

พฤติกรรมกรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม

จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”



นางสาว วนัสนันท์ ทิพยจันทร์

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EXPOSURE, PERCEIVED UTILITY, AND ATTITUDE TOWARDS FAMILY INSTITUTION

AMONG AUDIENCES OF THE TV DRAMA "BAAN NEE MEE RUK"



Miss Wanasanant Thippayachan

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Development Communication

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อ
สถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการแข่งขันละครโทรทัศน์
“บ้านนี้มีรัก”

โดย

นางสาว วนัสนันท์ ทิพย์จันทร์

สาขาวิชา

นิเทศศาสตร์พัฒนาการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ พัชนี เขยจรรยา

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

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

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ พัชนี เขยจรรยา)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(อาจารย์ ดร. ศรีณย์ธร ศศิธนากรแก้ว)

ศูนย์วิทยุทัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วันสนันท์ ทิพย์จันทร์ : พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”.

(EXPOSURE, PERCEIVED UTILITY, AND ATTITUDE TOWARDS FAMILY INSTITUTION AMONG AUDIENCES OF THE TV DRAMA "BAAN NEE MEE RUK")

อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.พัชนี เสงยจรรยา, 100 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” (2) ศึกษาทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” (3) ศึกษาการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ต่อสถาบันครอบครัว และการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชาชนที่อาศัยและประกอบอาชีพอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งอาศัยอยู่ในเขตทั้ง 50 เขต และต้องเคยชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” จำนวนทั้งสิ้น 400 คน

ผลการวิจัย พบว่า (1) ผู้ชมส่วนใหญ่ติดตามชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากกว่า 1 ปี (2) ผู้ชมส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” อยู่ในระดับดี (3) ผู้ชมส่วนใหญ่มีการรับรู้ประโยชน์จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” อยู่ในระดับปานกลาง (4) พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์ กับทัศนคติของผู้ชมต่อสถาบันครอบครัวจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” (5) พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” และ (6) ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....
ปีการศึกษา 2553.....

ลายมือชื่อผู้คิด.....
ลายมือชื่ออ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5284881028 : MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION

KEYWORDS : EXPOSURE/ PERCEIVED UTILITY/ ATTITUDE/ FAMILY INSTITUTION

WANASANANT THIPPAYACHAN : EXPOSURE, PERCEIVED UTILITY, AND ATTITUDE TOWARDS FAMILY INSTITUTION AMONG AUDIENCES OF THE TV DRAMA "BAAN NEE MEE RUK". ADVISOR : ASSOC. PROF. PATCHANEE CHEYJUNYA, 100 pp.

The objectives of this research are (1) to study the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" of the audiences (2) to study the attitude of the audiences about the family institution from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" (3) to study the perceived utility of the audiences from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" (4) to study the relationship between the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" of the audiences, the attitude of the audiences about the family institution from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" and the perceived utility of the audiences from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk". These research methods is the quantitative research, a survey research with 400 audiences in Bangkok.

The result shows that (1) most of the audiences expose the TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" more than a year (2) most of the audiences have the positive attitude about the family institution from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" (3) most of the audiences have the average perceived utility from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" (4) the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" of the audiences has positive correlation with the attitude of the audiences about the family institution from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" (5) the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" of the audiences has positive correlation with the perceived utility of the audiences from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" and (6) the attitude of the audiences about the family institution from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk" has positive correlation with the perceived utility of the audiences from the exposure of TV Drama "Baan Nee Mee Ruk"

Department : Public Relations

Student's Signature

Field of Study : Development Communication

Advisor's Signature

Academic Year : 2010

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ รศ. พัทณี เขยจรรยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่เคารพ และรักที่สุด อาจารย์ได้กรุณาสละเวลาส่วนตัว ให้คำปรึกษาที่ดีเยี่ยมมาโดยตลอด จากงานวิจัยที่มองแทบไม่เห็นทาง กลับสว่างและชัดเจนขึ้นได้ในที่สุด และนอกจากแนวทางที่ชัดเจนแล้ว กำลังใจ บวกกับ รอยยิ้มของอาจารย์ ยังเป็นแรงผลักดันสำคัญ ที่ทำให้ผู้วิจัยเชื่อว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะสามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอบพระคุณ รศ. อวยพร พานิช ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ดร. ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก สำหรับคำแนะนำดีๆ ให้กับงานวิจัย และความเมตตา ความเข้าใจที่มอบให้กับผู้วิจัยเสมอมา ขอบพระคุณ รศ. ดร. ปรมะ สตะเวทิน ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ เกี่ยวกับ หลักนิเทศศาสตร์ ให้เข้าใจได้อย่างชัดเจนแจ่มแจ้ง นับเป็นโอกาสดีที่สุดสำหรับผู้วิจัย ที่ได้เรียนกับอาจารย์อีกครั้ง ในปีสุดท้ายที่อาจารย์เกษียณอายุราชการ

ขอบคุณใหม่ ออฟดี๊ก เป้ หลิน อีฐู โธ เพื่อนคนสำคัญ ที่คอยรับฟัง และเป็นกำลังใจให้สู้ต่อไป ในวันที่ท้อแท้ หมดหวังจนแทบถอดใจ

ขอบคุณแบงค์ พุกฤษ พี่อ้น พี่ลูกหัว34 มะเดี่ยว35 มั่น35 จั๊ด37 ลูกกอล์ฟ 40 กอล์ฟ พักกิ่งฮีโร่ และพี่น้อง พี่บี พี่รพ. พระมงกุฎ ที่ทำให้ “โครงการยาใจ” กลายเป็น “ยา” ขนานเอกที่สามารถเยียวยาหัวใจให้กับเหล่าทหารกล้าได้เป็นอย่างดี แม้เป็นเพียงระยะเวลาสั้นๆ ก็ตาม

ขอบคุณพี่เอก และ พี่ต่าย พี่ใหญ่ใจดีของรุ่นที่คอยสอดส่องดูแล และคอยกระตุ้นน้องๆ ทุกคน อย่างทั่วถึงและอบอุ่นที่สุด ขอบคุณเฮ้ ตึก ที่คอยดูแลทั้งกายและใจในตลอดช่วงสองปีที่ผ่านมา ทั้งสองคนทำให้เชื่อว่าการที่เราเพิ่งได้รู้จักกันนั้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่ทำให้เราเกิดช่องว่างขึ้นระหว่างกันและกันเลย ขอบคุณน้องมิ่ง หนิง นุช พี่นา พี่เจียบ สำหรับน้ำใจและความห่วงใยที่มีให้กันเสมอ แก๊งออฟโฟร์ พี่ต่ายชล พี่แอม จอย ที่ร่วมชะตากรรม และก้าวไปด้วยกันตลอด อุ่นใจจริงๆ ค่ะ รวมไปถึง ต่าย สิริ เนตร ออย พี่เหม้ม ยินดีที่ได้รู้จักทุกคนจริงๆ

ขอบคุณนุ้ยวไล นุ้ยขาว กิ๊ฟ พี่สายันท์ พี่สุรีย์ พี่ติ้ะ ทีมงานนิเทศสารชีวิตรัก-ชีวิตมายา ที่เป็นหัวเรี่ยวหัวแรงสำคัญในการเรียนปริญญาโท ทุกงานจะสำเร็จไปไม่ได้เลย หากขาดความช่วยเหลือจากทีมงานที่เข้มแข็งเช่นนี้ ขอบคุณจริงๆ ที่เชื่อมั่นกันมาโดยตลอด

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณครอบครัวที่รักยิ่ง ยาย ตา พ่อ แม่ น้ำปู้ น้ำเปิ้ล ที่เป็นห่วงดูแล เป็นกำลังใจ เป็นทุกสิ่งทุกอย่างในชีวิต ขอขอบคุณ พี่อาร์ม พี่จุ่ม พี่อิฐ พี่ไอ้ สำหรับคำแนะนำและกำลังใจที่มีให้อย่างล้นเหลือ ขอใจเฟิร์น ฝุ่น สำหรับการเป็นน้องที่แสนดี และที่สำคัญขอใจน้องโอม น้องชายสุดที่รัก ผู้เป็นเบื้องหลังในหลายๆ งานที่ผ่านมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2.วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3.ปัญหำนำการวิจัย.....	7
1.4.ขอบเขตการวิจัย.....	7
1.5.นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	8
1.6.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1.แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....	10
2.2.แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้.....	12
2.3.แนวคิดเกี่ยวกับความรู้.....	14
2.4.แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	17
2.5.แนวคิดพฤติกรรม.....	21
2.6.แนวคิดเกี่ยวกับรายการชิตคอม.....	27
2.7.แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว.....	30
2.8.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	38
3.1.รูปแบบการวิจัย.....	38
3.2.ประชากร.....	38
3.3.กลุ่มตัวอย่าง.....	38
3.4.วิธีการสุ่มตัวอย่าง.....	39
3.5.ตัวแปรและการวัดตัวแปร.....	42
3.6.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	45
3.7.การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	46
3.8.การประมวลผลข้อมูล.....	47
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
4.1.ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	49
4.2.ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	56
4.3.การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	57
4.4.การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไป.....	62
4.5.การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	66
4.6.การวิเคราะห์ระดับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	70
4.7.การวิเคราะห์ระดับทัศนคติเกี่ยวกับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละคร โทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	73
4.8.การทดสอบสมมติฐาน	77
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	80
5.1.สรุปผลการวิจัย.....	81
5.2.ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา.....	82
5.3.ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน.....	85
5.4.อภิปรายผล.....	86
5.5.ข้อเสนอแนะ.....	90
รายการอ้างอิง.....	91
ภาคผนวก.....	93
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	100

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....	57
ตารางที่ 2	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....	58
ตารางที่ 3	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
ตารางที่ 4	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....	60
ตารางที่ 5	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้.....	61
ตารางที่ 6	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการดูโทรทัศน์ ในแต่ละวัน.....	62
ตารางที่ 7	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดู โทรทัศน์.....	63
ตารางที่ 8	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการชม รายการโทรทัศน์ ในวันจันทร์ – ศุกร์.....	64
ตารางที่ 9	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการชม รายการโทรทัศน์ในวันเสาร์ – อาทิตย์.....	65
ตารางที่ 10	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการ ติดตามชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก".....	66
ตารางที่ 11	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการชมละคร โทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก".....	67
ตารางที่ 12	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการชม ละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก".....	68
ตารางที่ 13	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการชมละคร โทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก".....	69
ตารางที่ 14	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักละคร โทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก".....	70
ตารางที่ 15	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ ประโยชน์ของผู้ชม จากการชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก".....	71

ตารางที่ 16	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติที่มีต่อสถาบันครอบครัวจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”.....	74
ตารางที่ 17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”.....	77
ตารางที่ 18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับการรับรู้ประโยชน์ ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”.....	78
ตารางที่ 19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”.....	79



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1	กรอบการวิจัยในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก””	35
ภาพที่ 2	แสดงตัวอย่างภาพตัวละครชื่อ อารักษ์(รัก)ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	50
ภาพที่ 3	แสดงตัวอย่างภาพตัวละครชื่อ ริน ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	51
ภาพที่ 4	แสดงตัวอย่างภาพตัวละครชื่อ แสงค์ และมิก ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	52
ภาพที่ 5	แสดงตัวอย่างภาพตัวละครชื่อ ลิงก์ ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	53
ภาพที่ 6	แสดงตัวอย่างภาพตัวละครชื่อ กรรณิการ์ (น้อย) ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	54

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ครอบครัวเป็นสถาบันทางสังคมที่สำคัญที่สุด เป็นหน่วยของสังคมที่มีความสัมพันธ์และความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด เป็นสถาบันที่มีความคงทนที่สุด และยังไม่เคยปรากฏสังคมมนุษย์ใดไม่มีสถาบันครอบครัว เพราะมนุษย์ทุกคนจะต้องอยู่ในสถาบันนี้ เนื่องจากเป็นสิ่งกลุ่มแรกที่เราต้องเผชิญตั้งแต่แรกเกิดจนเติบโตในครอบครัว ครอบครัวจะให้ตำแหน่งชื่อและสกุล ซึ่งเป็นเครื่องบอกสถานภาพและบทบาทในสังคมที่เรามีส่วนร่วมด้วย ตลอดจนกำหนดสิทธิ และหน้าที่ที่สมาชิกมีต่อกันและต่อสังคม (ปาริชาติ แก้วมงคล: 2541) ดังนั้น ความผูกพันรักใคร่ในครอบครัวเป็นรากฐานของความสุขแห่งชีวิต เป็นรากฐานความสามัคคีในสังคมและประเทศชาติ ทุกชีวิตในสังคมย่อมเริ่มต้นมาจากครอบครัว สังคมจะดีไม่ดีขึ้นขึ้นอยู่กับจุดเริ่มต้นคือ สถาบันครอบครัว ถ้าสถาบันครอบครัวแตกแยกและไม่แข็งแรง ดังนั้นจะก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมา ซึ่งเรามักเห็นได้จากตามข่าวหน้าหนังสือพิมพ์ ว่ามีข่าวเรื่องปัญหาครอบครัว และอาชญากรรม เกิดขึ้นในสังคมไทยในปัจจุบันบ่อยครั้ง

“เศรษฐกิจเครือชื้อโกศเก็บไว้บอกญาติสวดยดีก่อนยิงตัวตาย”

เศรษฐกิจเครือชื้อโกศเก็บไว้บอกญาติสวดยดีก่อนยิงตัวตาย ก่อนก่อเหตุเคยบ่นกับญาติใกล้ชิดว่าเครือชื้อปัญหาครอบครัวและสุขภาพ และชื้อโกศมาเตรียมใส่กระดูกบอกญาติสวดยดี เลยชื้อมาเก็บไว้ แถมยังบอกคนรู้จ้ออย่าลืมมางานศพด้วย โดยทุกคนคิดว่าพุดเล่น จนกระทั่งเกิดเรื่องเศร้าในที่สุด

ศูนย์วิทยุโทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่มา น.ส.พ.บ้านเมือง 20 ก.ย. 2552

“ลูกทรพีจัดจากฆ่าพ่อแม่หวังมรดก10ล. แผนชั่วแตก”ทูตมรณะ”มีพิรุณไปวางบนศพพ่อได้อย่างไร ตำรวจเค้นสอบสวนสภาพสิ้นใจ จัดจากฆ่าพ่อแม่ดับสยของคาบ้าน”

รวบลูกทรพีละโมบหวังสุบเงินประกัน-มรดกนับ 10 ล้าน สบโอกาสน้องชายไปทำรายงานนอนค้างบ้านเพื่อน วางแผนชั่วแกล้งขับรถไปเทียบนอกบ้านกลางดึกก่อนย้อนกลับมาซัดโวพ่อตายเป็นศพแรก แล้วบุกเข้าห้องนอนยิงแสดหน้าแม่เป็นศพที่สอง จัดจากเสริจสรรพทำเป็นถูกแก๊งคนร้ายย่องจัดบ้านบุกปล้นและดวลปืนกันจนพ่อแม่ตกเป็นเหยื่อโจร แต่แผนล้มเพราะดัน

เอาปืนพอกที่มายิงทำที่ดวลปืนกับโจรไปวางไว้บนศพ แถมให้การมีพิรุณความเลยแตก ตำรวจแจ้ง
 ซื่อหาหนักฆ่าบุพการีโทษถึงประหารชีวิต

ที่มา น.ส.พ.เดลินิวส์ 27 ก.ย. 2552

“ลูกทรพีฆ่าแม่ อ้างมีเสียงผู้หญิงสั่งให้ทำ”

ก่อนเกิดเหตุเมื่อเวลาประมาณ 01.00 น.วันที่ 18 พ.ค.นี้ นางค่านวน ได้ดูดา
 นายกฤษณะ ลูกชายที่ติดสามีเก่าว่า เอาแต่กินเหล้าเมายาเสพติดไม่ยอมทำกากรงาน ซึ่งนายก
 ฤษณะ ได้โต้เถียงและด่านางค่านวน จากนั้นก็ได้ใช้เชือกรัดคอ นางค่านวนพยายามส่งเสียงร้องให้
 คนช่วย แต่ไม่มีใครกล้าเข้าไป เพราะนาย กฤษณะอยู่ในสภาพเมายา จากนั้นนายกฤษณะได้ใช้
 เชือกลากคอบางค่านวนเดินไปมานานประมาณ 2 ชั่วโมง จนทางตำรวจได้รับแจ้งเหตุ เดินทางขึ้น
 ไปถึงนางค่านวนเสียชีวิตไปแล้ว

ที่มา น.ส.พ. ไทยรัฐ 20 ส.ค. 2552

จากตัวอย่างประเด็นปัญหาดังกล่าวที่หยิบยกที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในปัจจุบัน ทำ
 ให้สถาบันครอบครัวมักจะเป็นสถาบันหลักที่มักจะถูกนำไปเกี่ยวข้องอยู่เสมอว่า เป็นสาเหตุสำคัญ
 ที่ก่อให้เกิดปัญหาสังคมต่างๆ เหล่านั้น ซึ่งปัญหาต่างๆ ที่มักเกิดขึ้นในสังคมมักจะมีจากพื้นฐานของ
 ครอบครัวเป็นหลัก เนื่องจากสถาบันครอบครัวเป็นพื้นฐานสำคัญ ในการขัดเกลาสังคม
 (Socialization) เพื่อปลูกฝังค่านิยม จริยธรรม คุณธรรม ระเบียบวินัยให้กับสังคม และทำหน้าที่ให้
 ความอบอุ่น เป็นสถาบันแรกที่มนุษย์ใกล้ชิดและผูกพันกับมนุษย์ยาวนานที่สุด อาจกล่าวได้ว่า
 ตั้งแต่เกิดจนกระทั่งเสียชีวิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปัจจุบันสถานภาพของครอบครัวไทยแปรเปลี่ยนไปจากการร่วมกันของสมาชิกใน
 ครอบครัวหลายรุ่น ไปสู่การเป็นครอบครัวขนาดเล็กที่มีเพียงพ่อ-แม่-ลูก ด้วยภาวะบีบคั้นทาง
 เศรษฐกิจทำให้พ่อแม่ต้องย้ายถิ่นไปทำงานที่อื่นมากขึ้น ทั้งที่ส่วนใหญ่ต้องการเลี้ยงลูกด้วยตัวตน
 เอง พ่อแม่ส่วนใหญ่ฝากท้องและคลอดกับสถานบริการสาธารณสุข (จันทร์เพ็ญ ชูประภาวรรณ
 และคนอื่นๆ 2541 : 12) ผลจากสภาพความสัมพันธ์ในครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอันมี

เหตุมาจากการพัฒนาประเทศที่ขาดความสมดุล ล้วนมีผลต่อสถาบันครอบครัวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผลทำให้เกิดการขาดความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัวโดยเฉพาะพ่อและแม่มีเวลาให้ครอบครัวไม่เพียงพอ ย่อมส่งผลให้ลูกหรือเยาวชนในอนาคตต้องประพฤติตนไม่เหมาะสมเช่นกัน

“การใช้ความรุนแรงในครอบครัว ทั้งการทำร้ายทางร่างกายด้วยการตบตี”

การที่ครอบครัวตกอยู่ในภาวะน่าห่วงสำคัญเกิดจากปัจจัยภายในเกาะกินชีวิตคู่ให้อับปาง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้ความรุนแรงในครอบครัว ทั้งการทำร้ายทางร่างกายด้วยการตบตี ตะบอง ทุบตี ทุบตี ว่าร้าย ทะเลาะวิวาท และทางจิตใจจากการ นอกใจ รวมไปถึงการที่คนในบ้านหมกมุ่นกับอบายมุขกินเหล้าเมายา บ้าห่วย ซึ่งอาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับระบบทุนนิยม ทำให้คนไทยต้องปากกัดตีนถีบเอาตัวรอด สภาพครอบครัวไทยจึงอยู่ในวังวนเช่นนี้เรื่อยมา

ที่มา น.ส.พ.คมชัดลึก 2552

“สถิติครอบครัวไทยเพียงหักฟุ้งหย่าชั่วโงงละ 10 คน”

ปัจจุบันประเทศไทยมีครอบครัว 20 ล้านกว่าครอบครัว จากข้อมูลของกรมการปกครองกระทรวงมหาดไทย พบว่า ในรอบ 10 ปีมานี้ สังคมไทยมีการ หย่าร้าง เพิ่มขึ้น 2 เท่าตัว จากปี 2539 มีการหย่าร้อยละ 13 โดยมีผู้จดทะเบียนสมรส 436,831 คน หย่า 56,718 คน ข้อมูลล่าสุดในปี 2549 มีผู้จดทะเบียนสมรส 347,913 คน หย่า 91,155 คน คิดเป็นร้อยละ 26 หรือกล่าวได้ว่า มีคนไทยมีการ หย่าร้าง 1 คู่ทุกๆ การจดทะเบียน 5 คู่ โดยเฉลี่ยหย่าร้างกันชั่วโงงละ 10 คน

ที่มา กระทรวงสาธารณสุข 2552

จะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ในครอบครัวที่อ่อนแอมีผลโดยตรงต่อสมาชิกในครอบครัวซึ่งเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่าของชาติ ถึงแม้ว่าครอบครัวจะเป็นสถาบันทางสังคมที่เล็กที่สุด แต่กลับมีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์ จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องช่วยสร้างและพัฒนาครอบครัวให้เป็นครอบครัวที่มั่นคงไม่เปราะบาง เพราะครอบครัวที่มั่นคงจะช่วยป้องกันหรือลดปัญหาที่จะเกิดขึ้นแก่สังคมโดยรวม ซึ่งการที่ครอบครัวจะดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สมพันธภาพความสัมพันธ์ภายในครอบครัวเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นและ

สำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นตัวนำไปสู่ความรักความอบอุ่นภายในครอบครัว เมื่อได้ที่สมาชิกในครอบครัวอยู่ร่วมกันด้วยความรักความเข้าใจกัน ความสงบสุขก็จะเกิดขึ้นส่งผลให้เกิดความรักใคร่กลมเกลียวกัน อันมีผลไปถึงลูกหลานที่จะเติบโตขึ้นมาเป็นสมาชิกที่ดีและมีประสิทธิภาพของสังคมในอนาคต ในเวลาเดียวกันหากครอบครัวขาดสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อกันก็จะเป็นสาเหตุนำไปสู่ปัญหาสังคมต่างๆ ที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่งในปัจจุบัน (ดร.โสภณ (ชูพิกุลชัย) ซปีดมันน์, 2542: 121)

