรุขระเราจะมองเห็นว่าครอบครัวแบบนี้เป็นหนทางไปสู่ความแตกร้างได้ง่าย เด็ก ๆ อาจจะถูกปล่อยปละละเลยไม่ได้รับการเอาใจใส่เพียงพอง

## **7) แนวคิดสื่อบุคคล**

### **7.1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อบุคคล**

สื่อบุคคล หมายถึง ตัวบุคคลที่นำพาข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่า 2 คนขึ้นไป สื่อบุคคลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครู/อาจารย์ เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมห้อง เพื่อนบ้าน หรือบุคคลอื่น

โรเจอร์สและชูเมคเกอร์ (Rogers and Shoemaker, 1969) ได้กล่าวไว้ว่าในกรณีที่ต้องการให้บุคคลใด ๆ เกิดการยอมรับในสารที่เสนอไปหรือการสื่อสารมีประสิทธิภาพที่สุด สื่อที่ใช้ในการกระตุ้นให้เกิดความสนใจยอมรับสารนั้น ควรใช้การสื่อสารระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้แพร่ข่าวสาร สื่อบุคคลนั้นจะเป็นประโยชน์มาก ในกรณีที่ผู้ส่งสารหวังผลให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมในการยอมรับสารนั้น นอกจากนี้ยังเป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้รับสารมีความเข้าใจกระจ่างชัดต่อสาร และตัดสินใจรับสารได้อย่างมั่นใจ

การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถซักถามทำความเข้าใจ และมีปฏิกิริยาโต้ตอบซึ่งกันและกันได้โดยทันที จัดเป็นลักษณะที่เป็นประโยชน์มาก

เสถียร เขยประทับ (2525) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของสื่อบุคคลไว้ดังนี้

1. สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารแบบบุคคลวิธี หากผู้รับสารไม่เข้าใจก็สามารถไต่ถามหรือขอข่าวสารเพิ่มเติมจากผู้ส่งสารได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่วนผู้ส่งสารก็สามารถปรับปรุงแก้ไขสารที่ส่งออกไปให้เข้ากับความต้องการ และความเข้าใจของผู้รับสารได้ในเวลาอันรวดเร็วเช่นกัน การที่ช่องทางที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลมีระดับปฏิกิริยาตอบสนองหรือปฏิกิริยาสะท้อนกลับสูง สามารถทำให้ลดอุปสรรคของการสื่อสารที่เกิดจากการเลือกรับสาร การเลือกแปลหรือตีความสาร และการเลือกจำสารได้
2. สามารถจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ฝังรากลึกได้

นอกจากนี้ การสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถแบ่งออกได้เป็น การติดต่อสื่อสารโดยตรง และการติดต่อสื่อสารโดยกลุ่ม (เสถียร เขยประทับ, 2525)

1. การติดต่อโดยตรง (Direct Contact) การติดต่อโดยตรงนี้ ใช้สื่อบุคคลในการเผยแพร่ข่าวสารโดยวิธีเยี่ยมบ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีกับประชาชน วิธีนี้ หากประชาชนหรือผู้รับสารสงสัย ไม่เข้าใจก็สามารถทำความเข้าใจได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ผู้เผยแพร่ข่าวสารยังสามารถสำรวจข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวผู้รับสารได้ด้วย ฉะนั้น ในกิจการเผยแพร่ข่าวสารเพื่อสร้างความเข้าใจ หรือชักจูงโน้มน้าวใจจึงนิยมใช้การติดต่อสื่อสารโดยตรง แต่มีข้อจำกัดคือ การสื่อสารประเภทนี้ต้องใช้สื่อบุคคลเป็นจำนวนมาก สิ้นเปลืองเวลาและแรงงานในการเผยแพร่ข่าวสาร
2. การติดต่อโดยกลุ่ม (Group contact of community public) คือ การติดต่อโดยผ่านกลุ่มกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวม กลุ่มต่าง ๆ ช่วยให้การสื่อสารของบุคคลบรรลุเป้าหมายได้ ดังที่ บลูมเมอร์ (Blumer, 1969) กล่าวว่า สังคมมนุษย์ประกอบด้วยกลุ่มที่ต่างชนิดกัน ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตร่วมกันอยู่ทั้งหมด จะประกอบกันเป็นแบบแผนปฏิบัติ และมีพฤติกรรมร่วมของบุคคล เมื่อกลุ่มมีความสนใจมุ่งไปสู่ทิศทางใด บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะมี ความสนใจไปในทางนั้นด้วย การติดต่อโดยกลุ่มนี้อาจทำได้โดยการประชุมอภิปราย และสนทนาภายในกลุ่ม คือจัดกลุ่มคนที่มีความสนใจกันตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปให้สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น มีปฏิกิริยาโต้ตอบกันซึ่งจะมีส่วนในการตัดสินใจยอมรับหรือปฏิเสธข่าวสารนั้น

ลาซาร์เฟล และเมนเซน (Lazarsfeld and Menzel, 1968:97) ได้ให้เหตุผลที่ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพดังนี้

1. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลสามารถจัดการเลือกรับสารของผู้ฟังได้ เนื่องจากการหลีกเลี่ยงการสนทนาหรือรับฟัง เป็นไปได้ยากกว่าการรับฟังข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยในการรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้น ผู้รับสารอาจหลีกเลี่ยงไม่รับฟังเนื้อหาที่ขัดแย้งกับทัศนคติและความเชื่อของตนหรือเรื่องที่ไม่สนใจได้ง่าย
2. การติดต่อสื่อสารแบบเผชิญหน้าเปิดโอกาสให้ผู้ส่งสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ใช้ในการสนทนากันได้ในเวลาอันรวดเร็ว หากว่าเนื้อหาที่สนทนานั้นได้รับการต่อต้านจากคู่สนทนา
3. การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลมักจะมีลักษณะง่าย เป็นกันเอง จึงง่ายต่อการชักจูงใจให้คล้อยตาม
4. ผู้รับสารส่วนใหญ่มักจะเชื่อถือในข้อตัดสินใจและความคิดเห็นของผู้ที่เขารู้จัก และนับถือมากกว่าบุคคลที่เขาไม่รู้จักมาก่อนแล้วมาติดต่อสื่อสารด้วย

โรเจอร์ (Rogers, 1971) ได้แสดงการเปรียบเทียบลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างช่องสารที่เป็นสื่อระหว่างบุคคลและสื่อมวลชนได้ดังนี้

ลักษณะ	สื่อระหว่างบุคคล	สื่อมวลชน
การไหลของข่าวสาร	เป็นแบบสองทาง	เป็นแบบทางเดียว
ลักษณะของการสื่อสาร	เป็นแบบตัวต่อตัว	ไม่มีลักษณะแบบตัวต่อตัว
ปริมาณของปฏิกริยาตอบสนองในขณะทำการสื่อสาร	สูง	ต่ำ
ความสามารถในการลดกระบวนการเลือกในทางจิตวิทยาในการเลือกรับสาร	สูง	ต่ำ
ความเร็วในการส่งสารไปยังผู้รับสารจำนวนมา	ค่อนข้างช้า	ค่อนข้างเร็ว
ผลที่อาจเกิดขึ้นความรู้และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	การก่อตัวของทัศนคติ	การเปลี่ยนแปลง

## 8) แนวคิดเกี่ยวกับจิตอาสา

จิตอาสา คำนี้คนจำนวนหนึ่งคงได้ยินได้ฟังมาบ้างแล้ว แต่ยังมีอีกมากมายหลายล้านคน ไม่เคยได้ยินหรือรู้ความหมายของคำเล็กๆ คำนี้เลย จิตอาสา คือ ผู้ที่มีจิตใจที่เป็นผู้ให้ เช่น ให้สิ่งของ ให้เงิน ให้ความช่วยเหลือด้วยกำลังร่างกาย แรงสมอง ซึ่งเป็นการเสียสละ สิ่งของตนเอง มี แม้กระทั่งเวลา เพื่อเผื่อแผ่ ให้กับส่วนรวม...อีกทั้งยังช่วยลด "อัตรตา" หรือความเป็นตัว เป็นตนของตนเองลงได้บ้าง **"อาสาสมัคร"** เป็นงานที่เกิดจากผู้ที่มี จิตอาสา ซึ่งมีความหมายอย่างมาก กับสังคมส่วนรวม เป็นผู้ที่เอื้อเพื่อ เสียสละ เวลา แรงกาย แรงใจ เพื่อช่วยเหลือผู้อื่น หรือสังคมให้เกิด ประโยชน์และความสุขมากขึ้น การเป็น **"อาสาสมัคร"** ไม่ว่าจะป็นงานใดๆ ก็แล้วแต่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ในทางบวก ล้วนแต่เป็นสิ่งที่เราควรทำทั้งสิ้น คนที่จะเป็นอาสาสมัครได้นั้น ไม่ได้จำกัดที่ วัย การศึกษา เพศ อาชีพ ฐานะ หรือ ข้อจำกัด ใดๆ ทั้งสิ้น หากแต่ต้องมีจิตใจ เป็น "จิตอาสา" ที่อยากจะช่วยเหลือผู้อื่น หรือสังคม เท่านั้น

วราพร วันไชยธนวงศ์ และคณะ (2550) ได้ให้ความหมายของจิตอาสาที่ได้จาก นักศึกษาพยาบาล คือความสมัครใจ เต็มใจ ตั้งใจทำ และเสียสละทั้งร่างกาย แรงใจหรือทรัพย์สินในการกระทำหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่นโดยไม่หวังผลตอบแทน และมีความสุขที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นดังนี้

1. ความสมัครใจ เป็นการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความพร้อมที่จะช่วยเหลือผู้อื่นและเป็นการอาสาสมัครที่จะกระทำการนั้น เช่น “ความสมัครใจพร้อมที่จะช่วยเหลือ” “การกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยความสมัครใจ” “ความสมัครใจในการกระทำกิจกรรม”
2. ความเต็มใจ เป็นความรู้สึกของนักศึกษาพยาบาลที่ยินดีให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่น เช่น สิ่งที่เราสมัครทำด้วยความเต็มใจ” “การให้ความช่วยเหลือด้วยความเต็มใจมาจากความรู้สึกที่แท้จริง” “ความรู้สึกที่อยากทำด้วยความเต็มใจ”
3. การเสียสละ เป็นการกระทำของนักศึกษาที่ช่วยเหลือแก่ผู้อื่นด้วยความรู้สึกที่กระทำด้วยความมุ่งมั่นโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน เช่น “การมีใจรักอยากช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่หวังสิ่งตอบแทน” “การทำประโยชน์ต่างๆแก่ส่วนรวมไม่หวังผลประโยชน์” “ความรู้สึกมุ่งมั่นตั้งใจช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ สังคมที่เดือดร้อน”

จิตอาสา มีอยู่ในตัวของมนุษย์ทุกคน เป็นจิตที่มีความหวังดีต่อผู้อื่น อยากที่จะช่วยเหลือผู้อื่นโดยไม่หวังผลตอบแทน แต่จะส่งผลให้เกิดความสุขทางจิตใจ ผู้ที่มีจิตอาสาหรืออาสาสมัครควรมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การบำเพ็ญประโยชน์ต่อส่วนรวม การกระทำที่เป็นไปด้วยความสมัครใจ ไม่มุ่งหวังผลตอบแทนในรูปของสินจ้าง รางวัล และเป็นการอุทิศ

กำลังกาย กำลังใจ และเวลาให้แก่ส่วนรวม กิจกรรมของค่ายอาสาพัฒนาชนบท ได้แก่ กิจกรรมด้านการศึกษา สาธารณูปโภค การคมนาคม การเกษตร สาธารณสุข และการอนุรักษ์ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะก่อให้เกิดคุณธรรม และอุดมการณ์แก่นักศึกษาให้รู้จักช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสให้รู้จักการทำงานร่วมกัน มีความรับผิดชอบ มีทักษะในการตัดสินใจอย่างมีสติปัญญา มีเหตุผล และคุณธรรม มีความสามารถเป็นผู้นำ และผู้ตามที่ดีในระบอบประชาธิปไตย มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพที่แท้จริงและเรียนรู้การแก้ปัญหาจากสภาพจริงของสังคมชนบท มีความสามัคคี มีความรับผิดชอบและเสียสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อส่วนรวม

ประวิตร พิสุทธิโสภณ (2550) กล่าวว่า จิตอาสา คือ ผู้ที่มีจิตใจที่เป็นผู้ให้ เช่น ให้สิ่งของ ให้เงิน ให้ความช่วยเหลือด้วยกำลังร่างกาย แรงสมอง ซึ่งเป็นการเสียสละ สิ่งของตนเองแม้กระทั่งเวลา เพื่อเผื่อแผ่ ให้กับส่วนรวม...อีกทั้งยังช่วยลด "อัตตา" หรือความเป็นตัว เป็นตนของตนเองลงได้บ้าง

**"อาสาสมัคร"** เป็นงานที่เกิดจากผู้ที่มี จิตอาสา ซึ่งมีความหมายอย่างมาก กับสังคมส่วนรวม เป็นผู้ที่ยื้อเพื่อ เสียสละ เวลา แรงกาย แรงใจ เพื่อช่วยเหลือผู้อื่น หรือ สังคมให้เกิดประโยชน์และความสุขมากขึ้น

**การเป็น "อาสาสมัคร"** ไม่ว่าจะป็นงานใดๆ ก็แล้วแต่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ในทางบวก ล้วนแต่เป็นสิ่งที่เราควรทำทั้งสิ้น คนที่จะเป็นอาสาสมัครได้นั้น ไม่ได้จำกัดที่ วย การศึกษา เพศ อาชีพ ฐานะ หรือ ข้อจำกัด ใดๆ ทั้งสิ้น หากแต่ต้องมีจิตใจ เป็น "จิตอาสา" ที่อยากช่วยเหลือผู้อื่น หรือสังคม เท่านั้น

มิชิตา จำปาเทศ รอดสุทธิ (2550) กล่าวว่า จิตอาสา คือจิตที่ต้องการให้ผู้อื่น ตั้งแต่การให้เงิน ให้ของ จนกระทั่งให้แรงงานแรงสมองหรือที่เรามักเรียกว่า อาสาสมัคร เพื่อช่วยให้ผู้อื่นหรือสังคมมีความสุขมากขึ้น การให้หรือเสียสละนี้สามารถทำได้จนถึงการเสียสละความเป็นตัวตนหรืออัตตาของเรา ลงไปเรื่อยๆ

