

การสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แพนเธติโอ



นางสาวอรุณา หาญพัฒน์นันท์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน  
คณะศึกษาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2550  
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CONSTRUCTION OF YOUTH CULTURE OF 104.5 FAT RADIO AUDIENCE

Miss Oraya Hanpatananan

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

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2007

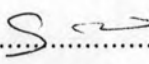
Copyright of Chulalongkorn University

501717

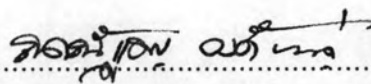
หัวข้อวิทยานิพนธ์                    การสร้างวัฒนธรรมวินัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แพนเดติโอ  
โดย    นางสาวอรุญา หาญพัฒน์นันท์  
สาขาวิชา                                  การสื่อสารมวลชน  
อาจารย์ที่ปรึกษา                        รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์  
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม                    อาจารย์เมธา เสรีธนาวงศ์

---

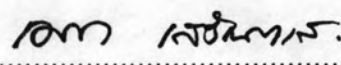
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยในฐานะ  
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทฉบับนี้

.....  .....                    คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  .....                    ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ณาถ์ภูริชญ์ วงศ์บ้านตุ)

.....  .....                    อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์  
(รองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)

.....  .....                    อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม  
(อาจารย์เมธา เสรีธนาวงศ์)

.....  .....                    กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กันภัย)

อภิญญา หาญพัฒน์นนท์ : การสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ. (CONSTRUCTION OF YOUTH CULTURE OF 104.5 FAT RADIO AUDIENCE) อ. ที่ปรึกษา : รศ. ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, อ. ที่ปรึกษา ร่วม : อ. เมธา เสรีธนาวงศ์, 234 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการสร้างกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นของรายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ เพื่อศึกษาบทบาทของกลุ่มผู้ฟังดังกล่าวในฐานะผู้บริโภค เพื่อศึกษากระบวนการสร้างวัฒนธรรมกลุ่มของผู้ฟังดังกล่าวที่เรียกว่าเด็กแนว วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา ประกอบด้วย การสังเกตการณ์โดยตรง การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 28 คน

รายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ เป็นรายการเพลงไทยสากลร่วมสมัยสำหรับวัยรุ่น เสนอเพลงที่แตกต่างออกไปจากเพลงที่เสนอในรายการวิทยุอื่น ๆ โดยเน้นสัดส่วนเพลงอินดี้ โดยเป็นเพลงป๊อปรีคคจากบริษัทเทปเพลงอิสระ เช่น สมอลล์รูม ในมอร์เบลท์ และยังนำเสนอวัฒนธรรมร่วมสมัยที่น่าสนใจ เช่น แฟชั่น ภาพยนตร์ ภาพยนตร์สั้น หนังสือ หนังสือทำมือ ผ่านกิจกรรมในรายการและกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ


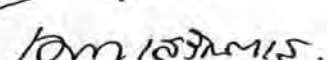
แฟตเรดิโอสร้างกลุ่มผู้ฟังวัยรุ่นด้วยรายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่โดยกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่แตกต่าง การสร้างรูปแบบรายการทางเลือก และการสร้างพื้นที่การรวมกลุ่มด้วยกิจกรรมส่งเสริมรายการวิทยุทั้งกิจกรรมในรายการและกิจกรรมนอกสถานที่ที่ให้กลุ่มผู้ฟังมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อรายการ

กลุ่มผู้ฟังก็มีบทบาทในการเป็นกลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอด้วยการเปิดรับรายการผ่านสื่อและช่องทางสื่อที่หลากหลายเพิ่มขึ้นนอกจากผ่านการเปิดรับรายการผ่านเครื่องรับวิทยุในพื้นที่ส่วนบุคคลเท่านั้น โดยกลุ่มผู้ฟังยังสามารถเปิดรับรายการผ่านสื่อดิจิทัล ซึ่งเป็นทางเลือกในการเปิดรับรายการในพื้นที่สาธารณะและเวลาในการเปิดรับรายการมากขึ้นในชีวิตประจำวัน กลุ่มผู้ฟังยังสร้างการเป็นกลุ่มผู้ฟังรายการด้วยการมีส่วนร่วมในรายการหรือมีปฏิสัมพันธ์ต่อนักจัดรายการผ่านช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ที่รายการเสนอและการทำแบบสำรวจทางดนตรีออนไลน์ Fat Insiders อันเป็นการสร้างความจงรักภักดีต่อรายการ

กลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอมีบทบาทเป็นผู้บริโภครายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการด้วยการติดตามและมีส่วนร่วมอย่างกลุ่มผู้ฟังแบบ Active audience เพื่อสื่อสารความจงรักภักดีต่อรายการและความนิยมคลังโคลัคิลปิน และยังสื่อสารความจงรักภักดีต่อรายการและความนิยมคลังโคลัคิลปินด้วยการเป็นผู้บริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ต่อเนื่องจากรายการแฟตเรดิโอด้วย

กลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอยังเป็นกลุ่มผู้ฟังแบบ Creative and cultural audience ด้วยการสร้างวัฒนธรรมย่อยของกลุ่ม โดยอัตลักษณ์ที่กลุ่มผู้ฟังสร้างสรรค์ขึ้นเองนี้เป็นการผสมผสานสัดส่วนวัฒนธรรมวัยรุ่นที่เปิดรับจากรายการแฟตเรดิโอและระหว่างสัดส่วนการสร้างสรรคัวัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่มจากสื่ออื่น ๆ

ภาควิชา การสื่อสารมวลชน  
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน  
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิสิต อภิญญา หาญพัฒน์นนท์  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา   
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ร่วม 

## 4785148028 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: FAT RADIO / YOUTH CULTURE / IDENTITY / INDEPENDENT MUSIC /

ORAYA HANPATANANAN : CONSTRUCTION OF YOUTH CULTURE OF 104.5

FAT RADIO AUDIENCE. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. UBONRAT SIRIYUVASAK,

Ph.D., THESIS CO-ADVISOR : METHA SEREETHANAWONG, 234 pp.

The objectives of this thesis are; to study the construction of 104.5 Fat Radio audience, to study the audience as consumer, and to study the cultural formation of 'Dek Naew'. The research methodologies used are; direct observation and participatory observation, and depth interview of 28 young listeners.

Fat Radio 104.5 FM broadcasts Thai contemporary music for young listeners. It is different from other music stations in that it has a high percentage of Indie music such as pop rock from small and independent music labels such as Smallroom, No More Belt. Fat Radio also provides a wide range of cultural programs on fashion, film, short film, book and hand made items in their outdoor activities for fans.

Fat Radio organizes young listeners through their programs and outdoor activities for their niche audience. The station has designed alternative programming to create audience participation and to interact with them. Together, they formed the kind of Fat subculture which promoted independent thinking, differences, and self-identity known as 'Dek Naew'.

The audiences of Fat Radio are also consumers of programs and products produced by Fat Radio. They become active audience as well as consumer while participating as loyal fans of the station and of popular Indie music artists.

More importantly, some of the audiences go further in the way they create and communicate their subculture. Their cultural identity is fused by the combination of Fat Radio subculture 'Dek Naew' and their own unique identity.

Department.....Mass Communication..... Student's signature..... *Oraya Hanpatananan*  
Field of study...Mass Communication..... Advisor's signature..... *M. S.*  
Academic year...2007..... Co-advisor's signature..... *M. Sereethanawong.*

## กิตติกรรมประกาศ

การทำโครงร่างวิทยานิพนธ์เปรียบเหมือนกับการต่อจิ๊กซอว์ การพัฒนาร่างวิทยานิพนธ์เปรียบเทียบกับกับการต่อเลโก้ จิ๊กซอว์ส่วนใหญ่ปะติดปะต่อเพียงในระดับระนาบ เลโก้ที่ซับซ้อนกว่า เกินคาดเดา และทุกสิ่งทุกอย่างประกอบเข้าด้วยกันเป็นเมืองใหญ่

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และอาจารย์ เมธา เสรีธนาวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่คอยเอาใจใส่ให้คำแนะนำปรึกษาแก่ผู้วิจัยและสละเวลาอันมีค่าตรวจแก้ไขงานอย่างใส่ใจอย่างยิ่งมาจนผลงานวิทยานิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฌานัญญ์ธัญ วังศ์บ้านดู่ ประธานกรรมการ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติ กันภัย กรรมการ ที่ให้ข้อเสนอแนะในร่างวิทยานิพนธ์ ทั้งคอยให้กำลังใจและธรรมชาติอันใจอยู่เสมอ

ผู้วิจัยขอขอบคุณคุณคุณยุทธนา บุญอ้อม คุณพงษ์นรินทร์ อุทิศ คุณบรรณณ์ หลงสวัสดิ์ และบุคลากรคนอื่น ๆ ในบริษัท คลิกเรดิโอ จำกัด ที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลของรายการแพตเรดิโอ ช่วยจัดการรายชื่อกลุ่มตัวอย่างบางส่วนให้แก่ผู้วิจัย และจัดกิจกรรมสนุกทั้ง 18 กิจกรรมที่ผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วม ขอขอบคุณคุณวิริยะ สว่างโชติ ที่เสนอมุมมองใหม่ ๆ ต่อรายการแพตเรดิโอ และบุคลากรในบริษัทสนามหลวง รวมทั้งบุคคลอื่น ๆ ที่มีส่วนในการวิจัยที่ผู้วิจัยไม่ได้เอ่ยถึง

