

## การศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ ต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

### The Study of Audience's Viewing Behavior towards Television Program Formats to Promote Family Institutions

อิสรี ไพเราะ

Isari Pairoa

อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
Lecturer of Advertising and Marketing Communication, Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University

E-mail: isari.pa@ssru.ac.th

Received: Feb 7, 2024; Revised: Mar 16, 2024; Accepted: Mar 21, 2024

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เพื่อศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว โดยการรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการเก็บข้อมูล คือ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนเป็นเพศชาย 200 คน และเป็นเพศหญิง 200 คน ด้วยสาเหตุเพราะต้องการทราบข้อมูลผู้ที่เป็นทั้งพ่อบ้าน และแม่บ้านที่เลือกรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ด้วยเลือกการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต จำนวนประชากรประมาณ 10,161,694 คน โดยสุ่มประชากรที่เป็นพ่อบ้านเพศชายเขตละ 2 คน สุ่มประชากรที่เป็นแม่บ้านเพศหญิงเขตละ 2 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และประเมินผลโดยการจัดทำกรรมวิธีสรุปข้อมูล โดยคำถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และคำถามปลายปิด ทำการลงรหัส และประมวลผลข้อมูล โดยใช้การแสดงผลในรูปแบบของตารางร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมและความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มประชาชนทั่วไป เพราะทุกคนมีสถาบันครอบครัวเป็นสถาบันมูลฐานที่เป็นสังคมแรกเริ่มของคนทุกคน การกระตุ้นให้กลุ่มบุคคลทั่วไปรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวนั้น จึงเป็นการสร้างเสริมให้เกิดความรักเข้าใจกัน และการสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในครอบครัว โดยสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว คือ สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 อสมท. ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ คือ ช่วงกลางวัน (20.01-00.00 น.) และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวในวันเสาร์และวันอาทิตย์ คือช่วงเย็น (17.01-20.00 น.) จากผลการวิจัยนั้นกลุ่มเป้าหมายต้องการรายการโทรทัศน์ที่เป็นไปในแนวทางของ เนื้อหาที่เป็นเรื่องราวเหตุการณ์ที่ต้องแก้ไขเฉพาะหน้า วันดี วันร้าย และเนื้อหา ลักษณะที่เป็นวิธีการเผชิญหน้ากับปัญหาต่างๆ ของบุคคลในครอบครัว ส่วนประเภทรายการที่กลุ่มบุคคลทั่วไป ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ ต้องการรับชมเนื้อหาสาระที่รายการนำเสนอด้วยรูปแบบของรายการประเภทวาไรตี้โชว์ เป็นการนำเสนอผู้ที่มีาร่วมรายการที่เป็นบุคคลทั่วไป ซึ่งกิจกรรมพิเศษที่รายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมสถาบันครอบครัวจัดขึ้น เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้ร่วมกิจกรรมกิจกรรมที่ได้รับความสนใจ คือการรับชมภาพยนตร์ และกิจกรรมร่วมสนุกกับรายการขณะรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว คือ กิจกรรมร่วมสนุกผ่านทาง SMS/MMS โดยที่สามารถนำผลการวิจัยนี้ ไปศึกษาถึงรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวได้ต่อไปในอนาคต

**คำสำคัญ:** พฤติกรรมการรับชม รายการโทรทัศน์ สถาบันครอบครัว

## Abstract

The research objective to study in participant's interests, needs and behaviors in terms of their choosing to watch TV programs. The research also promotes Thai people to pay more attention in spending family time together by having precious time watching TV. The research's data collection adopts quantitative approach. There are 400 questionnaires, 200 from males and 200 from females. The reason is because I want to know information about people who are both butlers. and housewives who choose to watch television programs to promote the family institution By selecting a random sample from the population of Bangkok, 50 districts, with a population of approximately 10,161,694 people, by randomly selecting the population of 2 male housekeepers per district, randomly selecting the population of 2 female housekeepers per district. The research uses open-ended questions to descriptive analysis and closed-ended questions creates coding and data processing. The main target group is participants who watch TV regularly.

The research outcomes suggest that watch television programs increase mutual cooperation in family. Research outcome also shows that MCOT is the popular among in sample group because their programs usually on air in the prime time. According to the research, participants prefer watching programs that represent problem-solved stories type when non-participant group normally prefers watching variety shows, movies and attend sending SMS/MMS. The results of this research found that television program formats in order to promote the family institution in the future.

**Keywords:** Audience's Viewing Behavior, Television Program, Family Institutions

## บทนำ

ครอบครัวเป็นสถาบันที่สำคัญที่สุดของสังคมเพราะเป็นสถาบันมูลฐานหรือเป็นสถาบันแรกสุดของการวิวัฒนาการของสังคมมนุษย์ ซึ่งเป็นหน่วยองค์การที่มีขนาดเล็กที่สุดของสังคม (Davis, 1969) “สมาชิกในครอบครัวจะมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดสนิทสนมกลมเกลียวเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันได้ โดยการรวมกลุ่มกันแบบปฐมภูมิ (Primary Group) ครอบครัวจะกำหนดสิทธิและหน้าที่ที่จะต้องปฏิบัติต่อกันและต่อสังคมอีกด้วย สมาชิกในครอบครัวจะได้รับสถานภาพและบทบาทต่างๆ กัน องค์ประกอบและขนาดของครอบครัวในแต่ละสังคมจะแตกต่างกันไป นอกจากนี้ครอบครัวในสังคมเดียวกันยังมีความแตกต่างกันในด้าน เชื้อชาติ ภาษา ศาสนา ขนบธรรมเนียมประเพณี การศึกษา และอาชีพ ฯลฯ ด้วยสถาบันครอบครัวมีความสำคัญมากและเป็นสิ่งที่จำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างยิ่งตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนี้ เพราะเรายังไม่พบว่าสังคมมนุษย์ใดในโลกนี้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้โดยปราศจากสถาบันทางสังคมที่เรียกว่าครอบครัว” (ทัศนีย์ ทองสว่าง, 2549) สถาบันครอบครัวทำหน้าที่เป็นทั้งสถาบันการศึกษา สถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันการปกครอง ฯลฯ หรืออธิบายได้ว่า สถาบันครอบครัวทำหน้าที่ให้การศึกษาและความรู้ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ในด้านเศรษฐกิจ และปฏิบัติหน้าที่ในการอบรมสั่งสอนสมาชิกของครอบครัวให้เป็นพลเมืองที่ดี (โครงสร้างของสังคม, 2548) ซึ่งตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายไว้สั้นๆ ว่า “ครอบครัว” สถาบันพื้นฐานของสังคมที่ประกอบด้วยสามี ภรรยา และหมายรวมถึงลูกด้วย (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542) ส่วนพจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย พ.ศ. 2524 ให้ความหมายไว้ว่า สถาบันสังคมชั้นมูลฐานที่ประกอบด้วยชายหนึ่ง หรือมากกว่าหนึ่งอยู่ร่วมกันกับหญิงหนึ่งหรือมากกว่าโดยมีความสัมพันธ์ทางเพศที่สังคมอนุมัติพร้อมด้วยสิทธิและหน้าที่ที่สังคมยอมรับ โดยทั่วไปแล้วครอบครัวแบ่งออกเป็น 4 ประเภท โดยลำดับจากจำนวนที่ปฏิบัติกันมากไปสู่ที่ปฏิบัติกันน้อย ดังนี้ การมีคู่สมรสคนเดียว การมีภรรยาหลายคนคราวเดียวกัน การมีสามีหลายคนคราวเดียว และการแต่งงานกัน (พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย, 2524)