จารุณี แก้วประภา (มปป) กล่าวว่า จิตอาสา (Volunteer Spirit) หมายถึง จิตแห่งการให้ความดีงามทั้งปวงแก่เพื่อนมนุษย์ โดยเต็มใจ สมัครใจ อิ่มใจ ซาบซึ้งใจ ปีติสุข ที่พร้อมจะเสียสละเวลา แรงกาย และสติปัญญา เพื่อสาธารณประโยชน์ ในการทำกิจกรรม หรือสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นโดยไม่หวังผลตอบแทน และมีความสุขที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น เป็นจิตที่ไม่นิ่งดูดาย เมื่อพบเห็นปัญหา หรือความทุกข์ยากที่เกิดขึ้นกับผู้คน เป็นจิตที่มีความสุขเมื่อได้ทำความดี และเห็นน้ำตาเปลี่ยนเป็นรอยยิ้ม เป็นจิตที่เปี่ยมด้วย "บุญ" คือความสงบเย็น และพลังแห่งความดี อีกทั้งยังช่วยลด "อัตตา" หรือความเป็นตัวเป็นตนของตนเองลงได้บ้าง

สำหรับ กระบวนการสร้างจิตอาสา ต้องประกอบด้วย การปลูกฝังให้ตระหนักถึงความสำคัญของจิตอาสา การเตรียมความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ความรู้ และการติดต่อสื่อสาร การสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง และการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง คุณลักษณะของผู้มีจิตอาสา คือ มุ่งประโยชน์ต่อส่วนรวม การทำงานทุกอย่างเป็นไปด้วยความ

สมัครใจ ไม่มุ่งหวังผลตอบแทนในรูปของอามิส สินจ้าง หรือรางวัล ตลอดจนการอุทิศกายกำลังใจ และเวลาให้แก่ส่วนรวม

### 9) แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

วัยรุ่น (Adolescence) เป็นวัยที่มีความสำคัญ และต้องปรับตัวอย่างยากลำบากที่สุดระยะหนึ่งของชีวิต เพราะเป็นระยะที่ก้ำกึ่งระหว่างความเป็นเด็ก และความเป็นผู้ใหญ่ วัยรุ่นมีพัฒนาการต่างๆ ที่เป็นด้านเด่นๆ ทั้งทางด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ ด้านสังคม ด้านสติปัญญา ด้านจริยธรรม และด้านเพศ ซึ่งพัฒนาการแต่ละด้านของวัยรุ่น เป็นไปอย่างรวดเร็วมากมายและเข้าใจยาก

Adolescence แปลว่า กระบวนการงอกงาม พ้นจากความเป็นเด็ก หรือที่เรียกอีกอย่างว่า “วัยรุ่น” สุพัตรา สุภาพ (2525: 2) ได้กล่าวว่า วัยรุ่น คือวัยที่มีความเจริญทางด้านร่างกาย และจิตใจ ในด้านร่างกายนั้นก็คือ การที่ไม่เป็นเด็กอีกต่อไป ส่วนในด้านจิตใจนั้นคือการรู้จักใช้เหตุผล รู้จักควบคุมอารมณ์ รวมทั้งสามารถเข้าร่วมกลุ่ม หรือทำกิจกรรมต่างๆ ในสังคมได้ ในความหมายของวัยรุ่นนี้จะเห็นว่าไม่มีการกำหนดช่วงอายุว่ามีการเริ่มต้นและสิ้นสุดลงเมื่อใด

ถึงแม้ว่าอายุเป็นเกณฑ์ที่จะแบ่งวัยรุ่นให้แตกต่างกันไปจากช่วงวัยอื่นๆ แต่เป็นการยากที่จะระบุช่วงอายุของวัยรุ่น ดังนั้นวัยรุ่นไม่มีเส้นขีดแบ่งแน่นอนว่าเริ่มเมื่อใด การระบุช่วงอายุของวัยรุ่นจึงเป็นไปในลักษณะของการประมาณการเท่านั้น (สุพัตรา บุญญาอนุภาพพงศ์ ,2547,14-15)

สำหรับในต่างประเทศมีการกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่นต่างจากไทยเล็กน้อย กล่าวคือได้มีการแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นตามเพศ โดยเพศหญิงจะอยู่ในช่วง 13-21 ปี ส่วนเพศชายจะอยู่ในช่วง 15-21 ปี ซึ่งผู้ที่กำหนดช่วงอายุดังกล่าว คือ นักจิตวิทยาชาวอเมริกันชื่อ Luella Cole (1964) ได้แบ่งช่วงวัยของวัยรุ่น โดยการแบ่งแยกตามเพศ ดังต่อไปนี้

1. วัยรุ่นตอนต้น เพศหญิงจะมีอายุอยู่ในช่วง 13-15 ปี ส่วนเพศชายจะมีอายุอยู่ในช่วง 15-17 ปี
2. วัยรุ่นตอนกลาง เพศหญิงจะมีอายุอยู่ในช่วง 15-18 ปี ส่วนเพศชายจะมีอายุอยู่ในช่วง 17-19 ปี
3. วัยรุ่นตอนปลาย เพศหญิงจะมีอายุอยู่ในช่วง 18-21 ปี ส่วนเพศชายจะมีอายุอยู่ในช่วง 19-21 ปี

จะเห็นว่าถึงแม้จะมีการกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่น แต่ก็ไม่สามารถระบุช่วงอายุของวัยรุ่นได้อย่างแน่นอน และช่วงอายุที่กำหนดขึ้นดังกล่าวก็ไม่สามารถนำเกณฑ์นี้ไปใช้ได้กับเด็กทุกคน ทั้งนี้เนื่องจากเด็กแต่ละคนเจริญเติบโตเข้าสู่วัยรุ่นไม่พร้อมกัน ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้



จึงไม่ได้กำหนดช่วงอายุของวัยรุ่นที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง แต่จะกำหนดเพียงว่าเป็นนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

#### 10) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชนี เขยประทับ และ ประทุม ฤกษ์กลาง (2531) ได้วิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในกรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวแบบเปิด มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสารและวิทยุ รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวแบบปิดมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสาร ส่วนรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวแบบปล่อย มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับนิตยสารและวิทยุ

วาริตา พลายนบัว (2532) ได้วิจัยเรื่องรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวการเปิดรับสื่อมวลชน และทัศนคติต่อสถานภาพสตรีของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปิดไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชน แต่แบบปล่อยมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อมวลชนและรูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถานภาพสตรี

ขวัญใจ ผลิเจริญสุข (2539) ได้ศึกษาการสื่อสารในครอบครัว กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาการสื่อสารในครอบครัว กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนส่วนใหญ่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด สื่อมวลชนที่นักเรียนส่วนใหญ่เปิดรับบ่อยที่สุดคือโทรทัศน์ ส่วนผลของการเปิดรับเรื่องราวเกี่ยวกับยาบ้าจากสื่อโทรทัศน์ทำให้หลีกเลี่ยงพฤติกรรมเสี่ยงในการลองเสพ สื่อวิทยุทำให้เกรงกลัวในอันตราย และสื่อหนังสือพิมพ์ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจ นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับยาบ้าในระดับปานกลาง และเห็นด้วยกับการต่อต้านการเสพยาบ้า เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยได้ผลดังนี้ 1. นักเรียนที่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์แต่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับวิทยุ โดยพบว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด มีการเปิดรับมากกว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบปิด 2. รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า 3. การเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์และวิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า ส่วนการเปิดรับหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อยาบ้า 4. นักเรียนหญิงและนักเรียนชาย มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน 5. นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1, 2 และ 3 มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน

ศักดา ขำคม (2540) ได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวตามการรับรู้ของเด็กและเยาวชนที่กระทำผิดกฎหมายและไม่ผิดกฎหมายในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา พบว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวมีบทบาทสำคัญต่อการเกิดพฤติกรรมกระทำผิดและไม่กระทำผิดกฎหมายของเด็กและเยาวชนกล่าวคือ การสื่อสารในครอบครัวแบบเชิงบวกและแบบเปิดซึ่งพบมากในครอบครัวของเด็กและเยาวชนที่ไม่กระทำผิดกฎหมาย จึงควรสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละครอบครัวได้มีการสื่อสารในลักษณะทั้งสองแบบอันจะช่วยส่งเสริมสุขภาพจิตในครอบครัวและอาจจะช่วยป้องกันปัญหาพฤติกรรมต่างๆ ของเด็กและเยาวชน เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยได้ผลดังนี้ 1. นักเรียนที่มีรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์แต่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับวิทยุ โดยพบว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด มีการเปิดรับมากกว่ารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวแบบเปิด 2. รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า 3. การเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์และวิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้า ส่วนการเปิดรับหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับยาบ้า แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อยาบ้า 4. นักเรียนหญิงและนักเรียนชาย มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน 5. นักเรียนระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1, 2 และ 3 มีความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าไม่แตกต่างกัน

ร.ท. หญิงวรรณดี หมูเย็น ร.น. (2544) ได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารในครอบครัวที่ส่งเสริมความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักเรียนวัยรุ่นจำนวน 450 คน สุ่มมาจากนักเรียนอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ปีการศึกษา 2542 ซึ่งอาศัยอยู่ร่วมกับบิดามารดา สังกัดกรมสามัญศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร นักเรียนวัยรุ่นที่ได้รับรูปแบบการสื่อสารในครอบครัวจากบิดา และจากมารดาที่มีรูปแบบที่ 2 (การสื่อสารเชิงบวกปริมาณมาก แต่เชิงลบปริมาณน้อย) และรูปแบบที่ 1 (การสื่อสารเชิงบวกและเชิงลบในปริมาณมาก) มีคะแนนความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่านักเรียนวัยรุ่นที่ได้รับรูปแบบที่ 3 (การสื่อสารเชิงบวกปริมาณน้อยแต่เชิงลบปริมาณมาก) และกลุ่มนักเรียนวัยรุ่นที่ได้รับการสื่อสารรูปแบบที่ 2 มีคะแนนความฉลาดทางอารมณ์สูงกว่านักเรียนวัยรุ่นที่ได้รับการสื่อสารรูปแบบที่ 4 (การสื่อสารในครอบครัวที่มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบในปริมาณน้อย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 นอกนั้นไม่พบความแตกต่างของคะแนนความฉลาดทางอารมณ์ในกลุ่มอื่นๆ นักเรียนวัยรุ่นที่บิดาและมารดา มีการศึกษาระดับสูง และระดับกลางมีความฉลาดทางอารมณ์ไม่แตกต่างกันกับนักเรียนวัยรุ่นที่บิดา และมารดา มีการศึกษาระดับต่ำอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ.05

วราพร วันไชยธนวงศ์ และคณะ (2550) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการสร้างจิตอาสา นักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี เชียงใหม่ พบว่านักศึกษาให้ความหมายจิตอาสา เป็นความสมัครใจ เต็มใจ ตั้งใจทำ และเสียสละทั้งร่างกายและแรงใจหรือทรัพย์สิน ในการทำกิจกรรมหรือสิ่งที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นโดยไม่หวังผลตอบแทน และมีความสุขที่ได้ช่วยเหลือผู้อื่น กระบวนการสร้างจิตอาสา มี 4 ประเด็นคือ 1) ปลูกฝังให้ตระหนัก

ถึงความสำคัญของจิตอาสา 2) การเตรียมความพร้อมทั้งด้านร่างกายจิตใจ ด้านความรู้ และการติดต่อสื่อสาร 3) การสร้างความเชื่อมั่นในตน และ 4) การเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ประสบการณ์ต่อการพัฒนาด้านจิตอาสา คือทำให้ได้รับการพัฒนาให้เป็นคนเก่ง คนดี และ ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง

ณัฐนิชากร ศรีบริบูรณ์ (2550) ได้ศึกษาองค์ประกอบและตัวชี้วัดจิตอาสาของนักเรียน (2) ศึกษาสภาพจิตอาสาและปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตอาสา และ (3) เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของจิตอาสาที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. จิตอาสาของนักเรียนมีองค์ประกอบ 3 ด้านคือ การช่วยเหลือผู้อื่น การเสียสละต่อสังคม และความมุ่งมั่นพัฒนา และมีตัวชี้วัดทั้งหมด 7 ตัว คือ (1) การช่วยแนะนำสิ่งที่ถูกที่ควรแก่ผู้อื่น (2) การอำนวยความสะดวกให้กับผู้อื่น (3) การแบ่งปันสิ่งของให้กับผู้อื่น (4) การสละเงิน แรงกาย เพื่อผู้อื่นและสังคม (5) การสละเวลา และการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม (6) การสนใจในปัญหาและการเปลี่ยนแปลงพร้อมทั้งเสนอความคิดที่จะพัฒนาสังคม และ (7) การร่วมพัฒนากิจกรรมการเสริมสร้างจิตอาสาเพื่อสังคมอย่างสร้างสรรค์และหลากหลาย 2. นักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายมีค่าเฉลี่ยของคะแนนจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตอาสาของนักเรียนมี 6 ด้านคือ ปัจจัยด้านนักเรียน ครอบครัว โรงเรียน/ครู เพื่อน สังคม/ชุมชน และด้านสื่อมวลชน

จิราภรณ์ ศิริทวี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง จิตอาสาพัฒนาความเป็นมนุษย์ จากผลการพัฒนาผู้เรียนด้วยกิจกรรม “จิตอาสา” ผ่านกระบวนการวิจัยสรุปได้ว่านักเรียนทุกคนของห้อง ป.3/5 ได้รับการพัฒนาความเป็นคนดี “ด้านจิตอาสา” และจากการสังเกตพฤติกรรม พบว่านักเรียนมีความรับผิดชอบมากขึ้น เช่น เมื่อถึงสิ้นเดือน นักเรียนกระตือรือร้นที่จะมาอาสาเป็นหัวหน้างานต่าง ๆ ดังนั้น เมื่อทุกคนยอมรับในกติกาของห้อง ห้องเรียนจึงเป็นระเบียบและสะอาดอยู่เสมอ ผลจากการร่วมแรงร่วมใจกันทำงานด้วย “สำนึกความเป็นเจ้าภาพ” ทำให้กรรมการรักษาความสะอาดสามารถทำความสะอาดเสร็จภายใน 16.00 น. เกือบทุกวัน ในขณะที่หลาย ๆ ห้องเพิ่งไปยกน้ำมาเพื่อเตรียมถู สร้างความภาคภูมิใจให้กับนักเรียนมาก นักเรียนมักจะพูดว่า ... “วันนี้เราทำลายสถิติอีกแล้ว” ใบประกาศเกียรติคุณกระตุ้นให้นักเรียนเกิดแรงจูงใจที่จะอาสาทำความดี ส่งผลให้นักเรียนมักอาสาทำงานอื่น ๆ นอกเหนือจากงานหลักของห้อง เช่น อาสาแจกสมุด อาสาเก็บเงินรายการต่าง ๆ อาสาตรวจเช็คการส่งการบ้านของเพื่อน ฯลฯ อาจสรุปได้ว่านักเรียนทุกคนได้มีส่วนใช้ จิตอาสาพัฒนาห้อง ป.3/5 ซึ่งทำเองโดยไม่มีใครบังคับ เป็นการสำนึกในหน้าที่ของตนด้วยตนเอง เกิด “สำนึกความเป็นเจ้าภาพ” ตามที่ผู้วิจัยได้ตั้งเป้าหมายเอาไว้