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ MC รุ่น 14 ภาคในเวลาราชการ เพื่อน ๆ MC ภาคพิเศษ และเพื่อน MC รุ่นพี่รุ่นน้องที่คอยให้กำลังใจ ตามใจ และให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัย โดยเฉพาะในช่วงสุดท้ายของการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งสอน นิธิตปริญาตรีที่ช่วยตรวจทานแก้ไขคำผิดให้

กลุ่มคนที่จะลืมไม่ได้คือสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 28 คน ที่ยอมให้ผู้วิจัยเข้าไปศึกษาชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่ม ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์อันมีค่าที่คาดไม่ถึงมาก่อน รู้สึกสนุกไปกับการเดินทางและการค้นหาข้อมูล และทำให้รู้ว่าเหนือกว่าข้อมูลที่ได้รับ สิ่งที่มีค่ายิ่งกว่านั้นคือน้ำใจและมิตรภาพ การสัมภาษณ์บุคคล 28 คน ทำให้ผู้วิจัยได้พบเพื่อนใหม่ทั้ง 28 คน

สุดท้ายผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณบุคคลสองคนที่ประเสริฐที่สุดในชีวิตของผู้วิจัยคือ พ่อแม่ และขอขอบคุณสมาชิกในครอบครัวและญาติ ๆ ที่คอยถามข่าวคราวเกี่ยวกับความคืบหน้าของผลงานเป็นระยะ ๆ โดยเฉพาะคุณย่าที่คอยสวดมนต์ขอพรให้แก่ผู้วิจัยทุกคืน



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภาพ.....	ฎ

### บทที่

#### 1. บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหำนำวิจัย.....	19
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	19
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	20
1.5 ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	20
1.6 นิยามศัพท์.....	21
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	22

#### 2. แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมวัยรุ่น.....	23
2.2 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น.....	26
2.3 แนวคิดของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์ของสำนักเบอร์มิงแฮม.....	35
2.4 แนวคิดเรื่องการสร้างกลุ่มผู้รับสาร.....	39
2.5 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมบริภาค.....	43
2.6 แนวคิดเรื่อง Thirdspace และ Hybridity.....	45
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46

## บทที่

3. ระเบียบวิธีวิจัย	
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	66
3.2 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
3.3 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	73
3.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก.....	81
3.5 วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
3.6 วิธีการนำเสนอข้อมูล.....	82
4. ประวัติความเป็นมาและการดำเนินกิจการของรายการวิทยุ 104.5 แพนเดติโอ	
4.1 สภาพของสื่อวิทยุด้านบันเทิงในช่วงปี พ.ศ. 2540-2544.....	83
4.2 ประวัติของบริษัท คลิกเรดิโอ จำกัด และรายการวิทยุ 104.5 แพนเดติโอ.....	85
5. เนื้อหารายการวิทยุ 104.5 แพนเดติโอและการสร้างกลุ่มผู้ฟังรายการแพนเดติโอ	
5.1 เนื้อหารายการวิทยุ 104.5 แพนเดติโอ.....	98
5.1.1 เพลง.....	99
5.1.2 นักจัดรายการ.....	100
5.1.3 กิจกรรมส่งเสริมรายการวิทยุ.....	104
5.1.3.1 กิจกรรมในรายการ.....	104
5.1.3.2 กิจกรรมนอกสถานที่.....	119
5.2 การสร้างกลุ่มผู้ฟังของรายการแพนเดติโอ.....	133
5.2.1 กระบวนการสร้างโดยรายการแพนเดติโอ.....	133
5.2.1.1 การกำหนดกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่แตกต่างกัน.....	133
5.2.1.2 การสร้างรูปแบบรายการทางเลือก.....	134
5.2.1.3 การสร้างพื้นที่การรวมกลุ่ม.....	135
5.2.2 กระบวนการสร้างโดยกลุ่มผู้ฟังรายการ.....	153
5.2.2.1 การสร้างการบริโภคของกลุ่มผู้ฟัง.....	153
5.2.2.2 การสร้างความจงรักภักดีต่อวิถีการบริโภครายการแพนเดติโอ.....	156