เมื่อพิจารณาจากความหมายของครอบครัวแล้ว ความสำคัญของสถาบันครอบครัวยังเกี่ยวพันและจำแนกหน้าที่ของครอบครัว (Classification of the Family Functions) ตามที่นักวิชาการทางด้านสังคมวิทยา ออกเบิร์นและนิมคอฟฟ์ (Ogburn

and Nimkoff) กอล์ฟ (Gloves) และรีด (Read) ได้กล่าวไว้และมีความเห็นตรงกันว่า ครอบครัวมีหน้าที่ทางเศรษฐกิจ และมอบมรดกให้ในกาลอันสมควร และครอบครัวมีหน้าที่ปกป้อง ค้ำครอง และอารักขา ส่วนในเรื่องของความรัก กอล์ฟ และรีดได้กล่าวไว้ว่าสถาบันครอบครัวมีหน้าที่ในการจัดหาคุ้มครองให้ในเวลาอันเหมาะสม ส่วนหน้าที่ทางสังคมของสถาบันครอบครัวที่รีดได้กล่าวไว้ นั้น ออกเบิร์นและนิมคอฟฟ์ ได้กล่าวสนับสนุนประเด็นนี้ไว้ว่าสถาบันครอบครัวมีหน้าที่ทางศาสนา และหน้าที่ให้การศึกษา ส่วนรีดมีความเห็นต่างกันในเรื่องที่ว่าสถาบันครอบครัวมีหน้าที่ของความเป็นคนในชาติ นอกจากนี้ ออกเบิร์นและนิมคอฟฟ์ได้กล่าวถึงหน้าที่ของสถาบันครอบครัวว่ามีหน้าที่ให้ความรัก ความเอ็นดู และหน้าที่ทางนันทนาการ (นันทนาการ (Recreation) กิจกรรมใดๆ ที่กระทำขึ้น เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียด หรือเพื่อฝึกผ่อนคลายใจของบุคคลหรือของกลุ่ม เป็นการกระทำตามความสนใจ และความสนุกสนานใจของตนเอง โดยเสรีมิได้เป็นการบังคับ หรือมิได้เป็นการกระทำ เพื่อแข่งขันเอาราวัว ตัวอย่างของนันทนาการ ได้แก่ การละเล่นต่างๆ ของชาวบ้าน การอ่านหนังสือ การบันเทิง ฯลฯ) และกอล์ฟได้มีความคิดเห็นที่แตกต่างตรงที่เห็นว่าสถาบันครอบครัวมีหน้าที่ให้โอกาสเป็นตัวของตัวเองในบางโอกาสอีกด้วย ที่กล่าวมาข้างต้นนั้นเป็นแนวคิดเกี่ยวกับหน้าที่ของครอบครัวที่นักสังคมวิทยาได้ศึกษาตามแนวคิดโลกตะวันตกได้สรุปไว้ แต่ในทางพุทธศาสนาซึ่งอยู่ในโลกทางตะวันออก กลับเสนอแนวความคิดตามคำจำกัดความว่า “ครอบครัว” ที่ได้ศึกษาผ่านมาแล้วว่า “ครอบครัว ได้แก่ บิดา มารดา และบุตร” หน้าที่ของครอบครัวก็คือ “หน้าที่ของบิดา มารดา กับหน้าที่ของบุตร” นั้นเอง

ดังนั้นความสำคัญของคำว่า “สถาบันครอบครัว” จึงเป็นตัวชี้วัดของคนทุกคนในเรื่องของการใช้ชีวิต และส่งผลถึงภาวะแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับคนทุกคน ด้วยสภาพของสังคมโลกยุคปัจจุบันได้เข้าสู่โลกในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) เทคโนโลยีจึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตการใช้ชีวิตประจำวันที่รีบเร่ง และการแข่งขันที่สูงขึ้นในทุกๆ เรื่อง เทคโนโลยีมีผลดีต่อทุกๆ สังคม แต่ย่อมส่งผลกระทบต่อคนทุกคนเช่นกัน ปัญหาเรื่องของเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นหลังจากสภาวะของโลกที่เปลี่ยนแปลง ส่งผลกระทบต่อคนทุกคนในครอบครัวโดยเฉพาะเยาวชนได้บริโภคเทคโนโลยีที่มากเกินไป ด้วยสาเหตุที่ว่าพ่อแม่ผู้ปกครองไม่มีเวลาเลี้ยงดูอบรมสั่งสอนบุตร และคนในปกครอง เพราะต้องทำงานหาเงินให้มากขึ้นกับยุคเศรษฐกิจที่ข้าวของเครื่องใช้ราคาสูงขึ้น เมื่อเป็นเช่นนี้ เยาวชนในวัยแห่งการศึกษาจึงพึ่งเทคโนโลยีมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ (Computer) โทรศัพท์มือถือ และเครื่องเล่นวีดีโอเกม ฯลฯ พวกเขาเหล่าเยาวชนส่วนใหญ่มีเกมเป็นเพื่อน จากเริ่มต้นที่แค่เหงาจนเสพมากขึ้นจึงกลายเป็นปัญหาเด็กติดเกม

เมื่อได้เห็นจากปัญหาดังกล่าวข้างต้นส่งผลให้สภาพทางสังคมเปลี่ยนไป จึงต้องมองย้อนกลับมาว่าการสร้างสถาบันครอบครัวพื้นฐานให้แข็งแกร่งจะทำได้อย่างไร ซึ่งทางภาครัฐได้ประกาศการใช้กฎหมายพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาและคุ้มครองสถาบันครอบครัว พ.ศ. 2562 ซึ่งมีผลบังคับใช้แล้วในวันที่ 20 สิงหาคม 2562 ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้ “พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาและคุ้มครองครอบครัว พ.ศ. 2562 มีเจตนารมณ์ที่ต้องการจะปิดช่องว่าง ของพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 โดยพรบ.ฉบับใหม่ ได้ยกเลิกความผิดฐานกระทำความรุนแรงในครอบครัวที่สามารถยอมความได้ แต่ให้มาใช้เป็นคดีอาญาและดำเนินการควบคุมไปกับการคุ้มครองและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งจะทำให้ผู้กระทำความรุนแรงในครอบครัวเกิดความเกรงกลัวและยับยั้งไม่กระทำผิดซ้ำ” “กลไกการดำเนินงานครอบครัวทุกภาคส่วน ทั้ง 3 ระดับ ได้แก่