สุดาพรรณ บินนอก (2551) ได้ศึกษาเรื่อง โมเดลเชิงสาเหตุของจิตอาสาของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษา

และเปรียบเทียบระดับของจิตอาสาของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำแนกตามสาขาที่เรียน 2) เพื่อพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของจิตอาสาของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงสาเหตุของจิตอาสาของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ นิสิตระดับปริญญาบัณฑิตในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จำนวน 720 คน เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตอาสาและแบบวัดจิตอาสาของนิสิต การวิเคราะห์ข้อมูลใช้หลักการวิเคราะห์โมเดลลิสเรล ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นิสิตระดับปริญญาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง ปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตอาสาของนิสิตมี 3 ด้าน คือ ปัจจัยจิตลักษณะ ปัจจัยด้านสังคม และ ปัจจัยสื่อมวลชน
2. โมเดลเชิงสาเหตุของจิตอาสาของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่พัฒนาขึ้นมีตัวแปรแฝง 5 ตัว และตัวแปรสังเกตได้ 13 ตัว โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ( $\chi^2 = 31.821, p = 0.282, df = 28, GFI = 0.993, AGFI = 0.978, RMR = 0.010$ ) ทั้งนี้ตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของระดับจิตอาสาได้ร้อยละ 72.10

ปิยะนาถ สรวิสูตร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจของผู้นำเยาวชนที่มีจิตอาสาในการทำงานกิจกรรมเพื่อสังคม กรณีศึกษา สภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปฏิบัติเกี่ยวกับลักษณะกิจกรรมเพื่อสังคมและระดับแรงจูงใจในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมของผู้นำเยาวชนที่มีจิตอาสาในสภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ผู้นำเยาวชนที่มีจิตอาสาในสภาเยาวชนกรุงเทพมหานครมีกิจกรรมที่เข้าร่วมมากที่สุดคือ การเข้าประชุมสภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร โดยมีแรงจูงใจภายในอยู่ในระดับสูง ส่วนแรงจูงใจภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยด้านศาสนาของผู้นำเยาวชนที่มีจิตอาสาที่แตกต่างกันมีแรงจูงใจโดยรวมในการทำกิจกรรมเพื่อสังคมแตกต่างกัน สำหรับผู้นำเยาวชนที่มีจิตอาสาที่ทำและไม่ทำกิจกรรมการพัฒนามาตรฐานและการดูแลเยาวชนมีแรงจูงใจภายในแตกต่างกัน ผู้นำเยาวชนที่มีจิตอาสา มีข้อเสนอว่า หน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชนควรสนับสนุนให้เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อสังคม สถาบันการศึกษาและครอบครัวควรสนับสนุนให้ทำกิจกรรมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างเป็นรูปธรรม

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” ครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research ) จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของตัวอย่างที่กำหนดไว้ ซึ่งสุ่มจากประชากร ที่จะอนุมานผลการวิจัยไปสู่ประชากรได้ โดยจะทำการประมวลและวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมจิตอาสา และการเปิดรับข่าวสาร เป็นความคิดเห็นที่เกิดขึ้น ณ ในช่วงเวลาที่ศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยในลักษณะ Cross Sectional แบบ One – Shot – Case Study เพราะเป็นการวัดเพียงครั้งเดียว โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

#### 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

**ประชากรที่ศึกษา** ได้แก่ วัยรุ่นที่เป็นนิสิต นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่กำลังศึกษาใน สถาบัน/มหาวิทยาลัยของรัฐ ประเภทต่างๆ และสถาบัน/มหาวิทยาลัยเอกชน ในปีการศึกษา 2555 จำนวน 53 แห่ง ซึ่งจำนวนนิสิต นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร มีทั้งสิ้น 1,016,788 คน (แหล่งข้อมูล: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา) โดยแบ่งการศึกษาประชากรเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบัน/มหาวิทยาลัยของรัฐ จำนวน 17 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยศิลปากร สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์จำนวน 284,511คน

1. กลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบัน/มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลมี จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าพระนครเหนือ จำนวน 94,195 คน

2. กลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยไม่จำกัดจำนวนรับ จำนวน 2 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยรามคำแหง และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช จำนวน 41,850 คน
3. กลุ่มวัยรุ่นที่กำลังศึกษาอยู่ในสถาบัน/มหาวิทยาลัยในสังกัดของเอกชน จำนวน 29 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย มหาวิทยาลัยปทุมธานี มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต มหาวิทยาลัยธนบุรี มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มหาวิทยาลัยคริสเตียน มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเนชั่น และมหาวิทยาลัยชินวัตร สถาบันเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น สถาบันกัณฑ์นา สถาบันบัณฑิตศึกษาจุฬาภรณ์ สถาบันอาศรมศิลป์ สถาบันรัชต์ภาคย์ และสถาบันเทคโนโลยียานยนต์ มหาชัย จำนวน 227,232 คน

**กลุ่มตัวอย่าง** จะเก็บขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง จากจำนวนสถาบัน/มหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑลทั้งสิ้น 53 แห่ง ซึ่งจะเป็นขนาดที่สามารถใช้เป็นตัวแทนวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร ได้อย่างพอเพียงและเหมาะสม โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 10 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Multi Stage Sampling ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

**ขั้นตอนที่ 1** ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Cluster Sampling) โดยใช้กลุ่มสถาบันเป็นชั้นตามที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษากำหนดไว้ ได้แก่ กลุ่มที่ 1 สถาบัน/มหาวิทยาลัยอุดมศึกษาของรัฐ มี 17 แห่ง กลุ่มที่ 2 คือ สถาบัน/มหาวิทยาลัยไม่จำกัดรับ มี 2 แห่ง กลุ่มที่ 3 คือ สถาบัน/มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ มี 5 แห่ง และกลุ่มที่ 4 คือ มหาวิทยาลัยเอกชน มี 29 แห่ง และกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มได้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงสถาบัน จำนวนประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มสถาบัน/มหาวิทยาลัย	จำนวนประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
สถาบัน/มหาวิทยาลัยของรัฐ	284,511	112
สถาบัน/มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	94,195	37
มหาวิทยาลัยไม่จำกัดจำนวนรับ	410,850	162
สถาบัน/มหาวิทยาลัยในสังกัดของเอกชน	227,232	89
<b>รวม</b>	<b>1,016,788</b>	<b>400</b>

หน่วย : คน

**ขั้นตอนที่ 2** การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ หรือ การเลือกตัวอย่างแบบใช้ความสะดวก (Accidental sampling or Convenience sampling) โดยเลือกตัวอย่างที่กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างๆ ตามจำนวนที่ได้สุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิในขั้นตอนที่ 1

## 2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามดังกล่าวประกอบด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Questions) และคำถามแบบปลายปิด (Close-Ended Questions) รวมทั้งแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale Questions) โดยแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1	คำถามทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์
ส่วนที่ 2	พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร
ส่วนที่ 3	ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา
ส่วนที่ 4	ทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา
ส่วนที่ 5	พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

## 3) การทดสอบเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้วยการหาค่าความตรง (Validity) และหาความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

- นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางด้านเทคนิคการสร้างเครื่องมือเพื่อตรวจสอบและพิจารณาเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมปัจจัยที่สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยหรือไม่ ซึ่งเป็นการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาแบบสอบถาม (Content Validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง
- ทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุดไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่ศึกษา คือนักศึกษาจากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีการวัดความสอดคล้องภายในด้วยค่าสัมประสิทธิ์ครอนบราอัลฟาด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยส่วนมากแล้วเมื่อทดสอบความเชื่อถือได้ หากพบว่าค่าอัลฟา ( $\alpha$ ) อยู่ระหว่าง 0.5 – 0.65 นั้นเห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ในระดับปานกลาง แต่หากมีค่าอัลฟา ตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป เห็นว่าความเชื่อถือของแบบสอบถามอยู่ในระดับดี และจากผลการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) จำนวน 50 ชุด พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ 0.862 ซึ่งแสดงว่ามีค่าความเชื่อถืออยู่ในระดับดี และเชื่อถือได้

#### 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างกรอกด้วยตนเอง คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการอบรมผู้ช่วยวิจัยก่อนการเก็บ รวบรวมข้อมูลจริงจากนั้นจึงนำแบบสอบถามมากำหนดรหัส ถอดรหัสและเขียนรหัสลงในแบบสอบถาม แล้วนำไปบันทึกเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์โดยตรง และประมวลผลโดยโปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

#### 5) การกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์

การกำหนดคะแนนคำตอบที่ได้จากแบบสอบถามในการวัดค่าตัวแปรต่าง ๆ เพื่อคำนวณค่าทางสถิติจะมีเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้

1. การเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านสื่อต่างๆ ใน 1 สัปดาห์ มีวิธีกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์ดังนี้

ทุกวัน	=	5	คะแนน
5-6 ครั้ง	=	4	คะแนน
3-4 ครั้ง	=	3	คะแนน
1-2 ครั้ง	=	2	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	1	คะแนน

นำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยแล้วจัดระดับการเปิดรับข่าวสาร ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนค่าคะแนนสูงสุด} - \text{จำนวนค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}} = \frac{5-0}{5} = 0.8$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนน 4.21 – 5.00	คะแนน	หมายถึง	เปิดรับมากที่สุด
คะแนน 3.41 – 4.20	คะแนน	หมายถึง	เปิดรับมาก
คะแนน 2.61 – 3.40	คะแนน	หมายถึง	เปิดรับปานกลาง
คะแนน 1.81 – 2.60	คะแนน	หมายถึง	เปิดรับน้อย
คะแนน 1.00 – 1.80	คะแนน	หมายถึง	เปิดรับน้อยที่สุด



2. ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา การวัดตัวแปรเกี่ยวกับความรู้ มีวิธีกำหนดคะแนนเพื่อการวิเคราะห์ดังนี้

คะแนน	ความหมาย
0	ตอบผิด
1	ตอบถูก

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายโดย แบ่งออกเป็น 3 ระดับ จากคำถาม 10 ข้อ ดังนี้

จำนวนข้อ	ค่าระดับคะแนน	ความหมาย
8 ข้อขึ้นไป	ร้อยละ 80.00 ขึ้นไป	ระดับสูง
5-7 ข้อ	ร้อยละ 50.00-79.99	ระดับปานกลาง
น้อยกว่า 5 ข้อ	ร้อยละ 1.00-49.99	ระดับต่ำ

3. ทักษะเกี่ยวกับจิตอาสา

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับทักษะเกี่ยวกับจิตอาสาของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	= 5
เห็นด้วย	= 4
ไม่แน่ใจ	= 3
ไม่เห็นด้วย	= 2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	= 1

จากนั้นนำคะแนนทักษะจิตอาสาหาค่าเฉลี่ย แล้วจัดระดับทักษะจิตอาสา ออกเป็น 5 ระดับดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนค่าคะแนนสูงสุด} - \text{จำนวนค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}} = \frac{5-0}{5} = 0.8$$

คะแนน	4.21 – 5.00	คะแนน	หมายถึง	มีทัศนคติดีมาก
คะแนน	3.41 – 4.20	คะแนน	หมายถึง	มีทัศนคติดี
คะแนน	2.61 – 3.40	คะแนน	หมายถึง	มีทัศนคติปานกลาง
คะแนน	1.81 – 2.60	คะแนน	หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดี
คะแนน	1.00 – 1.80	คะแนน	หมายถึง	มีทัศนคติไม่ดีอย่างยิ่ง

#### 4. พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา ของวัยรุ่น ในเขตกรุงเทพมหานคร มีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

มากกว่า 4 ครั้ง	=	4	คะแนน
3 – 4 ครั้ง	=	3	คะแนน
1 – 2 ครั้ง	=	2	คะแนน
ไม่แน่นอน	=	1	คะแนน
ไม่เคยเลย	=	0	คะแนน

นำคะแนนมาหาค่าเฉลี่ยแล้วจัดระดับการข่าวสาร ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนค่าคะแนนสูงสุด} - \text{จำนวนค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนค่าคะแนนทั้งหมด}} = \frac{4-0}{5} = 0.8$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้

คะแนน 3.21 – 4.00 คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาในระดับมากที่สุด
คะแนน 2.41 – 3.20 คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาในระดับมาก
คะแนน 1.61 – 2.40 คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาในระดับปานกลาง
คะแนน 0.81 – 1.60 คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาในระดับน้อย
คะแนน 0.00 – 0.80 คะแนน	หมายถึง	มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาในระดับน้อยที่สุด

#### 5. เกณฑ์การอธิบายค่าความสัมพันธ์

คะแนน 0.00-0.19	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำมาก
คะแนน 0.20-0.39	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ
คะแนน 0.40-0.59	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง
คะแนน 0.60-0.79	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูง
คะแนน ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป	หมายถึง	มีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก

#### 6) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน

**ตัวแปรต้น** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปี รายได้ต่อเดือน กลุ่มวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ ประเภทมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา ลักษณะที่พักอาศัย และลักษณะของครอบครัว

ตัวแปรตาม	พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร
สมมติฐานที่ 2	การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทศนคติจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา
ตัวแปรต้น	การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทศนคติจิตอาสา
ตัวแปรตาม	พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร

## 7) การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เบื้องต้น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Division) และนำเสนอข้อมูลในตารางประกอบความเรียงเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง
2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics)
  - ใช้ t-test เพื่อการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มี 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรเพศ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05
  - ใช้สถิติ One-way ANOVA Analysis เพื่อทดสอบความแตกต่างของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ ระดับชั้นปี รายได้ต่อเดือน กลุ่มวิชาที่กำลังศึกษาอยู่ ประเภท มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษา ลักษณะที่พักอาศัย และลักษณะของครอบครัว โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05 จะทดสอบความมีนัยสำคัญของความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method)
3. ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทศนคติจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

## บทที่ 4

### ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่น ในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” สำหรับบทที่ 4 เป็นการรายงานผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการวัดครั้งเดียว (One-Shot Descriptive Study) ซึ่งผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนสถาบันและมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และบริเวณทลทั้งสิ้น 53 แห่ง เป็นผู้ตอบแบบสอบถามแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้ผู้กรอกแบบสอบถามเป็นผู้ที่ตอบคำถามเอง โดยคำถามมีลักษณะปลายปิด (Close-end question) โดยส่วนของคำถามในแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา

ส่วนที่ 4 ทศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

การนำเสนอแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ข้อมูลส่วนตัว ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละของแต่ละรายการ

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.3 ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละของแต่ละรายการ

- 1.4 ทักษะคติเกี่ยวกับจิตอาสา ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 1.5 พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาใช้วิธีการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทักษะคติจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้วิธีการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละของแต่ละรายการ