## บทที่

6. กลุ่มผู้ฟังรายการวิทยุ 104.5 แฟตเรดิโอ	
6.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกกลุ่ม.....	160
6.2 ลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกรายบุคคล.....	168
6.3 การรวมกลุ่มของกลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอ จำแนกกลุ่ม.....	171
6.3.1 กลุ่มตัวอย่างที่ 1.....	171
6.3.2 กลุ่มตัวอย่างที่ 2.....	175
6.3.3 กลุ่มตัวอย่างที่ 3.....	177
6.3.4 กลุ่มตัวอย่างที่ 4.....	181
6.3.5 กลุ่มตัวอย่างที่ 5.....	184
6.3.6 กลุ่มตัวอย่างที่ 6.....	186
6.3.7 กลุ่มตัวอย่างที่ 7.....	188
7. การสร้างวัฒนธรรมวัยรุ่นของกลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอ	
7.1 การบริโภครายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่.....	193
7.1.1 การติดตามและมีส่วนร่วม (Active audience).....	193
7.1.2 การบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมอื่น ๆ.....	201
7.2 การสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มผู้ฟังรายการแฟตเรดิโอ.....	207
7.2.1 การผลิตซ้ำวัฒนธรรมแฟตเรดิโอ.....	207
7.2.2 การสร้างอัตลักษณ์ในฐานะวัฒนธรรมย่อย (Creative and cultural audience).....	211
8. รูปและอภิปรายผล.....	223
8.1 บทสรุป.....	223
8.2 อภิปรายผล.....	224
8.3 ปัญหาและอุปสรรคในการวิจัย.....	225
8.4 ข้อเสนอแนะ.....	225
รายการอ้างอิง.....	227
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	234

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพัฒนาการของเด็กสู่วัยรุ่น สภาพแวดล้อมทางสังคม กิจกรรมสื่อบันเทิง และคุณค่าที่ได้รับจากการเปิดรับกิจกรรมสื่อตามแนวคิดของ Reed Larson, Robert Kubey และ Joseph Colletti.....	6
ตารางที่ 2 แสดงการเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ของวัฒนธรรมโดยเปรียบเทียบนิยามและคุณลักษณะ ตามทฤษฎีเดิมกับนิยามของสำนักเบอร์มิงแฮม.....	36
ตารางที่ 3 แสดงคุณลักษณะของพื้นที่ Firstspace และ Secondspace ตามแนวคิดเรื่อง Thirdspace ของ Edward W. Soja.....	45
ตารางที่ 4 แสดงคุณลักษณะของอินเดียดิจิทัล.....	64
ตารางที่ 5 แสดงกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการแพตเรดิโอ จำนวน 18 กิจกรรม ที่จัดขึ้น ระหว่างวันเสาร์ที่ 1 เมษายน ถึงวันอาทิตย์ที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2549.....	68
ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลเบื้องต้นของสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง 7 กลุ่ม จำนวน 28 คน ตามลำดับ การให้สัมภาษณ์.....	77
ตารางที่ 7 แสดงรายการระบบเอฟเอ็มที่ได้รับความนิยมสูงสุด 10 อันดับ ในกรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ. 2544.....	84
ตารางที่ 8 แสดงผังรายการช่วงเวลาการจัดรายการของนักจัดรายการวิทยุแพตเรดิโอ ตลอด 24 ชั่วโมง ระหว่างวันจันทร์ถึงวันอาทิตย์ในปี พ.ศ. 2549.....	101
ตารางที่ 9 แสดงบุคลิกและเนื้อหารายการของนักจัดรายการประจำรายการแพตเรดิโอ.....	103
ตารางที่ 10 แสดงกิจกรรมส่งเสริมรายการวิทยุของรายการแพตเรดิโอเฉพาะช่วงตั้งแต่ วันเสาร์ที่ 1 เมษายน ถึงวันอาทิตย์ที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2549.....	105
ตารางที่ 11 แสดงการจำแนกรายการช่วงต่าง ๆ เพิ่มเติมจากเกณฑ์เดิม.....	110
ตารางที่ 12 แสดงการจำแนกกิจกรรมในรายการตามเกณฑ์การมีปฏิสัมพันธ์จากกลุ่มผู้ฟังต่อ รายการ.....	116
ตารางที่ 13 แสดงการจำแนกกิจกรรมในรายการตามเกณฑ์การมีผู้อุปถัมภ์รายการ.....	118
ตารางที่ 14 แสดงกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการแพตเรดิโอจำนวน 18 กิจกรรม ที่จัดขึ้น ระหว่างวันเสาร์ที่ 1 เมษายนถึงวันอาทิตย์ที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2549 พร้อมทั้ง รายละเอียดเบื้องต้นของกิจกรรม.....	120
ตารางที่ 15 แสดงการแบ่งประเภทของกิจกรรมส่งเสริมรายการวิทยุตามเกณฑ์ที่มาของ กิจกรรม.....	130