**ระดับชาติ:** มีคณะกรรมการส่งเสริมการพัฒนาและคุ้มครองสถาบันครอบครัว ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรี ซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมาย เป็นประธาน รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นรองประธาน มีอำนาจและหน้าที่กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแผนหลักในการส่งเสริมและพัฒนาครอบครัวและการคุ้มครองสวัสดิภาพ

**ระดับจังหวัด:** ศูนย์ส่งเสริมและคุ้มครองครอบครัว โดยกำหนดให้กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวเป็นศูนย์ส่งเสริมฯ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และให้สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดเป็นศูนย์ส่งเสริมฯ ในระดับจังหวัด ในการดำเนินการเพื่อส่งเสริมและพัฒนาครอบครัวและคุ้มครองสวัสดิภาพ

**ระดับท้องถิ่น:** ศูนย์พัฒนาครอบครัวในชุมชน มีหน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องของครอบครัว นำหลักการ “Battered woman syndrome” คือให้สิทธิ์ต่อผู้กระทำความรุนแรง ที่ตนเองเคยถูกกระทำความรุนแรงซ้ำๆ อย่างต่อเนื่องจนกระทบกระเทือนจิตใจอย่างรุนแรง (Battered woman syndrome) และกลายมาเป็นผู้กระทำความรุนแรงเสียเอง สามารถนำสืบเพื่อพิสูจน์การกระทำดังกล่าวได้ และศาลอาจลงโทษผู้นั้นน้อยกว่าที่กฎหมายกำหนดไว้ “การทำผิดครั้งเดียวรับผิดสองทาง”

คือรับผิดชอบทั้งทางอาญา และเข้ารับการคุมครองสวัสดิภาพ เพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การร้องทุกข์กล่าวโทษ ผู้ใดพบเห็นหรือทราบ การกระทำความรุนแรงในครอบครัว ให้แจ้งต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตาม พรบ. นี้กำหนด ทำให้ตำรวจหรือพนักงานเจ้าหน้าที่เข้า ช่วยเหลือและคุ้มครอง

สวัสดิภาพได้ทันที โดยไม่ต้องรอให้ผู้เสียหายร้องทุกข์ ส่วนผู้ที่กระทำความรุนแรงทางเจ้าหน้าที่ตำรวจสามารถกล่าวโทษ เป็นคดีอาญาได้ทันที และผู้กระทำความรุนแรงสามารถเข้ารับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งหากฝ่าฝืนคำสั่ง ศาลเยาวชนและ ครอบครัวสามารถสั่งขังได้ “จากกฎหมายเดิมกำหนดให้ผู้ถูกกระทำความรุนแรงจะต้องเป็นผู้ร้องทุกข์และยื่นคำร้องคุ้มครองสวัสดิ ภาพต่อศาลเยาวชนและครอบครัวเอง แต่พระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฯ กำหนดให้ศูนย์ส่งเสริมและคุ้มครองครอบครัวเป็น ผู้ให้ความช่วยเหลือ โดยสามารถดำเนินการคุ้มครองสวัสดิภาพ หรือยื่นคำร้องขอหรือคำแถลงต่อศาลได้โดยตรง การตระหนักถึง ความสำคัญของปัญหาครอบครัว จึงหาแนวทางการแก้ไขปัญหาดังกล่าว หรือส่งเสริมการสร้างรากฐานที่ดีของความสัมพันธ์ ระหว่างแต่ละบุคคลในสังคมไทย ด้วยเห็นว่าคือสถาบันครอบครัวคือหัวใจหลักของทุกคนในชาติ ถ้าครอบครัวไม่แข็งแรง สถาบัน ชาติก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจในเรื่องสื่อกับครอบครัว “ครอบครัว” เป็นสถาบันพื้นฐานของสังคมและเป็นสถาบันที่คนทุกคน ต้องมีประสบการณ์ด้วยไม่ว่าจะในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ครอบครัวมีผลทั้งต่อ “การหล่อหลอมบุคลิกภาพของบุคคล” และยังเป็น “หนทาง” นำพาบุคคลให้เดินทางเข้าสู่สังคมวงกว้าง (ซึ่งในปัจจุบันนี้ได้ใช้ช่องทางของสื่อที่เข้าไปอยู่ในบ้านด้วย)

สื่อมวลชนมีความสำคัญกับสถาบันครอบครัวมากในการเป็นตัวกระตุ้น การสร้างให้เกิดการรับรู้ในเรื่องของการทำอะไร ให้สถาบันครอบครัวมีความแข็งแรง จากที่นักวิจัยพบว่าสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มีอิทธิพลสูงที่สุดในการบริโภคสื่อของ ประชาชน ด้วยความหลากหลายของประเภทรายการ เมื่อแบ่งตามหลักการแบ่งประเภทของรายการโดยใช้รูปแบบของรายการ เป็นเกณฑ์ แบ่งออกเป็น 14 ประเภท (พงษ์ วิเศษสังข์, 2539) ได้แก่

รายการสนทนา (Talk show) เป็นรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอรายการที่พิธีกรอาจเป็นหนึ่งคนหรือสองคนก็ได้ สนทนากับแขกรับเชิญในหัวข้อที่ได้ตั้งประเด็นไว้

รายการอภิปราย (Discussion program) เป็นรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอรายการที่มีผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คน ทำหน้าที่ในการป้อนประเด็นหรือคำถามแก่ผู้ร่วมอภิปราย

รายการเกมโชว์ และตอบปัญหา (Game show และ Quiz show) เป็นรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอรายการที่จัดให้มีการ แข่งขันกันระหว่างผู้ที่มีารร่วมรายการด้วยการเล่นเกมหรือตอบปัญหาแข่งขันกันโดยมีของรางวัลตอบแทนในการแข่งขัน

รายการสารคดี (Documentary) เป็นรูปแบบรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระที่ให้ความรู้และการศึกษาด้วยข้อมูลเชิงลึก

รายการสารละคร (Docudrama) เป็นรายการที่ผสมผสานรูปแบบสารคดีเข้ากับรูปแบบละคร

รายการละคร (Drama) เป็นรูปแบบการนำเสนอที่เป็นการจำลองสถานการณ์ เป็นละคร มีการกำหนดผู้แสดง จัดสร้าง ฉาก แต่งตัวละครให้สมจริง

รายการเพลงและดนตรี (Music) เป็นรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอที่ประกอบด้วยเพลงและดนตรี

รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine) เป็นรายการที่มีรูปแบบการนำเสนอความหลากหลายในลักษณะที่ให้ความ บันเทิง

รายการปิกนิก (Variety) เป็นรายการที่นำเสนอความหลากหลายของรูปแบบในรายการเดียวกัน

รายการตลก (Comedy) เป็นรายการที่ให้ความบันเทิงเป็นหลัก ด้วยเป้าหมายให้คนหัวเราะ

รายการถ่ายทอดสด (Commentary) เป็นรายการที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง

รายการข่าว (New program) เป็นการเสนอข่าวสารที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

รายการ Informercial เป็นรายการที่นำเอาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงชนิดเดียวมานำเสนอในรูปแบบของรายการบันเทิง

รายการ Home Shopping เป็นรายการที่สินค้าจะมีโอกาสได้รับการประกาศสรรพคุณ

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นจึงเป็นประเด็นสำคัญที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น พฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์จึงมีความสำคัญที่ต้องศึกษาเพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว โดยการศึกษาทัศนคติ ความสนใจ

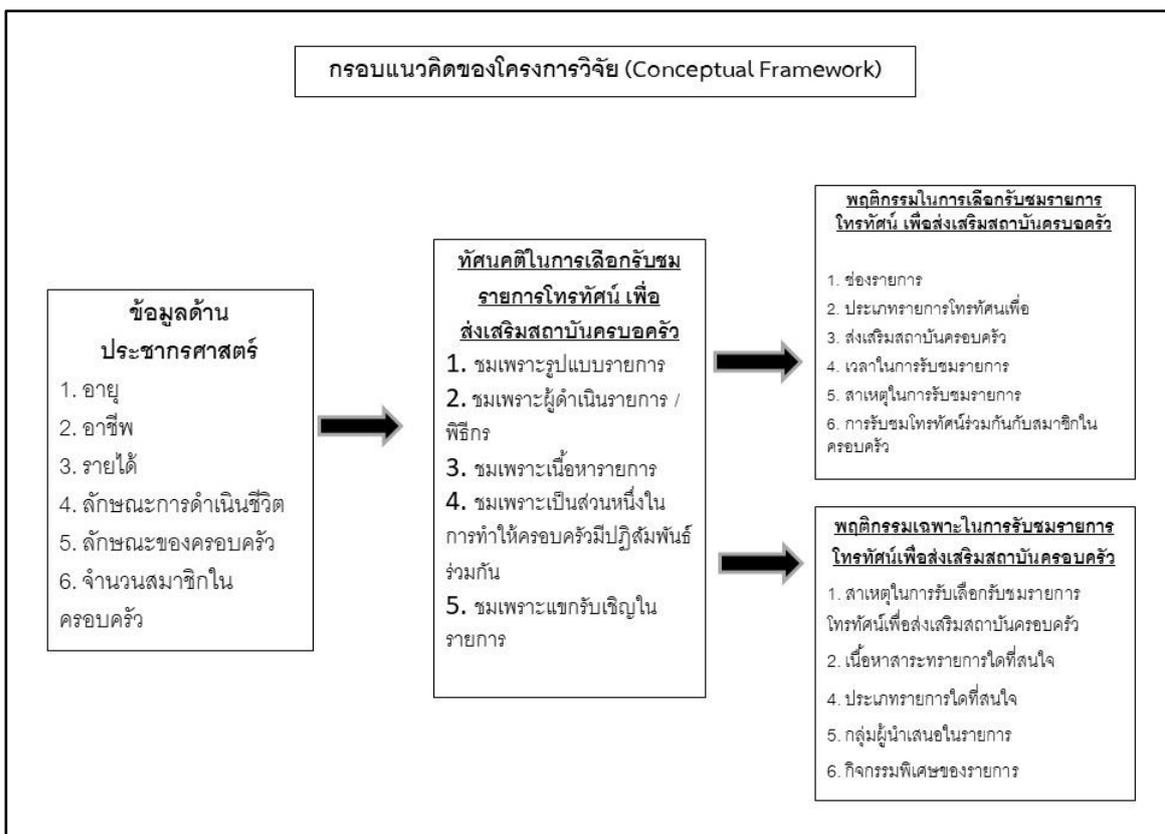
ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว และศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ซึ่งเมื่อดำเนินการวิจัยแล้วจะสามารถเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษา ความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว
2. เพื่อศึกษารูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดการศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ ต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### แนวคิดและสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมชมโทรทัศน์ (Possible Gratifications Derived from Watching Television) (Whetmore, 1995)

#### เพื่อทดแทน (Vicarious)

ทดแทนความต้องการประสบการณ์ด้านอารมณ์ (The need for vicarious, but controlled, emotional experience.)

ทดแทนประสบการณ์เหนือมนุษย์ (The desire to live vicariously in a world of significance, intensity, and larger-than-life-size people.)

ทดแทนความรู้สึกแรงกล้าที่มีต่อความเกลียด ความรัก ไม่ต้องรู้สึกผิดที่มีความรู้สึกแบบนี้ (The desire to experience, in a guilt-free arena, the extreme emotions of love and hate.)

ทดแทนความกล้าที่จะเผชิญกับสิ่งเลวร้าย (The need to confront, in a controlled situation, the horrible and the terrible.)

ทดแทนความกล้าที่จะดูตัวร้าย และเป็นตัวร้าย (The desire to see villains in action.)

ทดแทนความกล้าที่จะมองตัวเองเป็นวีรบุรุษและวีรสตรี (The desire to imagine one-self a hero or heroine.)

ทดแทนอาการอยากหลุดออกจากสิ่งที่ไม่ดี (อารมณ์ไม่มั่นคง) (The need to be purged of unpleasant emotions.)

ทดแทนการอยากรู้สิ่งที่สวยงามและน่าเกลียด (The need to experience the beautiful and the ugly.)

ทดแทนความอยากได้ในเงินรางวัล (The desire to experience vicarious financial reward.)

ทดแทนการพนันและความเสี่ยง (The desire to engage or risk taking)

ทดแทนความอยากที่จะสัมผัสกับเหตุการณ์ที่ไม่เกิดขึ้นจริงในชีวิต (The desire to vicariously explore dangerous territories and experience totally and situations.)

#### เพื่อหลีกหนี (Escapist)

หลีกหนีความเป็นจริงของชีวิต (The need to be distracted from the realities of life.)

ปรารถนาให้เกิดมีสิ่งมหัศจรรย์ในชีวิต (The desire to believe in the miraculous.)

ความต้องการอยากย้อนกลับไปมีความสุขในวัยก่อน (The desire to return to “the good old days.”)

ปรารถนาที่จะสนุกสนาน (The desire to be amused.)

ปรารถนาที่จะมีความอยากจะโรแมนติก (The desire to believe in romantic love.)

ปรารถนาที่จะมีความสุขในตอนจบ (The desire to experience “the happy ending.”)

ปรารถนาที่หาทางออกในเรื่องเซ็กส์โดยที่ไม่รู้สึกผิด (The need to find outlets for the sex drive in a guilt-free context.)

#### เพื่อต้องการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Social)

ต้องการจะแบ่งปันผู้อื่น (The need to have shared experiences with others.)

ต้องการจะแบ่งปันความทุกข์ให้ผู้อื่น (The need to share in the suffering of the others.)

ความต้องการข้อมูล อยากมีส่วนร่วม รู้ ส่วนเห็นว่าอะไรเกิดขึ้น (The need to feel “informed.”)

ต้องการเห็นผู้มีอำนาจได้รับความผิด (The need to see authority figures exalted.)