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	183	45.8
หญิง	217	54.2
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.2 และ 45.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่า 17 ปี	42	10.5
17 – 18 ปี	75	18.8
19 – 20 ปี	138	34.5
21 – 22 ปี	91	22.7
23 – 24 ปี	48	12.0
มากกว่า 24 ปีขึ้นไป	6	1.5
รวม	400	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุระหว่าง 19 – 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคืออายุระหว่าง 21 – 22 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.7 ตามด้วยอายุระหว่าง 17 – 18 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.8 อายุระหว่าง 23 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.0 อายุต่ำกว่า 17 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอายุมากกว่า 24 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับชั้นปีที่ศึกษา

ระดับชั้นปีที่ศึกษา	ความถี่	ร้อยละ
ชั้นปีที่ 1	136	34.0
ชั้นปีที่ 2	120	30.0
ชั้นปีที่ 3	82	20.5
ชั้นปีที่ 4	57	14.3
สูงกว่าชั้นปีที่ 4	5	1.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมาคือชั้นปีที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 30.0 ตามด้วยชั้นปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 20.5 ชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 14.3 และ สูงกว่าชั้นปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 1.2

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน

กลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน	ความถี่	ร้อยละ
กลุ่มวิชาเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์	235	58.8
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	165	41.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างปัจจุบันศึกษาอยู่ในกลุ่มวิชาเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์มากกว่า กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 58.8 และ 41.2 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่

มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่	ความถี่	ร้อยละ
มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐจำกัดรับ	113	28.2
มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ(ม.รามคำแหง,ม.สุโขทัยธรรมมาธิราช)	163	40.8
มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับของรัฐ	37	9.2
มหาวิทยาลัยเอกชน	87	21.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยสถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐจำกัดรับ คิดเป็นร้อยละ 28.2 มหาวิทยาลัยเอกชน คิดเป็นร้อยละ 21.8 มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับของรัฐน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.2

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ / ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน

รายได้ / ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
น้อยกว่า 4,000 บาท	85	21.2
4,001 – 6,000 บาท	72	18.0
6,001 – 8,000 บาท	94	23.5
8,001 -10,000 บาท	65	16.3
มากกว่า 10,000 บาท	84	21.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้ / ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 6,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมาคือ รายได้น้อยกว่า 4,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.2 ตามด้วยรายได้มากกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.0 รายได้ระหว่าง 4,001 – 6,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 18.0 และ รายได้ระหว่าง 8,001 -10,000 บาท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.3

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่พักอาศัย

สถานที่พักอาศัย	ความถี่	ร้อยละ
หอพักเอกชน	79	19.8
หอพักมหาวิทยาลัย	13	3.2
บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม/ห้องชุด	128	32.0
บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง	180	45.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ที่บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ บ้านเช่า / คอนโดมิเนียม / ห้องชุด คิดเป็นร้อยละ 32.0 หอพักเอกชน คิดเป็นร้อยละ 19.8 และ หอพักมหาวิทยาลัย น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.2

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะครอบครัว

ลักษณะครอบครัว	ความถี่	ร้อยละ
ครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน	44	11.0
ครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ	200	50.0
ครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ตนต้องการ	156	39.0
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีลักษณะครอบครัวเป็นครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ มีลักษณะครอบครัวเป็นครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ตนต้องการคิดเป็นร้อยละ 39.0 และมีลักษณะครอบครัวเป็นครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.0

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน



ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆในรอบ 1 สัปดาห์

สื่อต่าง ๆ ที่เปิดรับข่าวสาร	ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร					— X	s.d.	ความหมาย
	ทุกวัน	5-6 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	ไม่เคยเลย			
อินเทอร์เน็ต	300 (75.0)	64 (16.0)	14 (3.5)	15 (3.8)	7 (1.8)	4.58	0.86	เปิดรับมากที่สุด
โทรทัศน์	210 (52.5)	65 (16.3)	71 (17.8)	41 (10.3)	13 (3.3)	4.04	1.18	เปิดรับมาก
สื่อบุคคล	88 (22.0)	77 (19.3)	111 (27.8)	87 (21.8)	37 (9.3)	3.23	1.26	เปิดรับปานกลาง
หนังสือพิมพ์	61 (15.3)	34 (8.5)	195 (48.8)	93 (23.3)	17 (4.3)	3.07	1.04	เปิดรับปานกลาง
นิตยสาร	54 (13.5)	47 (11.8)	152 (38.0)	117 (29.3)	30 (7.5)	2.94	1.11	เปิดรับปานกลาง
วิทยุกระจายเสียง	30 (7.5)	27 (6.8)	79 (19.8)	183 (45.8)	81 (20.3)	2.35	1.10	เปิดรับน้อย
ค่าเฉลี่ยรวม						<b>3.37</b>	<b>0.69</b>	เปิดรับปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ จิตอาสาจากสื่อต่างๆ ในรอบ 1 สัปดาห์ อยู่ในระดับเปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยมีรายละเอียดดังนี้ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับเปิดรับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางโทรทัศน์ อยู่ในระดับเปิดรับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางสื่อบุคคล อยู่ในระดับเปิดรับปานกลางมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับเปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางนิตยสาร อยู่ในระดับเปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94 เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางวิทยุกระจายเสียง อยู่ในระดับเปิดรับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ

ค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ	ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร					$\bar{X}$	s.d.	ความหมาย
	15 นาทีขึ้นไป	11 - 14 นาที	5 - 10 นาที	น้อยกว่า 5 นาที	ไม่เคยเลย			
อินเทอร์เน็ต	299 (74.8)	54 (13.5)	24 (6.0)	15 (3.8)	8 (2.0)	4.55	0.91	เปิดรับมากที่สุด
โทรทัศน์	230 (57.5)	55 (13.8)	49 (12.3)	55 (13.8)	11 (2.8)	4.10	1.22	เปิดรับมาก
สื่อบุคคล	97 (24.3)	90 (22.5)	106 (26.5)	75 (18.8)	32 (8.0)	3.36	1.25	เปิดรับมาก
นิตยสาร	73 (18.3)	76 (19.0)	139 (34.8)	88 (22.0)	24 (6.0)	3.22	1.15	เปิดรับปานกลาง
หนังสือพิมพ์	66 (16.5)	60 (15.0)	129 (32.3)	98 (24.5)	47 (11.8)	3.00	1.23	เปิดรับปานกลาง
วิทยุกระจายเสียง	48 (12.0)	32 (8.0)	109 (27.3)	133 (33.3)	78 (19.5)	2.60	1.23	เปิดรับน้อย
ค่าเฉลี่ยรวม						3.47	0.76	เปิดรับมาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับ เปิดรับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยมีรายละเอียด ดังนี้ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับ เปิดรับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ จิตอาสาผ่านทางสื่อโทรทัศน์ อยู่ในระดับ เปิดรับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางสื่อบุคคล อยู่ในระดับ เปิดรับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางนิตยสาร อยู่ในระดับ เปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางหนังสือพิมพ์ อยู่ในระดับ เปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทางวิทยุกระจายเสียง อยู่ในระดับ เปิดรับน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทข่าวสารที่ท่านชอบ  
เปิดรับมากที่สุดจากสื่อประเภทต่างๆ

ประเภทข่าวสารที่ท่านชอบ เปิดรับมากที่สุดจากสื่อต่าง ๆ	ความถี่	ร้อยละ
ข่าวสังคม – เศรษฐกิจ	54	13.5
ข่าวบันเทิง	104	26.0
ข่าวการเมือง	17	4.2
ข่าวต่างประเทศ	26	6.5
ข่าวกีฬา	46	11.5
เรื่องทั่ว ๆ ไป	153	38.3
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับข่าวสารประเภทเรื่องทั่วไปมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.3 รองลงมาคือข่าวบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 26.0 ตามด้วยข่าวสังคม – เศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.5 ข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 11.5 ข่าวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.5 และข่าวการเมืองน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.2

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่องทางการรับรู้ข่าวสาร  
เกี่ยวกับจิตอาสา

ช่องทางการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับ จิตอาสา	ความถี่	ร้อยละ
วิทยุกระจายเสียง	8	2.0
โทรทัศน์	113	28.3
หนังสือพิมพ์	28	7.0
นิตยสาร	8	2.0
อินเทอร์เน็ต	233	58.2
สื่อบุคคล	10	2.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทาง อินเทอร์เน็ตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.2 รองลงมาคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 28.3 ตามด้วย หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 7.0 สื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 2.5 วิทยุกระจายเสียง และนิตยสาร เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.0

#### 1.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสาใช้วิธีการแจกแจง ความถี่และหาค่าร้อยละของแต่ละรายการ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา

คำถามความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา	ใช่	ร้อยละ	ไม่ใช่	ร้อยละ
1 จิตอาสาไม่ใช่เรื่องของการเสียสละ	-	-	400	100.0
2 กิจกรรมจิตอาสาเป็นเพียงการเสียสละกำลังกาย ไม่เกี่ยวกับการให้สิ่งของหรือการให้เงิน	-	-	400	100.0
3 การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องเกิดจากความสมัครใจ ความเต็มใจ และการเสียสละ	358	89.5	42	10.5
4 จิตอาสาที่แท้จริงไม่หวังผลตอบแทน	361	90.3	39	9.8
5 จิตอาสาไม่ใช่กิจกรรมที่ทำเป็นอาชีพ	343	85.8	57	14.3
6 การทำกิจกรรมจิตอาสาต้องสมัครเป็นสมาชิกของชมรม หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง	-	-	400	100.0
7 การทำกิจกรรมจิตอาสาส่งผลให้มีความสุขทางจิตใจ	344	86.0	56	14.0
8 การช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจจัดเป็นกิจกรรมจิตอาสา	345	86.3	55	13.8
9 การทำกิจกรรมจิตอาสาคือการอาสาสมัครทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	338	84.5	62	15.5
10 การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องได้รับผลตอบแทนในรูปแบบประกาศนียบัตรเพื่อยืนยันว่าได้ผ่านกิจกรรมนั้นแล้ว	-	-	400	100

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเห็นว่า จิตอาสาไม่ใช่เรื่องของการเสียสละ เป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 100.0 กิจกรรมจิตอาสาเป็นเพียงการเสียสละกำลังกาย ไม่เกี่ยวกับการให้สิ่งของหรือการให้เงิน เป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 100.0 การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องเกิดจากความสมัครใจ ความเต็มใจ และการเสียสละ เป็นความคิดที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 89.5 และ คิดว่าไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 10.5 จิตอาสาที่แท้จริงไม่หวังผลตอบแทน เป็นความคิดที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 90.3 และ คิดว่าไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 9.8 จิตอาสาไม่ใช่กิจกรรมที่ทำเป็นอาชีพ เป็นความคิดที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 85.8 และ คิดว่าไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 14.3 การทำกิจกรรมจิตอาสาต้องสมัครเป็นสมาชิกของชมรม หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง เป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 100.0 การทำกิจกรรมจิตอาสาส่งผลให้มีความสุขทางจิตใจ เป็นความคิดที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 86.0 และ คิดว่าไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 14.0 การช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจจัดเป็นกิจกรรมจิตอาสา เป็นความคิดที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 86.3 และ คิดว่าไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 13.8 การทำกิจกรรมจิตอาสาคือการอาสาสมัครทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เป็นความคิดที่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 84.5 และ คิดว่าไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 15.5 การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องได้รับผลตอบแทนในรูปแบบประกาศนียบัตรเพื่อยืนยันว่าได้ผ่านกิจกรรมนั้นแล้ว เป็นความคิดที่ไม่ถูกต้อง คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา

ระดับความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา	ความถี่	ร้อยละ
ระดับต่ำ	93	23.2
ระดับปานกลาง	307	76.8
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 76.8 และ 23.2 ตามลำดับ

1.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทักษะที่เกี่ยวข้องกับจิตอาสาใช้วิธีการค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา

ทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา	ความคิดเห็น					— X	s.d.	ความ หมาย
	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง			
กิจกรรมจิตอาสาเป็นการให้ทั้ง ร่างกาย แรงใจ รวมทั้งสิ่งของ โดยไม่หวังผลตอบแทน	2 (0.5)	2 (0.5)	45 (11.3)	143 (35.8)	208 (52.0)	4.38	0.74	ทัศนค ติดีมาก
กิจกรรมจิตอาสาเป็นการ เอื้อเพื่อ เสียสละ เวลา ร่างกาย แรงใจ	1 (0.3)	4 (1.0)	51 (12.8)	138 (34.5)	206 (51.5)	4.36	0.76	ทัศนค ติดีมาก
สถาบันการศึกษา และ ครอบครัวควรส่งเสริมกิจกรรม จิตอาสาในวัยรุ่น	1 (0.3)	3 (0.8)	37 (9.3)	172 (43.0)	187 (46.8)	4.35	0.70	ทัศนค ติดีมาก
กิจกรรมจิตอาสาเป็นการทำ ด้วยความสมัครใจ	1 (0.3)	2 (0.5)	60 (15.0)	139 (34.8)	198 (49.5)	4.33	0.76	ทัศนค ติดีมาก
วัยรุ่นควรแสวงหาโอกาสใน การริเริ่มกิจกรรมจิตอาสา	0 (0)	5 (1.3)	60 (15.0)	155 (38.8)	180 (45.0)	4.28	0.75	ทัศนค ติดีมาก
จิตอาสาคืองานที่ก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อส่วนรวม	1 (0.3)	4 (1.0)	86 (21.5)	106 (26.5)	203 (50.8)	4.26	0.84	ทัศนค ติดีมาก
ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา ก่อให้เกิดความเมตตา กรุณา มุทิตาจิต อุเบกขา	1 (0.3)	2 (0.5)	70 (17.5)	151 (37.8)	176 (44.0)	4.25	0.77	ทัศนค ติดีมาก

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา  
(ต่อ)

ทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา	ความคิดเห็น					$\bar{X}$	s.d.	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนควรสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมจิตอาสาในสังคม	0 (0)	3 (0.8)	72 (18.0)	149 (37.3)	176 (44.0)	4.25	0.76	ทัศนคติดีมาก
การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณณะเป็นการฝึกให้วัยรุ่นรู้จักการให้	0 (0)	2 (0.5)	93 (23.3)	115 (28.8)	190 (47.5)	4.23	0.83	ทัศนคติดีมาก
การทำกิจกรรมจิตอาสาในวัยรุ่นเป็นการส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์	0 (0)	4 (1.0)	69 (17.3)	170 (42.5)	157 (39.3)	4.20	0.75	ทัศนคติดี
กิจกรรมจิตอาสาช่วยพัฒนาสังคมให้น่าอยู่	0 (0)	4 (1.0)	98 (24.5)	115 (28.8)	183 (45.8)	4.19	0.84	ทัศนคติดี
การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาอย่างต่อเนื่องช่วยพัฒนาวัยรุ่นให้เป็นคนเก่งในสังคม	0 (0)	7 (1.8)	71 (17.8)	180 (45.0)	142 (35.5)	4.14	0.76	ทัศนคติดี
จิตอาสาเป็นเรื่องที่ทำให้วัยรุ่นมีคุณค่าต่อสังคม	1 (0.3)	3 (0.8)	79 (19.8)	192 (48.0)	125 (31.3)	4.09	0.74	ทัศนคติดี
กิจกรรมจิตอาสาทำให้วัยรุ่นมีเพื่อนมากขึ้น	2 (0.5)	12 (3.0)	73 (18.3)	189 (47.3)	124 (31.0)	4.05	0.81	ทัศนคติดี
วัยรุ่นควรใช้เวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา	2 (0.5)	5 (1.3)	92 (23.0)	192 (48.0)	109 (27.3)	4.00	0.77	ทัศนคติดี
กิจกรรมจิตอาสา ยิ่งมีมากยิ่งทำให้คนที่ได้รับความเดือดร้อนน้อยลง	0 (0)	4 (1.0)	126 (31.5)	167 (41.8)	103 (25.8)	3.92	0.78	ทัศนคติดี

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา  
(ต่อ)

ทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา	ความคิดเห็น					— X	s.d.	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
วัยรุ่นควรเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาที่จัดขึ้นในสถาบันการศึกษาเท่านั้น	38 (9.5)	53 (13.3)	56 (14.0)	165 (41.3)	88 (22.0)	3.53	1.23	ทัศนคติดี
การทำกิจกรรมจิตอาสาก่อให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์จากภาวะวิกฤตในสังคม	103 (25.8)	27 (6.8)	73 (18.3)	125 (31.3)	72 (18.0)	3.09	1.45	ทัศนคติปานกลาง
กิจกรรมจิตอาสาเป็นกิจกรรมที่ทำกันในหมู่วัยรุ่นเท่านั้น	92 (23.0)	74 (18.5)	87 (21.8)	78 (19.5)	69 (17.3)	2.90	1.40	ทัศนคติปานกลาง
กิจกรรมจิตอาสาทำให้วัยรุ่นเสียการเรียน	107 (26.8)	55 (13.8)	78 (19.5)	110 (27.5)	50 (12.5)	2.85	1.40	ทัศนคติปานกลาง
กิจกรรมจิตอาสาทำให้วัยรุ่นมีเพื่อนมากขึ้น	2 (0.5)	12 (3.0)	73 (18.3)	189 (47.3)	124 (31.0)	4.05	0.81	ทัศนคติดี
<b>ค่าเฉลี่ยรวม</b>						<b>3.98</b>	<b>0.40</b>	<b>ทัศนคติดี</b>



จากตารางที่ 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา อยู่ในระดับทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยมีรายละเอียด ดังนี้ กิจกรรมจิตอาสาเป็นการให้ทั้งร่างกาย แรงใจ รวมทั้งสิ่งของโดยไม่หวังผลตอบแทน อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 กิจกรรมจิตอาสาเป็นการเอื้อเพื่อ เสียสละ เวลา ร่างกาย แรงใจ อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 สถาบันการศึกษา และครอบครัวควรส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสาในวัยรุ่น อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 กิจกรรมจิตอาสาเป็นการทำด้วยความสมัครใจ อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 วัยรุ่นควรแสวงหาโอกาสในการริเริ่มกิจกรรมจิตอาสา อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 จิตอาสาคืองานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาก่อให้เกิดความเมตตา กรุณา มุทิตาจิต อุเบกขา และ ภาครรัฐ ภาคเอกชน และประชาชนควรสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมจิตอาสาในสังคม อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะเป็นการฝึกให้วัยรุ่นรู้จักการให้ อยู่ในระดับ ทัศนคติดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 การทำกิจกรรมจิตอาสาในวัยรุ่นเป็นการส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ อยู่ในระดับทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 กิจกรรมจิตอาสาช่วยพัฒนาสังคมให้หน้าอยู่ อยู่ในระดับ ทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาอย่างต่อเนื่อง ช่วยพัฒนาวัยรุ่นให้เป็นคนเก่งในสังคม อยู่ในระดับ ทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 จิตอาสาเป็นเรื่องที่ทำให้วัยรุ่นมีคุณค่าต่อสังคม อยู่ในระดับ ทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 กิจกรรมจิตอาสาทำให้ วัยรุ่นมีเพื่อนมากขึ้น อยู่ในระดับ ทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 วัยรุ่นควรใช้เวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา อยู่ในระดับ ทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 กิจกรรมจิตอาสายิ่งมีมากยิ่งขึ้นทำให้คนที่ได้รับความเดือดร้อนน้อยลง อยู่ในระดับ ทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 วัยรุ่นควรเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาที่จัดขึ้นในสถาบันการศึกษาเท่านั้น อยู่ในระดับ ทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 การทำกิจกรรมจิตอาสาก่อให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์จากภาวะวิกฤตในสังคม อยู่ในระดับ ทัศนคติปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.09 กิจกรรมจิตอาสาเป็นกิจกรรมที่ทำกันในหมู่วัยรุ่นเท่านั้น อยู่ในระดับ ทัศนคติปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 กิจกรรมจิตอาสาทำให้วัยรุ่นเสียการเรียน อยู่ในระดับ ทัศนคติปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.85

#### 1.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาใช้วิธีการค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	ความคิดเห็น					— X	s.d.	ความหมาย
	ไม่เคยเลย	ไม่แน่นอน	1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	มากกว่า 4 ครั้ง			
การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมด้านศาสนา	8 (2.0)	53 (13.3)	116 (29.0)	125 (31.3)	98 (24.5)	2.63	1.05	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมด้านการศึกษา	7 (1.8)	54 (13.5)	121 (33.3)	120 (30.0)	98 (24.5)	2.62	1.05	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง
การบริจาคสิ่งของต่างๆ	9 (2.3)	36 (9.0)	177 (44.3)	80 (20.0)	98 (24.5)	2.56	1.02	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง
การบริจาคเงิน	2 (0.5)	62 (15.5)	176 (44.0)	68 (17.0)	92 (23.0)	2.47	1.02	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือด้านสาธารณสุขต่างๆ	9 (2.3)	74 (18.5)	115 (28.8)	128 (32.0)	74 (18.5)	2.46	1.06	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ	12 (3.0)	121 (30.3)	113 (28.3)	78 (19.5)	76 (19.0)	2.21	1.15	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส	60 (15.0)	77 (19.3)	92 (23.0)	98 (24.5)	73 (18.3)	2.12	1.32	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.43	0.88	มีพฤติกรรมระดับปานกลาง

จากตารางที่ 4.16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ โดยเฉลี่ยมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาอยู่ในระดับ มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 โดยมีรายละเอียดดังนี้ การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมด้านศาสนา มีพฤติกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 การเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อ สังคมด้านการศึกษามีพฤติกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.62 การเข้าร่วมกิจกรรมการบริจาคสิ่งของต่างๆ มีพฤติกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56 การเข้าร่วมกิจกรรมการบริจาคเงิน มีพฤติกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.47 การเข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือด้านสาธารณภัยต่างๆมีพฤติกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.46 การเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ มีพฤติกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.63 การเข้าร่วมกิจกรรมให้ความช่วยเหลือ ผู้ด้อยโอกาสมีพฤติกรรมจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.12

ตารางที่ 4.17 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามกิจกรรมจิตอาสาที่สนใจเข้าร่วม

กิจกรรมจิตอาสาที่สนใจเข้าร่วม	ความถี่	ร้อยละ
กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานรัฐบาล	39	9.7
กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยภาคเอกชน	30	7.5
กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยองค์กรสาธารณกุศล	163	40.8
กิจกรรมที่จัดขึ้นผ่านทางสังคมออนไลน์	115	28.8
อื่นๆ	53	13.2
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ที่จัดขึ้นโดยองค์กรสาธารณกุศลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ กิจกรรมที่จัดขึ้นผ่านทางสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 28.8 ตามด้วย กิจกรรมอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.2 กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 9.7และกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยภาคเอกชนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.5

ตารางที่ 4.18 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของกิจกรรมจิตอาสาที่สนใจเข้าร่วม

ประเภทของกิจกรรมจิตอาสาที่สนใจเข้าร่วม	ความถี่	ร้อยละ
การบริจาคสิ่งของต่างๆ	90	22.5
การบริจาคเงิน	84	21.0
กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสังคมต่างๆ	226	56.5
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.18 พบว่ากลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสังคมต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาคือ การบริการสิ่งของต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 22.5 และการบริจาคเงิน คิดเป็นร้อยละ 21.0

## ส่วนที่ 2. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 การทดสอบความแตกต่างของเพศ กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

เพศ	N	Mean	S.D.	t-test	sig.
				<b>3.09</b>	<b>.000</b>
ชาย	183	2.58	0.99		
หญิง	217	2.31	0.75		

Sig\* p< .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า เพศมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.20 การทดสอบความแตกต่างของอายุ กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

อายุ	N	Mean	S.D.	f-test	sig.
				<b>48.27</b>	<b>.000</b>
ต่ำกว่า 17 ปี	42	3.94	0.23		
17 – 18 ปี	75	2.55	0.93		
19 – 20 ปี	138	2.17	0.76		
21 – 22 ปี	91	2.20	0.58		
23 – 24 ปี	48	2.25	0.44		
มากกว่า 24 ปีขึ้นไป	6	1.52	0.92		

Sig\* p< .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า อายุมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามอายุด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe

พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	ต่ำกว่า 17 ปี	17 – 18 ปี	19 – 20 ปี	21 – 22 ปี	23 – 24 ปี	มากกว่า 24 ปีขึ้นไป
ต่ำกว่า 17 ปี		1.38*	1.77*	1.73*	1.68*	2.41*
17 – 18 ปี	1.38*		.387*	.355	.302	1.03*
19 – 20 ปี	1.77*	.387*		.031	.085	.647
21 – 22 ปี	1.73*	.355	.031		.053	.678
23 – 24 ปี	1.68*	.302	.085	0.53		.732
มากกว่า 24 ปีขึ้นไป	2.41*	1.03*	.064	.067	0.73	

จากตารางที่ 4.21 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า กลุ่มอายุต่ำกว่า 17 ปี มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มที่มีอายุ 17 – 18 ปี กลุ่มที่มีอายุ 19 – 20 ปี กลุ่มที่มีอายุ 21 – 22 ปี กลุ่มที่มีอายุ 23 – 24 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 24 ปี ขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กลุ่มที่มีอายุระหว่าง 17 – 18 ปี มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มที่มีอายุ 19 – 20 ปี และ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 24 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.22 การทดสอบความแตกต่างของระดับชั้นปีที่ศึกษา กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

ระดับชั้นปีที่ศึกษา	N	Mean	S.D.	f-test	sig.
				<b>21.19</b>	<b>.000</b>
ชั้นปีที่ 1	136	2.94	0.74		
ชั้นปีที่ 2	120	2.14	0.68		
ชั้นปีที่ 3	82	2.13	1.02		
ชั้นปีที่ 4	57	2.26	0.57		
สูงกว่าชั้นปีที่ 4	5	2.45	0.83		

Sig\* p< .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษามีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามชั้นปีที่ศึกษาด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe

พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	สูงกว่าชั้นปีที่ 4
ชั้นปีที่ 1		.798*	.813*	.686*	.490
ชั้นปีที่ 2	.798*		.014	.111	.308
ชั้นปีที่ 3	.813*	.014		.126	.323
ชั้นปีที่ 4	.686*	.111	.126		.196
สูงกว่าชั้นปีที่ 4	.490	.308	.323	.196	

จากตารางที่ 4.23 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า กลุ่มชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มชั้นปีที่ 2 ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.24 การทดสอบความแตกต่างของกลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

กลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน	N	Mean	S.D.	t-test	sig.
				<b>4.23</b>	<b>.000</b>
กลุ่มวิชาเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์	235	2.58	0.96		
กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์	165	2.23	0.69		

Sig\* p< .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่ากลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.25 การทดสอบความแตกต่างของมหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่	N	Mean	S.D.	f-test	sig.
				<b>36.13</b>	<b>.000</b>
มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐ จำกัดรับ	113	2.34	0.84		
มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐไม่ จำกัดรับ (ม.รามคำแหง, ม.สุโขทัยธรรมมาธิราช)	163	2.88	0.85		
มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับ ของรัฐ	37	1.88	0.92		
มหาวิทยาลัยเอกชน	87	1.94	0.39		

Sig\* p< .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตาม มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe

พฤติกรรมเกี่ยวกับ จิตอาสา	มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐ จำกัดรับ	มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐ ไม่จำกัดรับ (ม. รามคำแหง, ม.สุโขทัยธรรม มาธิราช)	มหาวิทยาลัย / สถาบันใน กำกับของรัฐ	มหาวิทยาลัย เอกชน
มหาวิทยาลัย / สถาบันของ รัฐจำกัดรับ		.547*	.454*	.396*
มหาวิทยาลัย / สถาบันของ รัฐไม่จำกัดรับ (ม.รามคำแหง , ม.สุโขทัยธรรมมาธิราช)	.547*		1.00*	.943*
มหาวิทยาลัย / สถาบันใน กำกับของรัฐ	.454*	1.00*		.057
มหาวิทยาลัยเอกชน	.396*	.943*	.057	

จากตารางที่ 4.26 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า กลุ่มมหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐจำกัดรับ มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจากกลุ่มมหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ (ม.รามคำแหง, ม.สุโขทัยธรรมมาธิราช)มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มมหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ (ม.รามคำแหง, ม.สุโขทัยธรรมมาธิราช) มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจากกลุ่ม มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตารางที่ 4.27 การทดสอบความแตกต่างของ รายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

รายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน	N	Mean	S.D.	f-test	sig.
				<b>28.89</b>	<b>.000</b>
น้อยกว่า 4,000 บาท	85	3.22	0.93		
4,001 – 6,000 บาท	72	2.24	0.78		
6,001 – 8,000 บาท	94	2.32	0.82		
8,001 -10,000 บาท	65	2.25	0.62		
มากกว่า 10,000 บาท	84	2.07	0.64		

Sig\* p< .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า รายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามรายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe

พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	น้อยกว่า 4,000 บาท	4,001 – 6,000 บาท	6,001 – 8,000 บาท	8,001 - 10,000 บาท	มากกว่า 10,000 บาท
น้อยกว่า 4,000 บาท		.984*	.904*	.976*	1.14*
4,001 – 6,000 บาท	.984*		.080	.008	.163
6,001 – 8,000 บาท	.904*	.080		.071	.244
8,001 -10,000 บาท	.976*	.008	.071		.172
มากกว่า 10,000 บาท	1.14*	.163	.244	.172	

จากตารางที่ 4.28 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 4,000 บาท มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้ 4,001 – 6,000 บาท, 6,001 – 8,000 บาท, 8,001 -10,000 บาท และมากกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.29 การทดสอบความแตกต่างของ สถานที่พักอาศัย กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