สังคมสมัยใหม่ สถาบันครอบครัวได้มีบทบาทน้อยลงไป จากครอบครัวขยายกลายเป็นครอบครัวเดี่ยว ความสัมพันธ์และความผูกพัน รวมทั้งโอกาสที่ผู้อาวุโสจะอบรมสั่งสอนเพื่อถ่ายทอดสิ่งต่างๆ ให้กับบุตรหลานก็ลงน้อยลงไปด้วย ในช่วงเวลาของการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบของครอบครัวในสังคมไทยนี้ สื่อมวลชนได้ก้าวเข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ เพราะเป็นสื่อที่มีลักษณะพิเศษในความเหมือนจริงและเข้าถึงครอบครัว ทุกวัน เวลาและสถานที่ ดังนั้นโทรทัศน์จึงมีโอกาที่จะทำหน้าที่แทนสถาบันครอบครัวในการถ่ายทอดสิ่งต่างๆ เข้าสู่ผู้ชมรายการ ดังนั้นในการถ่ายทอดมรดกทางสังคม อันได้แก่ ทัศนคติ ค่านิยม ความเชื่อ และความคิดเห็น ฯลฯ จึงเกิดจากสื่อเป็นสำคัญ ซึ่งเมื่อทุกครอบครัวเปิดรับสื่อ กระบวนการเรียนรู้ทางอ้อมจากสื่อสู่ครอบครัวจึงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและตลอดเวลา

ดังนั้น สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ในฐานะตัวแทนสังคม (Social Agent) ในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่บุคคลในสังคม การเรียนรู้ของบุคคลในสังคมจากสื่อจะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ผู้ที่รับชมรายการจะได้รับการปลูกทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ตลอดจนความคิดเห็นต่างๆ ไปโดยไม่รู้ตัว และผู้รับสารแต่ละคนก็จะมีประสบการณ์สิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน และกลายเป็นทัศนคติ ค่านิยมความเชื่อและความคิดเห็นของแต่ละบุคคลไป ซึ่งกระบวนการต่างๆ เหล่านี้ เรียกว่า กระบวนการสังคมประกิต (Socialization)

โทรทัศน์ เป็นสื่อมวลชนสื่อหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากผู้รับสารในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ ทั้งนี้เพราะโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีคุณสมบัติพิเศษในตัวเองหลากหลายประการ คือโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีทั้งภาพและเสียง มีสีสันเหมือนจริง และยังเป็นแหล่งของความบันเทิงที่เข้าถึงผู้ชมรายการได้ทุกวัน เวลาและทุกสถานที่ ดังนั้นทุกครั้งที่ย่ออกอากาศ จึงได้รับความนิยมมากกว่าสื่อมวลชนอย่างอื่น เข้าถึงผู้ชมทุกบ้าน อิทธิพลของโทรทัศน์มีผลต่อพฤติกรรม (แสงทิพย์ อัครวิริยะกิจ, 2547) นอกจากนี้โทรทัศน์ยังมีความหลากหลายของรายการให้ผู้รับชมเลือกสรรมากมายหลายประเภท และคุณสมบัติที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ โทรทัศน์เป็นสื่อของความบันเทิงที่

มีราคาถูกคุ่มค่า กล่าวคือ ผู้รับชมรายการสามารถซื้อโทรทัศน์เพียงหนึ่งเครื่องก็สามารถเปิดรับชมรายการต่างๆ ได้ โดยไม่ต้องจ่ายเงินค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายบริการใดๆ เพิ่มเติมขึ้นอีก ผู้รับชมรายการสามารถชมรายการได้ทุกวันทุกเวลาพร้อมกับรับความเพลิดเพลินตลอดจนข่าวสารความรู้ต่างๆ ได้ทุกสถานที่ (กรรณิการ์ เวียงเพิ่ม, 2539)

นอกจากนี้ De Fleur (1964 : 55) ยังได้กล่าวไว้ว่า นอกจากรายการโทรทัศน์จะให้ความบันเทิงเป็นหลักแล้ว ในลักษณะของอิทธิพลทางอ้อมรายการโทรทัศน์ยังเป็นแหล่งความรู้ทำหน้าที่ในการขัดเกลาสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการที่สอนให้รู้ถึงการปฏิบัติตัวในสังคม รายการโทรทัศน์จึงเป็นตัวแทน (Socializing agent) ในการบอกสมาชิกในสังคมให้รู้ถึงเป้าหมาย ค่านิยม บทบาทและแบบอย่างของสังคมโดยวิธีทางอ้อม ผู้ชมรายการโทรทัศน์จึงเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ในลักษณะที่ไม่รู้ตัว

ปัจจุบันสังคมไทยมีการรับเอาวัฒนธรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ จากต่างประเทศ เข้ามาใช้ได้ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชนทั้งในระดับสังคมและครอบครัว และจากกระแสโลกาภิวัตน์นั้น ทำให้สื่อโทรทัศน์มีการปรับตัว และเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นการออกอากาศรายการสด การรายงานข่าวด้วยรถถ่ายทอดที่ทันต่อเหตุการณ์ หรือการถ่ายทอดสดกีฬาต่างประเทศ ซึ่งมา ณ วันนี้อย่างนี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตมนุษย์ในสังคมไปแล้วจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ความรู้และความบันเทิงที่ผู้คนในสังคมได้รับจาก โทรทัศน์ เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์มหาศาล ในขณะเดียวกันก็อาจเป็นโทษที่ไม่สามารถประเมินก็ได้ โทรทัศน์กลายเป็นสื่อแห่งการลอกเลียนแบบ พฤติกรรม ที่เป็นทั้งด้านดีและด้านลบ เช่น วัฒนธรรม ความเชื่อสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ประโยชน์ที่สำคัญของโทรทัศน์ คือ การให้ความรู้ในงานของข่าวสาร การชี้ให้สังคมตระหนักถึงโทษและอันตรายต่างๆ การสร้างความสามัคคีของคนในชาติ การปลูกฝังค่านิยมอันดีงามให้กับกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย สิ่งเหล่านี้คือหน้าที่หลักและเป็นประโยชน์ที่โทรทัศน์ให้กับสังคม เมื่อมีด้านดีก็ต้องมีด้านที่ตรงกันข้าม บ่อยครั้งที่โทรทัศน์ก็สร้างและเป็นตัวอย่างของพฤติกรรมที่ไม่ดีในสังคม เช่น ผลกระทบของเด็กที่เกิดจากการดูโทรทัศน์ การลอกเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่ดีงามจากรายการและละครทางโทรทัศน์ เช่น การชิงดีชิงเด่น การแก้แค้น การพูดจาด้วยภาษาที่ไม่สุภาพ การแต่งกายที่ล่อแหลม เป็นต้น (กัลญ วรพิทยุต, 2550)

รายการโทรทัศน์รูปแบบใหม่ๆ จึงถูกนำเสนอออกมาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นรายการสารคดีที่บันเทิงรายการเฉพาะกลุ่มเป้าหมาย รายการ Reality Shows รายการท่องเที่ยว รวมถึงละครซีทคอมที่เริ่มแพร่หลายในปัจจุบัน จะเห็นได้ว่ารายการทางโทรทัศน์ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพล หรือ แรงบันดาลใจ มาจากรายการโทรทัศน์ในต่างประเทศ ซึ่งบางรายการก็เหมาะสมกับรสนิยมของคนไทย บางรายการก็มีผลที่ตรงกันข้าม สังคมไทยเป็นสังคมที่ไม่สามารถตัดขาดจากการชมโทรทัศน์ได้ ไม่ว่าจะเป็นเด็ก ผู้ใหญ่ ความรู้มาก หรือน้อยแค่ไหน โทรทัศน์เป็นเครื่องมือที่สร้างความบันเทิงให้กับคนทุกเพศทุกวัย และเข้าถึงคนจำนวนมาก อย่างไม่มีสื่อชนิดอื่นใดมาทดแทนได้ โทรทัศน์จึงกลายเป็นความบันเทิงที่สามารถเข้ามาสร้างจุดเปลี่ยนทางสังคมไทย ตั้งแต่อดีตปัจจุบัน และก้าวต่อไปสู่นาคต ถึงแม้จะเกิดเทคโนโลยีใหม่ๆ แต่อย่างไรก็ตามคงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าโทรทัศน์เป็นสิ่งที่สร้างและทำลายสังคมได้ ถ้าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ขาดความรับผิดชอบ และตระหนักถึงความสำคัญที่โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อคนจำนวนมาก สามารถเปลี่ยนแปลงและกำหนดให้สังคมเดินไปในทิศทางที่ถูกต้อง เมื่อนั้นโทรทัศน์ก็จะกลายเป็นเครื่องมือที่ให้ประโยชน์อย่างสูงสุด ต่างจากสิ่งทีคนในสังคมส่วนหนึ่งตั้งคำถามถึงแต่เพียงโทษของโทรทัศน์เหมือนในปัจจุบันนั่นเอง

แต่ในปัจจุบันนี้ จะเห็นได้ว่า มีรายการโทรทัศน์มากมาย ที่พยายามจะทำหน้าทีเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่ผู้ชม ทั้งละครโทรทัศน์ รายการเกมโชว์ รายการวาไรตี้ และอีกมากมาย หลากหลายรายการ รวมไปถึงรายการโทรทัศน์ที่เรียกว่า “ซีทคอม” (Situation Comedy)

รายการโทรทัศน์แบบ “ซีทคอม” คือละครโทรทัศน์ที่ถูกสร้างเรื่องขึ้นตามสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้น และในประเทศไทย ก็มีรายการโทรทัศน์ประเภทนี้อยู่ไม่น้อย แต่ด้วยเหตุผลตามที่กล่าวมาข้างต้น เกี่ยวกับปัญหาของสถาบันครอบครัวในปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงมุ่งความสนใจไปที่ละครโทรทัศน์เรื่อง “บ้านนี้มีรัก”

โดยเหตุผลที่เลือกศึกษาละครโทรทัศน์เรื่อง “บ้านนี้มีรัก” คือ ละครเรื่องนี้ มีเนื้อหาสาระที่เน้นหนักไปทางด้านที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ที่เราสามารถเห็นได้ทั่วไปในครอบครัวปัจจุบัน ที่ย่อมมีทั้งความคิดเห็นที่เหมือนหรือแตกต่างกันออกไป โดยในแต่ละตอนจะยกปัญหาที่เกิดขึ้นมาให้เห็นอย่างชัดเจน และสามารถจบลงด้วยการแก้ปัญหาอย่างถูกต้องในตอนท้ายของเรื่อง และขั้นตอนการคลี่คลายปัญหานั้น เป็นไปอย่างเข้าอกเข้าใจกัน ดังสโลแกนของเรื่อง นั่นก็คือ “ครอบครัวตัวอย่าง ที่ไม่เคยร้างเรื่องความรัก พร้อมจะโอบกอดผู้ชมด้วยหัวใจอันแสนอบอุ่น”

ดังนั้นทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษา “พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติ ต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”” โดยศึกษาวิเคราะห์รูปแบบวิธีการนำเสนอเนื้อหา เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว และทัศนคติของผู้ชมรายการ รวมทั้งการนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว ซึ่งเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาการผลิตรายการโทรทัศน์ในลำดับต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมละคร ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว และการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ปัญหาคำถามการวิจัย

1. พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ของผู้ชมเป็นอย่างไร
2. ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” เป็นอย่างไร
3. การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” เป็นอย่างไร
4. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว หรือไม่ อย่างไร
5. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมหรือไม่ อย่างไร
6. ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวมีความสัมพันธ์การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมหรือไม่ อย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่รับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ออกอากาศทุกวันอาทิตย์ เวลา 18.00 น. ทางโมเดิร์นไนน์ทีวี ซึ่งเป็นผู้ชมที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

การนำเสนอ หมายถึง วิธีการถ่ายทอดเนื้อหารายการผ่านรูปแบบ เนื้อหา และวิธีการเพื่อสร้างสรรค์รายการให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่าของสถาบันครอบครัว และนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวของกลุ่มเป้าหมาย

ละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” คือ รายการละครประเภท Situation Comedy แนวสร้างสรรค์สังคม โดยมี Slogan ประจำรายการ คือ “ครอบครัวตัวอย่างที่ไม่เคยร้างเรื่องความรัก” พร้อมจะโอบกอดผู้ชมด้วยหัวใจอันแสนอบอุ่น” ออกอากาศ ทุกวันอาทิตย์ 18.00 – 19.00 น. ทางช่อง Modern 9 เวลาออกอากาศรวม 60 นาที ต่อสัปดาห์

สถาบันครอบครัว หมายถึง การอยู่ร่วมกันของกลุ่มบุคคลที่เป็นสมาชิก ซึ่งมีความสัมพันธ์ ผูกพันกัน ประกอบด้วยคนมากกว่า 1 คนขึ้นไป ที่มีความผูกพันกัน สัมพันธ์กันทางสายโลหิตหรือกฎหมาย โดยความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ในสังคม และสมาชิกในครอบครัวจะมีบทบาทตามที่สังคมให้ความหมาย เช่น บิดา มารดา บุตร ในที่นี้หมายถึงความสัมพันธ์อันดีภายในครอบครัวที่ได้รับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

รายการโทรทัศน์เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัว หมายถึง รายการโทรทัศน์ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์รายการ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเห็นคุณค่าของสถาบันครอบครัว และนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์อันดีในครอบครัวของกลุ่มเป้าหมาย

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” หมายถึง ระดับความถี่หรือความบ่อยในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ในแต่ละเดือน และระยะเวลาในการชมรายการในแต่ละครั้ง และความต่อเนื่องในการชมรายการของผู้ชม

ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” หมายถึง ความคิดเห็นและความรู้สึกนึกคิดของผู้ชมที่มีต่อสถาบันครอบครัวจากการชมรายการโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” หมายถึง ความรู้สึกที่ผู้ชมได้รับการตอบสนองจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ได้รับรู้ว่าจะสามารถนำสาระความรู้ ไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ได้แก่ การดำเนินชีวิตประจำวัน, เรียนรู้การตัดสินใจแก้ปัญหาและลดปัญหาความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในสังคมอย่างประนีประนอม, เรียนรู้วิธีการครองเรือนให้มีความสุขและอบอุ่น เพื่อป้องกันปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต รวมไปถึงได้เรียนรู้การอบรม ดูแลลูกหลานในการดำเนินชีวิตได้อย่างถูกต้อง และถูกวิธี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ต่อผู้ผลิตรายการ

เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง หรือเป็นแนวทางในการผลิตปรับปรุง สร้างสรรค์ และพัฒนาละครโทรทัศน์ เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น

ประโยชน์ต่อผู้ชม

เพื่อให้เกิดสื่อสร้างสรรค์สังคม และ ส่งเสริมสถาบันครอบครัว ที่มีประสิทธิภาพตอบสนองตามความต้องการของประชาชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติ ต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”” นี้ได้อาศัยหลักแนวคิดและทฤษฎี เพื่อใช้เป็นแนวทางและกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. แนวคิดเรื่องการรับรู้
3. แนวคิดเกี่ยวกับความรู้
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
6. แนวคิดเกี่ยวกับรายการซิทคอม (Situation-comedy)
7. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว
8. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร

ข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์ ความต้องการข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจหรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง บุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างเข้ามาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วน ที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตนเอง แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ ได้มีการเลือกรับรู้ขึ้นเกิดจากคุณสมบัติ พื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่

1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ เช่น กระบวนการเลือกรับข่าวสาร การเลือกรับรู้ตามทัศนคติ และประสบการณ์เดิมของตน
2. องค์ประกอบทางด้านสังคม สภาพแวดล้อม เช่น ครอบครัว วัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางประชากร เช่น อายุ เพศ ภูมิฐานะ การศึกษา ตลอดจนสถานภาพทางสังคม

แม็คคอมบส์ และเบ็คเคอร์ (Mc Combs and Becker, 1979) ได้ให้ความเห็นว่าบุคคลเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อตอบสนองของความต้องการ 4 ประการ คือ

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance) โดยการติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์สิ่งต่าง ๆ รอบตัวจากสื่อมวลชน เพื่อจะได้รู้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรรู้
2. เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การเปิดรับข่าวสาร ทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัวได้
3. เพื่อการพูดคุยสัมมนา (Discussion) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพูดคุยกับผู้อื่นได้
4. เพื่อความต้องการมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อรับรู้และมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ความเป็นไปได้ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมและรอบ ๆ ตัว

ในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ผู้รับสารอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าว (Selective Process) ซึ่งมีขั้นตอนต่าง ๆ คือ

1. การเลือกรับหรือการเลือกใช้ (Selective Exposure) จะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตน
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับซึ่งสอดคล้องหรือเข้ากันได้กับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติ หรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกลึกซึ้งของเขาจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจและสับสนได้
3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเองหรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่ถูกคนเลือกให้ความสนใจเลือกรับรู้และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้ในประสบการณ์ ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ (Perception)

ในการศึกษาถึงการยอมรับหรือปฏิเสธของบุคคลนั้น นอกเหนือจากการวิเคราะห์ผู้รับสารแล้ว ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องอย่างเห็นได้ชัดอีกอย่างหนึ่ง คือ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ ทัศนคติและพฤติกรรม ดังจะกล่าวดังต่อไปนี้

การรับรู้ เป็นกระบวนการที่มนุษย์เราจะเข้าใจสิ่งเร้าหนึ่งทีปรากฏกับประสาทสัมผัสส่วนใดส่วนหนึ่งของเรา การที่มนุษย์รับรู้ว่าการต้องการของคนเราเป็นอย่างไร แรงจูงใจของมนุษย์เราเป็นอย่างไร การรับรู้ดังกล่าวจะกำหนดว่ามนุษย์จะมีทัศนคติอย่างไร ควรจะชอบหรือไม่ชอบ ควรจะเห็นคุณค่า หรือไม่ควร คนเรารับรู้โดยผ่านระบบสัมผัส ซึ่งได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง และกล้ามเนื้อ ข่าวสารที่ระบบรับสัมผัสจากสิ่งแวดล้อม จะถูกส่งต่อไปยังสมอง เพื่อให้เกิดเป็นความรู้สึก เป็นการเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น ได้รส ความรู้สึก ร้อน หนาว ฯลฯ ความรู้สึก (Sensation) เป็นการตอบสนองขั้นแรกสุดของคนเราต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม สมองจะตีความรู้สึกออกไปอีกขั้นหนึ่ง เป็นการรับรู้ (Perception) ว่าสิ่งที่เห็น ได้ยิน หรือรู้สึกคืออะไร กระบวนการรับรู้จึงเป็นการตีความข่าวสารที่สมองได้รับ ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแปรหลายอย่าง เช่น ประสบการณ์เดิม หรือการเรียนรู้เดิม ความคาดหวังในขณะนั้น ทัศนคติ ค่านิยม และสิ่งแวดล้อมรอบๆ ของสิ่งเร้าที่เรารับรู้

การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกรับสาร (Select) การจัดสรร (Organize) เข้าด้วยกัน และการตีความสาร (Interpret) ที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเองโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และสิ่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ทุกคนมีความสนใจและรับรู้

ต่างกัน โดยทั่วไปการรับรู้ที่แตกต่างกันเกิดอิทธิพลหรือตัวกรอง (Filter) บางอย่าง (พีชนี เศษจรรยา, 2538) ได้แก่

1. แรงผลักดันหรือแรงจูงใจ (Motive) เรายังเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง
2. ประสบการณ์เดิม (Past experience) คนเราต่างเติบโตขึ้นมาในสภาพแวดล้อมต่างกัน ถูกเลี้ยงดูด้วยวิธีต่างกัน และคบค้าสมาคมกับคนต่างกัน ทำให้อาจจะมีประสบการณ์เดิมที่ต่างกันไปด้วย
3. กรอบอ้างอิง (Frame of reference) ซึ่งเกิดจากการสั่งสมอบรมทางครอบครัวและสังคม ทำให้มีความเชื่อทัศนคติในเรื่องต่างๆ กันไป
4. สภาพแวดล้อม (Environment) คนที่อยู่ในสภาพแวดล้อมต่างกัน เช่น อุณหภูมิ บรรยากาศ สถานที่ ฯลฯ จะตีความสารที่รับต่างกัน การถูกตำหนิในห้องส่วนตัว ย่อมทำให้ผู้ถูกตำหนิรู้สึกต่างจากการตำหนิต่อหน้าผู้อื่น
5. สภาวะจิตใจและอารมณ์ (Mood) ได้แก่ ความโกรธ ความกลัว ฯลฯ เช่น เรามักจะมองความผิดเล็กน้อยเป็นเรื่องใหญ่โต ในขณะที่เราอารมณ์ไม่ดีหรือหงุดหงิด แต่กลับมองปัญหาหรืออุปสรรคใหญ่หลวงเป็นเรื่องเล็กน้อยในขณะที่มีความรัก

ขั้นตอนการรับรู้

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักกล่าวถึงบ่อยๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารไปยังผู้รับสาร นั่นคือ กระบวนการเลือกสรร (Selective processes) ของผู้รับสาร ซึ่งเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่ง Klapper (1960) ได้แบ่งขั้นตอนการกลั่นกรองไว้ดังนี้

1. การเลือกรับหรือใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจ และความต้องการของตนเองเพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน
2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) นอกจากบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อเดิมของบุคคลนั้น ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติและความ

เชื่อเดิม ทั้งนี้การที่บุคคลได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจและสับสนได้

3. เลือกรับรู้หรือตีความสาร (Selective Perception or Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้มาตามความเข้าใจของตนเองตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น

4. เลือกรับรู้ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจเลือกรับรู้และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้วบุคคลยังเลือกรับรู้เนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้เป็นประสบการณ์ในขณะเดียวกันก็มักลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตน

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ (Knowledge)

Good (1973) กล่าวว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง ความจริง เป็นข้อมูลที่มนุษย์ได้รับและเก็บรวบรวมจากประสบการณ์ต่างๆ การที่บุคคลจะยอมรับหรือปฏิเสธสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้อย่างมีเหตุผลบุคคลควรจะต้องรู้ในเรื่องเกี่ยวกับสิ่งนั้นเพื่อประกอบการตัดสินใจ นั่นก็คือ บุคคลจะต้องมีข้อเท็จจริงหรือข้อมูลต่างๆ มาสนับสนุนและให้คำตอบต่อข้อสงสัยที่บุคคลมีอยู่ ซึ่งแจ้งให้บุคคลเกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมทั้งเกิดความตระหนัก ความเชื่อ และค่านิยมต่างๆ ด้วย

Roger (1970) ได้ให้ความหมายของความรู้ไว้ว่า หมายถึง การรับรู้เบื้องต้นซึ่งบุคคลส่วนมากจะได้รับผ่านประสบการณ์โดยการเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้า (S-R) และจัดระบบโครงสร้างความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำและสภาพทางจิตวิทยา ด้วยเหตุนี้ ความรู้จึงเป็นความจำที่เลือกสรร ซึ่งสอดคล้องกับสภาพจิตใจของตนเอง เป็นกระบวนการภายในที่ผู้อื่นจะรับรู้ได้จากการอนุมานมากกว่าการสังเกตโดยตรง

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่า “ความรู้” เป็นพฤติกรรมขั้นต้นซึ่งผู้เรียนเพียงแต่จดจำได้อาจจะโดยการนึกได้หรือโดยการมองเห็น หรือได้ยิน จำได้ ความรู้ขั้นนี้ ได้แก่

ความรู้เกี่ยวกับคำจำกัดความ ความหมาย ข้อเท็จจริง ทฤษฎี รูปแบบ กฎ โครงสร้าง และวิธีการแก้ปัญหาเหล่านี้