ต้องการเห็นผู้มีอำนาจจมหาย กำจัดให้เรียบ (The need to see authority figures deflated.)

ต้องการเห็นผู้มีอำนาจเป็นผู้เบี่ยงเบนผิดปรกติ (The need or desire to feel superior to a societal deviant.)

ต้องการเห็นผู้อื่นผิดพลาด อับปาง ฉิบหายวายน (The desire to see others make mistakes.)

### ต้องการมีส่วนร่วมต่อยุทธศาสตร์เรื่องศีลธรรม จรรยา (Spiritual and Moral)

ความรู้สึกที่ไม่ต้องการให้สังคมครอบงำโดยวัตถุ (The need to believe that spiritual or moral values are more important than material goods.)

ต้องการมีส่วนร่วมกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ฉันเป็นเลือดดีของสังคม (The need to identify with a deity or divine plan.)

ต้องการเห็นความดีงามคงอยู่กับสังคม ปิศาจถูกทำร้าย (ธรรมะชนะอธรรม) (The desire to see evil punished and virtue restored.)

ต้องการเห็นสิ่งต้องห้ามในชีวิตถูกขะล้าง (The need to explore taboo subjects with impunity.)

ต้องการเห็นสังคมมีการให้อภัย ไม่อยากเป็นคนบาป (The need for spiritual cleansing.)

ต้องการเห็นสังคมมีระเบียบแบบแผนที่ดี (The need to see order imposed on the world.)

ตั้งงานวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวของ พวงชมพู บำรุงสุข (2541) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษากลยุทธ์ กลวิธี รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคในการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว โดยศึกษาเปรียบเทียบรายการโทรทัศน์ 3 รายการ คือรายการโลกใบเล็ก รายการที่ยังวันกันเอง และรายการบ้านเลขที่ 5

ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ได้แก่

1. กลยุทธ์การสร้างการจดจำ
2. กลยุทธ์การสร้างความสนใจ
3. กลยุทธ์การมีส่วนร่วม
4. กลยุทธ์การสื่อสาร 2 ทาง
5. กลยุทธ์การเรียนรู้จากแม่แบบในสื่อมวลชน
6. กลยุทธ์การวางจุดขายที่ชัดเจน
7. กลยุทธ์สาระบันเทิง

โดยแต่ละรายการมีกลวิธีในการดำเนินกลยุทธ์ที่แตกต่างกันไปตามปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ คือ วันเวลาในการออกอากาศ กลุ่มเป้าหมาย ความยาวของรายการ ความถี่ในการออกอากาศ และผู้สนับสนุนรายการ ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบในการสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ได้แก่

1. การค้นคว้าข้อมูล
2. ผู้สนับสนุนรายการ
3. นโยบายสถานี
4. เวลาในการออกอากาศ
5. การแบ่งโครงสร้างรายการ
6. สภาวะเศรษฐกิจ

สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่สนับสนุนสังคมและต่อต้านสังคมที่ปรากฏในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ของ กาญจนา วิชาคุณ (2543) การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาที่สนับสนุนสังคมและต่อต้านสังคม และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในรายการเกมโชว์ รวมถึงวิธีการเล่นและรูปแบบการเล่นศึกษาจากรายการ เกมโชว์ยอดนิยม 10 รายการ โดยใช้แนวคิดเรื่องเกม ทฤษฎีการเล่น แนวคิดการสนับสนุนสังคม แนวคิดการต่อต้านและแนวคิดการผลิตรายการโทรทัศน์มาเป็นกรอบในการวิจัย

ผลจากการวิจัยพบว่า รายการเกมโชว์วิธีการเล่น 2 แบบ คือ วิธีการเล่นอย่างมีกฎ กติกา และวิธีการอย่างอิสระ ซึ่งวิธีการเล่นแบ่งได้อีก 4 รูปแบบ ได้แก่ เกมการแข่งขัน เกมการเสี่ยงโชค เกมการล้อเลียน และการแข่งพละกำลังของร่างกาย สำหรับเนื้อหาการสนับสนุนสังคมพบ 14 รูปแบบ ได้แก่ การส่งเสริมการเรียนรู้ การตกเตือน ความร่วมมือ การให้กำลังใจ การส่งเสริม ความสามัคคี ความมีน้ำใจ ความช่วยเหลือ การส่งเสริมสังคม การส่งเสริมอาชีพ การส่งเสริมความรัก ความอดทน การ

ช่วยเหลือคนแปลกหน้า และความขยัน เนื้อหาการต่อต้านสังคมพบ 9 รูปแบบ คือ ความก้าวร้าว การแสดงออกอากาศทางเพศ ความรุนแรง การแกล้ง ความคับข้องใจ ความโหดร้าย การหลอก การโกง และการเกี่ยงกันทำงาน เนื้อหาที่ไม่ใช่การสนับสนุนสังคมและการต่อต้านสังคม ได้แก่ ความเชื่อเรื่องผี การนำเสนอเนื้อหาการสนับสนุนสังคม การต่อต้านสังคม และเนื้อหาที่ไม่ใช่การสนับสนุนสังคมและการต่อต้านสังคม ถูกนำเสนอผ่านทางคำพูดและการกระทำของพิธีกร ดารารับเชิญ ผู้ร่วมรายการ ตลกหรือผู้ช่วยพิธีกร และรูปแบบเกม ผู้ที่เสนอเนื้อหาการสนับสนุนสังคมมากที่สุด คือ ดารา ผู้ที่นำเสนอเนื้อหาการต่อต้านสังคมมากที่สุดคือพิธีกรการนำเสนอเนื้อหาการต่อต้านสังคมจึงถูกนำเสนอมากกว่าเนื้อหาการสนับสนุนสังคม และเชื่อมโยงกับงานวิจัยเรื่องการนำเสนอความบันเทิง พ.ศ. 2543 ของสุรดา จรุงกิตอนันต์ (2544)

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาวิธีการนำเสนอความบันเทิงในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ พ.ศ. 2543 โดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการเล่น อารมณ์ขัน ความบันเทิง และแนวคิดเกี่ยวกับรายการเกมโชว์ และใช้วิธีวิจัย 3 วิธี คือ การวิเคราะห์เนื้อหา การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เจาะลึก ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษารายการเกมโชว์ทั้งหมด 32 รายการ โดยแบ่งรายการเกมโชว์ออกเป็น 4 ประเภท คือ รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องส่วนบุคคล รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป และความรู้เฉพาะด้าน รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความท้าทาย และรายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาผสม

ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอความบันเทิงในรายการเกมโชว์เนื้อหาต่างๆ จะมีความแตกต่างกันไป องค์ประกอบที่มีบทบาทต่อการสร้างความบันเทิงมากที่สุด คือ พิธีกร และเกมการแข่งขัน

รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องส่วนบุคคลจะมีส่วนคล้ายรายการวาไรตี้ และจะเน้นความสนุกสนานและอารมณ์ขัน โดยจะมีดารารับเชิญมาเล่าเรื่องราวต่างๆ เพื่อใช้เป็นคำถาม พิธีกรจะมีบทบาทในการพูดคุยซักถาม และทำให้เรื่องที่ดารารับเชิญเล่าเป็นเรื่องสนุกสนานโดยใช้ความสามารถและลูกเล่นส่วนตัว บางครั้งมีการกลั่นแกล้งกันเองในหมู่พิธีกรหรือดารารับเชิญ

รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไป และความรู้เฉพาะด้านเป็นรายการเกมโชว์ที่มีรูปแบบคล้ายรายการแข่งขันตอบปัญหา ความสนุกของเกมเกิดจากคำถาม ซึ่งไม่ยากและไม่ง่ายจนเกินไป ทำให้ผู้ชมมีโอกาสร่วมเล่นเกมไปพร้อมๆ กับผู้แข่งขัน บางรายการใช้เวลานานทำให้เกมการแข่งขันเร้าใจขึ้น พิธีกรมีบทบาทสำคัญในการสร้างบรรยากาศให้กับรายการ ซึ่งมีทั้งแบบกดดันและสนุกสนาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแนวเนื้อหา

รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความท้าทาย เป็นรายการเกมโชว์ที่มีรูปแบบของการแข่งขันที่ต้องใช้ไหวพริบ ความเร็ว และพลังกำลัง รวมทั้งจิตใจ เพื่อเอาชนะ ส่วนมากเน้นที่การเคลื่อนไหวของร่างกายทำให้เกิดความตื่นเต้น พิธีกรจะมีบทบาทในการสร้างอารมณ์โดยการแสดงออกทางทั้งสีหน้าท่าทางและร่างกาย

รายการเกมโชว์ที่มีเนื้อหาผสม เป็นการแข่งขันหลากหลายเนื้อหา ทั้งเรื่องส่วนบุคคล ความรู้ และความท้าทาย ความบันเทิง ในรายการประเภทนี้จะมีหลายรสชาติ พิธีกรไม่ค่อยมีบทบาทในการสร้างความบันเทิงที่โดดเด่นมากนัก จากการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่าผู้เข้าแข่งขันในรายการทุกเกมโชว์ทุกประเภทมักเป็นดารา และไม่ได้มีแต่เกมการแข่งขันอย่างเดียวที่สร้างความบันเทิง แต่จะมีการแสดงแทรกอยู่บ้างน้อยบ้าง

ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องงานกับแนวคิดและสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมชมโทรทัศน์ ในเรื่องของในเรื่องของ 1) ทดแทนความต้องการประสบการณ์ด้านอารมณ์ 2) ทดแทนความกล้าที่จะมองตัวเองเป็นวีรบุรุษและวีรสตรี 3) ทดแทนความต้องการได้ในเงินรางวัล 4) ทดแทนความต้องการที่จะสัมผัสกับเหตุการณ์ที่ไม่เกิดขึ้นจริงในชีวิต 5) ปรารถนาที่จะสนุกสนาน 6) ความต้องการข้อมูล ต้องการมีส่วนร่วมรู้ ส่วนเห็นว่ามิอะไรเกิดขึ้น

จากแนวคิดและสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมชมโทรทัศน์ผู้วิจัยใช้แนวคิดนี้เพื่อใช้ศึกษาสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมชมโทรทัศน์ และรับทราบถึงพฤติกรรมมารับชมรายการโทรทัศน์ และทราบถึงรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวนประมาณ 10,161,694 คน ผู้วิจัยได้คำนวณจำนวนของกลุ่มประชากรตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Taro Yamane) ในการคำนวณ ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 399.98 คน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดจำนวนแบบสอบถามในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นจำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้เลือกสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรเพศชายจำนวน 200 คน และสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรเพศหญิงจำนวน 200 คน ด้วยสาเหตุเพราะต้องการทราบข้อมูลผู้ที่เป็นทั้งพ่อบ้าน และแม่บ้านที่เลือกรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ด้วยเลือกการสุ่มตัวอย่างจากประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต จำนวนประชากรประมาณ 10,161,694 คน โดยสุ่มประชากรที่เป็นพ่อบ้านเพศชายเขตละ 2 คน สุ่มประชากรที่เป็นแม่บ้านเพศหญิงเขตละ 2 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการสอบถามกลุ่มตัวอย่างซึ่งแบบสอบถามดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open Question) เป็นจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ซึ่งได้แบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปทางด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลเฉพาะในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

### การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยวิธีการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนั้นไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำผลที่ได้มาปรับปรุงในเรื่องของความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และหาของความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการประมวลผล และปรับแก้ให้เหมาะสมก่อนจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างอีกครั้งหนึ่ง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) สำหรับคำถามปลายเปิดและทำการลงรหัส (Coding) และประมวลผลข้อมูลโดยข้อมูลเชิงปริมาณ ที่ได้จากการแจกแบบสอบถามจะนำมาประเมินผลโดยการจัดทำกรรมวิธีสรุปข้อมูล โดยคำถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) และคำถามปลายปิด ทำการลงรหัส (Coding) และประมวลผลข้อมูล โดยใช้การแสดงผลในรูปแบบของตารางร้อยละ (Percentage) เพื่อให้ได้ผลในการวัดความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมกรรมต่อการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มเป้าหมาย

## ผลการวิจัย

การศึกษาพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ ต่อรูปแบบรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 200 คนหรือร้อยละ 50.00 และเป็นเพศหญิง 200 คนหรือร้อยละ 50.00 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 26 - 30 ปี จำนวน 99 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.70 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 281 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 70.30 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 162 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 40.50 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน จำนวน 94 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23.50 มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน จำนวน 154 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.50 มีลักษณะครอบครัวเดี่ยว จำนวน 244 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 61.00 มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1 - 3 คน จำนวน 165 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 41.20 โดยผู้วิจัยสามารถสรุปผลของการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

### ตารางที่ 1 ข้อมูลจำแนกตามปัจจัยความนิยมชมรายการสถานีโทรทัศน์

ปัจจัยความนิยมชมรายการสถานีโทรทัศน์	จำนวนที่ตอบมากที่สุด (คน)	ร้อยละ (%)
ช่องที่เลือกรับชมมากที่สุดคือ ช่อง 3 อสมท.	138	34.50
ช่วงเวลากลางคืนที่เลือกรับชมมากที่สุดคือเวลา 20.01-00.00 น.	112	28.00
ช่วงเวลายืนที่เลือกรับชมมากที่สุดคือเวลา 17.01-20.00 น.	115	28.70
ประเภทรายการที่เลือกรับชมมากที่สุดคือ รายการข่าว	134	33.50
สาเหตุที่เลือกรับชมมากที่สุดคือ ชอบเนื้อหารายการ	189	47.30