ตาราง

ตารางที่ 16 แสดงการแบ่งกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการแพตเรดิโอตามเกณฑ์ประเภทของ  
กิจกรรม.....131

ตารางที่ 17 แสดงการแบ่งกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการแพตเรดิโอตามเกณฑ์ประเภทของ  
กิจกรรมและบทบาทของกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมในฐานะผู้ผลิตและผู้บริโภค  
วัฒนธรรมวัยรุ่น.....132

ตารางที่ 18 แสดงการจัดวางกิจกรรมนอกสถานที่ที่รายการแพตเรดิโอคิดสร้างสรรค์ขึ้นในช่วง  
เดือนต่าง ๆ ตลอดทั้งปี.....146

ตารางที่ 19 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ 1.....161

ตารางที่ 20 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ 2.....162

ตารางที่ 21 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ 3.....163

ตารางที่ 22 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ 4.....164

ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ 5.....165

ตารางที่ 24 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ 6.....166

ตารางที่ 25 แสดงข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ 7.....167

ตารางที่ 26 แสดงบทบาทการเป็นผู้ผลิตวัฒนธรรมวัยรุ่นด้านการผลิตผลงานทางสื่อมวลชน  
ในกิจกรรมส่งเสริมรายการของกลุ่มตัวอย่างที่ 1.....172

ตารางที่ 27 แสดงผลงานภาพยนตร์สั้นที่สมาชิกในกลุ่มตัวอย่างที่ 1 ส่งเข้าร่วมการประกวด  
ในกิจกรรมประเภทการประกวดภาพยนตร์สั้นของรายการแพตเรดิโอและผลการ  
ประกวด.....173

ตารางที่ 28 แสดงตำแหน่งของสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างที่ 7 ในกองสาราณียกร  
ของนิตยสารอาจารย์สารและกองบรรณาธิการของนิตยสารซีเอ็มวายเค.....188

ตารางที่ 29 แสดงการติดตามและมีส่วนร่วมที่สื่อสารความเป็นแฟนรายการและความเป็น  
ผู้คลั่งไคล้ศิลปินในพื้นที่สื่อแพตเรดิโอ.....194

ตารางที่ 30 แสดงการจำแนกสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างตามระดับฟังรายการวิทยุ.....195

ตารางที่ 31 แสดงการจำแนกสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างตามระดับการเข้าร่วมกิจกรรมนอกสถานที่  
ของรายการแพตเรดิโอ.....196

## สารบัญแผนภาพ

แผนภาพ	หน้า
แผนภาพที่ 1 แสดงวัฏจักรของกระบวนการทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของสำนักเบอร์มิงแฮม....	38
แผนภาพที่ 2 แสดงแบบจำลองปฏิบัติการทางสื่อของวัยรุ่นตามแนวคิดของ Jeanne R. Steele และ Jane D. Brown.....	57
แผนภาพที่ 3 แสดงการจัดหากลุ่มตัวอย่างบางส่วนของผู้วิจัยจากการเข้าร่วมกิจกรรม นอกสถานที่ของรายการแพตเรดิโอ.....	76
แผนภาพที่ 4 แสดงการริเริ่มกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ ของรายการแพตเรดิโอ ในปี พ.ศ. 2543-2545.....	90
แผนภาพที่ 5 แสดงการริเริ่มกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ ของรายการแพตเรดิโอ ในปี พ.ศ. 2546-2547.....	91
แผนภาพที่ 6 แสดงการริเริ่มกิจกรรมนอกสถานที่ต่าง ๆ ของรายการแพตเรดิโอ ในปี พ.ศ. 2548-2549.....	92
แผนภาพที่ 8 แสดงมุมมองที่แตกต่างกันของความจงรักภักดีต่อรายการแพตเรดิโอทั้งใน กิจกรรมในรายการวิทยุและกิจกรรมนอกสถานที่ของรายการระหว่าง ผู้ผลิตรายการและกลุ่มผู้ฟัง.....	157
แผนภาพที่ 9 แสดงรายชื่อของสมาชิกในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 กลุ่ม 28 คน ที่ให้ข้อมูลด้วย วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	159
แผนภาพที่ 10 แสดงกิจกรรมการประกวดภาพยนตร์สั้นและกิจกรรมที่ต่อเนื่องในบริบทอื่น ๆ ที่กลุ่มตัวอย่างที่ 1 เข้าร่วม.....	216