แหล่งที่มาของความรู้ อาจแบ่งออกได้เป็น 5 แหล่ง ดังนี้

1. ความรู้ที่พระผู้เป็นเจ้าของ (Revealed Knowledge) เป็นความรู้ที่มตะเป็นที่เชื่อกันว่าความรู้ประเภทนี้จะทำให้คนเราเป็นปราชญ์ได้ ได้แก่ ความรู้ที่ได้จากคำสอนของศาสนาต่างๆ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นจริงเพราะความเชื่อ ใครจะดัดแปลงแก้ไขไม่ได้

2. ความรู้ที่ได้มาจากผู้เชี่ยวชาญ (Authoritative Knowledge) เช่น หนังสือพจนานุกรม การวิจัย เป็นต้น

3. ความรู้ที่เกิดจากการหยั่งรู้ (Intuitive Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงอยู่ในตนเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้อง คือ ความลำเอียง ความสนใจ ความชอบ

4. ความรู้ที่ได้จากการหาเหตุผล (Rational Knowledge) เป็นความรู้ที่แสดงความเป็นจริงในตนเอง ปัจจัยที่ทำให้การคิดหาเหตุผลไม่ถูกต้อง คือ ความลำเอียง ความสนใจ ความชอบ

5. ความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ (Empirical Knowledge) ได้แก่ การเห็น การได้ยิน การจับต้องได้ และการสังเกต

Benjamin B. Bloom (1971) ได้กล่าวถึง ความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ ว่ามีองค์ประกอบ 6 ประการ คือ

1. ความรู้ (Knowledge) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการจำ และการระลึกถึงเหตุการณ์หรือประสบการณ์ที่เคยพบมาแล้ว แบ่งเป็น

- ความรู้เกี่ยวกับเนื้อหา
- ความรู้เกี่ยวกับกลวิธี และการดำเนินงานที่เกี่ยวกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2. ความเข้าใจ (comprehensive) ทำให้ทราบถึงความสามารถในการใช้สติปัญญาและทักษะเบื้องต้น แบ่งเป็น

- การแปลความหมาย คือ แปลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกรูปแบบหนึ่ง โดยการรักษาความหมายให้ถูกต้อง

- การตีความ คือ ขยายจากเนื้อหาเดิมด้วยการสร้างขึ้นในรูปแบบใหม่

3. การนำไปใช้ (Application)

4. การวิเคราะห์ (Analysis)
5. การสังเคราะห์ (Synthesis)
6. การประเมินค่า (Evaluation)

การที่เราจะทราบว่าชาวบ้านมีความรู้เรื่องโรงแรมอยู่ในระดับใด จะต้องทำการประเมินความรู้ คือ การประเมินการเปลี่ยนแปลงความรู้เดิมในเนื้อหาที่เรียนรู้ และทักษะในการใช้เนื้อหาความรู้ของประชาชน ซึ่ง Bloom S. Benjamin (1971) ได้กล่าวว่่าที่ 6 ระดับ ดังนี้

1. ระดับระลึกได้ (Recall) หมายถึง การเรียนรู้ในลักษณะที่จำเรื่องเฉพาะวิธีปฏิบัติ กระบวนการ และแบบแผนได้ ความสำเร็จในระดับนี้ คือ ความสามารถในการดึงข้อมูลจากความจำออกมาได้

2. ระดับที่รวบรวมสาระสำคัญได้ (Comprehension) หมายถึงบุคคลสามารถทำบางสิ่งบางอย่างได้มากกว่าการจำเนื้อหาที่ได้รับ สามารถเขียนข้อความเหล่านั้นได้ด้วยถ้อยคำของตนเอง สามารถแสดงให้เห็นได้ด้วยภาพ ให้ความหมายแปลความ และเปรียบเทียบความคิดอื่นๆหรือคาดคะแนผลที่เกิดขึ้นต่อไปได้

3. ระดับการนำไปใช้ (Application) สามารถนำเอาข้อเท็จจริง และความคิดที่เป็นนามธรรม (Abstract) ปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

4. ระดับของการวิเคราะห์ (Analysis) สามารถใช้ความคิดในรูปของการนำความคิดแยกเป็นส่วน เป็นประเภท หรือการนำข้อมูลมาประกบกันเพื่อการปฏิบัติของตนเอง

5. ระดับการสังเคราะห์ (Synthesis) คือ การนำเอาข้อมูล แนวความคิด มาประกอบกันแล้วนำไปสู่การสร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งเป็นสิ่งใหม่แตกต่างไปจากเดิม

6. ระดับของการประเมิน (Evaluation) คือ สามารถในการใช้ข้อมูลเพื่อตั้งเกณฑ์ (Criteria) การรวบรวมผล และวัดข้อมูลตามมาตรฐาน เพื่อให้ตั้งข้อตัดสินถึงระดับของกิจกรรมแต่ละอย่าง

ระดับความรู้ของชาวบ้าน อาจมีความแตกต่างกัน โดยอาจจะมีทั้งกลุ่มที่มีความรู้มาก ปานกลาง น้อย หรืออาจจะไม่มีความรู้เลย ซึ่งส่วนหนึ่งนั้นมาจากการรับรู้ข่าวสารของชาวบ้านเอง เมื่อชาวบ้านได้มีโอกาสรับรู้ข่าวสารแล้ว ก็จะทำให้เกิดความรู้ที่สร้างความเข้าใจตามมา แม้จะไม่สามารถจดจำเนื้อหาได้ทั้งหมด แต่การรับรู้บ่อยครั้งก็จะสามารถทำให้ชาวบ้านมีความ

เข้าใจเกี่ยวกับโรงแรมเพิ่มมากขึ้นโดยไม่รู้ตัว รวมไปถึงลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันของแต่ละคน

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude)

การที่บุคคลเกิดทัศนคตินั้น ก็หมายถึงว่า บุคคลเกิดความคิด ความรู้สึกในด้านบวกหรือด้านลบ คือ เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย ชอบ ไม่ชอบ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งอาจเป็นสิ่งของบุคคล องค์การ เทคโนโลยี ความคิด หรืออื่นๆ ก็ได้ และบุคคลก็จะแสดงปฏิกิริยาในทางบวกและทางลบ ต่อสิ่งนั้น ทัศนคตินั้นเป็นแนวคิดที่สำคัญทางด้านจิตวิทยาและการสื่อสารที่ได้มีการศึกษาและให้ความหมายไว้ ดังนี้

Good (1973) นิยามทัศนคติว่า เป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่

Krech & Crutchfield (อ้างถึงใน วิรัช ลภีรัตนกุล) อธิบายว่า ทัศนคติ นั้นเป็นผลรวมทั้งหมดของมนุษย์ที่เกี่ยวกับความรู้สึก อคติ ความคิด ความกลัวต่อสิ่งบางสิ่งรวมทั้งการแสดงออกทางด้านการพูด ความคิดเห็นหรือมติ ซึ่งความคิดเห็นหรือมตินี้เองที่เป็นสัญลักษณ์ของทัศนคติ

Milton Rokeach (อ้างถึงใน กิตติมา กมลพันธฤกษ์) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มเพียงของบุคคลในการที่จะตอบสนองในด้านที่ชอบหรือไม่ชอบ

Norman L. Munn (อ้างถึงใน กิตติมา กมลพันธฤกษ์) กล่าวว่า ทัศนคติ คือ ความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งของสถานการณ์สถาบันใดๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธ ซึ่งมีผลให้บุคคลจะแสดงพฤติกรรมในแนวทางเดียวกันเสมอ

เสรี วงษ์มณฑา (2529) กล่าวว่า “ทัศนคติ” คือ ความพร้อมที่จะประพฤติปฏิบัติ ประกอบไปด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรม

จากความหมายต่างๆ จะเห็นได้ว่า ทศนคติ นั้น หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่แสดงออกถึงความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้และจะส่งผลถึงพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ประเภทของทศนคติ

บุคคลสามารถแสดงทศนคติได้ 3 ประเภทด้วยกัน คือ

ทศนคติเชิงบวก เป็นทศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงออก มีความรู้สึกหรืออารมณ์จากสภาพจิตใจตอบในด้านดีต่อบุคคลอื่น หรือเรื่องราวหนึ่งเรื่องราวใด รวมทั้งหน่วยงานองค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ

ทศนคติเชิงลบ เป็นทศนคติที่สร้างความรู้สึกเป็นไปในทางเสื่อมเสีย ไม่ได้ได้รับความเชื่อถือ หรือไว้วางใจ อาจมีเคลือบแคลงระแวงสงสัย รวมทั้งเกลียดชังต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เรื่องราวหรือปัญหาใดปัญหาหนึ่ง หรือหน่วยงาน องค์การ สถาบัน และการดำเนินกิจการขององค์การและอื่นๆ

ทศนคติที่บุคคลไม่แสดงความคิดเห็นในเรื่องราว หรือปัญหาใดปัญหาหนึ่งต่อบุคคลหน่วยงาน สถาบัน องค์การ และอื่นๆโดยสิ้นเชิง

องค์ประกอบของทศนคติ

Zimbardo and Ebbesen (1977) กล่าวถึงองค์ประกอบของทศนคติ 3 ประการ ดังนี้

องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นส่วนที่เป็นความเชื่อของบุคคลเกี่ยวกับสิ่งต่างๆทั่วไป ทั้งสิ่งที่ชอบและไม่ชอบ หากบุคคลมีความรู้หรือความคิดว่าสิ่งใดดีก็มีทศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

องค์ประกอบด้านความรู้สึก อารมณ์ (Affective Component) คือลักษณะของการแสดงออกทางด้านอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ ซึ่งมีผลแตกต่างกันไปตามบุคลิกภาพของคนนั้น เป็นลักษณะที่เป็นค่านิยมของแต่ละคน

องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ การแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากองค์ประกอบด้านความรู้ ความคิด และความรู้สึก

การเกิดทัศนคติ

Krech, Crutchfield (อ้างถึงในสุนารี ประสานเสริมส่ง) ได้ให้ความเห็นว่า ทัศนคติอาจเกิดขึ้นจากการตอบสนองของความต้องการของตนเอง ถ้าสิ่งใดตอบสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น หากสิ่งใดไม่สามารถสนองความต้องการของตนได้ บุคคลนั้นก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น การได้เรียนรู้ความจริงต่างๆ อาจเกิดขึ้นได้ด้วยการอ่าน หรือจากคำบอกเล่าของผู้อื่น ดังนั้นบางคนอาจมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อผู้อื่นจากการฟังคำติชมที่มีคนมาพูดให้ฟังก่อนก็ได้

การเข้าไปเป็นสมาชิกหรือสังกัดกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง คนส่วนมากมักยอมรับเอาทัศนคติของกลุ่มมาเป็นของตน หากทัศนคตินั้นไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของตนเกินไป

ทัศนคติที่มีส่วนสัมพันธ์กับบุคลิกภาพของบุคคลนั้น เช่น ผู้ที่มีบุคลิกสมบูรณ์มักมองผู้อื่นในแง่ที่ดี ส่วนผู้ที่ปรับตัวยากจะมีทัศนคติในทางตรงกันข้าม โดยมักจะมองว่า จะมีคนคอยอิจฉา หรือคิดร้ายต่างๆ

จะเห็นได้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดมาจากการเรียนรู้ (Learning) จากแหล่งทัศนคติ (Source of Attitude) ต่างๆ ที่มีอยู่มากมาย สามารถสรุปได้ดังนี้

ประสบการณ์เฉพาะอย่าง (Specific Experience) เมื่อบุคคลมีประสบการณ์เฉพาะอย่างต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในทางที่ดีหรือไม่ดี จะทำให้เขาเกิดทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปตามทิศทางที่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

การติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่นๆ (Communication from others) การได้รับการติดต่อสื่อสารจากบุคคลอื่นจะทำให้เกิดทัศนคติจากการได้รับรู้ข่าวสารต่างๆจากผู้อื่นได้สิ่งที่เป็นแบบอย่าง (Models) การเลียนแบบผู้อื่นทำให้เกิดทัศนคติขึ้นได้

ความเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Factors) ทัศนคติของบุคคลหลายอย่างเกิดขึ้นเนื่องจากความเกี่ยวข้องกับสถาบัน เช่น วัด โรงเรียน หน่วยงานต่างๆ ซึ่งสถาบันเหล่านี้เป็นแหล่งที่มาและสนับสนุนให้เกิดทัศนคติบางอย่างเกิดขึ้นได้

ลักษณะของทัศนคติ

1. ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน มิใช่เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด
2. ทัศนคติเป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อการคิดและการกระทำของบุคคลเป็นอันมาก
3. ทัศนคติเป็นสภาพจิตใจที่มีความถาวรพอสมควร ทั้งนี้เนื่องจากแต่ละบุคคลต่างก็ได้รับประสบการณ์ และผ่านการเรียนรู้มามากอย่างไรก็ตาม ทัศนคติก็อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ อันเนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่างๆ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่นๆ
2. การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์ หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ
3. การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินในสังคม ซึ่งไปมีผลต่อบุคคลทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

ทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้ วิธีหนึ่งก็คือ การที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆซึ่งข่าวสารนั้นอาจมาจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารเหล่านี้ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อองค์ประกอบของทัศนคติด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive Component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบด้านอารมณ์ (Affective Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มีทัศนคติหรือแนวโน้มของพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงส่วนมากไม่ได้มาจากการเปลี่ยนค่านิยม (Value) ของบุคคลแต่มาจากการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ คือ สื่อ (Media) ซึ่งอาจจะเป็นสื่อบุคคล หรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นช่องทางในการส่ง “ข่าวสาร” (Message) ให้แก่ผู้รับข่าวสาร แต่อิทธิพลของ “ข่าวสาร” และ “สื่อ” จะมีมากหรือน้อยเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับข่าวสารและผู้รับสารว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ระหว่างข่าวสารกับความรู้และทัศนคติของผู้รับสาร ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือไม่เปลี่ยนแปลงก็ได้

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

สุรพงษ์ ไสธนเสถียร (2533) กล่าวว่า พฤติกรรม คือ การกระทำ หรือพฤติกรรมใดๆของพวกเรา ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานที่มาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจากการมีความรู้ และทัศนคติที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อ และความแตกต่างในการแปลความสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ปกิจ พรหมยาน (2531) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรือการตอบสนองของมนุษย์ต่อสถานการณ์หนึ่งสถานการณ์ใด หรือสิ่งกระตุ้นต่างๆโดยการกระทำนั้นเป็นไปโดยมีจุดมุ่งหมาย และเป็นไปอย่างใคร่ครวญมาแล้ว หรือเป็นไปอย่างไม่รู้สึกรู้ตัว และไม่ว่าสิ่งมีชีวิต และบุคคลอื่นสามารถสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม

พฤติกรรมจึงเป็นกิจกรรมต่างๆซึ่งบุคคลแสดงออกโดยผู้อื่นอาจเห็นได้ เช่น การยิ้ม การเดิน หรือผู้อื่นอาจเห็นได้ยากต้องใช้เครื่องมือช่วย เช่น การเต้นของหัวใจ พฤติกรรมทุกอย่างที่บุคคลแสดงออกนั้น มีผลจากการเลือกปฏิกิริยาตอบสนองที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดตามสถานการณ์นั้นๆ (เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534)

องค์ประกอบของพฤติกรรม

Cronbach (อ้างถึงใน ปกิจ พรหมายน) ได้อธิบายพฤติกรรมของบุคคลเกิดขึ้น เพราะองค์ประกอบ 7 ประการ ต่อไปนี้

1. ความมุ่งหมาย (Goal) เป็นความต้องการหรือวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดกิจกรรม คนเราต้องทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการที่เกิดขึ้น กิจกรรมบางอย่างก็ให้ความพอใจหรือสนองความต้องการได้ทันที แต่ความต้องการหรือวัตถุประสงค์บางอย่างก็ต้องใช้เวลานานจึงจะสามารถบรรลุความต้องการ คนเราจะมีความต้องการหลายๆอย่างในเวลาเดียวกัน และมักจะต้องเลือกสนองตอบความต้องการที่รีบด่วนก่อน และสนองความต้องการที่ห่างออกไปในภายหลัง
2. ความพร้อม (Readiness) หมายถึง ระดับวุฒิ ภาวะหรือความสามารถที่จำเป็นในการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ คนเราไม่สามารถสนองตอบความต้องการได้หมดทุกอย่าง ความต้องการบางอย่างอยู่นอกเหนือความสามารถของเขา
3. สถานการณ์ (Situation) เป็นเหตุการณ์ที่เปิดโอกาสให้เลือกทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการ
4. การแปลความหมาย (Interpretation) ก่อนที่คนเราจะทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เขาจะต้องพิจารณาสถานการณ์เสียก่อนแล้วตัดสินใจเลือกวิธีการที่คาดว่าจะให้ความพอใจมากที่สุด
5. การตอบสนอง (Response) เป็นการทำกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการโดยวิธีการที่ได้เลือกแล้วในขั้นการแปลความหมาย
6. ผลที่ได้รับหรือผลที่ตามมา (Consequence) เมื่อทำกิจกรรมแล้วย่อมได้รับผลจากการกระทำนั้น ผลที่ได้รับอาจตรงตามที่คาดคิดไว้ (Confirm) หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหมาย (Contradict) ก็ได้
7. ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง (Reaction to Thrashing) หากคนเราไม่สามารถสนองความต้องการได้ ก็กล่าวได้ว่าเขาประสบกับความผิดหวัง ในกรณีเช่นนี้เขาอาจจะย้อนกลับไปแปลความหมายเสียใหม่ และเลือกวิธีการตอบสนองใหม่ก็ได้

นักศึกษาด้านมนุษยวิทยาหลายท่าน ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับพลังที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ไว้ ดังนี้ (ประจวบ อินอืด อ้างใน เพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534)

1. มนุษย์แต่ละคนมีแรงขับ และพลังที่จะต้องประพฤติปฏิบัติ เพื่อความอยู่รอด และความมั่นคงแห่งชีวิต อันเป็นความจำเป็นพื้นฐานของสัตว์ทั้งหลาย เช่น ความอยู่รอดในชีวิตประจำวัน
2. มนุษย์แต่ละคนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่หล่อหลอมรอบตัว จึงมักจะต้องประพฤติปฏิบัติไปตามครรลองของสังคมแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องประสานกับเป้าหมายส่วนตัว
3. พลังทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์มากที่สุด ได้แก่ ครอบครัวของบุคคลนั้นเอง เพื่อนบ้าน กลุ่มเพื่อนฝูง ตลอดจนกลุ่มอ้างอิงหรือผู้นำทางความคิดในชุมชน
4. ความจำเป็นเบื้องต้นของชีวิตมนุษย์ และประสบการณ์ได้หล่อหลอมให้เกิดเป็นรูปแบบของมนุษย์แต่ละคนที่เรียกว่า บุคลิกภาพ
5. แม้ว่ามนุษย์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพของตนเองก็ตาม เมื่อมนุษย์รวมกันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มีผลประโยชน์ ร่วมกันภายในสิ่งแวดล้อมเช่นเดียวกัน ก็ย่อมเกิดเป็นบุคลิกภาพของกลุ่มขึ้นได้ ซึ่งจะมีผลต่อการแสดงออกของกลุ่มด้วย เช่น จะพบว่าคนบางกลุ่มมีลักษณะก้าวร้าว รุกราน บางกลุ่มมีลักษณะหัวโบราณ ฯลฯ เป็นต้น
6. มนุษย์จะมีลักษณะในการสื่อความหมาย ที่เขามีต่อโลกรอบตัวเขาออกมาในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเราจะสามารถสืบสาวไปถึงพลังภายในที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนั้นๆ ได้ เช่น จาก คำพูด วัตถุ การกระทำ ตลอดจนสิ่งที่สื่อถึงการกระทำทั้งในจิตสำนึก และภายใต้จิตสำนึก เช่นเราจะนึกถึงภาพของผู้ที่นิยมฟังเพลงสากลว่าเป็นบุคคลเช่นไร ซึ่งแตกต่างกับบุคคลที่นิยมฟังเพลงไทยเดิม

การศึกษาถึงสาเหตุของพฤติกรรมคนเรานั้น นักจิตวิทยาได้เห็นพ้องต้องกันว่า จิตลักษณะที่ทำนายพฤติกรรมได้แม่นยำที่สุด คือ ทักษะคติของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมนั้นๆ ทฤษฎีเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคติ และพฤติกรรมทฤษฎีนี้เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับตัวแปร 3 ตัว คือ ความรู้ (Knowledge)

ทักษะคติ (Attitude) และพฤติกรรม (Practice) ของผู้รับสารที่อาจจะเกิดผลกระทบต่อสังคมจากการรับสารนั้นๆ สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการนำข่าวสารต่างๆ ไปเผยแพร่เพื่อให้ประชาชนในสังคมได้รับทราบว่าขณะนี้ในสังคมเกิดปัญหาอะไร เมื่อประชาชนได้รับข่าวสารนั้นๆ ย่อมก่อให้เกิดทักษะคติในการที่จะยอมรับหรือปฏิบัติสิ่งใดต้องพยายามเปลี่ยนทักษะคติเสียก่อนโดยให้ความรู้ (Zimbardo, 1977)

ทัศนคติของบุคคลสามารถจะถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจจะโดยวิธีที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมาจากบุคคลอื่น หรือมาจากสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารที่ได้รับนี้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบของทัศนคติทางด้านความรู้ หรือการรับรู้ (Cognitive Component) และเมื่อส่วนประกอบหนึ่งเปลี่ยนแปลง ส่วนประกอบด้านอื่นๆก็มีความโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปได้เช่นเดียวกัน เช่น ถ้ามีส่วนประกอบของทัศนคติทางด้านความรู้เปลี่ยนแปลงก็มีความโน้มทำให้ส่วนประกอบด้านอารมณ์ (Affective Component) และส่วนประกอบทางด้านพฤติกรรม (Behavior Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย เมื่อส่วนประกอบย่อยของทัศนคติเปลี่ยนแปลงก็ย่อมส่งผลให้ทัศนคติโดยรวมเปลี่ยนแปลงด้วย

กระบวนการที่แสดงว่าบุคคลได้ถูกชักจูงใจโดยการสื่อสาร

จากการศึกษาของ โฮฟแลนด์ และเจเนิส (Hovland and Janis,1959) ระบุว่ากระบวนการ 4 ขั้นตอนต่อไปนี้เป็นตัวกำหนดหรือแสดงว่าบุคคลได้ถูกชักจูงใจโดยการสื่อสาร