พฤติกรรมและความต้องการในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวได้ว่า กลุ่มเป้าหมายหลักในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มประชาชนทั่วไป เพราะทุกคนมีสถาบันครอบครัวเป็นสถาบันมูลฐานที่เป็นสังคมแรกเริ่มของคนทุกคน การกระตุ้นให้กลุ่มบุคคลทั่วไปรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวนั้น จึงเป็นการสร้างเสริมให้เกิดความรักเข้าใจกัน และการสร้างปฏิสัมพันธ์ให้เกิดขึ้นในครอบครัว โดยสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว คือ สถานีโทรทัศน์สีช่อง 3 อสมท.จำนวน 138 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 34.50 ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวในวันจันทร์ถึงวันศุกร์ คือ ช่วงกลางคืน (20.01 - 00.00 น.) จำนวน 112 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.00 และช่วงเวลาที่เหมาะสมในการรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวในวันเสาร์และวันอาทิตย์ คือช่วงเย็น (17.01 - 20.00 น.) จำนวน 115 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 28.70 จากผลการวิจัยนี้กลุ่มเป้าหมายมีความนิยมชมรายการข่าว จำนวน 134 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 33.5 มีเหตุผลในการเลือกรับชมรายการ เนื่องจากเนื้อหาในรายการ จำนวน 189 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 47.3 ใช้เวลาในการรับชมรายการทางโทรทัศน์ร่วมกับครอบครัวทุกวัน จำนวน 111 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.7

### ตารางที่ 2 ข้อมูลจำแนกตามปัจจัยความนิยมชมรายการสถานีโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว

ปัจจัยความนิยมชมรายการสถานีโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว	จำนวนที่ตอบมากที่สุด (คน)	ร้อยละ (%)
ชอบเนื้อหา	146	36.50
รายการวาไรตี้โชว์	155	38.70
เรื่องราวเหตุการณ์ที่ต้องแก้ไขเฉพาะหน้า วันดี วันร้าย	294	73.50
วิธีการเผชิญหน้ากับปัญหาต่างๆ ของบุคคลในครอบครัว	301	75.20
บุคคลทั่วไป	248	62.00
การชมภาพยนตร์	254	63.50
SMS/MMS ร่วมสนุก	348	87.00

เมื่อศึกษาการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมสถาบันครอบครัวผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สาเหตุในการเลือกรับชมรายการทางโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมครอบครัวมาจากเนื้อหา จำนวน 146 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.50 โดยลักษณะเป็นรายการวาไรตี้ จำนวน 155 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.70 มีความต้องการชมรายการทางโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมครอบครัวที่มีเนื้อหาที่เป็นเรื่องราวเหตุการณ์ที่ต้องแก้ไขเฉพาะหน้า วันดี วันร้าย จำนวน 294 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 73.50 และเนื้อหาหลักขณะที่เป็นวิธีการเผชิญหน้ากับปัญหาต่างๆ ของบุคคลในครอบครัว จำนวน 301 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 75.20 เป็นการนำเสนอผู้ที่มีมารวมรายการที่เป็นบุคคลทั่วไป จำนวน 248 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 62.00 โดยกิจกรรมพิเศษที่รายการโทรทัศน์ประเภทส่งเสริมสถาบันครอบครัวจัดขึ้น เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวได้ร่วมกิจกรรมเป็นกิจกรรมการรับชมภาพยนตร์ จำนวน 254 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 63.5 และกิจกรรมร่วมสนุกกับรายการขณะรับชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว ที่ได้รับความสนใจจากผู้ชมรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว คือ กิจกรรมร่วมสนุกผ่านทาง SMS/MMS จำนวน 348 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 87.00 ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของวรวิมล อ่อนน่วม (2560) เรื่องรูปแบบรายการโทรทัศน์และการผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบสำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว พบว่า การสร้างสรรค์รายการครอบครัวทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบ เทคนิควิธีการนำเสนอพบว่า จะเป็นเรื่องราวความสัมพันธ์ในครอบครัว ที่มีสมาชิกในช่วงวัยที่แตกต่างกัน นำเสนอในรูปแบบของละคร sitcom ที่ใช้ความตลกขบขัน และความขัดแย้งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจ คุณค่าของรายการนี้คือการสอดแทรกเนื้อหาด้านคุณธรรม จริยธรรม จิตสำนึกสาธารณะ ทักษะด้านการใช้ชีวิตและการอยู่ร่วมกันบนความแตกต่างของคนช่วงวัยต่างๆ เช่น ความกตัญญู ความซื่อสัตย์ รู้จักเสียสละ การเป็นคนอยู่ในวัฒนธรรมที่ดีงาม มีความ อดทน วินัย เคารพการตัดสินใจร่วมกัน มีสติพอเพียงมีภูมิคุ้มกันในการใช้ชีวิต และมีจิตใจที่พร้อมจะช่วยเหลือผู้อื่น เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องประสิทธิผลของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวของ ปาริชาติ แก้วมงคล (2541) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิผลของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว 2 รายการ คือรายการบ้านเลขที่ 5 และรายการโลกใบเล็ก โดยทำการศึกษาเปรียบเทียบและหาความสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวแปรเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ สารและความรู้ ที่คนคิดต่อสถาบันครอบครัว และการนำไปใช้ประโยชน์

## สรุปและอภิปรายผล

1. อายุ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีผลให้ลักษณะการเปิดรับชมรายการบ้านเลขที่ 5 แตกต่างกันไป
2. เพศ มีผลให้ลักษณะการเปิดรับชมรายการโลกใบเล็กแตกต่างกัน
3. การเปิดรับชมรายการทั้ง 2 รายการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับสาระและความรู้แต่มี
4. ความสัมพันธ์เชิงลบกับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว และไม่มีความสัมพันธ์กับการนำไปใช้ประโยชน์
5. รายการบ้านเลขที่ 5 และรายการโลกใบเล็ก มีประสิทธิผลต่อผู้รับชมรายการทั้งในด้านสาระและความรู้ ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว และการนำไปใช้ประโยชน์

ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดและสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมชมโทรทัศน์ ในเรื่องของ 1. ประารถานาที่จะสนุกสนาน 2. ต้องการจะแบ่งปันผู้อื่น 3. ความต้องการข้อมูล ต้องการมีส่วนรู้ ส่วนเห็นว่ามิอะไรเกิดขึ้น 4. ต้องการเห็นสังคมมีระเบียบแบบแผนที่ดี และสนับสนุนงานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์การเล่าเรื่องทางโทรทัศน์ในรายการสัมภาษณ์ของ รวมพร ศรีสุมานันท์ (2541) โดยการวิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงประเด็นเรื่ององค์ประกอบด้านเนื้อหาและวิธีการสื่อความหมายของการเล่าเรื่อง ศึกษาจากรายการสัมภาษณ์ที่ออกอากาศปี พ.ศ. 2539 จำนวน 2 รายการคือ รายการเฉียด และรายการเจาะใจ