สถานที่พักอาศัย	N	Mean	S.D.	f-test	sig.
				<b>10.25</b>	<b>.000</b>
หอพักเอกชน	79	2.04	0.78		
หอพักมหาวิทยาลัย	13	2.40	1.07		
บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม/ห้องชุด	128	2.35	0.59		
บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง	180	2.66	1.00		

Sig\* p< .05

จากตารางที่ 4.29 พบว่า สถานที่พักอาศัย มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.30 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตาม สถานที่พักอาศัย ส่วนตัวต่อเดือน ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe

พฤติกรรมเกี่ยวกับ จิตอาสา	หอพักเอกชน	หอพัก มหาวิทยาลัย	บ้านเช่า/ คอนโดมิเนียม/ ห้องชุด	บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง
หอพักเอกชน		.357	.307	.618*
หอพักมหาวิทยาลัย	.357		.050	.260
บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม/ห้อง ชุด	.307	.050		.311*
บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง	.618*	.260	.311*	

จากตารางที่ 4.30 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า กลุ่มที่พักอาศัยหอพักเอกชน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มที่พักอาศัย บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มที่พักอาศัยบ้านเช่า/คอนโดมิเนียม/ห้องชุด มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มที่พักอาศัย บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.31 การทดสอบความแตกต่างของลักษณะครอบครัวกับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

ลักษณะครอบครัว	N	Mean	S.D.	f-test	sig.
				<b>14.76</b>	<b>.000</b>
เป็นครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน	44	3.05	0.84		
เป็นครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ	200	2.43	0.92		
เป็นครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ตนต้องการ	156	2.26	0.74		

Sig\* p < .05

จากตารางที่ 4.31 พบว่า ลักษณะครอบครัว มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ ของพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา จำแนกตามลักษณะครอบครัว ส่วนตัวต่อเดือน ด้วยวิธีการทดสอบ Scheffe

พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	ครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน	ครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่าง ๆ	ครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ตนต้องการ
ครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน		.626*	.790*
ครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ	.626*		.163
ครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ตนต้องการ	.790*	.163	

จากตารางที่ 4.32 พบว่า เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีของ Scheffe พบว่า กลุ่มครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ

และกลุ่มครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทศนคติจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

ตารางที่ 4.33 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตอาสา

	พฤติกรรมจิตอาสา		
	R	Sig (2-tailed)	ความสัมพันธ์
การเปิดรับข่าวสาร	.513**	.000	ระดับปานกลาง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 5.59 พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.34 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความรู้จิตอาสาที่มีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตอาสา

	พฤติกรรมจิตอาสา		
	R	Sig (2-tailed)	ความสัมพันธ์
ความรู้จิตอาสา	-.370**	.000	ระดับต่ำ

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.34 พบว่า ความรู้จิตอาสาที่มีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นความสัมพันธ์ระดับต่ำ

ตารางที่ 4.35 แสดงผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจิตอาสา

	พฤติกรรมจิตอาสา		
	R	Sig (2-tailed)	ความสัมพันธ์
ทัศนคติจิตอาสา	.435**	.000	ระดับปานกลาง

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 4.35 พบว่า ทัศนคติจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นความสัมพันธ์ระดับปานกลาง



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นใน กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะทางประชากรของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครกับพฤติกรรมจิตอาสา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด และพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร

ทั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครต่างก็มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทักษะคิดจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบสอบถาม(Questionnaire) โดยการวัดครั้งเดียว (One - Shot Descriptive Study) ซึ่งผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน จากจำนวนสถาบันและมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมนทลทั้งสิ้น 53 แห่ง เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนตัว ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละของแต่ละรายการ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละของแต่ละรายการทักษะคิดเกี่ยวกับจิตอาสา ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาใช้วิธีการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

#### 1) สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

##### ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 54.2 และ 45.8 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่อายุระหว่าง 19 – 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 ศึกษาอยู่ในชั้นปี

ที่ 1 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.0 โดยเป็นนักศึกษาในกลุ่มวิชาเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 58.8 และศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยสถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ คิดเป็นร้อยละ 40.8

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือนระหว่าง 6,001 – 8,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 23.5 โดยร้อยละ 45.0 อาศัยอยู่ที่บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง มีลักษณะครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.0

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล

พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคลนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ จิตอาสาจากสื่อต่างๆ ในรอบ 1 สัปดาห์ อยู่ในระดับเปิดรับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยเปิดรับผ่านทางสื่อต่างๆ ดังนี้

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ จิตอาสาจากสื่อต่างๆ ในรอบ 1 สัปดาห์		
อินเทอร์เน็ต	เปิดรับมากที่สุด	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58
โทรทัศน์	เปิดรับมาก	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04
สื่อบุคคล	เปิดรับปานกลาง	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23
หนังสือพิมพ์	เปิดรับปานกลาง	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07
นิตยสาร	เปิดรับปานกลาง	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94
วิทยุกระจายเสียง	เปิดรับน้อย	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.35

ขณะที่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ อยู่ในระดับ เปิดรับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 โดยมีลำดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ ดังนี้

อินเทอร์เน็ต	เปิดรับมากที่สุด	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55
สื่อโทรทัศน์	เปิดรับมาก	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10
สื่อบุคคล	เปิดรับมาก	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36
นิตยสาร	เปิดรับปานกลาง	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22
หนังสือพิมพ์	เปิดรับปานกลาง	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00
วิทยุกระจายเสียง	เปิดรับน้อย	มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.60

ซึ่งการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 38.3 เป็นการรับข่าวสารทั่วไป รองลงมาคือ ข่าวบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 26.0 ตามด้วยข่าวสังคม – เศรษฐกิจ คิดเป็นร้อยละ 13.5 ข่าวกีฬา คิดเป็นร้อยละ 11.5 ข่าวต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 6.5 และข่าวการเมืองน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.2 และกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 58.2 รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาผ่านทาง

อินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 28.3 ตามด้วยหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 7.0 สื่อบุคคล คิดเป็นร้อยละ 2.5 วิทยุกระจายเสียง และนิตยสาร เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 2.0

ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับจิตอาสาในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 76.8 และ 23.2 ตามลำดับ สามารถตอบคำถามวัดความรู้คำถามความรู้เกี่ยวกับจิตอาสาได้ ดังนี้

คำถามความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา	คำตอบ	ร้อยละที่ตอบถูก
จิตอาสาไม่ใช่เรื่องของการเสียสละ	ไม่ใช่	100.0
กิจกรรมจิตอาสาเป็นเพียงการเสียสละกำลังกาย ไม่เกี่ยวกับการให้สิ่งของหรือการให้เงิน	ไม่ใช่	100.0
การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องเกิดจากความสมัครใจ ความเต็มใจ และการเสียสละ	ใช่	89.5
จิตอาสาที่แท้จริงไม่หวังผลตอบแทน	ใช่	90.3
จิตอาสาไม่ใช่กิจกรรมที่ทำเป็นอาชีพ	ใช่	85.8
การทำกิจกรรมจิตอาสาต้องสมัครเป็นสมาชิกของชมรม หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง	ไม่ใช่	100.0
การทำกิจกรรมจิตอาสาส่งผลให้มีความสุขทางจิตใจ	ใช่	86.0
การช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจจัดเป็นกิจกรรมจิตอาสา	ใช่	86.3
การทำกิจกรรมจิตอาสาคือการอาสาสมัครทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม	ใช่	84.5
การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องได้รับผลตอบแทนในรูปแบบประกาศนียบัตรเพื่อยืนยันว่าได้ผ่านกิจกรรมนั้นแล้ว	ไม่ใช่	100.0

โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา อยู่ในระดับทัศนคติดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 โดยมีทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสาในประเด็นต่างๆ ดังนี้



ทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา	ค่าเฉลี่ย	ระดับทัศนคติ
กิจกรรมจิตอาสาเป็นการให้ทั้งร่างกาย แรงใจ รวมทั้งสิ่งของโดยไม่หวังผลตอบแทน	4.38	ทัศนคติดีมาก
กิจกรรมจิตอาสาเป็นการเอื้อเพื่อ เสียสละ เวลา แรงกาย แรงใจ	4.36	ทัศนคติดีมาก
สถาบันการศึกษา และครอบครัวควรส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสาในวัยรุ่น	4.35	ทัศนคติดีมาก
กิจกรรมจิตอาสาเป็นการทำด้วยความสมัครใจ	4.33	ทัศนคติดีมาก
วัยรุ่นควรแสวงหาโอกาสในการริเริ่มกิจกรรมจิตอาสา	4.28	ทัศนคติดีมาก
จิตอาสาคืองานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม	4.26	ทัศนคติดีมาก
ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาก่อให้เกิดความเมตตา กรุณา มุทิตา จิต อุเบกขา	4.25	ทัศนคติดีมาก
ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนควรสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมจิตอาสาในสังคม	4.25	ทัศนคติดีมาก
การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะเป็นการฝึกให้วัยรุ่นรู้จักการให้	4.23	ทัศนคติดีมาก
กิจกรรมจิตอาสาช่วยพัฒนาสังคมให้น่าอยู่	4.19	ทัศนคติดี
การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาอย่างต่อเนื่องช่วยพัฒนาวัยรุ่นให้เป็นคนเก่งในสังคม	4.14	ทัศนคติดี
จิตอาสาเป็นเรื่องที่ทำให้วัยรุ่นมีคุณค่าต่อสังคม	4.09	ทัศนคติดี
กิจกรรมจิตอาสาทำให้ วัยรุ่นมีเพื่อนมากขึ้น	4.05	ทัศนคติดี
วัยรุ่นควรใช้เวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา	4.00	ทัศนคติดี
กิจกรรมจิตอาสายิ่งมีมากยิ่งทำให้คนที่ได้รับความเดือดร้อนน้อยลง	3.92	ทัศนคติดี
วัยรุ่นควรเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาที่จัดขึ้นในสถาบันการศึกษาเท่านั้น	3.53	ทัศนคติดี
การทำกิจกรรมจิตอาสาก่อให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์จากภาวะวิกฤตในสังคม	3.09	ทัศนคติปานกลาง
กิจกรรมจิตอาสาเป็นกิจกรรมที่ทำกันในหมู่วัยรุ่นเท่านั้น	2.90	ทัศนคติปานกลาง
กิจกรรมจิตอาสาทำให้วัยรุ่นเสียการเรียน	2.85	ทัศนคติปานกลาง

ส่วนด้านพฤติกรรมจิตอาสา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีเฉลี่ยมีพฤติกรรมเกี่ยวกับ จิตอาสาอยู่ในระดับ มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.43 โดยมีพฤติกรรมเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา ดังนี้

พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา	ค่าเฉลี่ย	ระดับพฤติกรรม
การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมด้านศาสนา	2.63	ปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมด้านการศึกษา	2.62	ปานกลาง
การบริจาคสิ่งของต่างๆ	2.56	ปานกลาง
การบริจาคเงิน	2.47	ปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมช่วยเหลือด้านสาธารณสุขต่างๆ	2.46	ปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆ	2.21	ปานกลาง
การเข้าร่วมกิจกรรมให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส	2.12	ปานกลาง

ด้านการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างสนใจเข้าร่วมกิจกรรม ที่จัดขึ้นโดยองค์กรสาธารณกุศลมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาคือ กิจกรรมที่จัดขึ้นผ่านทางสังคมออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 28.8 ตามด้วย กิจกรรมอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.2 กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 9.7 และกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยภาคเอกชน น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.5

## 2) สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับ จิตอาสาแตกต่างกัน

เพศและอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยอายุกลุ่มอายุที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งกลุ่มอายุต่ำกว่า 17 ปี กับกลุ่มที่มีอายุ 17 – 18 ปี กลุ่มที่มีอายุ 19 – 20 ปี กลุ่มที่มีอายุ 21 – 22 ปี กลุ่มที่มีอายุ 23 – 24 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 24 ปี ขึ้นไป รวมถึงกลุ่มที่มีอายุระหว่าง 17 – 18 ปี มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างจาก กลุ่มที่มีอายุ 19 – 20 ปี และ กลุ่มที่มีอายุมากกว่า 24 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกับระดับชั้นปีที่ศึกษา ก็มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มชั้นปีที่ 1 มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างจาก กลุ่มชั้นปีที่ 2 ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มวิชาที่ศึกษาในปัจจุบัน มหาวิทยาลัยที่กำลังศึกษาอยู่ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มมหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐจำกัดรับ มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างจากกลุ่มมหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ (ม.รามคำแหง, ม.สุโขทัย ธรรมมาชิราช)มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มมหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ (ม.รามคำแหง, ม.สุโขทัย ธรรมมาชิ

ราช) มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจากกลุ่ม มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับของรัฐ และมหาวิทยาลัยเอกชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ขณะเดียวกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้/ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน แตกต่างกัน ก็มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า โดยกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 4,000 บาท มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มที่มีรายได้ 4,001 – 6,000 บาท, 6,001 – 8,000 บาท, 8,001 -10,000 บาท และมากกว่า 10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ด้านลักษณะสถานที่พักอาศัยของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน ทำให้มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มที่พักอาศัยหอพักเอกชน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มที่พักอาศัย บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กลุ่มที่พักอาศัยบ้านเช่า/คอนโดมิเนียม/ห้องชุด มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มที่พักอาศัย บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

และความแตกต่างของลักษณะครอบครัว มีผลต่อพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า กลุ่มครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน มีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างจาก กลุ่มครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่างๆ และกลุ่มครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ตนต้องการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้วิธีการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน **เป็นไปตามสมมติฐาน**

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทศนคติจิตอาสาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

ผลการวิจัย พบว่า การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นความสัมพันธ์ระดับปานกลาง **เป็นไปตามสมมติฐาน**

ในด้านความรู้เกี่ยวกับจิตอาสานั้น ผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นความสัมพันธ์ระดับต่ำ **ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน**

ส่วนทัศนคติจิตอาสาที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมจิตอาสาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเป็นความสัมพันธ์ระดับปานกลาง **เป็นไปตามสมมติฐาน**

### 3) อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับ จิตอาสาแตกต่างกัน

ผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ ระดับชั้นปีที่ศึกษา กลุ่มวิชาที่ศึกษา มหาวิทยาลัย รายได้/ค่าใช้จ่าย สถานที่พักอาศัย และลักษณะครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่ง Assael (1995) ได้อธิบายว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล (The Individual Consumer) ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากร เช่น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ฯลฯ รวมถึงรูปแบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพต่างก็มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