1. การใส่ใจ (Attention) ถ้าบุคคลไม่ให้ความสนใจ ความสนใจหรือตั้งใจที่จะรับฟังข่าวสาร ก็ไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลนั้นได้
2. ความเข้าใจ (Comprehension) หลังจากใส่ใจในข่าวสารแล้ว สิ่งก็ตามมาก็คือความเข้าใจ ถึงแม้ว่าผู้ฟังจะใส่ใจกับข่าวสารนั้น แต่ถ้าไม่เข้าใจข่าวสารนั้นก็เลยไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงในตัวบุคคลนั้น
3. การยอมรับ (Acceptance) การยอมรับข่าวสาร แนวความคิด ข้อโต้แย้ง และข้อสรุปของข่าวสาร เป็นสิ่งที่ทำให้กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติสมบูรณ์ได้ ถ้าแนวความคิดนั้นผู้ฟังยอมรับหรือเห็นด้วย การที่เขาตัดสินใจทำอะไรก็ย่อมมีความโน้มมากยิ่งขึ้น
4. ความคงอยู่ (Retention) ประสิทธิภาพข่าวสารจะสมบูรณ์หรือไม่ขึ้นอยู่กับความคงอยู่ของข่าวสารนั้น หรือความจำได้ของบุคคลนั่นเอง ข่าวสารนั้นจะต้องมีพลังในการคงอยู่ (Staying Power) กับบุคคลนั้นเพื่อจะได้เกิดผลในเวลาต่อมา

ซึ่งสอดคล้องกับโรเจอร์ (Roger,1973) ที่ได้กล่าวเกี่ยวกับการสื่อสารและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติว่า การสื่อสารก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ

1. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ของผู้รับสาร

2. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของผู้รับสาร
3. ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของผู้รับสาร

การเปลี่ยนแปลงทั้ง 3 นี้ จะเกิดในลักษณะต่อเนื่องกัน คือ เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องหนึ่งเรื่องใด ก็เกิดความรู้ความเข้าใจเรื่องนั้นๆ และความรู้ความเข้าใจนี้จะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น และขั้นสุดท้ายก็จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่จะกระทำต่อเรื่องนั้นๆ ตามมา

แนนซีช วาทซ์ (Nancy E. Schwartz, อ้างถึงในเพ็ญจันทร์ สุทธิพิเชษฐกุล, 2534) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทัศนคติ และการปฏิบัติตัวในรูปแบบ 4 ประการ ดังนี้

1. ทัศนคติเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดการเรียนรู้และการปฏิบัติ ดังนั้นความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ และมีผลต่อการปฏิบัติ
2. ความรู้และทัศนคติมีความสัมพันธ์กัน และทำให้เกิดการปฏิบัติตามมา
3. ความรู้และทัศนคติต่างกันทำให้เกิดการปฏิบัติได้ โดยที่ความรู้และทัศนคติไม่จำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กัน
4. ความรู้มีผลต่อการปฏิบัติทั้งทางตรงและทางอ้อม

ยังมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในเรื่องของความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมที่น่าสนใจอีกอันหนึ่ง คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรม (Theories of Attitude and Behavior Change) ซึ่งกล่าวว่า การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ความเข้าใจดี ทัศนคติก็จะเปลี่ยนแปลง และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้ว ก็จะมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทั้ง 3 อย่างนี้มีความเชื่อมโยงกัน ฉะนั้นในการจะให้มีการยอมรับปฏิบัติได้ต้องพยายามเปลี่ยนทัศนคติเสียก่อน โดยให้ความรู้

นอกจากทฤษฎีการให้ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรม สามารถใช้วัดความสำเร็จในการพัฒนาประชาชนดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ทฤษฎีนี้ยังเป็นทฤษฎีที่ใกล้เคียงกับการเผยแพร่ข่าวสาร โดยมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีนักวิชาการหลายท่านที่มักเห็นว่าทฤษฎีทั้งสองเป็นทฤษฎีเดียวกัน เนื่องจากเป็นส่วนเสริมกัน เพราะการเผยแพร่ข่าวสารสามารถเป็นตัวแปรต้น ในขณะที่

ความรู้ ทักษะ พฤติกรรมเป็นตัวแปรตาม กล่าวคือ การเผยแพร่ข่าวสารเน้นกลไกของการยอมรับข่าวสาร (นวัตกรรม) ของผู้รับสาร เมื่อรับสารแล้วจะเกิดผลกระทบอย่างไร ด้วยเหตุนี้ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม จึงเป็นผลที่สามารถวัดได้จากการเผยแพร่ข่าวสาร (สุรพงษ์ โสภนะเสถียร 2533 : 119)

ช่องว่างความรู้ ทักษะและการยอมรับปฏิบัติ

โรเจอร์ (Roger 1971 อ้างในสุวรรณณี โภธิศรี 2535) เรียกว่า ช่องว่างของความรู้ ทักษะ และการยอมรับปฏิบัติ หรือ KAP-GAP และได้อธิบายว่า ทักษะและพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป กล่าวคือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้ และทักษะในทางบวกต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้วนั้น แต่ในขั้นการยอมรับปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงกันข้ามก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทักษะดีอย่างไรแล้ว จะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทักษะของตนก็ตาม แต่พฤติกรรมเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นเสมอไป ทั้งนี้เพราะในบางกรณีอาจเกิด KAP-GAP ขึ้นได้ กล่าวโดยสรุป ก็คือ ในกรณีทั่วไปเมื่อบุคคลมีความรู้ ทักษะดีเช่นไร จะแสดงพฤติกรรมไปตามความรู้และทักษะที่มีอยู่ นั่นคือ K (Knowledge) A (Attitude) P (Practice) จะเกิดขึ้นอย่างสอดคล้องหรือสัมพันธ์กัน แต่จะไม่เกิดขึ้นเสมอกันในทุกกรณี

ในการเปิดช่องว่างของความรู้ ทักษะและการปฏิบัติ KAP-GAP นี้ โรเจอร์ (Roger, 1983) ได้เสนอวิธีแก้ไข 4 ประการ คือ

1. การให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้ให้มากขึ้น กล่าวคือ ต้องให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจอย่างแท้จริงถึงวิธีการใช้ หรือวิธีปฏิบัติต่อสิ่งที่เผยแพร่ให้
2. ให้คำแนะนำในการปฏิบัติ ซึ่งสามารถทำได้โดยใช้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมเข้าไปติดต่อกับสมาชิกที่ต้องการรับนวัตกรรม โดยให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดโดยการให้รางวัลแก่ผู้ที่ยอมรับนวัตกรรม หรือยอมรับปฏิบัติเพื่อเป็นการจูงใจแก่สมาชิกอื่นๆที่ยังไม่ยอมรับ
3. การใช้กลยุทธ์ในการโน้มน้าวโดยวิธีการใช้สื่อบุคคลที่เป็นเจ้าหน้าที่ส่งเสริม
4. ผู้นำทางความคิดเข้าไปติดต่อกับสมาชิกหรือกลุ่มเพื่อนฝูงเพื่อนำใจสมาชิก ให้เกิดการยอมรับปฏิบัติอีกต่อหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับรายการซิทคอม (Situation-comedy)

ละครซิทคอม ถือเป็นละครรูปแบบหนึ่งที่เน้นเรื่องราวแนวสนุกสนาน มีลักษณะล้อเลียนสถานการณ์จริงที่เกิดขึ้น เป็นละครจบในตอน แต่ใช้นักแสดงชุดเดียวกับที่เล่นบทบาทเดิม คำว่า “Sit” ย่อมาจาก “Situation” ส่วน “Com” นั้นย่อมาจาก “Comedy” เมื่อรวมกัน หมายความว่า “ตลกสถานการณ์” ซึ่งหมายความว่า ความขบขันที่มีต่อสถานการณ์ต่างๆ

จุดกำเนิดของละครซิทคอม

Mellencamp ได้ศึกษาประวัติศาสตร์ของการเกิดขึ้นของละครประเภทซิทคอมในอเมริกาและพบว่าก่อนหน้าที่จะมีละครประเภทนี้นั้นรายการคู่ขวัญของแม่บ้านสหรัฐฯ คือรายการโทรทัศน์ที่ออกอากาศในเวลากลางวัน (Daytime Serials) ทั้งนี้เนื่องจากแม่บ้านจะมีเวลาว่างและจะอยู่ที่บ้านในเวลากลางวัน

ในช่วงทศวรรษ 1950 ซึ่งเป็นระยะเวลาที่โทรทัศน์ในอเมริกามีการขยายตัวมากขึ้น ในอีกด้านหนึ่งผู้หญิงอเมริกันจำนวนมากได้ออกจากบ้าน หรือออกจากชนบทไปทำงานนอกบ้าน ดังนั้น รูปแบบความบันเทิงของละครโทรทัศน์ซึ่งมีเรื่องราวอยู่ภายในครอบครัว จึงไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้หญิงกลุ่มใหม่นี้ ละครประเภทซิทคอมซึ่งมีเรื่องราวเกี่ยวกับโลกภายนอกบ้านจึงเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองและรับใช้ชีวิตแบบใหม่ของผู้หญิงนอกบ้านในระยะเวลาต่อมาแม้แต่ผู้หญิงที่ยังไม่ออกไปทำงานนอกบ้าน ก็พบว่าเรื่องราวของซิทคอมนั้น ได้ช่วยขยายจินตนาการของพวกเขาด้วยเช่นกัน ละครประเภทนี้จึงได้รับความนิยมจากผู้ชมมากขึ้นเรื่อยๆ

คุณลักษณะของซิทคอม

1) การจัดลำดับตอนของละครซิทคอมเป็นแบบ Series ซึ่งในแต่ละตอนจะมีเนื้อหาในตอนเริ่มต้นและตอนจบทำอยู่ในตอนเดียวกัน กรอบของช่วงเวลา (Time – Slot) ของซิทคอมจะขึ้นต้นและลงท้ายภายในเวลาที่กำหนดไว้ให้ได้ ขณะที่ตัวละครและฉากจะมีลักษณะซ้ำอยู่กับที่ ชุดเดิม พร้อมกับมีข้อบังคับอีกว่า การเล่าเรื่องในแต่ละตอนจะต้องไม่มีความหมายต่อเนื่องกัน ตัวอย่างเช่น หากในสัปดาห์ที่แล้ว ตัวเอกประสบอุบัติเหตุจนขาหัก ในสัปดาห์ถัดไป ตัวเอกก็ต้องหายเรียบร้อยแล้ว กล่าวคือ เนื้อหาในแต่ละตอนจะไม่เป็นเหตุเป็นผลต่อกัน

2) เนื้อหาของชิทคอมมีความหลากหลาย มีความสัมพันธ์หลายรูปแบบ หลายกลุ่มคนมิได้วนเวียนอยู่กับเรื่องบทบาททางเพศและความสัมพันธ์ระหว่างเพศเท่านั้น

3) มุมมองภายในชิทคอมจะเป็นบรรยากาศภายในบ้านและที่ทำงาน ที่มองจาก “ภายในบ้านออกไปนอกบ้าน” เป็นหลัก มิได้จำกัดบริเวณวนเวียนอยู่แต่ภายในบ้าน คนดูจะถูกวางตำแหน่งให้ Identify ตัวเองกับ “บ้าน” และมองออกไปทำความรู้จักกับการเคลื่อนไหวของโลกภายนอก

4) พื้นฐานทางอารมณ์ของชิทคอมนั้น มีอารมณ์แบบขบขัน (Comedy) เป็นพื้นฐาน แม้ว่าจะมีอารมณ์อื่นๆ แทรกเข้ามาก็ตาม

รูปแบบ (Format) ของชิทคอม

รูปแบบของละครชิทคอม ประกอบด้วยคุณลักษณะ (Attributes) ที่สำคัญๆ ดังนี้

1) คุณลักษณะ 2 อย่างที่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ ด้านหนึ่งมีสิ่งที่ต่อเนื่อง และในอีกด้านหนึ่งมีสิ่งที่เปลี่ยนแปลง สิ่งที่ต่อเนื่องของชิทคอม ได้แก่ ตัวละคร อุปนิสัย ฉาก (น่าสังเกตว่าเวลาเป็นฉากภายในบ้าน ก็จะถ่ายจากมุมกล้องที่แน่นอนอยู่เสมอ) ลักษณะที่ต่อเนื่องนี้ มีผลทำให้ผู้ชมคุ้นเคยกับละครและสามารถทำให้ติดตาม รวมทั้งสามารถทำนายเหตุการณ์ได้ด้วย และในเวลาเดียวกัน สิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปเช่น Plot เรื่องแต่ละครั้ง ตัวละครแทรกแซงก็เป็นที่จับจ้องในการสร้างความแปลกใหม่ และทำให้คนดูสนใจที่จะลุ้นเรื่องราวที่จะเกิดขึ้นต่อมา

2) ลักษณะการขาดพัฒนาการ (Lack of Development) กล่าวคือ เรื่องราวที่จบในแต่ละตอนจะต้องไม่มีความต่อเนื่องกัน ตัวละครต้องไม่มีพัฒนาการเติบโต หรือเกิดการเข้าใจโลกและชีวิตมากขึ้น ในเวลาเดียวกันก็ต้องไม่เหนื่อยหน่ายหรือท้อแท้กับชีวิต เพราะปัญหาที่ประดังเข้ามา ทุกอย่างในแต่ละตอน ต้อง Clear ตัวเองให้จบสิ้นไป จะมีการติดค้างเอาไว้ และเมื่อเริ่มตอนใหม่ทุกอย่างก็กลับมาเริ่มต้นที่เดิมทุกครั้ง

ลักษณะ “การขาดพัฒนาการ” นี้จะก่อตัวเป็นโครงสร้างภายในของละครแบบชิทคอมนี้ ลักษณะดังกล่าว ทำให้มีผู้สังเกตว่าละครชิทคอมจะเริ่มตันจุดประเด็นได้อย่างน่าสนใจ แต่ไม่ค่อยประสบความสำเร็จในการจบประเด็นได้อย่างน่าประทับใจเท่าใดนัก เพราะความสามารถของตัวละครจะมีเท่าเดิมเสมอ

3) ลักษณะการยึดติดอยู่กับกฎ (Keeping the Rules) เป็นลักษณะที่ต่อเนื่องมาจากคุณลักษณะประการที่สอง คือ การขาดพัฒนาการในแต่ละตอน เพราะฉะนั้นจึงเป็นกฎตายตัวที่ว่า ตัวละครในแต่ละตอนจึงไม่เคยจดจำหรือเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีต (มิฉะนั้นก็จะมีเหตุผลที่ทำให้ตัวละครทำผิดซ้ำซากได้) และเป็นกฎที่ว่า จะต้องไม่สร้างให้ตัวละครในตอนหนึ่ง มีผลต่อเนื่องกับตอนต่อไป (เช่น ประสบอุบัติเหตุจนพิการ) นี่เป็นกฎเกณฑ์ที่ละครชิทคอมต้องยึดถือ โดยไม่ปฏิบัติละเมิดกฎเกณฑ์ออกไปคือ ทุกตอนจะต้องกลับไปตั้งต้นใหม่เสมอ

มีผู้ตั้งข้อสงสัยกันว่า การที่จำเป็นต้องยึดติดกับกฎดังกล่าวนี้ อาจเกิดมาจากความจำเป็นทางด้านงบประมาณในการสร้าง เช่น ฉากที่ตัวละครจะอยู่ก็จะเป็นฉากเดิมๆ ตัวละครจะไม่โลดโผนออกไปนอกฉากเดิมอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งตัวละครแวดล้อมก็จะเป็นตัวละครเดิมๆ ตัวละครใหม่ๆ ที่เข้ามาต้องไม่มีจำนวนมากนัก (ครั้งละประมาณ 1-2 ตัวเท่านั้น)

4) ลักษณะของการปิดฉากตอนจบ (Closure) ก็มีแบบฉบับที่แน่นอนเช่นเดียวกัน คือการจบลงในแต่ละตอนต้องเปิดโอกาสให้ตัวละครเล่นต่อในครั้งต่อไปได้เช่นเดิม (จึงไม่มีการขจัดตัวละครตัวใดออกไป) ต้องไม่ปิดฉากแบบตาย (เช่น คู่สามี - ภรรยา ที่เป็นตัวเอกต้องไม่หย่าร้างกัน) และเนื่องจากเป็นลักษณะ Comedy จึงไม่ควรจบอย่างโศกนาฏกรรม แต่ควรจบอย่าง Happy Ending ให้ได้

5) แบบแผนความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร ปฏิบัติการที่ตัวละครหลักในเรื่องจะมีต่อเหตุการณ์ต่างๆ นั้นจะต้องเป็นไป “ตามสูตร” อย่างแน่นอน

6) ลักษณะ Stereotype ของตัวละคร คือ ลักษณะการสร้างตัวละครให้เป็นแบบ Stereotype (คือ การนำเอาคุณลักษณะบางประการของคนบางกลุ่มมาเหมารวมเป็นลักษณะทั่วไป เช่น ถ้าเป็นสาวโสดก็ต้องทึนทึก เป็นครูต้องจู้จี้ เจ้าระเบียบ เป็นวัยรุ่นต้องติดยาเสพติด เป็นคนจีนแก่ๆ ต้องขี้เหนียว เป็นต้น) ในขณะที่รายการโทรทัศน์ประเภทอื่นๆ เช่น รายการปกิณกะบันเทิง รายการทอล์คโชว์ มักจะพยายามหลีกเลี่ยงผู้แสดง หรือ ตัวละครจากลักษณะ Stereotype เนื่องจากอาจจะต้องการสร้างความแปลกใหม่ให้กับรายการ หรือต้องการหนีจากการถูกตีตราว่าเป็นรายการน้ำเน่า ในทางตรงกันข้าม รายการชิทคอมกลับใช้ลักษณะ Stereotype ให้เป็นประโยชน์อย่างเต็มที่ในการสร้างตัวละครขึ้นมา ตัวละครในชิทคอมจึงมีลักษณะ “โอเวอร์” เพราะต้องการคุณสมบัติแบบ Stereotype นี้เอง

ทั้งนี้ อาจมีเหตุผลหลายประการที่ชิทคอมจำเป็นต้องสร้างตัวละครให้มีลักษณะ Stereotype เช่น เนื่องจากช่วงเวลาการนำเสนอของตัวละครในชิทคอมนั้นเป็นช่วงเวลา

สั้นๆ จึงต้องแนะนำให้ผู้ชมรู้จักตัวละครอย่างรวดเร็ว ตัวละครที่มีลักษณะ Stereotype จะช่วยให้อ่านความสะดวกได้ อีกประการหนึ่ง การที่จะสร้างบุคลิกให้เกิดขึ้นนั้นการล้อเลียนลักษณะ Stereotype ก็เป็นวิธีที่ง่ายที่สุดวิธีหนึ่งเช่นกัน

7) การแบ่งแยกลักษณะ “วงใน” (Inside) และ “วงนอก” (Outside) อย่างชัดเจน ละครซีท-คอมจะ เป็นละครที่มีสูตรแน่นอนตายตัวว่าจะมีตัวละครยืนตรงที่เป็นคนวงในที่แน่นอนชัดเจนอยู่ กลุ่มหนึ่ง มีสถานที่ ฉาก (Location) ที่ยืนโรงอยู่ชุดหนึ่ง มีเนื้อหาที่เป็นแก่นเรื่อง (Thematic Content) ที่อยู่กับที่แน่นอนอยู่ชุดหนึ่ง และในเวลาเดียวกันจะมีตัวละครที่เป็น “คนวงนอก” สอดแทรกเข้ามา เป็นช่วงๆ โดยปกติตัวละครวงนอกนี้จะเป็นตัวนำประเด็นเข้ามา (ซึ่งโดยส่วนใหญ่ มักจะเป็นปมปัญหาความยุ่งยาก หรือวิกฤตการณ์ต่างๆ) ในบางครั้งอาจจะมีฉากและสถานที่ ที่ แปรกต่างออกไปบ้าง มีเนื้อหาแก่นเรื่องที่เบี่ยงออกไปจากปกติบ้าง แต่ในกรณีของฉากและแก่น เรื่องที่เบี่ยงเบน ออกไปนี้จะ เป็นเพียงข้อยกเว้นเท่านั้น

รายการซีทคอมจะมีกฎเกณฑ์ภายใน (Internal Rules) ว่าภายใต้สถานการณ์แบบไหน ตัว ละครวงในจะต้องมีปฏิกิริยาตอบโต้ที่เป็นแบบแผนแน่นอนอยู่แล้ว ในส่วนเสี้ยวนี้ผู้ชมจึงสามารถที่จะคาดเดาและทำนายล่วงหน้าได้ ในทางตรงกันข้าม ปฏิกิริยาของตัวละครวงนอกจะเป็น สิ่งแปลก ใหม่ และชวนให้ผู้ชมต้องคอยติดตามและคอยลุ้นคาดเดา เพราะไม่อาจจะทำนายล่วงหน้าได้ องค์ประกอบของซีทคอมจึงประกอบด้วยคุณลักษณะ 2 ด้านที่ตรงกันข้ามแต่มาอยู่ร่วมกันเช่นนี้ เสมอไป

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว

สถาบันครอบครัวเป็นสถาบันพื้นฐานของสังคมที่ตอบสนองความต้องการของสมาชิกในครอบครัวทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ครอบครัวให้กำเนิดชีวิตของเขาเหล่านั้นในฐานะสมาชิกใหม่ และมีส่วนกำหนดความอยู่รอดปลอดภัยและเจริญเติบโตตลอดจนการมีคุณภาพชีวิตและบุคลิกภาพเช่นไร จะมีส่วนร่วมกำหนดความเป็นอยู่รอดปลอดภัยและเจริญเติบโต ตลอดจนการมีคุณภาพชีวิต และมีส่วนกำหนดความอยู่รอดปลอดภัยและเจริญเติบโต ตลอดจนการมีคุณภาพชีวิตและบุคลิกภาพเช่นไร จะเป็นคนดีมีความสุข และสามารถทำประโยชน์ให้กับสังคม หรือจะเป็นคนด้อยสมรรถภาพที่สร้างปัญหาแก่ตนเองและสังคม ย่อมขึ้นอยู่กับสภาพครอบครัวและวิธีการอบรม

การเอาใจใส่เลี้ยงดูทำให้เกิดการขัดเกลาทางสังคม (Socialization) จากบิดามารดาและคนในครอบครัวอยู่ใกล้ชิด สร้างความสัมพันธ์กับเด็กและเยาวชน และเป็นแบบอย่างที่หล่อหลอมความรู้สึกนึกคิด พฤติกรรม ตลอดจนเจตสำนึกของความเป็นมนุษย์ ปลูกฝังให้เกิดความรัก และรู้คุณค่าของชีวิต ครอบครัวยังเป็นแหล่งสำคัญที่เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ภาษา พัฒนาทักษะการดำเนินชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ คุณธรรม ตลอดจนการปฏิบัติตนตามความเชื่อทางศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมอีกด้วย

จรรยา สุวรรณทัต (2523: 54-55) ได้สรุปถึงปัจจัยที่มีส่วนในการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวไว้ดังนี้

1. สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมในครอบครัว กล่าวคือ ครอบครัวใดมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ไม่ขัดสน ย่อมนำมาซึ่งความสงบสุขในครอบครัว เกิดความกลมเกลียวสมัคสมานกันในครอบครัว

2. การรู้จักบทบาทหน้าที่ของสมาชิกในครอบครัว ตลอดจนสามารถปฏิบัติกรให้สอดคล้องกับบทบาทและหน้าที่ของตนทั้งบิดา มารดาและบุตร บิดามารดา มีหน้าที่ในการอบรมสั่งสอนบุตร ก็ควรกระทำโดยมีรากฐานจากเหตุและผล ไม่กระทำด้วยอารมณ์

