

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ	วิเคราะห์การนำเสนอรายการเพลงทางวิทยุกระจายเสียงของนักจัดรายการเพลงในจังหวัดเชียงใหม่ ลำปาง และเชียงราย
ผู้เขียน	นางแก้วตา ศิลปสุวรรณ
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ	รองศาสตราจารย์ ชีรภัทร วรรณกุล

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงจำนวน 13 คน และนักจัดรายการเพลง จำนวน 12 คน ซึ่งปฏิบัติงานอยู่ในเขตพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ ลำปาง และเชียงราย และวิเคราะห์เทคนิคการนำเสนอรายการเพลงของนักจัดรายการเพลงกลุ่มตัวอย่าง (Content Analysis) นำมาตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย เพื่ออธิบายถึงรูปแบบรายการเพลงและเทคนิคการนำเสนอรายการเพลงที่ประสบความสำเร็จ อันจะเป็นองค์ความรู้และแนวทางสำหรับผู้ที่สนใจต่อไป ซึ่งจากการศึกษาปรากฏผลดังนี้

1. รูปแบบรายการเพลงที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย นโยบายผู้บริหารหรือหน่วยงานต้นสังกัดให้อิสระนักจัดรายการเพลงได้กำหนดรูปแบบรายการเอง, ผู้บริหารหรือหน่วยงานต้นสังกัดมีการกำกับดูแลคุณภาพรายการและคุณภาพการจัดรายการของนักจัดรายการ, การกำหนดช่วงเวลาออกอากาศที่เหมาะสมกับรายการเพลงรูปแบบต่างๆ และกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม, นักจัดรายการเพลงมีคุณสมบัติเป็นนักจัดรายการที่ดี, การสอดแทรกสาระในรายการ, ช่องทางการออกอากาศทางสื่อใหม่ และการประเมินผลรายการด้วยรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งอย่างสม่ำเสมอ
2. เทคนิคการนำเสนอรายการเพลงที่ประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย การกำหนดทิศทางรายการ ทิศทางการเปิดเพลง, การเตรียมตัวก่อนจัดรายการ, เทคนิคการใช้เสียงในรายการที่หลากหลาย, การเปิดโอกาสให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมในรายการ, นักจัดรายการเพลงยึดถือจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชน และ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการจัดรายการเพลง

สำหรับข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้เกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบรายการเพลงให้ประสบความสำเร็จ ผลการวิจัยพบว่า การกำหนดรูปแบบรายการเพลงปัจจุบันยังพิจารณากำหนดตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographics) ของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมาย ควรมีการพิจารณาลักษณะทางจิตวิทยาของกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายมากขึ้น (Psychographics) ควรมีการออกแบบรูปแบบรายการใหม่ๆ เทคนิคใหม่ๆ สำหรับนักจัดรายการเพลงที่จะประสบความสำเร็จในวิชาชีพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดมาตรฐานของการก้าวสู่วิชาชีพ นักจัดรายการเพลงควรพัฒนาเทคนิคการนำเสนอรายการให้มีเอกลักษณ์ ควรมีบทบาททางสังคมอย่างกว้างขวาง ชวนผู้ฟังร่วมกิจกรรมด้วยอย่างสม่ำเสมอ และสุดท้าย บัณฑิตด้านนิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน ควรเรียนรู้ฝึกฝนประสบการณ์อย่างรอบด้าน เช่น ความรู้ด้านการตลาด การบริหารองค์กรสื่อ เป็นต้น.

Independent Study Title	Analysis of Music Program Presentation of Disc Jockey in Chiang Mai Province, Lampang Province and Chiang Rai Province
Author	Mrs. Kaewta Silapasuwan
Degree	Master of Arts (Communication Studies)
Independent Study Advisor	Assoc. Prof. Terapatt Vannaruemol

ABSTRACT

This study was a qualitative research supported by in-depth interview on 13 broadcasting station managers (or representatives) and 12 disc jockeys, who work for the radio broadcasting station in Chiang Mai Province, Lampang Province and Chiang Rai Province.

The research was aimed to describe the pattern of successful music radio program format and to find out disc jockey's techniques used in hosting of music radio program on FM broadcasting. The findings of the study could be a good source of knowledge and useful for those interested in the subject.

The results of this study showed that:

1. Factors that contribute to successful music radio program format were: disc jockey's freedom to create their own radio programs, strong participation by the broadcasting regulator and station's executive on radio program quality control, appropriate airtime that was suited to the style of the radio program and target audiences, well qualified disc jockeys, giving useful information to the audiences, using new channel of media such as radio online, radio on mobile and monitoring & evaluation;

2. Techniques used by the disc jockeys that make music radio program successful were: design of program format, pre – production, unique technique of using voice, music and sound effects, integrity and firmness of the radio codes of ethics, and application of information technology in producing radio program.

For research recommendations, should the findings of this study be used as a helping tool for further planning and improving a music radio program, the researcher suggests as follows:

(1) Music radio program format should not refer to only demographics of target audiences but also refer to psychographics;

(2) Disc jockey's professionalism should be regulated and standardized by concerned authority;

(3) A disc jockey should not limit him/herself to a standard type of radio programming, he/she should be original, stylish, and let the personality shine through and build on it;

(4) A disc jockey should be a good member of his/her own society by participating in corporate social responsibility (CSR) activities;

(5) A disc jockey should build a brand loyalty by employing customer relationship management (CRM);

(6) Finally, communication arts or mass communication graduates should possess a wide range of knowledge, not only on communication, but also on marketing, management of media organizations, etc.