โดยในประเด็นเรื่องเพศและอายุนั้น ผลการวิจัย พบว่า เพศและอายุที่ต่างกันมีพฤติกรรมจิตอาสาที่แตกต่างกันด้วย สอดคล้องกับการวิจัยของ พัทธนันท์ เต็ดแก้ว เรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า เพศต่างกันจะมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีแตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีการพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีมากกว่าเพศชาย และอายุต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีแตกต่างกัน

นอกจากนี้ ผลจากการวิจัย ยังพบว่า ระดับชั้นปีที่ศึกษา กลุ่มวิชาที่ศึกษา มหาวิทยาลัยที่ต่างกันมีพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสาแตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับ อ้อมใจ วงษ์มณฑา และ ประเสริฐ บัณฑิตศักดิ์ ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง จิตสาธารณะของนักศึกษามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี (2553) พบว่า นักศึกษาที่อยู่ในคณะวิชา ชั้นปีที่ศึกษา อาชีพของบิดามารดาหรือผู้ปกครองที่แตกต่างกันนั้น นักศึกษามีจิตสาธารณะไม่แตกต่างกัน

ในส่วนของครอบครัวนั้น ผลการวิจัย พบว่า วัยรุ่นที่มาจากครอบครัวที่มีลักษณะแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมจิตอาสาต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การรับรู้พฤติกรรมจิตอาสาของนิสิตมหาวิทยาลัยที่เข้าร่วมชมรมด้านบำเพ็ญประโยชน์ ของ พรปณิต ปกครอง (2554) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมจิตอาสาส่วนใหญ่มาจากบริบททางครอบครัว ทั้งคุณพ่อ คุณแม่ และพี่น้อง ซึ่งได้รับการปลูกฝัง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในงานวิจัย พักอาศัยอยู่บ้านพ่อแม่ / ผู้ปกครอง และกลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งอยู่ในครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้มีพฤติกรรมที่แตกต่างจากวัยรุ่นซึ่งไม่ได้พักอาศัยอยู่กับครอบครัว

**สมมติฐานที่ 2** การเปิดรับข่าวสาร ความรู้จิตอาสา ทักษะจิตอาสาของวัยรุ่น  
ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

จากผลจากการวิจัย สามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ ทักษะ และ  
พฤติกรรม หรือ KAP ซึ่งให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge) ทักษะ  
(Attitude) และการยอมรับปฏิบัติ (Practice) ของผู้รับสารอันอาจมีผลกระทบต่อสังคมต่อไปจาก  
การรับสารนั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงทั้งสามประเภทนี้ จะเกิดขึ้นในลักษณะต่อเนื่อง กล่าวคือ เมื่อ  
ผู้รับสารได้รับสารก็จะทำให้เกิดความรู้ เมื่อเกิดความรู้ขึ้น ก็จะไปมีผลทำให้เกิดทัศนคติและขั้น  
สุดท้าย คือการก่อให้เกิดการกระทำ สามารถสรุปได้ว่า ถ้าวัยรุ่นมีความรู้ก็จะส่งผลให้เกิด  
ทัศนคติที่ดีและนำไปสู่การปฏิบัติตน (เอกนถน บางท่าไม้, สื่อมวลชนเพื่อการศึกษา) ซึ่ง  
สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์  
ของผู้ปกครองนักเรียนระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร ของสุวรรณี โปธิศรี  
(2534) ซึ่งพบว่า ปริมาณการเปิดรับข่าวสารโรคเอดส์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรู้  
ทัศนคติ และ พฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นันทนัช  
โสมนรินทร์และ ณิชฎัฐชดา วิจิตรจามรี ในเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ  
การปฏิบัติตนในการป้องกันโรคไข้เลือดออก ของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า การเปิดรับ  
ข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และ การปฏิบัติ ในการป้องกันโรคไข้เลือดออกมีความสัมพันธ์กันในเชิง  
บวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้  
ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ทัศนคติมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรม แต่ไม่สอดคล้องกับของ  
ภรณ์ชัชวาลย์ ภูวิจิตร (2555) ที่ได้ศึกษาในเรื่อง เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร  
เกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาใน  
สถาบันอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน  
ของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมี  
นัยสำคัญกับความรู้เกี่ยวกับการลดปัญหาภาวะโลกร้อน แต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ  
พฤติกรรมลดโลกร้อนอย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนเรื่องการเปิดรับข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆใน  
ระดับมาก และเลือกเปิดรับข่าวสารจิตอาสาจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด สอดคล้องกับรูปแบบ  
การเปิดรับสื่อของวัยรุ่นในปัจจุบัน ที่หันมาใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ในการรับข้อมูลข่าวสาร  
มากกว่าสื่อหลัก เช่น โทรทัศน์และวิทยุ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการ  
เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิต  
นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา ในเขตกรุงเทพมหานคร ของ ภรณ์ชัชวาลย์ ภูวิจิตร (2555) ที่  
พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยภาพรวมมีการเปิดรับในระดับสูง เมื่อพิจารณาตามลำดับ  
“อินเทอร์เน็ต” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด สอดคล้องกับการวิจัยของ พัชรนันท์ เต็ดแก้ว เรื่อง การเปิดรับ  
ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภค  
สินค้าเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอายุ 18-35 ปี

พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและวัฒนธรรมประจำชาติเกาหลี ผ่านทางสื่อมวลชนส่วนใหญ่รับรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.14 และสอดคล้องกับผลวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร กับความรู้ ทักษะ และ การมีส่วนร่วมส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย ของเยาวชนทั้งในระบบ/นอกระบบการศึกษา ของ อัจฉราภรณ์ สามีภักดิ์ ซึ่งพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยของเยาวชนทั้งสองกลุ่ม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตย และสอดคล้องกับการสำรวจของ สยามเทคโนโลยีโพลล์ ซึ่งทำการสำรวจวัยรุ่นอายุระหว่าง 15-25 ปี จำนวน 1,082 คน ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 24-29 กรกฎาคม 2556 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวัน 57.21% ขณะที่ 31.89% ติดตามเป็นบางวัน สำหรับประเภทข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างนิยมติดตามผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เรียงจากมากที่สุดถึงน้อยที่สุดดังนี้ ชาวเด่นทั่วๆ ไป 83% ชาวบันเทิง 77% ชาวสังคม 72% ชาวกีฬา 68% ชาวการศึกษา 66% ชาวไอที 64% ชาวการเมือง 60.68% ชาวแฟชั่น 58% ชาวเศรษฐกิจ 57% ชาวอาชญากรรม 54% และชาวสุขภาพ 52%

อย่างไรก็ตามในด้านความรู้เกี่ยวกับจิตอาสานั้น ผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับจิตอาสาในระดับปานกลาง มีพฤติกรรมจิตอาสาในระดับปานกลางเท่านั้น ไม่สอดคล้องกับการวิจัยของ พัทธนันท์ เต็ดแก้ว เรื่อง การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่าการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชน และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กัน ส่วนความสัมพันธ์ของการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านทัศนคติจิตอาสาของวัยรุ่น ผลวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมจิตอาสา โดยทัศนคติเรื่องจิตอาสาของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับดี สอดคล้องกับนันท์ชัช โสมนรินทร์ และ ณัฐชุตติ วิจิตรจามรี ในเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติตนในการป้องกันโรคไข้เลือดออก ของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่า ทัศนคติในการป้องกันโรคไข้เลือดออกมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตนในการป้องกันโรคไข้เลือดออกในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .113 ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าเมื่อมีทัศนคติในการป้องกันโรคไข้เลือดออกก็จะมี การปฏิบัติตนในการป้องกันโรคไข้เลือดออกมากขึ้น

#### 4) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัย พบว่า แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้เรื่องจิตอาสาอยู่ในระดับปานกลาง แต่กลับไม่มีพฤติกรรมจิตอาสาในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ซึ่งในการวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถหาคำตอบได้ว่ามีสาเหตุเพราะอะไร ดังนั้นจึงควรมีการวิจัยเพิ่มเติม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ
2. ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจทำการศึกษาต่อไปว่า ในการให้ความรู้และทัศนคติที่ดีในเรื่องจิตอาสาให้กับกลุ่มวัยรุ่นนั้น ควรมีรูปแบบการให้ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสาอย่างไร เพื่อให้เกิดพฤติกรรมจิตอาสามากขึ้นในสังคมไทย



## รายการอ้างอิง

- กมลทิพย์ ไบเงิน. เติบโตวิสัยทัศน์ : เจ้าพ่อโพลล์ชี้วัยรุ่นแห่ชวาวด่วน ผ่านสังคมออนไลน์มากที่สุด (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 25 กันยายน 2556
- กาญจนา แก้วเทพ. **สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ภาพพิมพ์, 2541.
- กัลยกร วรกุลลัญญานีย์. การรับรู้พฤติกรรม ที่มีต่อจิตสำนึกสาธารณะ และ การสื่อสารการตลาด ที่มี ประสิทธิภาพต่อการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับจิตสำนึกสาธารณะของเยาวชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 2551
- ขวัญใจ ผลเจริญสุข. "การสื่อสารในครอบครัว กับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับยาบ้าของ นักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร". วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิตภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- จริญญา นิลแพทย์. "ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารด้านเนื้อหาบันเทิงและ บุคคลในวงการบันเทิงที่มีต่อทัศนคติในเรื่องความรักและเพศสัมพันธ์ของเด็กวัยรุ่นใน เขตกรุงเทพมหานคร" วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- จารุณี แก้วประภา. **สร้างจิตสำนึกให้ "อาสาสมัคร กศน."** (ม.ป.ป). (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ วันที่ 7 ตุลาคม 2552 <http://www.volunteerspirit.org/node/1557>
- จิราภรณ์ ศิริทวี. 2550. จิตอาสาพัฒนาความเป็นมนุษย์. เอกสารออนไลน์ สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2552 <http://158.108.70.5/kus-research/researcher/jiraporn/jitarsa.pdf>
- ชาติวุฒิ วัจวล. "อิทธิพลของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีต่อความรู้และทัศนคติเรื่องเพศศึกษาของนักเรียน ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในโรงเรียนสหศึกษา : กรณีศึกษาโรงเรียนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่" วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2542.
- ณัฐนิชากร ศรีบริบูรณ์. การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของจิตอาสาของนักเรียนมัธยมศึกษาตอน ปลายในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน .วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- ประวิตร พิสุทธิโสภณ. จิตอาสา คืออะไร?. 2550 (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2552 จาก <http://mangkaproon.multiply.com/journal/item/2>



- ปิยะนาถ สรวินสูตร. “แรงจูงใจของผู้นำเยาวชนที่มีจิตอาสาในการทำงานกิจกรรมเพื่อสังคม กรณีศึกษา สภาเยาวชนกรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ตามหลักสูตรสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2552.
- พัชนี เขยจรยาและประทุม ฤกษ์กลาง. “รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวและการเปิดรับสื่อมวลชนของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร”, รายงานการวิจัย AMIC (Asian Mass Communication <http://www.youtube.com/watch?v=bXTI-P2 NjSw&feature=quicklist> Research and Information Center), 2531.
- พัชรินทร์ เต็ดแก้ว. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 6 ฉบับที่ 1.
- พีระ จิระโสภณ. หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร
- ไพฑูรย์ เครือแก้ว. ลักษณะสังคมไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท บพิธ จำกัด, 2525.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช , 2538.
- ภาวัญชนรัตน์ ภูวิจิตร. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน กับความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมลดโลกร้อนของนิสิต นักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 2555
- มิชิตา จำปาเทศ รอดสุทธิ. จิตอาสา" คืออะไร?. 2550 (ออนไลน์)สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2552 [http://www.hs1an.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=601&Itemid=49](http://www.hs1an.org/index.php?option=com_content&task=view&id=601&Itemid=49)
- ร.ท. หญิงวรรณดี หมูเย็น ร.น. “การสื่อสารในครอบครัวที่ส่งเสริมความฉลาดทางอารมณ์ของนักเรียนวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร” รายงานการวิจัย กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข 2544.
- วรภาพร วันไชยธนวงศ์ และคณะ. การพัฒนากระบวนการสร้างจิตอาสา นักศึกษาพยาบาลวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี เชียงใหม่. รายงานการวิจัยวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี จังหวัดเชียงใหม่ กระทรวงสาธารณสุข. 2550.
- วาริตา พลายนบัว. “ รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวการเปิดรับสื่อมวลชน และทัศนคติต่อสถานภาพสตรีของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร”วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิตภาควิชาการ ประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2532.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย เล่มที่ 2 : วัยรุ่น-วัยสูงอายุ. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2540.

ศักดา ชำคม “รูปแบบการสื่อสารในครอบครัวตามการรับรู้ของเด็กและเยาวชนที่กระทำผิดกฎหมายและไม่ผิดกฎหมายในกรุงเทพมหานคร”วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิตศึกษาด้านศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , พิมพ์ครั้งที่ 9 , 2544.

สกุณา บัณฑิตรัตน์, สุภาวดี อินนุพัฒน์, และอภิรัฐ คำวัง. (2550). รายงานการวิจัยเรื่องแนวคิด รูปแบบ และวิธีการของการพัฒนาจิตสำนึกอาสาสมัครในมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรณีศึกษาการจัดกิจกรรมของสำนักบัณฑิตอาสาสมัคร. สำนักบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุดาพรรณ บินนอก (2551) โมเดลเชิงสาเหตุของจิตอาสาของนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์สาขาวิชาวิจัยการศึกษา บัณฑิตจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อวันที่ 7 ตุลาคม 2552 [http://www2.djop.moj.go.th/djopintranet/djop\\_data1/insert.php](http://www2.djop.moj.go.th/djopintranet/djop_data1/insert.php)

สุพจน์ ทราญแก้ว. (2546). จิตสำนึกสาธารณะ : การก่อรูปและกระบวนการเสริมสร้าง. วารสารเพชรบุรีพิทยาลงกรณ์, 45-47

สุพัตรา สุภาพ.ปัญหาสังคม พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช, 2523

สุวรรณณี โภธิศรี. เรื่อง การเปิดรับสื่อความรู้ ทศนคติ และพฤติกรรมในการป้องกันโรคเอดส์ของผู้ปกครองนักเรียน

ระดับประถมศึกษาปีที่ 6 เขตกรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2534

อรพินทร์ ชูชม. อัจฉรา สุขารมณ. และอุษา ศรีจินดารัตน์. (2549). รายงานการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

อ้อมใจ วงษ์มณฑา และ ประเสริฐ บัณฑิตศักดิ์. จิตสาธารณะของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, สถาบันวัฒนธรรมศึกษากัลยาณิวัฒนา. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 2553.