3. การรู้จักลักษณะธรรมชาติและความต้องการมูลฐานของบุตร บิดามารดาที่พยายามเข้าใจในลักษณะธรรมชาติของการเจริญเติบโต และมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือบุตรเมื่อเกิดปัญหา ย่อมมีส่วนช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดี

4. ความคงเส้นคงวาของบิดามารดาในการวางระเบียบวินัย ปัจจุบันนับได้ว่ามีอิทธิพลมากต่อบรรยากาศในครอบครัว โดยเฉพาะวัยรุ่นซึ่งไม่ค่อยมีความอดทนต่อความไม่คงเส้นคงวาของบิดามารดา ซึ่งเป็นต้นเหตุให้เกิดความคลอนในการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างบิดามารดา และบุตร

ศรีสว่าง พัววงศ์แพทย์ (2537: 36) กล่าวถึงแนวทางในการเสริมสร้างครอบครัวด้วยตนเอง 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องมีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย สุขภาพอนามัย จิตใจ มีความรู้เพียงพอที่จะประกอบอาชีพ มีวุฒิภาวะ มีความรู้พอที่จะเลี้ยงดูเด็กและเยาวชนให้มีพัฒนาการรอบด้าน ถ้ายังไม่พร้อมก็อย่าเพิ่งรีบแต่งงานและถ้าแต่งงานแล้วไม่พร้อมก็ควรชะลอการมีบุตร

2. ต้องมีความเป็นหนึ่งเดียวในความสัมพันธ์ทั้งร่างกาย ความคิด จิตวิญญาณในระหว่างสมาชิกในครอบครัว เพื่อให้เกิดพลังร่วมกันที่จะจัดการกับปัญหาของตนเองได้
3. ต้องมีพหุวัฒนธรรม 4 หรือธรรมะของผู้ครองเรือน คือ สัจจะ ทมะ ขันติ จาคะ
4. ต้องมีเวลาทำกิจกรรมร่วมกัน เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกันและกัน
5. ต้องมีการสื่อสาร และสนทนาระหว่างกันเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างกัน การไม่พูดกันในครอบครัวก็เป็นความรุนแรง
6. ต้องปรับบทบาทของชายหญิงให้เป็นผู้คิดตัดสินใจ เพื่อเป็นการเพิ่มพลังให้แก่สตรีเพื่อให้มีโลกทัศน์ที่กว้างขวาง มีความรู้ทักษะที่กว้างขวางเพื่อให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งครอบครัวก็จะมีพลังเข้มแข็งขึ้น

ชำนาญ นิศารัตน์ (2533: 17 - 18) ได้ให้แนวคิดในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวโดยเน้นการส่งเสริมสุขภาพจิตในครอบครัวด้วยการทำให้บ้านเป็นวิมานของเราซึ่งลักษณะของบ้านและครอบครัวที่ดีพอสรุปได้ดังนี้

1. หัวหน้าครอบครัวจะต้องมีความสามัคคีปรองดองกัน โดยเฉพาะบิดามารดา หากมีการปรับตัวที่ดียอมเป็นตัวอย่างในการปรับตัวสำหรับเด็ก ถ้าบิดามารดาไม่รู้จักปรับตัวเข้าหากัน และมีข้อขัดแย้งกันอยู่เสมอโดยไม่มีเหตุผล ย่อมสร้างนิสัยให้เด็กคล้อยตามไปด้วย เด็กอาจมีอาการซึมเศร้า เศร้าหมอง ขาดเหตุผล เข้ากับคนอื่นได้ยาก
2. สร้างบรรยากาศในบ้านให้มีบรรยากาศแห่งความรัก ความเป็นมิตร ความปรารถนาดีต่อกัน มีความสนิทสนมเป็นกันเอง สอดคล้องเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ทำให้เกิดบรรยากาศที่อบอุ่น ปลอดภัย มีความมั่นคงทางจิตใจ มีความเมตตาโอบอ้อมอารี
3. สร้างบรรยากาศในบ้านให้มีความสามัคคี ปราศจากความขัดแย้ง เป็นประชาธิปไตย ในแต่ละครอบครัวมีสมาชิกหลายคน แต่ละคนย่อมมีความคิดเห็นแตกต่างกันเป็นธรรมดา ครอบครัวที่ดียอมสามารถปรองดองกันได้โดยใช้หลักเหตุผลและหลักธรรม รับฟังความคิดเห็นของทุกคนในครอบครัว บิดามารดาควรให้สิทธิแก่เด็กภายในขอบเขตที่เหมาะสม รู้จักเคารพสิทธิส่วนบุคคล
4. สอนให้มีระเบียบวินัยที่มั่นคงและสม่ำเสมอ การปลูกฝังลักษณะนิสัยให้แก่เด็กควรประกอบไปด้วยลักษณะ 3 ประการ คือ
 - เหมาะสมกับวัยและความสามารถของเด็ก ไม่ควรเชยเชี้ยเด็กในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไป หรือเรียกร้องในสิ่งที่เด็กยังไม่มีความสามารถที่จะกระทำได้

- บิดามารดาและผู้ใหญ่ที่มีส่วนในการอบรมเลี้ยงดูบุตรหลานควรมีความเห็นคล้ายๆ กัน ไม่ใช่อีกคนหนึ่งห้ามอีกคนหนึ่งอนุญาต การขัดแย้งกันในเรื่องการอบรมเด็กและเยาวชนจะทำให้เด็กสับสน บางครั้งจะเลือกเชื่อฟังผู้ใหญ่ที่เข้าข้างต้น ความรู้สึกผิดชอบชั่วดีจึงอาจเกิดขึ้นได้ยาก

- การอบรมควรจะมีสม่ำเสมอ ผู้ใหญ่ไม่ควรใช้อารมณ์หรืออำนาจบังคับ แต่ควรชี้แจงเหตุผลให้เด็กเข้าใจว่าพฤติกรรมใดควรละเว้น เพราะอะไร การอบรมควรมุ่งให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นจริง

นิโคลัส (Nicholas, 1983: 27-28) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะครอบครัวที่ทุกคนต้องการโดยกำหนดคุณสมบัติครอบครัวที่มีคุณภาพไว้ 6 ประการ ดังนี้

1. การชื่นชมคุณค่าของคนในครอบครัว คุณสมบัติประการแรกที่มีความสำคัญมากที่สุดและเป็นการค้นพบการวิจัยอย่างคาดไม่ถึง เป็นสิ่งที่กระทบได้ง่ายที่สุด แต่หลายคนมักจะมองข้ามไปได้ง่ายๆ เช่นกัน ความพึงพอใจ ความชื่นชม และเห็นคุณค่าของกันและกันในครอบครัวควรมีการแสดงออกอย่างชัดเจน พ่อเห็นคุณค่าของแม่และลูก แสดงความชื่นชมพอใจในตัวแม่และลูก ขณะเดียวกันลูกก็แสดงความรู้สึกที่ดีต่อพ่อแม่เช่นเดียวกัน โดยปกติคนทุกคนมีส่วนดีอยู่ในตัวมากมาย เมื่อคนในครอบครัวแสดงความรู้สึก แสดงการกระทำที่มีความพึงพอใจในคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมครอบครัวด้วยกัน ตระหนักในคุณค่าซึ่งกันและกัน คุณสมบัติประการนี้เปรียบเสมือนพื้นฐานของความอบอุ่นและความมั่นคงในครอบครัว ยิ่งไปกว่านั้นยังเป็นการหล่อหลอมสมาชิกของสังคมให้มีทัศนคติมองสังคมส่วนรวมในแง่ดีด้วย

2. การมีเวลาอยู่ร่วมกัน ได้แก่ การที่สมาชิกในครอบครัวได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างร่วมกัน และเป็นกิจกรรมที่ทุกคนพอใจที่จะทำร่วมกัน มิใช่เพราะการบังคับหรือโดยบังเอิญ กิจกรรมดังกล่าวได้แก่ การรับประทานอาหารโดยพร้อมเพรียงกัน การสนุกสนานรื่นเริงร่วมกัน และการทำงานร่วมกัน บางครอบครัวอาจมีกิจกรรมกลางแจ้งร่วมกันเช่น เดินหรือวิ่งออกกำลังกายร่วมกัน ทัศนอาจร ไปค่ายพักแรม หรือเล่นเกมสันทนาการด้วยกัน เป็นต้น

3. การมีพันธะต่อความสุขและสวัสดิภาพของครอบครัวร่วมกันคนในครอบครัวรู้สึกเป็นพันธะที่ต้องส่งเสริมให้สมาชิกคนอื่นในครอบครัวได้รับความสุข และมีสวัสดิภาพที่ดี เป็นการห่วงใยกันและกันอย่างแท้จริง ชีวิตปัจจุบันเรามักไม่ค่อยมีเวลาว่าง ทุกคนดูยุ่งวุ่นวายกับการทำงาน หรือการเรียนของแต่ละคน ครอบครัวที่มีคุณภาพก็ประสบกับปัญหานี้ด้วย แต่ทุกคนในครอบครัวก็จะมานั่งลงพร้อมหน้ากันและเล่าให้คนทั้งครอบครัวฟังว่ากิจกรรมที่วุ่นวายของแต่ละ

คนนั้นมีอะไรบ้าง และเป็นอย่างไร ด้วยวิธีนี้แสดงให้เห็นว่าโดยแท้จริงแล้วเวลาไม่ได้เป็นอุปสรรคของการห้วงใยสวัสดิภาพของกันและกันภายในครอบครัว

4. การติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นอย่างดี ครอบครัวที่มีคุณภาพจะมีวิธีการในการติดต่อสื่อสารที่ดีมาก ครอบครัวทั่วไปที่มักจะมีประสบผลปัญหาคือไม่มีเวลาพูดคุยกัน บางครอบครัวพอรู้เรื่องราวของลูกโดยผ่านบุคคลที่ 3 หรือบุคคลภายนอกครอบครัว แต่สำหรับครอบครัวที่มีคุณภาพจะและมีติดต่อกันโดยตรง มีเวลาพูดคุยกันเสมอ สมาชิกในครอบครัวก็มักจะเป็นผู้ฟังที่ดีและมีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เมื่อมีความขัดแย้งก็จะนำความขัดแย้งมาพูดคุยกัน ไม่ปกปิด ไม่เก็บไว้ในใจ แต่พยายามที่จะร่วมกันรับรู้ความรู้สึกของกันและกันและพยายามหาหนทางเลือก ทางแก้ไขที่ดีที่สุดสำหรับทุกคน

5. การมีศรัทธาต่อศาสนาอย่างแรงกล้า พบว่าในครอบครัวที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะนับถือศาสนาใดคนในครอบครัวจะมีความศรัทธาต่อศาสนานั้นในระดับสูง มักมีกิจกรรมทางศาสนาร่วมกัน เช่น ไปเข้าโบสถ์ทุกวันอาทิตย์ หรือเข้าวัดฟังเทศน์ร่วมกัน ในหลายครอบครัวอาจมีส่วนจัดตั้งองค์การทางศาสนา เช่น สร้างวัดหรือเป็นธุระให้กับกิจกรรมทางศาสนา เป็นต้น การที่คนในครอบครัวมีศรัทธาต่อศาสนานี้ทำให้มีสติ มีความอดทนต่อกัน มีการให้อภัยต่อผู้อื่นสูง ระวังความโกรธได้เร็ว และรู้จักที่จะช่วยเหลือผู้อื่นในสังคมซึ่งเป็นรากฐานของความรับผิดชอบต่อสังคมโดยส่วนรวม

6. การมีสมรรถนะจัดการกับวิกฤติการณ์ในครอบครัวได้เป็นอย่างดี เป็นการสกัดกั้นและป้องกันปัญหาสังคมได้อย่างดี กล่าวคือครอบครัวที่มีคุณภาพมักมีวิธีการที่ดีในการแก้ไขปัญหาหรือกู้สถานการณ์ที่วิกฤตินั้นได้กลับคืนสู่สภาพดีได้ดั้งเดิม แม้ว่าการประสบปัญหาความทุกข์ยากจะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ แต่ครอบครัวที่มีคุณภาพจะจัดการได้ดีแม้ในความยากลำบากที่สุดก็ตาม คนในครอบครัวจะมีความมั่นใจ และไว้วางใจต่อกัน จะร่วมกันต่อสู้กับปัญหาแทนที่จะทอดทิ้งหรือแตกแยกไปคนละทิศละทาง และจะได้กำลังใจซึ่งกันและกันร่วมคลี่คลายปัญหาได้ในที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัวนี้ ผู้วิจัยใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ที่ใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาว่ามีการนำเสนอเรื่องราวหรือประเด็นใดที่เอื้อต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่บุคคลในครอบครัวโดยตรงและแก่สังคมด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อำภา มิตรภูษามภรณ์ (2550) ได้ศึกษา เรื่อง “เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการโทรทัศน์ “พ.ศ.พอเพียง” และการรับรู้ประโยชน์และการเปิดรับรายการของผู้ชม” เพื่อทราบถึงรูปแบบ เนื้อหาและวิธีการนำเสนอ รวมถึงพฤติกรรมและการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมที่มีต่อรายการ “พ.ศ.พอเพียง”

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมการเปิดรับรายการ “พ.ศ.พอเพียง” ไม่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศ แต่มีความแตกต่างกันระหว่างอายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและรายได้
2. การรับรู้ประโยชน์จากรายการ “พ.ศ.พอเพียง” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “พ.ศ.พอเพียง”
3. รายการ “พ.ศ.พอเพียง” เป็นการนำเสนอสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ปรากฏในรายการ ประกอบด้วย 1) หลัก 3 ห่วง 2 เงื่อนไข 2) เนื้อหารายการที่นำมาวิเคราะห์จำนวน 37 ตอน 3) เนื้อหาของกลุ่มในการปฏิบัติภารกิจ ประกอบด้วย 1) ภาคธุรกิจ 2) วิถีชาวบ้าน 3) กลุ่มสังคมเมือง และวิธีการนำเสนอของรายการ “พ.ศ.พอเพียง” ประกอบด้วย 1) ช่วงแนะนำเปิดตัวรายการ 2) ช่วงเรียลลิตีและสนทนากับแขกรับเชิญ (VTR) 3) ช่วงสรุปภารกิจเพื่อโยงเข้าหลักเศรษฐกิจพอเพียงโดยมีองค์ประกอบ ได้แก่ 1) พิธีกร 2) ผู้ร่วมรายการ 3) บรรณาการ 4) รูปแบบในการนำเสนอรายการแตกต่างจากรายการเรียลลิตี ทอล์กโชว์รายการอื่น โดยทุกช่วงของรายการจะนำเสนอแบบสบายๆ ไม่มีรูปแบบตายตัวและมีความสอดคล้องกันตลอดรายการ

สาวิตรี กำแพงพันธ์ (2549) ได้ศึกษา เรื่อง “บทบาทของละครโทรทัศน์แนวเบาสมองเพื่อการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว” โดยวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจ การเชื่อมโยงภาพครอบครัวในละครกับชีวิตจริงจากละครโทรทัศน์แนวเบาสมองทั้งหมด 4 เรื่อง คือ เฮง เฮง เฮง, เป็นต่อ, บางรักซอย 9 และบ้านนี้มีรัก ซึ่งวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งเป็นการศึกษาเนื้อหาจากบทละครโทรทัศน์ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่างที่ชมละครทั้งหมด 30 คน

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาที่ผู้เขียนบทเลือกหยิบยกมาเป็นประเด็นหลักในการนำเสนอมากที่สุด คือปัญหาครอบครัว รองลงมาคือปัญหาทั่วไป และปัญหาความรัก ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่มักจะคลี่คลายไปเองมากที่สุด รองลงมาคือมีบุคคลอื่นมาช่วยแก้ปัญหา และพบวิธีการแก้ปัญหาด้วยตัวเองน้อยที่สุด

ในส่วนของการรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกชมละครประเภทนี้เพื่อตอบสนองความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด รองลงมาคือชื่นชอบนักแสดงในเรื่อง และเนื้อหาของละครตามลำดับ ซึ่งพฤติกรรมการชมละครของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะนั่งดูกับสมาชิกในครอบครัว มีการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการนำมุขตลก ขำขันในละครไปใช้ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน สำหรับการรับรู้ประโยชน์นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อคิดในด้านการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว และข้อคิดในการดำเนินชีวิตที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาของละคร

กวรรณิการ์ เวียงเพิ่ม (2538) ได้ศึกษา เรื่อง “การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์แบบ Situation Comedy เรื่องคู่ซิ่นซูลมุน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นปัญหาชีวิตครอบครัว วิธีการแก้ปัญหา กลยุทธ์การนำเสนอ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นปัญหาชีวิตครอบครัว กับรูปแบบ sitcom

ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นปัญหาชีวิตครอบครัวส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และบุคคลทั้งภายในและภายนอกครอบครัว โดยใช้เหตุการณ์ช่วยคลี่คลายปัญหากลยุทธ์การนำเสนอมีการกำหนดโครงเรื่องหลักเพียงประเด็นเดียว คือปัญหาชีวิตครอบครัวของคนรุ่นใหม่ในสังคม ซึ่งความสัมพันธ์ที่ปรากฏในเรื่องเป็นการสร้างเนื้อเรื่องให้เกิดความตลกขบขันจากสถานการณ์ใกล้ตัวสามารถเกิดขึ้นได้จริง ช่วยทำให้ผู้ชมรายการซึมซับเนื้อหาสาระ และแง่คิดไปโดยไม่รู้ตัวพร้อมกับความบันเทิง และการที่ละครนำเสนอปัญหาชีวิตครอบครัวแก่ผู้ชมรายการนี้ ก็สามารถช่วยสะท้อนแง่มุมหนึ่งของการใช้ชีวิตแก่ผู้รับชมรายการได้ ส่วนการได้รับข้อคิดจากละครมากเพียงใด ขึ้นอยู่กับการรับรู้และวิจารณญาณของผู้รับชมรายการเอง ผู้รับชมรายการบางคนอาจจะมองแค่ความบันเทิงที่ได้รับ บางคนอาจจะมองว่าได้รับมุมมองใหม่ๆ และเข้าใจในชีวิตครอบครัวมากขึ้น รวมทั้งได้รับความบันเทิงผสมผสานไปด้วยหรือบางคนอาจจะได้รับความบันเทิงพร้อมทั้งสาระแง่คิดไปโดยไม่รู้ตัว

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัยในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อ
สถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก””

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”” ประกอบด้วยรายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ความเที่ยง และความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูลตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย รายละเอียดเกี่ยวกับตัวแปร และการวัดตัวแปร ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยไว้ดังนี้

รูปแบบการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) เป็นเครื่องมือหลักในการสำรวจ ซึ่งใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย วิธีการสุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เกณฑ์การวัดค่าตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและเกณฑ์การให้คะแนน การวัดความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงของเครื่องมือ การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ ประมวลผล และนำเสนอข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยและประกอบอาชีพอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane จากจำนวนประชากรทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6,868,484 คน โดยมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการที่ผู้วิจัยสอบถามกลุ่มตัวอย่างด้วย

วาทา ว่าเคยรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” หรือไม่ หากเคยรับชม ก็สามารถตอบแบบสอบถามต่อไปได้

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มาจากการคำนวณตามสูตร (วิเชียร เกตุสิงห์ , 2543)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ	n	คือ จำนวนตัวอย่าง หรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	คือ จำนวนหน่วยทั้งหมด หรือขนาดของประชากร
	e	คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดได้

ในที่นี้ ผู้วิจัยกำหนดว่าจะยอมให้เกิดความผิดพลาดได้ไม่เกิน 5% และต้องการระดับความน่าเชื่อถือได้เป็น 95% ($e = 0.05$)

$$\begin{aligned} \text{ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงมีจำนวน} &= \frac{6,868,484}{1 + (6,868,484 \times .05^2)} \\ &= 399.98 \end{aligned}$$

ในที่นี้ ผู้วิจัยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi – Stage Sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบลำดับชั้น (Stratified Sample) โดยแบ่งตามพื้นที่เขตการปกครองของกรุงเทพมหานคร จำนวน 50 เขต โดยแบ่งเป็นโซนได้ 6 โซน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างกระจายตามสัดส่วนและมีความหลากหลาย ดังนี้

โซนใจกลางธุรกิจ	โซนกรุงเทพชั้นใน	โซนกรุงเทพตะวันออก	โซนกรุงเทพตะวันออกเฉียงเหนือ	โซนกรุงเทพตอนเหนือ	โซนกรุงเทพตะวันตก	โซนกรุงเทพตอนใต้
สาทร	ดินแดง	ลาดกระบัง	ห้วยขวาง	จตุจักร	บางพลัด	ราษฎร์บูรณะ
บางรัก	ดุสิต	พระโขนง	หนองจอก	หลักสี่	บางกอกน้อย	จอมทอง
ปทุมวัน	บางซื่อ	ประเวศ	วังทองหลาง	ดอนเมือง	บางกอกใหญ่	ทุ่งครุ
วัฒนา	บางคอแหลม	บางนา	บึงกุ่ม	ลาดพร้าว	คลองสาน	บางแค
คลองเตย	ป้อมปราบ	สวนหลวง	มีนบุรี	บางเขน	ธนบุรี	หนองแขม
ราชเทวี	สัมพันธวงศ์	สะพานสูง	สายไหม		ตลิ่งชัน	บางบอน
	พระนคร		บางกะปิ		ทวีวัฒนา	บางขุนเทียน
	ยานนาวา		คันนายาว		ภาษีเจริญ	
	พญาไท		คลองสามวา			

ที่มา : หน่วยบริการข้อมูล สำนักงานบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ เดือนธันวาคม 2551

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ขั้นตอนที่ 2

โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับฉลากแต่ละโซนเพื่อให้ได้เขตที่เป็นตัวแทนแต่ละโซนโดยกำหนดโซนละ 3 เขต จะได้เขตตัวอย่างทั้งหมด เขต 21 จาก 50 เขต ได้แก่

โซนใจกลาง ธุรกิจ	โซนกรุงเทพ ชั้นใน	โซนกรุงเทพ ตะวันออก	โซนกรุงเทพ ตะวันออก เชียงใหม่ เหนือ	โซนกรุงเทพ ตอนเหนือ	โซนกรุงเทพ ตะวันตก	โซนกรุงเทพ ตอนใต้
สาทร ปทุมวัน ราชเทวี	ดินแดง บางซื่อ พญาไท	บางนา สวนหลวง สะพานสูง	ห้วยขวาง มีนบุรี บางกะปิ	จตุจักร ดอนเมือง ลาดพร้าว	บางพลัด คลองสาน ตลิ่งชัน	ทุ่งครุ บางแค บางบอน