ผลการวิจัย พบว่าเนื้อหาของรายการเฉียดเป็นเรื่องเกี่ยวกับอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับผู้ใช้สัมภาษณ์จนเกือบเอาชีวิตไม่รอด มีสาเหตุเนื่องมาจากความประมาท และความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ รูปแบบการนำเสนอในการเชื่อมโยง เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเข้าด้วยกัน โดยเริ่มต้นด้วยตอนจบของเรื่องด้วยการสรุปเรื่องราว แล้วจึงดำเนินการสัมภาษณ์ในลักษณะ ย้อนการลำดับเหตุการณ์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสถานการณ์ที่ขมวดจุดพลิกผันของเรื่อง

สำหรับรายการเจาะใจ พบเนื้อหาเรื่องชีวิตส่วนบุคคลประเด็นต่างๆ ทั้งการต่อสู้ชีวิต ผลงานความสำเร็จ การช่วยเหลือสังคมที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ดังนั้นวิธีการเล่าเรื่อง จึงมีรูปแบบหลากหลาย สามารถแบ่งได้ 3 ลักษณะคือ

1. การเล่าเรื่องตามลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
2. เมื่อมีเหตุย่อมมีผลตามมา
3. ปัญหาและการแก้ปัญหา ทว่าลักษณะการเล่าเรื่องเสมือนการสนทนาจัดลำดับเรื่องราวในระหว่างการซักถามและโต้ตอบ การนำเสนอรายการสัมภาษณ์ทั้ง 2 ได้ใช้การเข้ารหัสเทคนิคการผลิตรายการโทรทัศน์ด้วยองค์ประกอบด้านแสง สี เพื่อเสริมบรรยากาศ เสียง ช่วยเร้าอารมณ์และฉากที่แสดงถึงบรรยากาศของเวทีรายการสัมภาษณ์ ถ่ายทอดระหว่างผู้สัมภาษณ์ และผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า รายการเสียด เน้นการเล่าเรื่องโดยการเข้ารหัสเทคนิคทางโทรทัศน์ เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศและอารมณ์สำหรับรายการเจาะใจใช้รหัสด้านเทคนิคโทรทัศน์เพื่อเร้าอารมณ์น้อยกว่า และให้ความสำคัญกับรูปแบบการนำเสนอที่มุ่งถ่ายทอดเนื้อหา ซึ่งงานวิจัยดังกล่าวสอดคล้องงานกับแนวคิดและสาเหตุที่ทำให้ผู้ชมชมโทรทัศน์ ในเรื่องของ 1. ทดแทนความต้องการประสบการณ์ด้านอารมณ์ 2. ทดแทนความกล้าที่จะเผชิญกับสิ่งเลวร้าย 3. ทดแทนความกล้าที่จะมองตัวเองเป็นวีรบุรุษและวีรสตรี
4. ทดแทนความต้องการที่จะสัมผัสกับเหตุการณ์ที่ไม่เกิดขึ้นจริงในชีวิต
5. ต้องการให้เกิดมีสิ่งมหัศจรรย์ในชีวิต

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การศึกษาความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวนั้น การวิจัยครั้งนี้เฉพาะเจาะจงรูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ส่งเสริมสถาบันครอบครัวเท่านั้น
2. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มประชากรทุกวัย จึงทำให้การศึกษาทัศนคติ ความสนใจ ความต้องการ ตลอดจนพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวนั้นกว้างเกินไป เพราะการรับชมรายการโทรทัศน์นั้นจะต้องจัดรูปแบบรายการให้เหมาะสมกับช่วงวัยแต่ละวัย

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยให้เป็นกลุ่มที่เฉพาะเจาะจง เพราะการรับชมรายการโทรทัศน์นั้นจะต้องจัดรูปแบบรายการให้เหมาะสมกับช่วงวัยแต่ละวัย
2. ควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์โทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว เพื่อนำผลที่ได้รับจากการวิจัยมาประกอบในการรับรู้ถึงพฤติกรรมของของผู้ชมโทรทัศน์มากขึ้น

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้ ได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัย จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม

## เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เอ็ดสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด.
- กาญจนา วิชาคุณ. (2543). *การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่สนับสนุนและต่อต้านสังคมที่ปรากฏในรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ทองไพบร่า สถาวรินทุ. (2543). การตัดสินใจยอมรับแนวคิดการจัดการศึกษาโดยครอบครัวของพ่อแม่ผู้ปกครอง. วิทยานิพนธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บรรเทิง พาพิจิตร. (2549). *สังคมวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ปาริชาติ แก้วมงคล. (2541). *ประสิทธิผลของรายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว*. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, สาขาวิชานิติศาสตร์การพัฒนาศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒. (2552). สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2563 จาก <http://rirs3.royin.go.th/word3/word-3-a0.asp>
- พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย พ.ศ. 2524. (2524). สืบค้นเมื่อ 25 มกราคม 2563 จาก [www.chaiwat.org/dict/index.php](http://www.chaiwat.org/dict/index.php)
- พวงชมพู บำรุงสุข. (2541). *กลยุทธ์การสร้างสรรครายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว*. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, สาขาวิชานิติศาสตร์การพัฒนาศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2553). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสาร*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มธุรดา เจริญทวีทรัพย์. (2545). *แนวทางในการสื่อสารเรื่องเพศศึกษาในครอบครัว*. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์, สาขาวิชานิติศาสตร์การพัฒนาศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2551). *คณะมนุษยศาสตร์ ภาควิชาบ้านและชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 19 มกราคม 2563 จาก <http://www.human.cmu.ac.th/~hc/ebook/006103/lesson1/02.htm>.
- วรวิทย์ อ่อนน่วม. (2560). รูปแบบรายการโทรทัศน์และการผลิตรายการโทรทัศน์ต้นแบบ สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัว. *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยรังสิต ประจำปี 2560*. กรุงเทพฯ.
- สุรดา จรุงกิจอนันต์. (2544). *การนำเสนอความบันเทิงในรายการเกมโชว์ พ.ศ.2543*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bpsmakom. (2556). *โครงสร้างของสังคม*. Retrieved January 17, 2020, from [http://www.bpsmakom.org/BP\\_School/Social/Institute-Social.htm](http://www.bpsmakom.org/BP_School/Social/Institute-Social.htm).
- Whetmore, (1995). *Mass Communication and Journalism*. (5th ed.). Wadsworth Publishing.



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



## หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (MPA)

เปิดรับสมัครนักศึกษา...

**สำหรับ...** บุคลากรภาครัฐที่ต้องการปรับวุฒิการศึกษา  
บุคคลทั่วไปที่ต้องการเป็นข้าราชการ และข้าราชการส่วนท้องถิ่น  
บุคลากรภาคเอกชนที่ต้องการเรียนรู้ด้านการบริหาร

เนื้อหาทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน และนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง  
เรียนรู้กับคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณภาพและมากประสบการณ์  
หลักสูตรได้รับการรับรองจาก สกอ.

มหาวิทยาลัยของรัฐ

**จบตามระยะเวลา 1 ปีครึ่ง**

สมัครได้ที่ >>> <https://www.rcim.in.th>



092-442-8000