- Bandura, A. **Aggression: A social learning analysis**. New York : Holt, Rinehart & Winston, 1973.
- Beeber, Irving. **Sexual Deviation II : Homosexuality Comprehensive Textbook of Psychiatry**. New York : Freudman and Kaplan, William and Wilkins Company, 1976.
- Hatano, K., Yamamoto, H., & Terauchi, R. Children's lives and television 1963. in Kato, H. (ed.) **Japanese Research on Mass Communication : Selected abstracts**. Hawaii : An East-West Center Book. The Univ. Press of Hawaii, 1974.
- Himmelweit, H.T., Oppenheim, A.N., & Vince, P. Television and the child : An empirical study of the effect of television on the young. New York : Oxford Univ. Press, 1958.
- Klapper, Joseph T. **The Effects of Mass Communication**. New York : The Free Press, 1960.
- Maccoby, E.E. Effects of the mass media. in Hoffman, M.L. & Hoffman, L.W. (eds.) **Reviews of Child Development Research Vol. 1**. New York : Russell Sage Foundation, 1964.
- McLeod, J.M., & O'Keefe, G.J. The socialization perspective and communication behavior. in Kline, F.G., & Tichenor, P.J. (eds.) **Current Perspectives in Mass Communication Research**. Beverly Hills : Sage Publications, 1972.
- McLeod, J.M., & Reeves, B. On the nature of mass media effects. in Wilhoit, G.C. (ed.) **Mass Communication Review Yearbook. Vol. 2**. Beverly Hills, Calif, 1981.
- Mohr, P.J. Television, children and parents. Unpublished report. Department of Speech Communication, Wichita State University, 1978.
- Willbur Schramm , **Studies of Innovation and Communication to the Public**, California :Stanford University Institute for Communication Research , 1962.
- Schramm, W., Lyle, J., & Parker, E.B. **Television in the lives of our children**. Stanford, Calif. : Stanford Univ. Press., 1961.

ภาคผนวก



### แบบสอบถาม

การวิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับพฤติกรรมจิตอาสาของวัยรุ่น  
ในกรุงเทพมหานคร

การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อพัฒนางานด้านวิชาการ โดยคณะผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนจากงบประมาณจากคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ประจำปี 2556 ซึ่งคำตอบทุกข้อความสำคัญยิ่งต่องานวิจัย จึงขอความร่วมมือตอบคำถามตามความเป็นจริง และตามความคิดเห็นที่แท้จริง ขอขอบคุณในความร่วมมือกรอกแบบสอบถามนี้

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้าข้อความที่ต้องการและกรุณาตอบทุกข้อ  
สำหรับผู้วิจัย

\_1\_2\_3

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

1. เพศ .....4 ( ) 1. ชาย ( ) 2. หญิง
2. อายุ .....5  
( ) 1. ต่ำกว่า 17 ปี ( ) 2. 17 – 18 ปี  
( ) 3. 19 – 20 ปี ( ) 4. 21 – 22 ปี  
( ) 5. 23 – 24 ปี ( ) 6. มากกว่า 24 ปีขึ้นไป
3. ขณะนี้ท่านกำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีใด .....6  
( ) 1. ชั้นปีที่ 1 ( ) 2. ชั้นปีที่ 2  
( ) 3. ชั้นปีที่ 3 ( ) 4. ชั้นปีที่ 4  
( ) 5. สูงกว่าชั้นปีที่ 4
4. กลุ่มวิชาใดที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ในขณะนี้ .....7  
( ) 1. กลุ่มวิชาเทคโนโลยี/วิทยาศาสตร์  
( ) 2. กลุ่มวิชาสังคมศาสตร์
5. มหาวิทยาลัยที่ท่านกำลังศึกษาอยู่ .....8  
( ) 1. มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐจำกัดรับ  
( ) 2. มหาวิทยาลัย / สถาบันของรัฐไม่จำกัดรับ  
(ม.รามคำแหง, ม.สุโขทัยธรรมมาธิราช)  
( ) 3. มหาวิทยาลัย / สถาบันในกำกับของรัฐ  
( ) 4. มหาวิทยาลัยเอกชน
6. รายได้/ ค่าใช้จ่ายส่วนตัวต่อเดือน .....9  
( ) 1. น้อยกว่า 4,000 บาท ( ) 2. 4,001 – 6,000 บาท

( ) 3. 6,001 – 8,000 บาท ( ) 4. 8,001 -10,000 บาท

( ) 5. มากกว่า 10,000 บาท

7. ขณะที่ท่านศึกษาอยู่ ท่านพักอาศัยอยู่ที่ใด .....10

( ) 1. หอพักเอกชน ( ) 2. หอพักมหาวิทยาลัย

( ) 3. บ้านเช่า/คอนโดมิเนียม/ห้องชุด ( ) 4. บ้านพ่อแม่ /

ผู้ปกครอง

8. ลักษณะครอบครัวของท่าน .....11

( ) 1. เป็นครอบครัวที่เข้มงวดมีการวางกฎระเบียบอย่างชัดเจน

( ) 2. เป็นครอบครัวที่สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ  
เรื่องราวต่างๆ

( ) 3. เป็นครอบครัวที่สมาชิกทุกคนสามารถทำอะไรตามที่ตน

ต้องการ

ตอนที่ 2

พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารจากสื่อ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร  
อินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล

1. ในรอบสัปดาห์ผ่านมาท่านเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ  
ต่อไปนี้บ่อยครั้งแค่ไหนใน 1 สัปดาห์

สื่อต่าง ๆ ที่เปิดรับข่าวสาร	ทุกวัน	5 – 6 ครั้ง	3 – 4 ครั้ง	1 – 2 ครั้ง	ไม่เคย เลย	
1. วิทยุกระจายเสียง						.....12
2. โทรทัศน์						.....13
3. หนังสือพิมพ์						.....14
4. นิตยสาร						.....15
5. อินเทอร์เน็ต						.....16
6. สื่อบุคคล						.....17

2. โดยปกติแต่ละครั้งท่านใช้เวลาโดยเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากสื่อต่างๆ ต่อไปนี้ ครั้งละเท่าใด

สื่อต่าง ๆ ที่เปิดรับข่าวสาร	15 นาทีขึ้นไป	11 – 14 นาที	5 – 10 นาที	น้อยกว่า 5 นาที	ไม่เคยเลย	
1. วิทยุกระจายเสียง						....18
2. โทรทัศน์						....19
3. หนังสือพิมพ์						....20
4. นิตยสาร						....21
5. อินเทอร์เน็ต						....22
6. สื่อบุคคล						....23

3. ประเภทข่าวสารที่ท่านชอบเปิดรับมากที่สุดจากสื่อต่าง ๆ ในข้อ 1 และ 2 โดยเลือกตอบเพียงข้อเดียว

- ( ) 1. ข่าวสังคม – เศรษฐกิจ .....24  
 ( ) 2. ข่าวบันเทิง .....25  
 ( ) 3. ข่าวการเมือง .....26  
 ( ) 4. ข่าวต่างประเทศ .....27  
 ( ) 5. ข่าวกีฬา .....28  
 ( ) 6. เรื่องทั่ว ๆ ไป .....29

4. ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับจิตอาสาจากช่องทางใดมากที่สุด

- ( ) 1. วิทยุกระจายเสียง ( ) 2. โทรทัศน์ ....  
 ( ) 3. หนังสือพิมพ์ ( ) 4. นิตยสาร  
 ( ) 5. อินเทอร์เน็ต ( ) 6. สื่อบุคคล

ตอนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา

คำถามความรู้เกี่ยวกับจิตอาสา	ใช่	ไม่ใช่	
1. จิตอาสาไม่ใช่เรื่องของการเสียสละ			....31
2. กิจกรรมจิตอาสาเป็นเพียงการเสียสละกำลังกาย ไม่เกี่ยวกับการให้สิ่งของหรือการให้เงิน			....32
3. การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องเกิดจากความสมัครใจ ความเต็มใจ และการเสียสละ			....33
4. จิตอาสาที่แท้จริงไม่หวังผลตอบแทน			....34
5. จิตอาสาไม่ใช่กิจกรรมที่ทำเป็นอาชีพ			....35
6. การทำกิจกรรมจิตอาสาต้องสมัครเป็นสมาชิกของชมรม หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง			....36
7. การทำกิจกรรมจิตอาสาส่งผลให้มีความสุขทางจิตใจ			....37
8. การช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจจัดเป็นกิจกรรมจิตอาสา			....38
9. การทำกิจกรรมจิตอาสาคือการอาสาสมัครทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม			... บ . 39
10. การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต้องได้รับผลตอบแทนในรูปประกาศนียบัตรเพื่อยืนยันว่าได้ผ่านกิจกรรมนั้นแล้ว			....40



ตอนที่ 4 ทักษะคติเกี่ยวกับจิตอาสา

ทักษะคติเกี่ยวกับจิตอาสา	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
1. จิตอาสาคืองานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม						....41
2. กิจกรรมจิตอาสายิ่งมีมากยิ่งทำให้คนที่ได้รับความเดือดร้อนน้อยลง						....42
3. จิตอาสาเป็นเรื่องที่ทำให้วัยรุ่นมีคุณค่าต่อสังคม						....43
4. การทำกิจกรรมจิตอาสาก่อให้เกิดการแสวงหาผลประโยชน์จากภาวะวิกฤตในสังคม						....44
5. ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาก่อให้เกิดความเมตตา กรุณา มุทิตาจิต อุเบกขา						....45
6. วัยรุ่นควรใช้เวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสา						....46
7. วัยรุ่นควรแสวงหาโอกาสในการริเริ่มกิจกรรมจิตอาสา						....47
8. กิจกรรมจิตอาสาเป็นการให้ทั้งร่างกาย แรงใจ รวมทั้งสิ่งของโดยไม่หวังผลตอบแทน						....48
9. กิจกรรมจิตอาสาเป็นการทำด้วยความสมัครใจ						....49
10. กิจกรรมจิตอาสาเป็นการเอื้อเพื่อ เสียสละ เวลา ร่างกาย แรงใจ						....50
11. สถาบันการศึกษา และครอบครัวควรส่งเสริมกิจกรรมจิตอาสาในวัยรุ่น						....51
12. การทำกิจกรรมจิตอาสาในวัยรุ่นเป็นการส่งเสริมการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์						....52
13. การเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาอย่างต่อเนื่องช่วยพัฒนาวัยรุ่นให้เป็นคนเก่งในสังคม						....53
14. กิจกรรมจิตอาสาช่วยพัฒนาสังคมให้น่าอยู่						....54

ทัศนคติเกี่ยวกับจิตอาสา	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
15. การเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะเป็นการฝึกให้วัยรุ่นรู้จักการให้						....55
16. กิจกรรมจิตอาสาเป็นกิจกรรมที่ทำกันในหมู่วัยรุ่นเท่านั้น						....56
17. กิจกรรมจิตอาสาทำให้วัยรุ่นมีเพื่อนมากขึ้น						....57
18. กิจกรรมจิตอาสาทำให้วัยรุ่นเสียการเรียน						....58
19. วัยรุ่นควรเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาที่จัดขึ้นในสถาบันการศึกษาเท่านั้น						....59
20. ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนควรสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมจิตอาสาในสังคม						....60

#### ตอนที่ 5 พฤติกรรมเกี่ยวกับจิตอาสา

##### 1. ในรอบเดือนที่ผ่านมาท่านเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาต่อไปนี้บ่อยครั้งแค่ไหน

กิจกรรมจิตอาสา	มากกว่า 4 ครั้ง	3-4 ครั้ง	1-2 ครั้ง	ไม่แน่นอน	ไม่เคยเลย	
1. การบริจาคสิ่งของต่างๆ						....61
2. การบริจาคเงิน						
3. การเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคมต่างๆ						....63
3.1 กิจกรรมด้านการศึกษา						....64
3.2 กิจกรรมด้านศาสนา						....65
3.3 กิจกรรมให้ความช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส						....66
3.4 กิจกรรมช่วยเหลือด้านสาธารณสุขภัยต่างๆ						....67
3.5 อื่น.....						....68

2. ท่านสนใจเข้าร่วมกิจกรรมจิตอาสาในลักษณะใดมากที่สุด (เลือกตอบเพียงข้อเดียว) ....69
- ( ) 1. กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานรัฐบาล
  - ( ) 2. กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยภาคเอกชน
  - ( ) 3. กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยองค์กรสาธารณกุศล
  - ( ) 4. กิจกรรมที่จัดขึ้นผ่านทางสังคมออนไลน์
  - ( ) 5. อื่นๆ
3. ประเภทของกิจกรรมจิตอาสาที่ท่านสนใจชอบเข้าร่วมมากที่สุด ....
- 70
- ( ) 1. การบริจาคสิ่งของต่างๆ
  - ( ) 2. การบริจาคเงิน
  - ( ) 3. กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อสังคมต่างๆ

---

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

รศ.วิมลพรรณ อภาเวท

อ.ณริศา ชัยศุภมงคลลาภ

คณะผู้วิจัย



## ประวัติผู้วิจัย

### หัวหน้าโครงการวิจัย

รองศาสตราจารย์วิมลพรรณ อภาเวท

Assoc. Prof Wimonpan Arpavate

สาขาวิชาการสื่อสารการตลาด

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

### การศึกษา

วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2540)

ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2528)

[Wimonphan.av@hotmail.com](mailto:Wimonphan.av@hotmail.com)

โทร. 02-2810630

### ผลงานวิจัย

- บัณฑิตและวิธีการที่สื่อหนังสือพิมพ์คัดเลือกข่าวและบทความประชาสัมพันธ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (2540)
- การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติของ ครูในสังกัดสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ที่มีต่อร่าง พ.ร.บ. การศึกษาแห่งชาติ ( 2542)
- ภาพลักษณ์ของสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลในทัศนะของประชาชนกรุงเทพมหานคร (2543)
- ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของนักศึกษาวิทยาเขตพัฒนวิชาการพระนคร ที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ภายใน (2546)
- การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการโฆษณาแบบตอบกลับโดยตรงที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (2549)
- ผลกระทบของการเปิดรับสื่อมวลชนที่มีต่อทัศนคติทางเพศ ของนิสิตนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร(2549)
- การเปิดรับสื่อการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีต่อทัศนคติทางเพศของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร (2550)
- ความตระหนักรู้ และทัศนคติต่อภาวะโลกร้อนของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (2554)

- การศึกษาภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร (2553)
- พฤติกรรมการสื่อสารใน Facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร(2554)

### ผู้วิจัยร่วม

นางสาวเนริสา ชัยสุภมวงคณาภ

Miss Nerisa Chaisupamongkollarp

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียง

### หัวหน้างานสหกิจศึกษา

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Email : pa\_nae@hotmail.com

โทร. : 0-87-504-0440

### ประวัติการศึกษา

- นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตรพัฒนการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2553)
- วารสารศาสตรบัณฑิต (วิทยุและโทรทัศน์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2545)

### ผลงานวิจัย

- รูปแบบการสื่อสารเพื่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา (2553)
- รูปแบบการสื่อสาร และปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการดื่มเหล้าป่นของวัยรุ่น (2552)