ขั้นตอนที่ 3

ใช้วิธีการสุ่มแบบกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง (Quota Sampling) โดยเลือกเก็บข้อมูลในแต่ละเขตเท่า ๆ กัน คือเขตละ 20 คน ซึ่งเก็บข้อมูลจากผู้ที่อาศัย หรือทำงานอยู่ในเขตทั้ง 21 เขต ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15 ปีขึ้นไป เขตละ 20 คน โดยกำหนดให้มีอาชีพที่หลากหลาย และในแต่ละเขตจะพยายามเก็บข้อมูลให้มีทั้งเพศชายและเพศหญิงในปริมาณที่เท่ากัน

ขั้นตอนที่ 4

ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้การแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนที่อยู่ในแต่ละเขต ทั้ง 21 เขต ตามสัดส่วนในขั้นตอนที่ 3 โดยมีคำถามคัดกรองเบื้องต้นเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เคยรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” และเมื่อถามคำถามคัดกรองเบื้องต้นและจึงแจกแบบสอบถาม โดยแจกตามห้างสรรพสินค้า อาคาร

สำนักงาน สถานศึกษา ย่านที่พักอาศัย สวนสาธารณะ สถานีรถไฟฯ เป็นต้น โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง รวมอย่างน้อย 400 คน (เกณฑ์ในการเก็บข้อมูลในสถานที่ต่างๆ ผู้วิจัยจะเลือกเก็บในสถานที่เดิม ต่างวัน และต่างเวลา เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย)

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

1. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยแจกแจงตามสมมติฐานในแต่ละข้อ ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ตัวแปรตาม คือ ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

ตัวแปรอิสระ คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ประโยชน์

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

ตัวแปรอิสระ คือ ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว

ตัวแปรตาม คือ การรับรู้ประโยชน์

2. การวัดตัวแปร

ผู้วิจัยได้ตั้งเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปร ดังนี้

1) พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ได้มาจากการนับคะแนนของความบ่อยครั้งในการเปิดรับชมละครมาคำนวณ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ชมทุกครั้ง	(4 ครั้ง/เดือน)	= 5 คะแนน
ชมบ่อยมาก	(3 ครั้ง/เดือน)	= 4 คะแนน
ชมบ่อย	(2 ครั้ง/เดือน)	= 3 คะแนน
ชมบ้าง	(1 ครั้ง/เดือน)	= 2 คะแนน
ชมบ้างนานๆ ครั้ง	(น้อยกว่าเดือนละครั้ง)	= 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแบ่งกลุ่มให้คะแนนความบ่อยครั้งในการเปิดรับชม ดังนี้

4.51-5.00	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับชมอยู่ในระดับสูงมาก
3.51-4.50	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับชมอยู่ในระดับสูง
2.51-3.50	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับชมอยู่ในระดับปานกลาง
1.51-2.50	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับชมอยู่ในระดับต่ำ
1.00-1.50	หมายถึง	มีพฤติกรรมการเปิดรับชมอยู่ในระดับต่ำมาก

2) การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การวัดตัวแปรเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ โดยวัดเป็นระดับการใช้ประโยชน์จากการรับชมละครโทรทัศน์บ้านนี้มีรัก โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มากที่สุด	= 5 คะแนน
มาก	= 4 คะแนน
ปานกลาง	= 3 คะแนน
น้อย	= 2 คะแนน
น้อยที่สุด	= 1 คะแนน

โดยมีเกณฑ์การแบ่งกลุ่มให้คะแนนการรับรู้ประโยชน์ ดังนี้

4.51-5.00	หมายถึง	มีระดับการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับสูงมาก
3.51-4.50	หมายถึง	มีระดับการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับสูง
2.51-3.50	หมายถึง	มีระดับการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับปานกลาง
1.51-2.50	หมายถึง	มีระดับการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำ
1.00-1.50	หมายถึง	มีระดับการรับรู้ประโยชน์อยู่ในระดับต่ำมาก

3) ทักษะติดต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

คำถามเกี่ยวกับทักษะติดต่อสถาบันครอบครัวของกลุ่มตัวอย่างผู้ชมรายการโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

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

โดยมีเกณฑ์การแบ่งกลุ่มให้คะแนนระดับทักษะติดต่อสถาบันครอบครัวดังนี้

4.51-5.00	หมายถึง	มีทักษะที่ดีมากต่อสถาบันครอบครัว
3.51-4.50	หมายถึง	มีทักษะที่ดีต่อสถาบันครอบครัว
2.51-3.50	หมายถึง	มีทักษะที่เป็นกลางต่อสถาบันครอบครัว
1.51-2.50	หมายถึง	มีทักษะที่ไม่ดีต่อสถาบันครอบครัว
1.00-1.50	หมายถึง	มีทักษะที่ไม่ดีมากต่อสถาบันครอบครัว

เกณฑ์การประเมินระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิจัย ตามระดับค่าความสัมพันธ์ ดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์, 2543)

ระดับความสัมพันธ์ 0.00-0.20 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
 ระดับความสัมพันธ์ 0.34-0.68 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
 ระดับความสัมพันธ์ 0.69 ขึ้นไป หมายถึง มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าโดยอ้างอิงและดัดแปลงมาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจครอบคลุมตามวัตถุประสงค์โดยมีโครงสร้างของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับ การศึกษา และรายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์โดยทั่วไป ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับชมรายการต่อสัปดาห์ เวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมต่อครั้ง ลักษณะการรับชมรายการ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับชมละครต่อสัปดาห์ เวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมต่อครั้ง

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ตอนที่ 6 คำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การตรวจความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะกรรมการวิทยานิพนธ์ ในการเป็นผู้พิจารณาตรวจสอบในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำ โดยเมื่อมีการปรับปรุงแก้ไขแล้ว จึงค่อยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจริง

2. การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้ค่าแอลฟา ในการทดสอบความเชื่อถือของแบบสอบถามก่อนที่จะมีการเก็บข้อมูลจริง โดยผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มผู้ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด โดยให้ทดลองตอบคำถาม เพื่อตรวจสอบว่าคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามสื่อความหมายได้ถูกต้องตามที่ผู้วิจัยต้องการ และคำถามที่ใช้มีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายต่อความเข้าใจอย่างไร แล้วนำคำตอบที่ได้มาหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach อ้างถึงในวิเชียร เกตุสิงห์, 2543) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{(k-1)} \left| \frac{1 - \sum V_i}{V_t} \right|$$

เมื่อ α = ค่าความเชื่อถือได้

k = จำนวนข้อ

V_i = ความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

V_t = ความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อ

ซึ่งค่าความเชื่อถือที่ยอมรับได้ต้องไม่ต่ำกว่า หรือสูงกว่า 0.75

จากแบบสอบถาม ได้ค่าความน่าเชื่อถือ ดังนี้

พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

มีค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.92

การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

มีค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.94

ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
มีค่าความน่าเชื่อถือ เท่ากับ 0.90

จากผลการทำสอบแสดงผลว่าแบบสอบถามมีระดับความน่าเชื่อถืออยู่ใน
ระดับสูง

การประมวลผลข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างกรอกคำตอบเอง (Self-Administered) เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน และทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้วจึงดำเนินการในขั้นตอนต่อไป ดังนี้

1. ให้คะแนน และทำการลงรหัสในแบบสอบถาม
2. นำแบบสอบถามไปเขียนลงในกระดาษสำหรับลงรหัส (Coding Foam) ป้อนข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณหาค่าสถิติที่ต้องการ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์ จากข้อมูลที่พิมพ์ออกมาเพื่อตรวจสอบหาข้อผิดพลาดในการลงรหัส หลังจากนั้นจึงจัดทำตารางวิเคราะห์ทางสถิติ
4. แปลความหมายข้อมูลที่ได้รับประมวลผลเรียบร้อยแล้ว เพื่อจัดทำรายงานและสรุป

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOWS โดยใช้วิธีการทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้สถิติการแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับ

1.1 ลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.2 การรับสาระความรู้จากละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

- 1.3 ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
- 1.4 การนำไปใช้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
- 1.5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงละคร

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistic) สำหรับวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

2.1 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวกับสาระความรู้ ทศนคติต่อสถาบันครอบครัว และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ชม

สถิติที่ใช้ คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ทดสอบสมมติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” เพื่อส่งเสริมสถาบันครอบครัวกับสาระความรู้ ทศนคติต่อสถาบันครอบครัว และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ชม



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติ ต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการผลิตละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”” เป็นการศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบบวัดผลครั้งเดียว (One-Shot Case Study) ผู้วิจัยแบ่งประเด็นในการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยในแต่ละส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ผลการวิจัยตอนที่ 1 นำเสนอผลการศึกษาในประเด็นของรายละเอียดทั่วไปของละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” โดยจะเน้นศึกษาในเรื่องเกี่ยวกับเนื้อหาของละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” และคาแรคเตอร์ต่างๆ ในละคร ที่มีบทบาทสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัวที่มีอยู่จริงในสังคมปัจจุบัน

เรื่องย่อของละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

รัก ลูกชายคนกลาง และก็เป็นเหมือนตัวกลางของบ้านที่แสนจะอบอุ่น และด้วยความที่เป็นลูกคนกลาง ทำให้รักต้องรับกรรมทุกสถานการณ์ เพราะไม่ว่าคนในบ้านจะมีปัญหาอะไร ทุกคนต่างพุ่งมาปรึกษา และให้รักแก้ปัญหาเป็นคนแรกเสมอ และตัวสร้างปัญหาประจำบ้านคือ น้องชายวัยคะนอง ลิงค์ หนุ่มมหาลัยปี 1 ที่กวนบาทาทุกสถานการณ์ ปากเสีย ซี้ไม่ ไม่มีกาลเทศะ ผู้ที่พร้อมจะพาปัญหาเข้ามาในบ้านตลอดเวลา

นอกจากรักจะต้องรับศึกหนักคือ ลิงค์น้องชายตัวแสบแล้ว รักยังต้องเจอกับ ริน พี่สาวจอมไววายเป็นปากร้าย ที่มีสามีไม่เอาไหน และไม่ได้เรื่องอย่าง แสงค์ กับ มิค หลานชายซี้สงสัย ที่ไม่เชื่อใจใครนอกจากรัก แต่ก็มักจะโดนสอนอะไรผิดๆ จากลิงค์เสมอๆ แต่รักเองก็ยังมี แม่

ที่แสนจะอารมณ์ดี และมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง คิดไปเองว่ายังสวยไม่สร้าง ที่เป็นทั้งพ่อและแม่ในเวลาเดียวกัน พร้อมทั้งสามารถเป็นที่พึ่งในยามที่ท้อแท้

คาแรคเตอร์ต่างๆ ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”



ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างตัวละครชื่อ อารักษ์(รัก)ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

อารักษ์ (รัก)

พี่ชายคนกลาง เป็นนักเขียนการ์ตูน

และต่อมาได้มาเปิดบริษัทอนิเมชั่นร่วมกับเพื่อน อารักษ์เกิดวันที่ 29 กุมภาพันธ์

จะสังเกตได้ว่า ผู้จัดละครมีการกำหนดให้ตัวละคร “รัก” เป็นลูกคนกลาง และเกิดในวันที่ 29 กุมภาพันธ์ ที่ดูจะเป็นวันพิเศษสำหรับทุกคน ตัวละครตัวนี้ ถูกจับให้เป็นตัวแทนของความพิเศษ ที่ถือกำเนิดในเดือนแห่งความรัก โดยลักษณะสำคัญของตัวละครนี้ ก็คือ การเป็นตัวแทนของความรัก เป็นศูนย์กลางของคนในครอบครัว ภายใต้ความเชื่อที่คนเรามักจะคิดกันว่า ลูกคนกลาง จะมีความพิเศษ แตกต่างไปจากสมาชิกคนอื่นๆ ในครอบครัว ซึ่งตัวละคร “รัก” ก็สามารถเป็นตัวแทน “ลูกคนกลาง” ในสังคมได้อย่างชัดเจนและเหมาะสมกับสภาพสังคมในปัจจุบัน



ภาพที่ 3 แสดงตัวอย่างตัวละครชื่อ ริน ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ริน พี่สาวของอารักษ์

เป็นคนที่ตระหนี่ถี่เหนียวมาก แต่เป็นคนรักแม่ รักครอบครัว

ริน พี่สาวคนโตที่บ้าน ที่ดูคล้ายจะมีความเป็นผู้นำอยู่ในตัว แต่ก็มักจะมีปัญหา มาให้ “รัก” น้องชายคนกลางต้องแก้ไข จนปวดเศียรเวียนเกล้าได้ทุกครั้งไป เป็นตัวแทนของผู้หญิง ที่เราสามารถเห็นได้ในสังคมปัจจุบัน ที่นอกจากจะมีหน้าที่ดูแลครอบครัวที่ยุ่งเหยิงของตนเองแล้ว ก็ยังคงไม่ละทิ้งเรื่องการทำงาน แม้ว่าอาจจะไม่ได้ถึงขั้น Working woman แต่ก็ไม่ยอมนั่งนิ่งดูตาย เลี้ยงลูกอยู่บ้านเฉยๆ แน่นนอน เช่นเดียวกับผู้หญิงในสังคมปัจจุบัน ที่มักไม่ยอมเป็นช้างเท้าหลัง นั่งนิ่งเฉยอยู่กับเหี่ยว ฝ้ากับเรือนให้สามีดูแลแต่เพียงฝ่ายเดียวเหมือนสมัยก่อนอีกต่อไป



ภาพที่ 4 แสดงตัวอย่างตัวละครชื่อ แฮงค์ และมิก ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

แฮงค์ & มิก สามี กับ ลูกชายตัวน้อยของริน

สามีจอมป่วน ที่มักจะมีเรื่องมาให้ริน และคนในบ้านต้องกลุ่มใจกันอยู่เป็นประจำ เป็นสามีที่รักริน ชี้เล่น อารมณ์ดี แต่ก็ยังคงมีอาการกะล่อน เจ้าชู้ไก่แจ้ให้เห็นบ้างประปราย ทำให้ริน ต้องคอยดู คอยคุม จนอยู่ในโอวาท แม้ว่าแฮงค์จะขาดความเป็นผู้นำ แต่ก็สามารถทำให้ รินยิ้มได้เสมอ คอยให้กำลังใจในวันที่ท้อแท้ เป็นตัวแทนของผู้ชายที่รักครอบครัว ที่แม้บางทีอาจไม่สามารถทำหน้าที่หัวหน้าครอบครัวได้เต็มที่นักก็ตาม แต่เมื่อถึงเวลาที่เกิดปัญหาจริงจัง กลับสามารถตั้งสติ และแก้ไขสถานการณ์ได้ดีกว่าริน

มิก ลูกชายตัวน้อย ที่มีนิสัยค่อนข้างไปทางน้ำเสียมากกว่า คือเป็นเด็กที่นิสัยดี มีเหตุผล สดใสร่าเริง คล้ายๆ กับ รัก เพราะเขาจะดู รัก เป็นแบบอย่าง สามารถเรียนรู้สิ่งต่างๆ ได้รวดเร็ว เพียงแต่ด้วยวุฒิภาวะ ทำให้ มิก ยังมีการแก้ปัญหาที่ไม่ถูกต้อง มีความซุกซน และมีการเสร์้าโศกเสียใจ ตามวัยที่เขาควรจะเป็น



ภาพที่ 5 แสดงตัวอย่างภาพตัวละครชื่อ ลิงก์ ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ลิงก์ น้องชายของอารักษ์

นักศึกษา บุคลิกกวน และเป็นหุ่นส่วนเพียง 15 บาท ในบริษัทของอารักษ์ด้วย

น้องสุดป่วนคนสุดท้อง ที่คอยนำปัญหามาให้ พี่ๆ และแม่ต้องแก้ไขไม่ตกหลายต่อหลายครั้ง ลิงก์เปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของเด็กวัยรุ่น ที่มักอยากรู้ อยากรองผิดถูก และกำลังอยู่ในวัยที่เชื่อมั่นในความคิดของตัวเองสูง มักทำอะไรที่ผิดพลาดอยู่เสมอๆ และไม่คอยฟังใคร จนกว่าจะเกิดปัญหาที่แก้ไม่ได้แล้ว จึงก้มหน้ามาปรึกษาที่บ้านอยู่รำไป แต่โดยพื้นฐานครอบครัวที่อบอุ่น จึงทำให้ลิงก์ไม่ได้เป็นเด็กดื้อ ไร้ความคิด หรือจิตใจโหดร้าย เพียงแต่การเรียนรู้ในบทเรียนต่างๆ จะนำเขาไปสู่หนทางการเป็นผู้ใหญ่ที่ดีได้ในวันหนึ่ง เห็นได้จากในตอนท้ายของปัญหาต่างๆ ลิงก์มักจะยอมรับผิด และรับฟังคำแนะนำของทุกคนในครอบครัวเป็นอย่างดี



ภาพที่ 6 แสดงตัวอย่างภาพตัวละครชื่อ กรรณิการ์ (น้อย) ในละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

กรรณิการ์ (น้อย) แม่ของริน รัก ลิงก์

ป่วยเป็นโรคมะเร็ง เป็นคนที่คอยให้แง่คิดและเจ้าของคำคมสำคัญในเรื่อง

แม่ ผู้ใหญ่อารมณ์ดี ที่มีแง่คิดดีๆ ให้กับทุกคน ทำหน้าที่เป็นทั้งพ่อและแม่ในเวลาเดียวกัน แม้จะมีอาการป่วย แต่ก็ยังสามารถทำหน้าที่เป็นผู้นำครอบครัวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หน้าที่ของการเป็นศูนย์รวมจิตใจของทุกคนในบ้าน แม่ทำได้ไม่เคยขาดตกบกพร่อง อาการป่วยของแม่ ถูกเพิ่มเข้ามาในช่วงหลัง เพื่อเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความกตัญญูของลูกๆ แต่ละคน ในการดูแลแม่ และได้เห็นถึงความเข้มแข็งของแม่ ที่พยายามไม่ทำตัวเป็นภาระให้ลูกๆ ต้องเดือดร้อน และเป็นทุกข์ใจ

จากเนื้อเรื่องและลักษณะของตัวละครดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ จะเห็นได้ว่าละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” พยายามจะสอดแทรกเนื้อหา และตัวตนของคนที่มืออยู่จริงในสังคมปัจจุบัน ถ่ายทอดออกมาให้เห็นทั้งในด้านบวกและในด้านลบ แตกต่างกันไปในแต่ละปัจจัยที่แตกต่างกัน ณ ขณะนั้น

ชื่อเรื่อง “บ้านนี้มีรัก” แฝงความหมายเอาไว้สองแบบ นั่นก็คือ เป็นบ้านที่อบอุ่นไปด้วยความรัก ความเอาใจ ดูแลซึ่งกันและกัน เป็นครอบครัวที่อบอุ่น อยู่กันด้วยความเข้าใจ เข้าใจ พร้อมทั้งจะให้อภัย และให้กำลังใจกันในวันที่คนในครอบครัวพบกับปัญหา และพร้อมที่จะร่วมกันแก้ไขอย่างไม่ยอมแพ้ เพียงแต่ว่าในวิธีการช่วยเหลือนั้น ก็จะต้องมีการสอดแทรกคำสอน ข้อคิดต่างๆ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเดิมๆ ซ้ำแล้วซ้ำอีก

ความหมายของ “บ้านนี้มีรัก” อีกแห่งหนึ่งก็คือ ครอบครัวนี้มี “รัก” ลูกชายคนกลาง เป็นศูนย์กลางของคนในครอบครัว ที่คอยจัดการดูแลเรื่องราวมากมาย และปัญหาต่างๆ ของสมาชิกในครอบครัว ที่มักจะนำความวุ่นวายมาให้ “รัก” ได้ขบคิด จนปวดสมองกันอยู่เสมอๆ แต่ “รัก” ก็สามารถแก้ปัญหาทุกอย่างได้เป็นอย่างดี และทำด้วยความเต็มใจ แม้ในบางครั้งจะท้อแท้เหนื่อยหน่ายกับปัญหาที่ได้พบเจอซ้ำแล้วซ้ำเล่า แต่ก็จะมีแม่ เป็นผู้ที่คอยปลอบใจ และทำให้เขากลับมามีแรงสู้กับทุกเรื่องได้อยู่เสมอ

ละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มักจะมีประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ท้นกับเหตุการณ์ในยุคสมัยนั้นๆ เข้ามา ตามลักษณะของรายการแบบ “ซีทีคอม” ชื่อที่ว่า “ซีทีคอม” มักจะหยิบยกเหตุการณ์ปัจจุบันขึ้นมาเป็นประเด็นปัญหา และสามารถหาทางคลี่คลายปัญหาให้จบได้ภายในตอน เช่นเดียวกับ “บ้านนี้มีรัก” ที่ยกเอากระแสสังคม ณ ขณะนั้นๆ ขึ้นมา เพื่อเป็นการถ่ายทอดให้เห็นแง่คิดของผู้จัดทำรายการ นั่นคือบทบาทของสื่อมวลชน ที่สามารถถ่ายทอดความเห็น หรือนำเสนอแง่คิดในการแก้ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในสังคม ทั้งในทางตรง และในทางอ้อม โดยจะต้องเป็นแนวทางที่สร้างสรรค์ และส่งเสริมจิตใจให้คนในสังคมเห็น และเอาเป็นเยี่ยงอย่างในทางที่ดี

โดยในเรื่องนี้ ทำหน้าที่ของสื่อได้ดี ในแง่ของการส่งเสริมจิตใจให้คนมีทัศนคติที่ดีในการดำเนินชีวิต และที่สำคัญคือส่งเสริมให้คนในสังคม หันกลับมาให้ความสนใจ เอาใจใส่ ความสัมพันธ์ในครอบครัวของตนเองได้เป็นอย่างดี เพราะตัวละครที่ถูกยกมาเป็นตัวอย่างนั้น มีให้เห็นอยู่มากมายในสังคมไทย จึงเป็นเรื่องไม่ยากเลย ที่ละครเรื่องนี้ จะสามารถเข้าถึงจิตใจผู้ชมได้อย่างลึกซึ้ง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 400 คน แล้วนำมาวิเคราะห์ค่าด้วยโปรแกรมทางสถิติ โดยได้แบ่งการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐานคือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย เพื่ออธิบาย

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวและลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตาราง จำนวนทั้งสิ้น 5 ตาราง (ตารางที่ 1-5)

2. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์โดยทั่วไป ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับชมรายการต่อสัปดาห์ เวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมต่อครั้ง ลักษณะการรับชมรายการ โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตาราง จำนวนทั้งสิ้น 4 ตาราง (ตารางที่ 6 - 9)

3. พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับชมรายการต่อสัปดาห์ เวลาที่ใช้ในการเปิดรับชมต่อครั้ง โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตาราง จำนวนทั้งสิ้น 5 ตาราง (ตารางที่ 10 - 14)

4. การรับรู้ของผู้ชมที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตาราง จำนวนทั้งสิ้น 1 ตาราง (ตารางที่ 15)

5.ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” โดยนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตาราง จำนวนทั้งสิ้น 1 ตาราง (ตารางที่ 16)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใน การทดสอบสมมติฐานทั้ง 3 ข้อดังนี้

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชม

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชม

โดยใช้สถิติการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลการวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลที่เป็นลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลการจำแนกในตารางที่ 1 - 5 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	164	41.00
หญิง	236	59.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งเป็นเพศหญิง นอกนั้นเป็นเพศชาย โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 59 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	39	9.75
20-29 ปี	162	40.50
30-39 ปี	150	37.50
40-49 ปี	24	6.00
50-59 ปี	14	3.50
60 ปีขึ้นไป	11	2.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.5 นอกจากนั้น เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.75 ในช่วง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปจำนวนน้อยที่สุด ซึ่งคิดเป็นจำนวนร้อยละ 2.75 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าประถมศึกษา	6	1.50
ประถมศึกษา	8	2.00
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	39	9.75
อนุปริญญา / ปวส.	41	10.25
ปริญญาตรี	201	50.25
สูงกว่าปริญญาตรี	99	24.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาขั้นสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.25 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.75 นอกจากนั้นอยู่ในระดับอนุปริญญา/ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 10.25 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช. คิดเป็นร้อยละ 9.75 ระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวนเท่ากันซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	24	6.00
รัฐวิสาหกิจ	9	2.25
พนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน	152	38.00
เกษตรกร / ทำสวน	4	1.00
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	50	12.50
รับจ้างทั่วไป	21	5.25
อาชีพอิสระ	67	16.75
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	10	2.50
นักเรียน / นักศึกษา	54	13.50
อื่นๆ	9	2.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ ห้างร้าน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 16.75 นอกจากนั้นประกอบอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 13.5 อาชีพค้าขาย ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 12.5 อาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 6 อาชีพรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 5.25 ประกอบอาชีพพ่อบ้าน แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 2.5 และอาชีพรัฐวิสาหกิจ และอาชีพอื่นๆ เป็นจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.25

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	48	12.00
5,000-10,000 บาท	71	17.75
10,001-15,000 บาท	72	18.00
15,001-20,000 บาท	54	13.50
20,001-25,000 บาท	44	11.00
มากกว่า 25,000 บาท	111	27.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมา มีรายได้อยู่ที่ 10,001 - 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 18 นอกจากนั้นมีรายได้ 5,000 – 10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 17.75 มีรายได้ต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.5 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไป

พฤติกรรมกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ความถี่ในการดูโทรทัศน์ในแต่ละวัน ระยะเวลาในการดูโทรทัศน์ ช่วงเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ ในวันจันทร์ – ศุกร์ และช่วงเวลาในการชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์ – อาทิตย์ ด้วย การหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลดังตารางที่ 6 - 9

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการดูโทรทัศน์ในแต่ละวัน

ความถี่ในการดูโทรทัศน์ในแต่ละวัน	จำนวน	ร้อยละ
ทุกวัน	245	61.25
5-6 วัน / สัปดาห์	51	12.75
3-4 วัน / สัปดาห์	61	15.25
1-2 วัน / สัปดาห์	43	10.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ในการดูโทรทัศน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาดู 3-4 วัน / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.25 ดู 5-6 วัน / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 12.75 และน้อยที่สุดดู 1-2 วัน / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 10.75

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการดูโทรทัศน์

ระยะเวลาในการดูโทรทัศน์	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 5 ชั่วโมง	63	15.75
3-4 ชั่วโมง	159	39.75
1-2 ชั่วโมง	142	35.50
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	36	9.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์วันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาดูโทรทัศน์วันละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.50 ดูมากกว่า 5 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับและระยะเวลาในการดูโทรทัศน์น้อยที่สุด ดูน้อยกว่า 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 9.00

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการชมรายการ
โทรทัศน์ในวันจันทร์ – ศุกร์

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ*
00.01 – 02.00 น.	26	6.50
02.01 – 04.00 น.	7	1.75
04.01 – 06.00 น.	16	4.00
06.01 – 08.00 น.	46	11.50
08.01 – 10.00 น.	47	11.75
10.01 – 12.00 น.	29	7.25
12.01 – 14.00 น.	34	8.50
14.01 – 16.00 น.	18	4.50
16.01 – 18.00 น.	57	14.25
18.01 – 20.00 น.	143	35.75
20.01 – 22.00 น.	240	60.00
22.01 – 24.00 น.	206	51.50

* เป็นคำถามที่มีคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการโทรทัศน์ในวันจันทร์ –
ศุกร์ ในช่วงเวลา 20.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาชมรายการโทรทัศน์ใน
ช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 35.75 และชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 02.01 –
04.00 น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.75

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงเวลาในการชมรายการ
โทรทัศน์ในวันเสาร์ – อาทิตย์

ช่วงเวลา	จำนวน	ร้อยละ*
00.01 – 02.00 น.	30	7.50
02.01 – 04.00 น.	7	1.75
04.01 – 06.00 น.	9	2.25
06.01 – 08.00 น.	15	3.75
08.01 – 10.00 น.	74	18.50
10.01 – 12.00 น.	126	31.50
12.01 – 14.00 น.	108	27.00
14.01 – 16.00 น.	102	25.50
16.01 – 18.00 น.	134	33.50
18.01 – 20.00 น.	205	51.25
20.01 – 22.00 น.	245	61.25
22.01 – 24.00 น.	201	50.25

* เป็นคำถามที่มีคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 20.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 51.25 และชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 02.01 – 04.00 น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.75

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมกาเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

พฤติกรรมกาเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระยะเวลาในการติดตามชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ระยะเวลาในการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ลักษณะกาชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” และแหล่งที่ทำให้รู้จักละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ผลดังตารางที่ 10 – 13

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการติดตามชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การติดตามชม	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1 ปี	184	46.00
1 ปี	53	13.25
6 เดือน	37	9.25
3 เดือน	12	3.00
น้อยกว่า 3 เดือน	114	28.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาติดตามชมน้อยกว่า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.5 และติดตามชมรายการ 3 เดือน เป็นจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความถี่ในการชมละคร
โทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก"

ความถี่ในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ชมทุกครั้ง	29	7.25
ชมบ่อยมาก	58	14.50
ชมบ่อย	96	24.00
ชมบ้าง	79	19.75
ชมบ้างนานๆ ครั้ง	138	34.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" นานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาติดตามชมบ่อย คิดเป็นร้อยละ 24 และติดตามชมทุกครั้งเป็นจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.25

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการชมละคร
โทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก"

ระยะเวลาในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ประมาณ 1 ชั่วโมง	132	33.00
ประมาณ 45 นาที	106	26.50
ประมาณ 30 นาที	84	21.00
ประมาณ 15 นาที	78	19.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" ประมาณ 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาติดตามชมประมาณ 45 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.50 และติดตามชมประมาณ 15 นาที เป็นจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.50

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะการชมละครโทรทัศน์
"บ้านนี้มีรัก"

ลักษณะการชม	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจชมตลอดรายการ	102	25.50
เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ	57	14.25
เปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น	182	45.50
เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน	59	14.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" ในลักษณะเปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาติดตามชมอย่างตั้งใจตลอดรายการ คิดเป็นร้อยละ 25.50 และติดตามชมในลักษณะเปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน และเลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจเป็นจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.75 และ 14.25 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งที่ทำให้รู้จักละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

แหล่งข้อมูล	จำนวน	ร้อยละ*
การประชาสัมพันธ์จากรายการโทรทัศน์ ในเครือของ บริษัท เอ็กแซกท์	184	46.00
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	19	4.75
เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ชม	49	12.25
เปิดรับชมโดยบังเอิญ	209	52.25
อื่นๆ	11	2.75

* เป็นคำถามที่มีคำตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” จากการเปิดรับชมโดยบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา รู้จักจากการประชาสัมพันธ์จากรายการโทรทัศน์ในเครือของ บริษัท เอ็กแซกท์ คิดเป็นร้อยละ 46.00 และผ่านทางช่องทางอื่นๆ เช่น จากเพื่อนบอก เป็นจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.75

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การวิเคราะห์ระดับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้ประโยชน์
ของผู้ชม จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การรับรู้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D.	ระดับการรับรู้
1. ได้รับรู้ประโยชน์ในการทำงาน การประกอบอาชีพด้านต่างๆ	44 (11.00)	56 (14.00)	188 (47.00)	92 (23.00)	20 (5.00)	3.03	1.01	ปานกลาง
2. มีความรู้ในการดำเนินชีวิตที่ดี มีเมตตาธรรม มีความประพฤติดี และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่	54 (13.50)	195 (48.75)	128 (32.00)	14 (3.50)	9 (2.25)	3.68	0.83	สูง
3. การศึกษา แสวงหาความรู้ ให้เห็นประโยชน์ของการเรียนรู้ และการศึกษาเพิ่มเติม	24 (6.00)	98 (24.50)	175 (43.75)	87 (21.75)	16 (4.00)	3.07	0.93	ปานกลาง
4. รู้วิธีการตัดสินใจ แก้ปัญหา และลดความขัดแย้งในตัวเอง	43 (10.75)	127 (31.75)	149 (37.25)	70 (17.50)	11 (2.75)	3.30	0.97	ปานกลาง
5. ความรู้ในการครองเรือน วิถีปฏิบัติตนในฐานะภรรยา แม่ และบุตรที่ดี เพื่อให้เกิดความสุข และคามอบอุ่นในครอบครัว	80 (20.00)	145 (36.25)	112 (28.00)	54 (13.50)	9 (2.25)	3.58	1.03	สูง

ตารางที่ 15 (ต่อ)

การรับรู้	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{X}	S.D.	ระดับการรับรู้
6. ความรู้ในการเลือก	40	116	146	83	15	3.21	1.00	ปานกลาง
คู่มือ การแต่งงาน	(10.00)	(29.00)	(36.50)	(20.75)	(3.75)			
เพศศึกษา คุณธรรม								
ทางเพศ การ								
คุมกำเนิด การทำ								
แท้ง								
7. ความรู้เกี่ยวกับ	29	89	155	102	25	2.99	1.01	ปานกลาง
การบ้านการเรือน	(7.25)	(22.25)	(38.75)	(25.50)	(6.25)			
8. ความรู้เกี่ยวกับการ	75	145	106	67	7	3.54	1.03	สูง
เลี้ยงดู อบรม บุตร	(18.75)	(36.25)	(26.50)	(16.75)	(1.75)			
หลาน								
9. ความรู้เกี่ยวกับ	34	54	152	113	47	2.79	1.09	ปานกลาง
การเมือง การ	(8.50)	(13.50)	(38.00)	(28.25)	(11.75)			
ปกครอง เช่นการมี								
ส่วนร่วมตัดสินใจใน								
ปัญหาชุมชน สิทธิ								
การเลือกตั้ง								
10. ความรู้เกี่ยวกับ	33	79	139	76	73	2.81	1.19	ปานกลาง
ศิลปวัฒนธรรม และ	(8.25)	(19.75)	(34.75)	(19.00)	(18.25)			
ศาสนา เช่นการมี								
ส่วนร่วมในการ								
รักษา ทำนุบำรุง								
และจรรโลง								
ศิลปวัฒนธรรม								
ศาสนาของชาติ								
รวม						3.20	0.82	ปานกลาง

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับประโยชน์จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในเรื่องมีความรู้ในการดำเนินชีวิตที่ดี มีเมตตาธรรม มีความประพฤติดี และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่มากที่สุด ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ในการครองเรือน วิถีปฏิบัติตนในฐานะภรรยา แม่ และบุตรที่ดี เพื่อให้เกิดความสุข และคามอบอุ่นในครอบครัว ($\bar{X} = 3.58$) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการเมือง การปกครอง เช่นการมีส่วนร่วมตัดสินใจในปัญหาชุมชน สิทธิการเลือกตั้งน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.99$)

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติเกี่ยวกับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การวิเคราะห์ระดับทัศนคติเกี่ยวกับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลดังตารางที่

16

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติที่มีต่อ
สถาบันครอบครัวจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
1. ฉันคิดว่า ประเทศไทยควรมีละครแบบละครเรื่องบ้านนี้มีรักเพิ่มขึ้น	96 (24.00)	230 (57.50)	65 (16.25)	7 (1.75)	2 (0.50)	4.03	0.72	ดี
2. ครอบครัวของรัก เป็นครอบครัวในอุดมคติของฉัน	76 (19.00)	202 (50.50)	100 (25.00)	19 (4.75)	3 (0.75)	3.82	0.82	ดี
3. ฉันคิดว่า ละครเรื่องบ้านนี้มีรักให้อะไรกับผู้ชมมากกว่าความบันเทิง	106 (26.50)	248 (62.00)	41 (10.25)	2 (0.50)	3 (0.75)	4.13	0.66	ดี
4. ผู้ชายที่เป็น Family Man แบบรักคือผู้ชายในอุดมคติของฉัน	122 (30.50)	171 (42.75)	89 (22.25)	14 (3.50)	4 (1.00)	3.98	0.87	ดี
5. ฉันคิดว่า “รอยยิ้ม เสียงหัวเราะ และความอบอุ่นของครอบครัว” คือนิยามที่ดีที่สุดของละครเรื่องบ้านนี้มีรัก	181 (45.25)	179 (44.75)	33 (8.25)	5 (1.25)	2 (0.50)	4.33	0.72	ดี

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
6. ฉันคิดว่าตัวละคร ทุกตัวในละครเรื่องนี้ สะท้อนถึงความเป็น “คน” ของคนใน สังคมปัจจุบันได้ อย่างสมจริง	103 (25.75)	183 (45.75)	89 (22.25)	19 (4.75)	6 (1.50)	3.90	0.89	ดี
7. ฉันเคยเสียน้ำตา เพราะความซาบซึ้ง ใจในความอบอุ่น ของครอบครัวใน เรื่องบ้านนี้มีรัก	88 (22.00)	151 (37.75)	91 (22.75)	42 (10.50)	28 (7.00)	3.57	1.15	ดี
8. ฉันคิดว่าละครเรื่อง บ้านนี้มีรักก็ไม่ได้มี ความแตกต่างอะไร กับละคร sitcom เรื่องอื่นๆ ที่เน้นแต่ ฮาๆ ไม่มีสาระอะไร	40 (10.00)	51 (12.75)	86 (21.50)	193 (48.25)	30 (7.50)	2.70	1.10	เป็นกลาง
9. ฉันคิดว่า หากต้อง เลือกระหว่างดูละคร เรื่องบ้านนี้มีรักกับ กิจกรรมอย่างอื่น ฉัน ขอเอาเวลาไปทำ อย่างอื่นจะดีกว่า	28 (7.00)	74 (18.50)	158 (39.50)	124 (31.00)	16 (4.00)	2.94	0.97	เป็นกลาง

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ความคิดเห็น	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	\bar{X}	S.D.	ระดับ ทัศนคติ
10. ฉันคิดว่าละคร เรื่องบ้านนี้มีรัก ควร จัดอยู่ในประเภท สาระบันเทิง (Edutainment) , มากกว่าละคร	28 (7.00)	144 (36.00)	180 (45.00)	40 (10.00)	8 (2.00)	3.36	0.83	เป็นกลาง
11. ฉันคิดว่าหาก ครอบครัวไทยส่วน ใหญ่เป็นแบบ ครอบครัวในละคร สังคมไทยจะมีความ น่าอยู่มากยิ่งขึ้น	99 (24.75)	187 (46.75)	100 (25.00)	10 (2.50)	4 (1.00)	3.92	0.83	ดี
12. ฉันคิดว่า ละคร เรื่องบ้านนี้มีรัก มี ส่วนสำคัญในการ ส่งเสริมสถาบัน ครอบครัว	128 (32.00)	195 (48.75)	69 (17.25)	3 (0.75)	5 (1.25)	4.10	0.79	ดี
รวม						3.73	0.49	ดี

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่เห็นด้วยในเรื่อง “รอยยิ้ม เสียงหัวเราะ และความอบอุ่นของครอบครัว” คือนิยามที่ดีที่สุดของละครเรื่องบ้านนี้มีรักมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาได้แก่ ละครเรื่องบ้านนี้มีรักให้อะไรกับผู้ชมมากกว่าความบันเทิง ($\bar{X} = 4.13$) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างไม่เห็นด้วยในเรื่อง คิดว่าละครเรื่องบ้านนี้มีรักก็ไม่ได้มีความแตกต่างอะไรกับละคร sitcom เรื่องอื่นๆ ที่เน้นแต่ฮาๆ ($\bar{X} = 2.70$)

ส่วนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว และการรับรู้ประโยชน์ และเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับการรับรู้ประโยชน์ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แสดงผลดังตารางที่ 17 – 19

สมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ดังนี้

ตัวแปร	ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	0.373**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 17 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.373 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้น จะทำให้มีทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวมากขึ้นตามไปด้วย

สมมติฐานที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ดังนี้

ตารางที่ 18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับการรับรู้ประโยชน์ ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ดังนี้

ตัวแปร	การรับรู้		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	0.324**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 18 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.324 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้น จะทำให้มีการรับรู้ประโยชน์มากขึ้นตามไปด้วย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ดังนี้

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ตารางที่ 19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ตัวแปร	การรับรู้		
	Pearson Correlation (r)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”	0.570**	0.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 19 พบว่า ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.570 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อทศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้น จะทำให้มีการรับรู้ประโยชน์มากขึ้นตาม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการรับชม การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
2. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมละครทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว และการรับรู้ของผู้ชมจากการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัยไว้ 3 ประการ ดังนี้

1. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว
2. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชม
3. ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชม

โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” และประกอบอาชีพอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และอาศัยอยู่ในเขตทั้ง 50 เขตในกรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยอาศัยตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างสำเร็จรูปของ Taro Yamane จากจำนวนประชากรทั้งหมดในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 6,868,484 คน โดยมีคำถามคัดกรองกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการที่ผู้วิจัยสอบถามกลุ่มตัวอย่างด้วยวาจา ว่าเคยรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” หรือไม่ หากเคยรับชม ก็สามารถตอบแบบสอบถามต่อไปได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม ซึ่งสร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าโดยอ้างอิงและดัดแปลงมาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 6 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับลักษณะทางทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ส่วนที่ 5 เกี่ยวกับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” และส่วนที่ 6 เกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา(pre test) โดยสัมภาษณ์ประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ราย โดยให้ทดลองตอบคำถาม เพื่อตรวจสอบว่าคำถาม รวมทั้งการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในแต่ละส่วนโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1) ค่าความถี่ ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) (2) การศึกษาความสัมพันธ์ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) สำหรับวิเคราะห์ เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผลการวิจัย

ในส่วนของการวิจัยเชิงสำรวจนั้น ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติพื้นฐานที่ใช้อธิบายและแสดงค่าข้อมูลเป็นจำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย โดยวิเคราะห์แบบตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

- ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง
- พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
- พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ของกลุ่มตัวอย่าง
- การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
- ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เบื้องต้นโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่างๆ ได้แก่

- พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ของกลุ่มตัวอย่าง
- การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”
- ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ บุคคลที่สุ่มด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างหลายขั้นตอน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวนรวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1. **ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง** ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.00 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 41.00 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมาคืออายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.50 และมีอายุ 50-59 ปี และ 60 ปีขึ้นไปน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.50 และ 2.75 โดยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.25 รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 24.75 และมีระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา และมีธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากันน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.50 ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน / ห้าง

ร้าน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคืออาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 16.75 และน้อยที่สุด คือ มีอาชีพ พ่อบ้าน / แม่บ้าน และอาชีพอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.50 และ 2.25 ตามลำดับ และส่วนใหญ่กลุ่ม ตัวอย่างมีรายได้มากกว่า 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.75 รองลงมาคือมีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.00 และ 17.75 ตามลำดับ และน้อยที่สุดกลุ่ม ตัวอย่างมีรายได้เท่ากับ 20,001-25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.00

2. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไป

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว และการรับรู้ของผู้ชมจากการชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ในประเด็นการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์ โดยทั่วไป สามารถสรุปผลได้ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์ทุกวัน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาดู 3-4 วัน / สัปดาห์ คิดเป็นร้อยละ 15.25 และดูโทรทัศน์ 1-2 วัน / สัปดาห์ น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 10.75 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูโทรทัศน์วันละ 3-4 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมาดูวันละ 1-2 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 35.50 และดูน้อยกว่า 1 ชั่วโมงน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 9.00 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการโทรทัศน์ในวันจันทร์ – ศุกร์ ในช่วงเวลา 20.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 35.75 และชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 02.01 – 04.00 น. น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1.75 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์ – อาทิตย์ ในช่วงเวลา 20.01 – 22.00 น. คิดเป็นร้อยละ 61.00 รองลงมาชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 18.01 – 20.00 น. คิดเป็นร้อยละ 51.25 และน้อยที่สุด คือ กลุ่มตัวอย่างชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา 02.01 – 04.00 น. คิดเป็นร้อยละ 1.75

3. การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ระยะเวลาในการติดตามชมละครโทรทัศน์ ความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ ระยะเวลาในการชมละครโทรทัศน์ ลักษณะการชมละครโทรทัศน์ และแหล่งที่ทำให้รู้จักละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละดังนี้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาติดตามชมน้อยกว่า 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และน้อยที่สุด คือ ติดตามชมรายการ 3 เดือน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ในการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความถี่ในการรับชมเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.40$) และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($S.D. = 1.29$) จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมละคร

โทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" บ้างนานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาติดตามชมบ่อย คิดเป็นร้อยละ 24.00 และติดตามชมทุกครั้งน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 7.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ติดตามชมประมาณ 1 ชั่วโมง คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาติดตามชมประมาณ 45 นาที คิดเป็นร้อยละ 26.50 และติดตามชมประมาณ 15 นาที น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 19.50 ส่วนใหญ่การติดตามชมในลักษณะเปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาติดตามชมอย่างตั้งใจตลอดรายการ คิดเป็นร้อยละ 25.50 และพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" จากการเปิดรับชมโดยบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมารู้จักจากการประชาสัมพันธ์จากละครโทรทัศน์ในเครือของ บริษัท เอ็กแซกท์ คิดเป็นร้อยละ 46.00 และผ่านทางช่องทางอื่นๆ เช่น จากเพื่อนบอก น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 2.75

4. การศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" มีประเด็นที่เป็นรายละเอียดการศึกษา 10 ประเด็น การศึกษาระดับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$) โดยสามารถสรุปพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ในเรื่อง การดำเนินชีวิตที่ดี มีเมตตาธรรม มีความประพฤติดี และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาได้แก่ ความรู้ในการครองเรือน วิถีปฏิบัติตนในฐานะภรรยา แม่ และบุตรที่ดี เพื่อให้เกิดความสุข และความอบอุ่นในครอบครัว ($\bar{X} = 3.58$) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ในเรื่องความรู้เกี่ยวกับการเมือง การปกครอง เช่นการมีส่วนร่วมตัดสินใจในปัญหาชุมชน สิทธิการเลือกตั้งน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.99$)

5. การศึกษาระดับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" มีประเด็นที่เป็นรายละเอียดการศึกษา 12 ประเด็น การศึกษาระดับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการชมละครโทรทัศน์ "บ้านนี้มีรัก" อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเรื่อง "รอยยิ้ม เสียงหัวเราะ และความอบอุ่นของครอบครัว" คือนิยามที่ดีที่สุดของละครเรื่องบ้านนี้มีรักมากที่สุด ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมาได้แก่ ละครเรื่องบ้านนี้มีรักให้อะไรกับผู้ชมมากกว่าความบันเทิง ($\bar{X} = 4.13$) ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติในเรื่อง ละครเรื่องบ้านนี้มีรักก็ไม่ได้มีความแตกต่างอะไรกับละคร sitcom เรื่องอื่นๆ ที่เน้นตลกๆ ไม่มีสาระอะไรน้อยที่สุด ($\bar{X} = 2.70$)

ผลการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

1) ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 1 พฤติกรรมการเปิดรับชมละคร

โทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว

จากผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.373 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้น จะทำให้มีทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวมากขึ้นตามไปด้วย

2) ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมละคร

โทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.324 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้น จะทำให้มีการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้นตามไปด้วย

3) ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจาก

การรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

จากผลการศึกษาพบว่า ทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.570 นั่นคือ ตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง กล่าวคือ เมื่อทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้น จะทำให้มีการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มากขึ้นตามไปด้วย

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว

จากผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อสถาบันครอบครัว ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ในระดับปานกลาง เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 1 อธิบายได้ว่า เมื่อผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มาก จะทำให้มีทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวก็จะดีตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน ผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” น้อย จะทำให้มีทัศนคติที่ดีต่อสถาบันครอบครัวน้อยลงด้วย จากผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ Crutchfield Krech ที่กล่าวไว้ว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละคน ทัศนคติของบุคคลสามารถเปลี่ยนแปลงได้ วิธีหนึ่งก็คือ การที่บุคคลได้รับข่าวสารต่างๆ ซึ่งข่าวสารนั้นอาจจะมาจากสื่อบุคคลและสื่อมวลชนต่างๆ ข่าวสารเหล่านี้ จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อองค์ประกอบของทัศนคติ ด้านความรู้หรือการรับรู้ (Cognitive Component) และการเปลี่ยนแปลงทัศนคติก็มีแนวโน้มทำให้องค์ประกอบด้านอารมณ์ (Affective Component) เปลี่ยนแปลงไปด้วย ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า หากได้รับข่าวสารในระดับที่แตกต่างกันก็ย่อมทำให้มีทัศนคติหรือแนวโน้มของพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย และแนวคิดของนิโคลัส (Nicholas, 1983: 27-28) ซึ่งได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะครอบครัวที่ทุกคนต้องการโดยกำหนดคุณสมบัติครอบครัวที่มีคุณภาพไว้ 6 ประการ ประกอบด้วย 1) การชื่นชมคุณค่าของคนในครอบครัว ซึ่งเป็นคุณสมบัติประการแรกที่มีความสำคัญมากที่สุด 2) การมีเวลาอยู่ร่วมกัน ได้แก่ การที่สมาชิกในครอบครัวได้ร่วมทำกิจกรรมหลายอย่างร่วมกัน 3) การมีพันธะต่อความสุขและสวัสดิภาพของครอบครัวร่วมกับคนในครอบครัว 4) การติดต่อสื่อสารระหว่างกันเป็นอย่างดี 5) การมีศรัทธาต่อศาสนาอย่างแรงกล้า และ 6) การมีสมรรถนะจัดการกับวิกฤติการณ์ในครอบครัวได้เป็นอย่างดี เป็นการสกัดกั้นและป้องกันปัญหาสังคมได้อย่างดี

และจากผลการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องตามผลงานวิจัยของอำภา มิตรภูษาภรณ์ (2550) ซึ่งได้ทำการศึกษา เรื่อง “เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการโทรทัศน์ “พ.ศ.พอเพียง” และการรับรู้ประโยชน์และการเปิดรับรายการของผู้ชม” พบว่า การรับรู้ประโยชน์จากรายการ “พ.ศ.พอเพียง” มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ “พ.ศ.พอเพียง” และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสาวิตรี กำแพงพันธ์ (2549) ซึ่งได้ศึกษา เรื่อง “บทบาทของละครโทรทัศน์แนวเบาสมองเพื่อการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว” พบว่า พฤติกรรมการชม

ละครของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะนั่งดูกับสมาชิกในครอบครัว มีการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงการนำมาขุดตก ขำขันในละครไปใช้ในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน

2. พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับ การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

จากผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ของผู้ชม มีความสัมพันธ์กับ การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ในระดับปานกลาง เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 2 อธิบายได้ว่า เมื่อผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มาก จะทำให้การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมมีมากตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน ผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” น้อย จะทำให้การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมมีน้อยลงด้วย จากผลการศึกษาวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960) เกี่ยวกับกระบวนการเลือกสรรข่าวสารในการรับรู้ประโยชน์ของมนุษย์ กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจ และความต้องการของตนเองเพื่อนำมาใช้แก้ไขปัญหาและเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน นอกจากนี้บุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่ได้รับที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อเดิมของบุคคลนั้น ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดต่อทัศนคติและความเชื่อเดิม ทั้งนี้การที่บุคคลได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกของเขา จะทำให้เกิดความรู้สึกไม่พอใจและสับสนได้ เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้ว ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้และเลือกตีความสารที่ได้รับด้วย ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารจะมีการตีความข่าวสารที่ได้มาตามความเข้าใจของตนเองตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการและแรงจูงใจของตนในขณะนั้น หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้วบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไว้เป็นประสบการณ์ในขณะเดียวกันก็มักลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตน

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสาวิตรี กำแพงพันธ์ (2549) ซึ่งได้ทำการศึกษา เรื่อง “บทบาทของละครโทรทัศน์แนวเบาสมองเพื่อการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว โดยวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนของการรับรู้ประโยชน์กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข้อคิดในด้านการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว และข้อคิดในการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับเนื้อหาของละคร ซึ่งผลการศึกษาวิจัยพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ยัง

สอดคล้องกับผลงานวิจัยของกรรณิการ์ เวียงเพิ่ม (2538) ได้ศึกษา เรื่อง “การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์แบบ Situation Comedy เรื่องคู่ขึ้นชุลมุน” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเด็นปัญหาชีวิตครอบครัววิธีการแก้ปัญหา กลยุทธ์การนำเสนอ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นปัญหาชีวิตครอบครัวกับรูปแบบ sitcom โดยพบว่า ประเด็นปัญหาชีวิตครอบครัวส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และบุคคลทั้งภายในและภายนอกครอบครัว โดยใช้เหตุการณ์ช่วยคลี่คลายปัญหา ซึ่งความสัมพันธ์ที่ปรากฏในเรื่องเป็นการสร้างเนื้อเรื่องให้เกิดความตลกขบขันจากสถานการณ์ใกล้ตัวสามารถเกิดขึ้นได้จริง ซึ่งจะเป็นการช่วยทำให้ผู้ชมรายการซึมซับเนื้อหาสาระ และแง่คิดไปโดยไม่รู้ตัวพร้อมกับความบันเทิง และการที่ละครนำเสนอปัญหาชีวิตครอบครัวแก่ผู้ชมรายการนี้ ก็สามารถช่วยสะท้อนแง่มุมหนึ่งของการใช้ชีวิตแก่ผู้รับชมรายการได้

3. ทักษะติดต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

จากผลการศึกษา พบว่า ทักษะติดต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ซึ่งมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก ในระดับปานกลาง เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 3 อธิบายได้ว่า เมื่อผู้ชมมีทักษะติดต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” จะทำให้การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมมีมากตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกัน ผู้ชมมีทักษะติดต่อสถาบันครอบครัวจากการรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” จะทำให้การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมมีน้อยลงด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับทักษะคติของ Milton Rokeach ที่กล่าวว่า ทักษะคติเป็นการจัดระเบียบของความเชื่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มเชิงของบุคคลในการที่จะตอบสนองในด้านที่ชอบหรือไม่ชอบ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ร.ศ. พัทธนี เขยจรรยา กล่าวถึง การรับรู้ของมนุษย์ ที่ว่าการรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับ เป็นกระบวนการเลือกสรร (Select) การจัดสรร (Organize) เข้าด้วยกัน และการตีความสาร (Interpret) ที่ได้รับตามความเข้าใจและความรู้สึกของตนเอง โดยทั่วไปการรับรู้เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นเองโดยไม่รู้ตัวหรือตั้งใจและมักเกิดตามประสบการณ์และสิ่งสมทางสังคม คนเราไม่สามารถให้ความสนใจกับสิ่งต่างๆ รอบตัวได้ทั้งหมด แต่จะเลือกรับรู้เพียงบางส่วนเท่านั้น แต่ละคนมีความสนใจและรับรู้ต่างกัน เรามักเห็นในสิ่งที่เราต้องการเห็นและได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยินเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของสาวิตรี กำแพงพันธ์(2549) ได้ศึกษา เรื่อง “บทบาทของละครโทรทัศน์แนวเบาสมองเพื่อการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในครอบครัว ในด้านการรับรู้ประโยชน์นั้น พบว่ามีการรับรู้ข้อคิดในด้านการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว และข้อคิดในการดำเนินชีวิตที่สอดคล้องอยู่ในเนื้อหาของละคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของอำภา มิตรภูษาภรณ์ (2550) ได้ศึกษา เรื่อง “เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการโทรทัศน์ “พ.ศ.พอเพียง” และการรับรู้ประโยชน์และการเปิดรับรายการของผู้ชม” เพื่อทราบถึงรูปแบบ เนื้อหาและวิธีการนำเสนอ รวมถึงพฤติกรรมและการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมที่มีต่อรายการ “พ.ศ.พอเพียง”



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

การศึกษาคำวิจัย เรื่อง “พฤติกรรมกำรรับชม กำรรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถำบันครอบครัวของผู้ชม กำรกำรชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”” ผลกำรวิจัย พบว่ำ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีกำรรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับกำรเมืองกำรปกครอง อยู่ในระดบัน้อยที่สุด ดังนั้น กำรผู้จัดทำละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ควรมีกำรสอดแทรกเนื้อหาในประเด็นที่เกี่ยวกับเหตุบ้านกำรเมืองต่งๆ ที่เกิดขึ้นในกระแสรังคมปัจจุบันให้มำกขึ้น เพื่อให้ผู้ชมได้มีกำรรับรู้ประโยชน์ในประเด็นนี้มำกขึ้น อันจะส่งผลให้ผู้ชมมีกำรแสดงออกและมีส่วนร่วมท่งกำรเมืองมำกขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับกำรวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีกำรศึกษาเปรียบเทียบระดบักำรใช้ประโยชน์และกำรสร้งทัศนคติที่ดีต่อสถำบันครอบครัวจกพฤติกรรมกำรเปิดรับชมรำยกำรโทรทัศน์แนวส่งเสริมสถำบันครอบครัว อื่นๆ ต่อไป
2. ควรมีกำรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกำรเปิดรับชมของผู้ชมละครโทรทัศน์
3. ควรมีกำรศึกษาให้ครบทุกมิติของกำรสื่อสาร ทั้งผู้ส่งสรำ สรำ และผู้รับสรำ เพื่อให้ผลในกำรวิจัยในครั้งต่อไป มีความสมบูรณ์มำกยิ่งขึ้น

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : จำรัสการพิมพ์, 2530.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. ทัศนคติ : การวัด การเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, 2526.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์. ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545
- พัชนี เชยจรรยา และคนอื่นๆ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร : ข้าวฟ่าง, 2538.
- วิเชียร เกตุสิงห์. การวิจัยเชิงปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : วัฒนาพานิช, 2537.
- สุรพงษ์ ไสธนะเสถียร. การสื่อสารกับสังคม. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533.
- เสถียร เขยประทับ. การสื่อสารและการพัฒนา.. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538
- อัมภา มิตรภูษามภรณ์. เนื้อหาและวิธีการนำเสนอของรายการ "พ.ศ. พอเพียง" และการรับรู้ประโยชน์ และการเปิดรับรายการของผู้ชม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.
- กวรรณิการ์ เวียงเพิ่ม. การวิเคราะห์ละครโทรทัศน์แบบ Situation Comedy เรื่องคู่ซิ่นซูลมุน วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538
- นุชรี ตันติวิจิตร. การศึกษารับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537
- ตรีรัตน์ นิลรัตน์. การเปิดรับชมละครโทรทัศน์ การรับรู้ถึงประโยชน์ในการนำไปใช้ เพื่อพัฒนาตนเองของนักศึกษาในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536

ภาษาอังกฤษ

Aronson, E and Golden, B.W. The Effect of Relevant and Irrelevant Accept of Communication Credibility on Opinion Change. Journal of Personality 30, 1962

Hovland, C.I. and Weiss, W. The Influence of Source Credibility on Communication Effectiveness. Quarterly 15, 1961.

Klapper, J. T. The effect of Mass Communication. New York: The free press

Lazarsfeld, P.F. and Menzel. Mass Media and Personal Influence in the Science of Human Communication. New York: Basic Book, 1968.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

พฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ การรับรู้ประโยชน์ และทัศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชม จากการแข่งขันละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท สาขาวิชา นิเทศศาสตร์พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะเป็น ประโยชน์ต่อการศึกษาและทำการวิจัย ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อตรง ตามความเป็นจริง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบพระคุณทุกท่านในความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน และเติมคำลงใน (.....) ตามความเป็นจริง

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. ปัจจุบันท่านมีอายุกี่ปี

1. ต่ำกว่า 20 ปี

2. 20-29 ปี

3. 30-39 ปี

4. 40-49 ปี

5. 50-59 ปี

6. 60 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาขั้นสูงสุด

1. ต่ำกว่าประถมศึกษา

2. ประถมศึกษา

3. มัธยมศึกษาตอนต้น

4. มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.

5. อนุปริญญา / ปวส.

6. ปริญญาตรี

7. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รับราชการ | <input type="checkbox"/> 2. รัฐวิสาหกิจ |
| <input type="checkbox"/> 3. พนักงานบริษัทเอกชน / ห้างร้าน | <input type="checkbox"/> 4. เกษตรกร / ทำสวน |
| <input type="checkbox"/> 5. ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 6. รับจ้างทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> 7. อาชีพอิสระ | <input type="checkbox"/> 8. พ่อบ้าน / แม่บ้าน |
| <input type="checkbox"/> 9. นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 10. อื่นๆ (โปรดระบุ.....) |

5. รายได้ของท่านต่อเดือน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท | <input type="checkbox"/> 2. 5,000-10,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 3. 10,001-15,000 บาท | <input type="checkbox"/> 4. 15,001-20,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 5. 20,001-25,000 บาท | <input type="checkbox"/> 6. มากกว่า 25,000 บาท |

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมสื่อโทรทัศน์โดยทั่วไป

6. ในแต่ละสัปดาห์ ท่านดูโทรทัศน์บ่อยเพียงใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ทุกวัน | <input type="checkbox"/> 2. 5-6 วัน / สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3. 3-4 วัน / สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 4. 1-2 วัน / สัปดาห์ |

7. ในแต่ละวัน ท่านดูโทรทัศน์ เป็นเวลานานเท่าใด

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. มากกว่า 5 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 2. 3-4 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 3. 1-2 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 4. น้อยกว่า 1 ชั่วโมง |

8. โดยปกติในวันจันทร์ – ศุกร์ ท่านชมรายการโทรทัศน์ ช่วงเวลาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 00.01 – 02.00 น. | <input type="checkbox"/> 2. 02.01 – 04.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3. 04.01 – 06.00 น. | <input type="checkbox"/> 4. 06.01 – 08.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 5. 08.01 – 10.00 น. | <input type="checkbox"/> 6. 10.01 – 12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 7. 12.01 – 14.00 น. | <input type="checkbox"/> 8. 14.01 – 16.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 9. 16.01 – 18.00 น. | <input type="checkbox"/> 10. 18.01 – 20.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 11. 20.01 – 22.00 น. | <input type="checkbox"/> 12. 22.01 – 24.00 น. |

9. โดยปกติในวันเสาร์ – อาทิตย์ ท่านชมรายการโทรทัศน์ ช่วงเวลาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 00.01 – 02.00 น. | <input type="checkbox"/> 2. 02.01 – 04.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3. 04.01 – 06.00 น. | <input type="checkbox"/> 4. 06.01 – 08.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 5. 08.01 – 10.00 น. | <input type="checkbox"/> 6. 10.01 – 12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 7. 12.01 – 14.00 น. | <input type="checkbox"/> 8. 14.01 – 16.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 9. 16.01 – 18.00 น. | <input type="checkbox"/> 10. 18.01 – 20.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 11. 20.01 – 22.00 น. | <input type="checkbox"/> 12. 22.01 – 24.00 น. |

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

10. ท่านติดตามชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” มานานเท่าใด

- 1. มากกว่า 1 ปี
- 2. 1 ปี
- 3. 6 เดือน
- 4. 3 เดือน
- 5. น้อยกว่า 3 เดือน

11. ท่านชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” บ่อยครั้งเพียงใด

- 1. ชมทุกครั้ง (4 ครั้ง/เดือน)
- 2. ชมบ่อยมาก (3 ครั้ง/เดือน)
- 3. ชมบ่อย (2 ครั้ง/เดือน)
- 4. ชมบ้าง (1 ครั้ง/เดือน)
- 5. ชมบ้างนานๆ ครั้ง (น้อยกว่าเดือนละครึ่ง)

12. ท่านชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” แต่ละครึ่ง นานเท่าใด

- 1. ประมาณ 1 ชั่วโมง
- 2. ประมาณ 45 นาที
- 3. ประมาณ 30 นาที
- 4. ประมาณ 15 นาที

13. ท่านชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” ในลักษณะใด

1. ตั้งใจชมตลอดรายการ
2. เลือกชมเฉพาะช่วงที่สนใจ
3. เปลี่ยนช่องสลับไปมากับช่องอื่น
4. เปิดทิ้งไว้เป็นเพื่อน

14. ท่านรู้จักละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก” จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

1. การประชาสัมพันธ์จากรายการโทรทัศน์ในเครือของ บริษัท เอ็กแซกท์
2. หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร
3. เพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำให้ชม
4. เปิดรับชมโดยบังเอิญ
5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 4 การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ได้รับรู้ประโยชน์ในการทำงาน การประกอบอาชีพด้านต่างๆ					
มีความรู้ในการดำเนินชีวิตที่ดี มีเมตตาธรรม มีความประพฤติดี และเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่					
การศึกษา แสวงหาความรู้ ให้เห็นประโยชน์ของการเรียนรู้ และการศึกษาเพิ่มเติม					
รู้วิธีการตัดสินใจ แก้ปัญหา และลดความขัดแย้งในตัวเอง					
ความรู้ในการครองเรือน วิธีปฏิบัติตนในฐานะภรรยา แม่ และบุตรที่ดี เพื่อให้เกิดความสุข และความอบอุ่นในครอบครัว					
ความรู้ในการเลือกคู่ครอง การแต่งงาน เพศศึกษา คุณธรรมทางเพศ การคุมกำเนิด การทำแท้ง					
ความรู้เกี่ยวกับการบ้านการเรือน					

การรับรู้ประโยชน์ของผู้ชม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดู อบรม บุตรหลาน					
ความรู้เกี่ยวกับการเมือง การปกครอง เช่น การมีส่วนร่วมตัดสินใจในปัญหาชุมชน สิทธิ การเลือกตั้ง					
ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม และศาสนา เช่นการมีส่วนร่วมในการรักษา ทำนุบำรุง และจรรโลงศิลปวัฒนธรรม ศาสนาของชาติ					

ส่วนที่ 5 ทศนคติต่อสถาบันครอบครัวของผู้ชมละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

ความคิดเห็นของท่าน	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ฉันคิดว่า ประเทศไทยควรมีละครแบบละครเรื่องบ้านนี้มีรักเพิ่มขึ้น					
ครอบครัวของรักเป็นครอบครัวในอุดมคติของฉัน					
ฉันคิดว่า ละครเรื่องบ้านนี้มีรักให้อะไรกับผู้ชมมากกว่าความบันเทิง					
ผู้ชายที่เป็น Family Man แบบรักคือผู้ชายในอุดมคติของฉัน					
ฉันคิดว่า “รอยยิ้ม เสียงหัวเราะ และความอบอุ่นของครอบครัว” คือนิยามที่ดีที่สุดของละครเรื่องบ้านนี้มีรัก					
ฉันคิดว่าตัวละครทุกตัวในละครเรื่องนี้สะท้อนถึงความเป็น “คน” ของคนในสังคมปัจจุบันได้อย่างสมจริง					
ฉันเคยเสียน้ำตาเพราะความซาบซึ้งใจในความอบอุ่นของครอบครัวในเรื่องบ้านนี้มีรัก					

ความคิดเห็นของท่าน	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ฉันคิดว่าละครเรื่องบ้านนี้มีรักก็ไม่ได้มีความแตกต่างอะไรกับละครซีทีคอมเรื่องอื่นๆ ที่เน้นแต่ซ้ำๆ ไม่มีสาระอะไร					
ฉันคิดว่า หากต้องเลือกระหว่างดูละครเรื่องบ้านนี้มีรักกับกิจกรรมอย่างอื่น ฉันขอเอาเวลาไปทำอย่างอื่นจะดีกว่า					
ฉันคิดว่าละครเรื่องบ้านนี้มีรัก ควรจัดอยู่ในประเภท สาระบันเทิง (Edutainment) , มากกว่าละคร					
ฉันคิดว่าหากครอบครัวไทยส่วนใหญ่เป็นแบบครอบครัวในละคร สังคมไทยจะมีความน่าอยู่มากยิ่งขึ้น					
ฉันคิดว่า ละครเรื่องบ้านนี้มีรัก มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมสถาบันครอบครัว					

ส่วนที่ 6 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อละครโทรทัศน์ “บ้านนี้มีรัก”

.....

.....

.....

.....

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

++++ ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ +++++

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาววันสนันท์ ทิพยจันทร์ เกิดเมื่อวันที่ 17 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2524 สำเร็จการศึกษา
ระดับปริญญาตรี จากคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ.2546 และเข้า
ศึกษาต่อในระดับปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในปีการศึกษา 2552

ประสบการณ์การทำงาน

- พ.ศ.2546 – 2548 ดำรงตำแหน่ง บรรณาธิการ นิตยสาร ซีวีตรัก – ซีวีตมาथा
บริษัท AIO Entertainment จำกัด
- พ.ศ.2548 – 2550 ดำรงตำแหน่ง บรรณาธิการ นิตยสาร ซีวีตรัก – ซีวีตมาथा
บริษัท AIO Entertainment จำกัด
และ บรรณาธิการนิตยสาร ZAP Magazine
บริษัท สยามอินเตอร์มัลติมีเดีย จำกัด (มหาชน)
- พ.ศ. 2550 – ปัจจุบัน ดำรงตำแหน่ง บรรณาธิการบริหาร นิตยสาร ซีวีตรัก – ซีวีตมาथा
บริษัท AIO Entertainment จำกัด

ศูนย์วิทยพัทยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย