

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง "การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้สุ่มตัวอย่างใน 6 เขตได้แก่ เขตพระนคร เขตพญาไท เขตลาดพร้าว เขตบางเขน เขตหนองจอก และเขตลาดกระบัง รวมจำนวนตัวอย่าง 400 คน

ลักษณะของการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยคำถามทั้งหมด 5 ตอน อันได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส บุตร อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ประโยชน์ของรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ตอนที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ต่อรูปแบบรายการ เนื้อหา และช่วงเวลาการนำเสนอรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ (คำถามปลายเปิด)

จากการทดสอบเครื่องมือการวิจัย โดยการ Pre-test กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) พบว่า แบบสอบถามนี้ มีความเชื่อมั่นในระดับสูงคืออัลฟา .9323 จึงสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การนำเสนอเป็นตาราง แสดงจำนวน ร้อยละ และคะแนนเฉลี่ย เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และใช้การหาค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way Anova การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ Scheffe และการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อทดสอบสมมติฐานในการวิจัย โดยการใช้โปรแกรม SPSS/PC+ ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

## **สรุปผลการวิจัย**

### **1. ข้อมูลทั่วไป**

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 6 เขต ได้แก่ เขตพระนคร เขตพญาไท เขตลาดพร้าว เขตบางเขน เขตหนองจอก และเขตลาดกระบัง รวมจำนวน 400 คน โดยกำหนดเป็น 5 อาชีพ เฉลี่ยอาชีพละ 80 คน คือ 1. พนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการ 2. พนักงานบริษัทเอกชน 3. นักเรียน/ นิสิต / นักศึกษา 4. กิจการส่วนตัว 5.แม่บ้าน

จากการตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 36.5 เป็นเพศหญิงร้อยละ 63.5 มีอายุตั้งแต่ 16 ปีขึ้นไป โดยมีกลุ่มตัวอย่างประชาชนอายุ 26-35 ปีมากที่สุด คือร้อยละ 36.75 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มากที่สุดคือร้อยละ 57.5 และมีรายได้อยู่ในระดับ 10,000 -20,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ คือร้อยละ 33 ส่วนสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างนั้นสอดคล้องกับ สมรรถเฉลี่ยใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 52.5 กับร้อยละ 47 แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังไม่มีบุตร คือร้อยละ 60

### **2. พฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์**

ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือร้อยละ 70.5 เปิดชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน โดยในวันจันทร์ – วันศุกร์ ส่วนใหญ่จะเปิดรับรายการโทรทัศน์ตั้งแต่เวลา 18.00 น.เป็นต้นไป และจะเปิดรับรายการโทรทัศน์มากที่สุดในเวลา 20.00-22.00 น. ส่วนในวันเสาร์- วันอาทิตย์ ส่วนใหญ่จะเปิดชมรายการโทรทัศน์ตั้งแต่เวลา 10.00 น. เป็นต้นไป และจะเปิดรับรายการโทรทัศน์มากที่สุดในเวลา 18.00-20.00 น.

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือร้อยละ 42.5 เปิดรับข่าวมากที่สุด คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 4.03 รองลงไปคือเปิดรับรายการละคร เกมโชว์ ทอล์กโชว์ และตลก คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 3.14 , 3.11 , 2.65 และ 2.49 ตามลำดับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะประชากร พบว่า เกือบทุกลักษณะประชากร คือ เพศ การศึกษา สถานภาพสมรส และการมี/ไม่มีบุตร เปิดรับรายการข่าวมากที่สุด ยกเว้นลักษณะประชากรด้าน อายุ อาชีพ และรายได้ คือกลุ่มอายุ 16-25 ปี กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา และ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน จะเปิดรับรายการละครมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือร้อยละ 37 ใช้เวลาเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มากกว่า 30 นาที - 1 ชั่วโมง ในแต่ละวัน รองลงไปคือ 15 -30 นาที ร้อยละ 22 และ 1 - 2 ชั่วโมง ร้อยละ 19.5 ตามลำดับ

ส่วนรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ที่ผู้ตัวอย่างมา 15 รายการนั้น พบว่ารายการละครที่คนดูชอบที่สุดคือดูเกือบทุกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 40.3 โดยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.52รองลงมา คือรายการทอล์กโชว์ คิดเป็นคะแนนเฉลี่ย 2.61 และสาระชั้น เฉลี่ย 2.5 ส่วนรายการที่ผู้ชม ดูบ่อยน้อยที่สุด 3 อันดับสุดท้ายเรียงตามลำดับคือ รายการเกมโชว์สัปดาห์ พุดกันสนั่นเมือง และผู้ใหญ่บ้านดำดี เฉลี่ย 1.39 , 1.53 และ 1.57 ตามลำดับ

### 3. ความพึงพอใจที่ประชาชนได้รับจากการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

จากการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ เฉลี่ยในระดับปานกลาง คือ คะแนนเฉลี่ยที่ 2.92 โดยพึงพอใจชาวเลียดสีการเมืองหรือชาวที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด คะแนนเฉลี่ยที่ 3.76 ส่วนรายการตลกตลอดรายการ ทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน เกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน และรายการละครที่มีอารมณ์ขัน มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ที่คะแนนเฉลี่ย 3.07 , 2.92 , 2.85 และ 2.56 ตามลำดับ ส่วนรายการที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่รายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน มีคะแนนเฉลี่ย 2.38

ส่วนเหตุผลที่พึงพอใจรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มากที่สุด คือผ่อนคลาย ความเครียดได้ดี มีคะแนนเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือ อยู่ในเวลาที่สะดวกในการชม เฉลี่ย 3.54

และ หลีกเลียงความเบื่อหน่าย ไม่มีอะไรทำ ไม่มีอะไรดู เฉลี่ย 2.91 ส่วนเหตุผลอื่นอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเหตุผลที่พึงพอใจน้อยที่สุด คือขึ้นรถบัสแล้วตก เฉลี่ย 2.30

#### 4. การรับรู้ประโยชน์ของรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

จากการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้ประโยชน์ในระดับปานกลาง มีคะแนนเฉลี่ยที่ 2.99 โดยรับรู้ประโยชน์ด้านผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.82 รองลงมาคือ สร้างความสนุกสนานบันเทิง และช่วยแก้เหงา เฉลี่ย 3.80 และ 3.39 ซึ่งการรับรู้ประโยชน์ทั้งสามด้านนี้มีคะแนนในระดับ ส่วนการรับรู้ประโยชน์น้อยที่สุดคือ การมีข้อคิด คติ ใช้ในชีวิตครอบครัว มีคะแนนเฉลี่ย 2.38

#### 5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบรายการ เนื้อหา และช่วงเวลาการนำเสนอรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ (คำถามปลายเปิด)

ความคิดเห็นด้านรูปแบบรายการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจุบันมีจำนวนรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์จำนวนมาก บางช่วงเวลา ก็มีรายการอย่างนี้ออกอากาศพร้อมกันหลายช่อง แต่มีรูปแบบรายการ อารมณ์ขัน และมุขตลกต่างๆ ซ้ำ ๆ กัน ทำให้รู้สึกซ้ำซาก น่าเบื่อ รวมทั้งนักแสดงตลกหรือนักสร้างอารมณ์ขันที่มีอยู่ปัจจุบัน มีจำนวนน้อย ทำให้ต้องไปเป็นแขกรับเชิญ หรือเป็นผู้ช่วยพิธีกรในหลาย ๆ รายการ ทำให้รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์บางรายการไม่สร้างความรู้สึกแปลกใหม่ให้แก่ผู้ชม คือมีนักแสดงหน้าเดิม ๆ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการความแปลกใหม่ของรูปแบบรายการ

ส่วนรูปแบบรายการที่แทรกอารมณ์ขันที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบ ได้แก่ รายการประเภทข่าวที่แทรกอารมณ์ขัน รองลงมาคือรายการประเภทตลกโชว์ และรายการสาระความรู้ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างได้ยกตัวอย่างรายการสะกิดข่าว ซึ่งสามารถนำเสนอสถานการณ์ต่างๆ ในแต่ละวัน มาทำข่าวให้ผู้ชมรู้สึกขำขันได้ และรายการทีวีวาทะ 9 ที่มีนักพูดที่มีชื่อเสียงมาสร้างความสนุกสนานบันเทิง และยังมีประโยชน์อีกด้วย เป็นประเภทรายการที่แทรกอารมณ์ขันแบบใช้ความคิด

รูปแบบรายการที่แทรกอารมณ์ขัน ที่กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษาส่วนใหญ่ชื่นชอบ ได้แก่ รูปแบบตลกเดี่ยวไมโครโฟนของอุดม แต่พานิช

กล่าวโดยสรุป รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ปรับปรุง ได้แก่

1. รายการที่แทรกอารมณ์ขันบางรายการ ที่มีรูปแบบที่ซ้ำซ้อนกับรายการอื่นๆ แสดงถึงการผลิตรายการที่เน้นปริมาณ ไม่เน้นคุณภาพรายการเท่าที่ควร ทำให้เกิดความรู้สึกเนื้อหาซ้ำซาก ใช้นุขตลกเก่าๆ และขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เป็นต้น
2. รายการที่แทรกอารมณ์ขันบางรายการ ที่มีการใช้ภาษาคำพูดหยาบโหลน ส่อไปในทางตลกกลามก ใช้กิริยาท่าทางที่ไม่สุภาพ หรือใช้เนื้อหาที่สร้างอารมณ์ขันจากเรื่องเพศ เรื่องเกี่ยวผู้หญิง ตีหัว เอะอะ เป็นต้น ควรปรับปรุงให้เข้ากับความต้องการของผู้ชม เนื่องจากผู้ชมส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่า นอกจากจะไม่ซ้ำแล้ว ยังเป็นรายการที่ไม่ทันสมัย ไม่เปลี่ยนแปลงจากรูปแบบ และเนื้อหารายการในอดีต ซึ่งสังคมในยุคปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไปมาก และทั้งยังน่าเป็นห่วงถึงผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นต่อเด็กและเยาวชนไทย ที่อาจจะเลียนแบบได้

ความคิดเห็นด้านเนื้อหาสาระของรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าควรแทรกเนื้อหาที่มีสาระประโยชน์ เช่น ข้อคิด คติ ต่าง ๆ ที่จะนำไปใช้ในวิถีชีวิตครอบครัว หรือการทำงานให้แก่ผู้ชมด้วย เนื่องจากปัจจุบัน รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์หลายรายการ เน้นแต่ความบันเทิงมากเกินไป จนหาสาระประโยชน์ไม่ได้

ส่วนความคิดเห็นด้านเวลาของกรนำเสนอรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์นั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว เนื่องจากเป็นเวลาที่สะดวกในการติดตามชม คือตั้งแต่เวลา 18.00 น.เป็นต้นไป เพื่อเป็นการพักผ่อน หาความบันเทิง และผ่อนคลายความเครียดจากการทำงานในช่วงกลางวัน แต่ขอให้มีรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์สั้น ๆ หลังจบข่าว เพื่อคลายเครียดด้วย โดยมีรูปแบบเหมือนรายการละครเก็ดข่าว ของช่อง 7 หรือสาระชั้น ของไอทีวี เป็นต้น

## 6. การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ต่างกัน

จากผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นตาราง ได้ดังนี้

ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

การเปิดรับ รายการที่แทรก อารมณ์ขัน ทางโทรทัศน์	ความแตกต่างของลักษณะทางประชากร						
	ชาย/ หญิง	โสด/ แต่งงาน	มีบุตร/ ไม่มี	อายุ	ศึกษา	อาชีพ	รายได้
1. รายการตลก	**	**	**	**	**	*	**
2. เกมโชว์	**	**	**	**	-	**	**
3. ทอล์กโชว์	-	**	**	**	**	**	**
4. ข่าว	-	**	**	**	**	**	**
5. ละคร	**	-	**	**	**	*	**
6. สารความรู้	**	**	-	**	**	**	**
7. รวมทุกประเภท	*	-	-	-	**	-	**

หมายเหตุ : \* $p < 0.05$

\*\* $p < 0.01$

- ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางสรุป พบว่า เพศ การศึกษา และรายได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รวมทุกรายการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนรายละเอียดอื่น ๆ นั้น สามารถสรุปได้ดังนี้

6.1 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับรายการประเภทตลกตลอดรายการ รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน รายการละครที่มีอารมณ์ขัน รายการสารความรู้ที่มีอารมณ์ขัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันเฉลี่ยรวมทุกประเภท แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่จะมีการเปิดรับรายการทอล์กโชว์และรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ เพศชายมีการเปิดรับรายการตลกมากกว่าเพศหญิง และเพศหญิงมีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันประเภทเกมโชว์ ละคร สารความรู้ และรวมทุกประเภทมากกว่าเพศชาย



6.2 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขัน ประเภทรายการตลก เกมโชว์ ทอล์กโชว์ ข่าว และสาระความรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนการเปิดรับรายการละครที่แทรกอารมณ์ขัน และรวมทุกประเภทรายการ ไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ คนโสดมีการเปิดรับรายการตลก และเกมโชว์ที่แทรกอารมณ์ขัน มากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว แต่คนที่แต่งงานแล้ว มีการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ ข่าวและรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันมากกว่าคนโสด

6.3 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีบุตร กับไม่มีบุตร มีการเปิดรับรายการตลก เกมโชว์ ทอล์กโชว์ ข่าว และละครที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ และรวมทุกประเภทรายการที่แทรกอารมณ์ขัน ไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ คนที่ไม่มีบุตร มีการเปิดรับรายการตลก เกมโชว์ และทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันมากกว่าคนที่ไม่มีบุตร แต่คนที่ไม่มีบุตร จะเปิดรับรายการข่าว และละครที่แทรกอารมณ์ขันมากกว่าคนที่ไม่มีบุตร

6.4 ประชาชนในกรุงเทพมหานครที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ แต่ละครายการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แต่มีการเปิดรับโดยรวมทุกรายการ ไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Anova) พบว่า กลุ่มอายุ 16-25 ปี มีการเปิดรับรายการตลก เกมโชว์ และละครที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด และกลุ่มอายุ 46 ปีขึ้นไป มีการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ ข่าว และสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด

6.5 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเกือบทุกรายการที่ระดับ .01 ยกเว้นรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันรายการเดียวเท่านั้น ที่ทุกระดับการศึกษามีการเปิดรับไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้ กลุ่มมัธยมศึกษา มีการเปิดรับรายการตลก ละครที่มีอารมณ์ขัน และเปิดรับรวมทุกประเภทรายการมากที่สุด ส่วนกลุ่มอนุปริญญา มีการเปิดรับรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน ข่าวที่มีอารมณ์ขัน และทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ พบว่า กลุ่มมัธยมศึกษาและกลุ่มอนุปริญญา มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันโดยรวมทุกประเภทรายการ แตกต่างจากกลุ่มสูงกว่าระดับปริญญาตรี และกลุ่มปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6.6 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีอาชีพต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ต่างๆ แต่ละครายการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อพิจารณาการเปิดรับโดยรวมทุกรายการ กลับไม่แตกต่างกัน

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบข้อสรุปดังนี้

- กลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือข้าราชการมีการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์มากที่สุด
- กลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน มีการเปิดรับรายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด
- กลุ่มแม่บ้านมีการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน และรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด
- กลุ่มที่ประกอบอาชีพกิจการส่วนตัวหรือค้าขาย มีการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด
- กลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา มีการเปิดรับละครที่มีอารมณ์ขันมากที่สุด

6.7 ประชาชนในกรุงเทพมหานคร ที่มีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกรายการ

ทั้งนี้ กลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท มีการเปิดรับละครที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่ากลุ่มรายได้อื่น ๆ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาท มีการเปิดรับรายการตลกทางโทรทัศน์ รายการเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขัน รายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน และรวมทุกประเภทรายการ มากกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 20,000-30,000 บาท มีการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน และรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ มากกว่า 5,000-10,000 บาท นี้ มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันโดยรวมทุกรายการแตกต่างจากกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 5,000 บาท, 10,000-20,000 บาทและมากกว่า 30,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



**สมมติฐานข้อที่ 2** การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ผลการวิจัย พบว่า

1. การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ประเภท ดลก เกมโชว์ ละคร และสาระความรู้ มีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกกับการรับรู้ประโยชน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้ง ส่วนการเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน และรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

2. การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์โดยรวมทุกรายการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 3** การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ ที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

**สมมติฐานข้อที่ 4** การรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ผลการวิจัยพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

## อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ ได้ผลการวิจัยที่น่าสนใจหลายประการ ดังจะแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้ คือ

### 1. พฤติกรรมการเปิดรับรายการโทรทัศน์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการข่าวมากกว่ารายการประเภทอื่น ๆ ทางโทรทัศน์ เนื่องจากประชาชนมีความต้องการข้อมูลข่าวสาร และติดตามความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ดังที่ McCombs and Backer (1979) ได้กล่าวถึงเหตุผลที่บุคคลเปิดรับสื่อต่างๆ ไว้ 6 ประการคือ

- เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัว
- เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้มานั้นเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ
- เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ใช้เป็นประโยชน์ในการถกเถียงปัญหาประจำวันกับบุคคลอื่นๆ
- เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
- เพื่อใช้ข่าวสารที่ได้รับมาจากสื่อเหล่านั้น เสริมความคิดเห็นที่มีอยู่เดิมให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนสิ่งที่ได้ตัดสินใจกระทำลงไปแล้ว
- เพื่อพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อความบันเทิง

นอกจากนี้ เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจ สังคม และเหตุการณ์ทางการเมือง ในช่วงเดือน ตุลาคม - พฤศจิกายน 2540 ที่กำลังเก็บข้อมูลนั้น เป็นช่วงของการเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ รวมถึงกำลังมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล ประชาชนจึงจำเป็นต้องติดตามข่าวสารเพื่อรับทราบความเป็นไปของเหตุการณ์ทั้งการเมืองและการเงินของประเทศอย่างใกล้ชิด ทั้งนี้ เนื่องจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อประชาชนโดยตรง ดังจะเห็นได้จากสินค้าราคาแพงขึ้น การลดเงินเดือน การปิดกิจการ และภาวะเลิกจ้างแรงงานที่เกิดขึ้น ทั้งยังมีภัยจากขโมย หรือโจรผู้ร้ายเพิ่มขึ้นอีกด้วย ฯลฯ จึงส่งผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์ ความสะดวกในการชม ความสามารถในการเปิดรับ ความสนใจ หรือความพึงพอใจในการติดตามชมรายการโทรทัศน์ ทำให้การเปิดรับรายการโทรทัศน์ของประชาชนส่วนใหญ่จึงมักจะเป็นรายการข่าวเป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้ประโยชน์จากรายการข่าว และด้วยความพึงพอใจของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534)

เมื่อพิจารณาถึงการศึกษาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับสูง ในการวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จึงมีการ

เปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์มากกว่ารายการประเภทอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ McNelly and Others (1968) และงานวิจัยที่ผ่านมามากมาย ๆ ครั้ง ที่ว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อ คือ คนที่มีการศึกษาสูงจะมีการรับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระมากที่สุด

#### เวลาที่เปิดรับรายการโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับรายการโทรทัศน์ ตั้งแต่เวลา 18.00 น. เป็นต้นไปในวันจันทร์ - วันศุกร์ และเวลา 10.00 น. เป็นต้นไป ในวันเสาร์-อาทิตย์ ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวเหมาะสมกับการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มักจะใช้เวลาทำงานในช่วงเวลาประมาณ 08.00-18.00 น. ทำให้ไม่สามารถเปิดรับรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลาดังกล่าวได้ และส่วนใหญ่จะต้องใช้เวลาในการเดินทางไปยังที่ทำงานเป็นเวลานาน 1-2 ชั่วโมง ดังนั้น เหตุผลเรื่องความสะดวกในการเปิดรับ จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่สุดในการเลือกเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของคนในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Bogart (1965) กล่าวถึงตัวแปรสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ตารางของการทำงาน (Work Schedule) ที่อาจมีอิทธิพลในการเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ มากกว่าตัวแปรแรงจูงใจของส่วนตัวบุคคลได้ (อ้างในสุภัญญา เพ็ชรสุระกิจ, 2539, น. 80)

#### การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

รายการที่แทรกอารมณ์ขันที่มีคนดูบ่อยมากกว่ารายการอื่นๆ คือรายการละครเวที ซึ่ง เป็นรายการประเภทข่าว แต่เป็นข่าวที่เสียดสีการเมือง หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน และละครเวทีมีเวลาออกอากาศที่แน่นอน อยู่ในเวลาที่สะดวกจะดู คือช่วงก่อนข่าวในพระราชสำนัก เวลาประมาณ 20.00 น. ซึ่งคนกำลังดูข่าวอยู่แล้ว จึงอาจสรุปได้ว่า รายการละครเวทีเป็นรายการที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับมากที่สุด เนื่องจาก 1) ละครเวทีเป็นรายการประเภทข่าว ซึ่งผลการวิจัย พบว่า รายการข่าวเป็นรายการที่มีคนดูมากที่สุด ละครเวที จึงมีคนดูมากที่สุดไปด้วย และ 2) อยู่ในเวลาที่คนสะดวกในการติดตามชมมากที่สุดคือ คือเวลาประมาณ 20.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยพบว่า ช่วงเวลา 18.00-22.00 น. เป็นช่วงที่มีผู้ชมรายการโทรทัศน์มากที่สุดทั้งวันเสาร์-วันอาทิตย์ และวันธรรมดา

ส่วนรายการสาระบันเทิง เป็นรายการข่าวที่แทรกอารมณ์ขันเช่นเดียวกัน แต่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งกลุ่มตัวอย่างหลายคนให้ความเห็นว่า ไม่สะดวกในการชมเพราะไม่สามารถรับสัญญาณไอทีวีได้ และมีเวลาออกอากาศไม่แน่นอน บางวันออกอากาศหลังจบข่าวทันที บางวันออกอากาศหลังจากนั้น ซึ่งทำให้ผู้ชมไม่แน่ใจว่าออกอากาศเวลาใดกันแน่ ซึ่งจะเห็นได้ว่า

เวลาที่สะดวกจะดู และช่องสัญญาณที่สามารถเปิดรับได้ชัดเจน ก็มีผลต่อการเปิดรับรายการที่ แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานครเป็นอย่างมากด้วย

ส่วนรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ที่มีการเปิดรับเป็นอันดับสองรองจากสะกิด ชาว คือรายการทไวไลท์โชว์ ช่วงตลก อาจเนื่องมาจากรายการนี้ ออกอากาศเวลา 14.30 -17.00 น.ในวันอาทิตย์ ช่อง 3 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สะดวกจะดูในระดับปานกลาง และเนื่องจากช่วงตลกของ รายการทไวไลท์โชว์ เป็นช่วงสุดท้ายของรายการ มีผู้ชมที่ติดตามชมรายการมาตั้งแต่ต้นอยู่แล้ว จึง ดูรายการช่วงสุดท้ายนี้ไปด้วย ซึ่งรายการทไวไลท์โชว์ มีเรตติ้ง (อัตราผู้ชม) อยู่ในระดับสูง(อ้างจาก ทวีพิบูล, 2540) และกลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า ทไวไลท์โชว์เป็นรายการที่มีรูปแบบ-เนื้อหาที่ น่าสนใจ มีสาระดี เป็นเหตุการณ์ที่ทันสมัย มีพิธีกรที่ดำเนินรายการได้ดี อาจทำให้ช่วงตลกของ รายการทไวไลท์ โชว์ ซึ่งเป็นช่วงสุดท้ายของรายการได้รับความสนใจมากไปด้วย

รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมน้อยที่สุด คือรายการล้มหล่น ซึ่งเป็นรายการ เกมโชว์ ออกอากาศในช่วงเวลาทำงาน คือช่วงเวลา 11.30 น. ในวันจันทร์-ศุกร์ ซึ่งไม่สะดวก ในการติดตามชม อาจเป็นเหตุให้มีคนดูน้อย จากผลการวิเคราะห์การเปิดรับรายการที่แทรก อารมณ์ขันทางโทรทัศน์ในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความสะดวกในการติดตามชม เป็นเหตุผลสำคัญ ต่อการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Bogart (1965) ที่สรุปไว้ว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมกรรมการชมโทรทัศน์ ดังที่ได้อ้างไว้แล้ว

## 2. ความพึงพอใจต่อรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

### 2.1 รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด

รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดคือรายการ ชาวที่แทรกอารมณ์ขันหรือข่าวเสียดสีการเมือง อันได้แก่รายการสะกิดชาว และสาระขัน อาจ เนื่องจาก 1)ประชาชนมีการเปิดรับข่าวมากกว่ารายการอื่นๆ อยู่แล้ว และรายการทั้งสองนี้ เป็นรายการที่ออกอากาศในช่วงข่าวด้วย จึงมีผู้ชมมากตามไปด้วย 2) รายการทั้งสองนี้ มีรูปแบบการนำ เล่นในลักษณะของการนำข่าวหรือเรื่องราวต่าง ๆ มาล้อเลียน เสียดสีให้เกิดความขบขัน เป็นการ เล่นกับสิ่งที่เกิดขึ้น ตามค่านิยมของอารมณ์ขันที่ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2536) กล่าวไว้ ถือว่าเป็นรูปแบบรายการใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนหน้านี้ในสื่อโทรทัศน์ เพราะวก่อนหน้านี้ เรื่องราวที่ เสียดสีการเมืองส่วนใหญ่ มักเห็นในสื่อหนังสือพิมพ์ในการ์ตูนล้อการเมืองต่างๆ เท่านั้น เมื่อมีการ

ผลิตในรูปแบบรายการโทรทัศน์ ที่สามารถเห็นภาพเคลื่อนไหว และได้ยินเสียง จึงเป็นรูปแบบที่น่าสนใจมากกว่าสื่ออื่น ๆ

ส่วนรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ รายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน ได้แก่รายการผู้ใหญ่บ้านคำดี บ้านไร่ชายทุ่ง และทำเทียวไทย เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านเวลาออกอากาศ และด้านเนื้อหาของรายการทั้งสามแล้ว พบว่า

- รายการผู้ใหญ่บ้านคำดี ออกอากาศเฉพาะวันพุธ เวลา 16.40-17.00 น. ทางช่อง 9 มีเนื้อหารายการเกี่ยวกับการเกษตร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยดู เนื่องจากไม่สะดวกในการติดตามดู เป็นเวลาทำงาน และบางคนกำลังเดินทางกลับบ้าน และมีเนื้อหาที่ไม่ตรงกับความต้องการ กลุ่มตัวอย่างไม่มีอาชีพเกษตร จึงไม่ต้องการความรู้เรื่องเกษตรจากรายการผู้ใหญ่บ้านคำดี

- รายการบ้านไร่ชายทุ่ง ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 9.30-11.00 น. ช่อง 3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูบ้างถึงไม่เคยดูเลย รายการนี้มีเนื้อหาที่ให้ความรู้เรื่องสุขภาพ และทั่ว ๆ ไป ที่แทรกอารมณ์ขัน และให้ความสนุกสนานบันเทิง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีโอกาสได้ดู อาจจะเนื่องมาจาก ช่วงเวลาดังกล่าว เด็กในบ้านกำลังดูรายการประเภทการ์ตูนทางโทรทัศน์ หรืออาจเนื่องมาจากกำลังอยู่ระหว่างการพักผ่อน หรือทำภารกิจอื่นสำหรับครอบครัวในวันหยุด

- รายการทำเทียวไทย เป็นรายการที่ให้ความรู้เรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ของไทย ออกอากาศวันเสาร์ เวลา 16.00 น. ช่อง 9 นั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ดูบ่อยปานกลาง ซึ่งดูบ่อยครั้งมากกว่ารายการผู้ใหญ่บ้านคำดีและรายการบ้านไร่ชายทุ่ง แต่เมื่อเฉลี่ยรวมกันเป็นรายการสาระความรู้ที่แทรกอารมณ์ขัน จึงมีคะแนนเฉลี่ยการเปิดรับที่น้อย ทำให้มีความพึงพอใจน้อยตามไปด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความพึงพอใจ ซึ่งหมายความว่า ถ้ามีการเปิดรับบ่อยครั้ง ก็จะมี ความพึงพอใจสูง แต่ถ้ามีการเปิดรับน้อย หรือไม่บ่อย ก็จะมี ความพึงพอใจต่ำ

## 2.2 เหตุผลที่พึงพอใจ

สิ่งที่ เป็นเหตุผลสำคัญมากที่สุดของความพึงพอใจต่อรายการที่แทรกอารมณ์ขัน คือ ผ่อนคลายความเครียดได้ดี รองลงมาคือ อยู่ในเวลาที่สะดวกในการชม ส่วนเหตุผลข้ออื่น ๆ มีความสำคัญในระดับปานกลางเท่านั้น อาจเนื่องมาจากกลุ่มตัวอย่างต้องการชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์เพื่อผ่อนคลายความเครียด และจะชมรายการที่อยู่ในเวลาที่สะดวกในการติดตามชมเท่านั้น ถ้าไม่สามารถผ่อนคลายความเครียดได้ ก็ไม่ดู แต่ถ้าไม่สะดวกที่จะดูแล้วก็ยังไม่ดู แม้ว่าจะมีเหตุผลอื่น ๆ เช่น ชื่นชอบนักแสดง ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ทำให้มีข้อมูลพูดคุยกับ



เพื่อนหรือญาติ มีเวลาสนทนากับครอบครัว หลีกเลียงความเบื่อหน่าย หรือช่วยให้เข้าใจชีวิตมากขึ้น นั้น เหตุผลเหล่านี้ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับปานกลางเท่านั้น ซึ่งจะเห็นได้ว่าเหตุผลที่พึงพอใจรายการที่แทรกอารมณ์ขันอยู่ที่การผ่อนคลายความเครียดเป็นอันดับหนึ่ง และตามด้วยช่วงเวลาที่สะดวกในการชม เป็นสำคัญ

3. การรับรู้ประโยชน์ของรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ประโยชน์ของรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยรับรู้ประโยชน์เรื่อง การผ่อนคลายความเครียดได้ดี สร้างความสนุกสนานบันเทิง และช่วยแก้เหงาในระดับมาก แต่รับรู้ด้านผ่อนคลายความเครียดมากที่สุด รองลงมาคือสร้างความสนุกสนานบันเทิง ที่สามคือแก้เหงา ตามลำดับ ส่วนการรับรู้ประโยชน์ด้านการทำให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การใช้เป็นข้อมูลสนทนากับเพื่อนหรือญาตินั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ในระดับปานกลาง และด้านการได้ข้อคิด คิด ไปใช้ในชีวิตนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับรู้ในระดับน้อย ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อาจจะไม่ได้คาดหวังว่า การเปิดรับรายการเหล่านี้ จะได้รับประโยชน์อะไรมากไปกว่าความบันเทิง นั่นคือ การผ่อนคลายความเครียด สร้างความสนุกสนาน หรือการใช้แก้เหงามากนัก มีเพียงกลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยเท่านั้นที่รับรู้ว่ามีประโยชน์ด้านการให้ข้อคิด คิดต่าง ๆ ด้วย นอกจากนี้ จะเห็นได้ว่า การรับรู้ประโยชน์ ด้านการผ่อนคลายความเครียดนี้ ยังสอดคล้องกับสาเหตุของความพึงพอใจอีกด้วย คือ เพราะช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ดี จึงพอใจรายการนั้น

#### 4. จากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ปรับปรุงรายการที่แทรกอารมณ์ขันให้มีคุณภาพมากขึ้น ไม่ใช่เพิ่มแต่ปริมาณจนมากเกินไป ทำให้เกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการและความพึงพอใจต่อรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ที่มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ 1) รายการที่ช่วยผ่อนคลายความเครียดจากปัญหาเศรษฐกิจที่เผชิญอยู่หรือเครียดจากการทำงานมาตลอดทั้งวัน ซึ่งรายการโทรทัศน์ได้เป็นสื่อมวลชนหนึ่งที่ประชาชนใช้เป็นที่หลบหนีความจริงไปชั่วขณะ เพื่อสร้างสมดุลให้ชีวิต ตามทฤษฎีการเล่นของ Stephenson (1967) ดังนั้น รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจ จึงต้องสนองความต้องการด้านผ่อนคลายความเครียดเป็นสำคัญ 2) เป็นรายการที่ใช้ภาษาและกิริยาท่าทางอย่างสุภาพ ไม่หยาบคาย ใช้ภาษาที่ฟังแล้วรื่นหู ไม่รู้สึกหงุดหงิด หรือไม่สบอารมณ์ต่อภาษาที่ใช้ รวมทั้งมุขตลกต่าง ๆ ต้องไม่ออกมาในเชิงลามก และต้องเป็นมุขใหม่ ๆ อยู่เสมอ คนส่วนใหญ่ต้องการฟังคำพูดที่สุภาพ ไพเราะ และฟังแล้วสบายใจมากกว่าคำพูดที่ไม่สุภาพ หรือคำพูดที่หยาบคาย



## 5. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานข้อที่ 1.** ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า มีลักษณะทางประชากร 3 ด้านเท่านั้น คือ เพศ การศึกษา และรายได้ ที่มี การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันโดยรวมทุกรายการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนลักษณะประชากรอื่น ๆ คือ สถานภาพสมรส การ มีบุตรหรือไม่มี อายุ และอาชีพ พบว่ามีการเปิดรับโดยรวมทุกรายการไม่แตกต่างกัน เนื่องจาก ปัจจัยเหล่านี้ ไม่มีน้ำหนักเพียงพอที่มีอิทธิพลต่อความแตกต่างในการเปิดรับทุกรายการได้ ดังที่ Greenberg and Kumara (1968)พบว่า ตัวแปรด้านลักษณะประชากรแต่ละตัวโดยลำพังแล้ว แทบจะไม่มียอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อเลย

อย่างไรก็ตามในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า เพศ การศึกษา และรายได้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เปิดรับสื่อ ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

### เพศ

จากผลการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่อง แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกัน อย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากมีวัฒนธรรมและบทบาทที่สังคมได้ กำหนดไว้ให้ผู้หญิงกับผู้ชายมีกิจกรรมต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน,2533) จากผลการ t-test ในการ วิจัยครั้งนี้ พบว่า เพศหญิงจะเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันโดยรวมทุกรายการ มากกว่าเพศ ชาย และเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ประเภท ละคร เกมโชว์ และสาระความรู้ มากกว่าเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา ๆ มาว่า เพศหญิงจะเปิดรับละครทางโทรทัศน์ มากกว่าเพศชาย และเพศหญิงมีการเปิดรับโทรทัศน์มากกว่าเพศชาย จึงมีการเปิดรับรายการ ต่าง ๆ มากกว่า ในขณะที่เพศชายจะเปิดรับรายการตลกมากกว่าเพศหญิงรายการเดียวเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงให้ความเห็นว่า รายการตลกส่วนใหญ่ ใช้ภาษาไม่สุภาพ ไม่น่าฟัง และไม่ ชอบผู้ชายที่แต่งตัวเลียนแบบผู้หญิง

### การศึกษา

มีงานวิจัยหลายชิ้น กล่าวถึงเรื่องความแตกต่างของระดับการศึกษา ว่าจะมีพฤติกรรมการ เปิดรับสื่อแตกต่างกัน โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีการเปิดรับรายการโทรทัศน์ที่มีสาระข่าว

สารมากกว่ารายการบันเทิงหรือละคร ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มที่มีระดับการศึกษาน้อย จะเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันโดยรวมทุกรายการซึ่งเป็นรายการบันเทิง มากกว่ากลุ่มการศึกษาสูงกว่า

### รายได้

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ทุก ๆ ประเภทรายการแตกต่างกันไป เช่น กลุ่มที่มีรายได้ 5,000 บาท เปิดรับละครมากกว่ากลุ่มรายได้อื่น ๆ และส่วนใหญ่กลุ่มที่มีรายได้น้อย มักจะเปิดรับรายการตลก ละคร และเกมโชว์ที่มีอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มากกว่ากลุ่มที่มีรายได้มาก เนื่องจากคนที่มีรายได้มาก มักจะมีการศึกษาที่ดี ทำให้มักมีการเปิดรับรายการที่มีสาระมากกว่ารายการที่มีแต่บันเทิงอย่างเดียว รวมทั้งคนที่มีการศึกษาน้อยกว่า มีรายได้น้อยกว่า มักจะมีเวลาว่างมากกว่า จึงมีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์มากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ ที่ยังพบด้วยว่า เวลาที่สะดวกในการชม เป็นเหตุผลสำคัญมาก ในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์เหล่านี้

**สมมติฐานข้อที่ 2** การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ พบว่า บางรายการมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ และบางรายการไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ คือ

การเปิดรับรายการตลก เกมโชว์ ละคร และสาระความรู้ ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

เมื่อพิจารณาปัจจัยของตัวเอง เช่น เนื้อหาของรายการ เวลาที่ออกอากาศ พบว่า รายการตลก เกมโชว์ ละคร และสาระความรู้ที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ เป็นเนื้อหาที่ผู้ชมไม่สามารถคาดเดาได้เองว่าจะเสนอเนื้อหาอะไร และจะได้รับประโยชน์อย่างไรบ้าง เช่น รายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน รายการผู้ใหญ่บ้านดำดี เป็นรายการสาระความรู้ที่มีอารมณ์ขัน นำเสนอความรู้เรื่องเกษตร โดยวิธีการที่ทำให้รายการมีอารมณ์ขัน ถ้ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้ชมรายการนี้ ก็จะไม่รู้ว่ารายการได้เสนอแนะอะไร เค้าไม่ได้ว่าแนะนำเรื่องเกษตรอย่างไร จึงไม่อาจจะรับรู้ประโยชน์ได้ แต่ถ้าได้ชม ก็จะได้รับประโยชน์ของรายการ ถ้าได้ชมรายการบ่อย ก็ยิ่งรับรู้ประโยชน์ของรายการบ่อยด้วย

การเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน หรือข่าวเสียดสีการเมือง และรายการทอล์กโชว์  
ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

นั่นคือ การเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขัน ได้แก่ รายการละครตลกขำ และรายการสาระ  
ขัน และการเปิดรับรายการทอล์กโชว์ที่มีอารมณ์ขัน ได้แก่ รายการทีวี่วาที และรายการพูดกันสนั่น  
เมือง บ่อยครั้งหรือไม่ ไม่เกี่ยวกับรับรู้ถึงประโยชน์ด้านต่างๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ารายการ  
ประเภทข่าวและทอล์กโชว์ เป็นรายการที่มีเนื้อหาสาระประโยชน์อยู่แล้ว จึงไม่ได้รับรู้ประโยชน์จาก  
อารมณ์ขันที่แทรกในรายการแต่อย่างใด ส่วนใหญ่มุ่งดูข่าวหรือทอล์กโชว์เพื่อประโยชน์ด้านอื่น  
มากกว่าการผ่อนคลายความเครียด ความสนุกสนาน หรือเพื่อแก้เหงา นอกจากนี้ อาจอภิปรายผล  
ของการเปิดรับรายการข่าว และทอล์กโชว์ ไม่สัมพันธ์กับการเปิดรับได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ที่เปิดรับรายการข่าว  
และทอล์กโชว์ มีอายุ 46 ปีขึ้นไป ถือว่าเป็นช่วงอายุสูงกว่าช่วงอื่น ๆ มีรายได้อยู่ในระดับสูง คือ 2-  
3 หมื่นบาทต่อเดือน มีการศึกษาอยู่ในระดับปานกลาง คือ ระดับอนุปริญญา จากผลการวิจัยที่  
ผ่าน ๆ มาพบว่า กลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าจะมีการเปิดรับรายการข่าวสารมากกว่ากลุ่มที่มีการ  
ศึกษาต่ำกว่า ดังนั้นจึงอภิปรายได้ว่า รายการละครตลกขำ และสาระขัน เป็นรายการในช่วงที่ผู้ชม  
ต้องการเปิดรับข่าวสาร จึงไม่คาดว่าจะได้ความบันเทิงหรือได้คลายเครียด ส่วนรายการทีวี่วาที  
และพูดกันสนั่นเมือง เป็นรายการพูดเชิงเสียดสี ผู้ชมต้องการเปิดรับถึงวาทะ ลีลา หรือวิธีการพูด  
ให้สนุกสนานเชิงเสียดสี จึงไม่มีการรับรู้ประโยชน์ในเรื่องที่กำหนดไว้ เช่นการผ่อนคลาย  
ความเครียด สนุกสนาน หรือแก้เหงา เป็นต้น นอกจากนี้ รายการเหล่านี้ เป็นรายการที่มุ่งสร้าง  
ความขบขัน โดยเอาข่าว หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาล้อเลียน ไม่ได้มุ่งให้ข้อมูลข่าวสารแต่อย่างใด  
ผู้ชมรายการเหล่านี้ จึงไม่คาดหวังว่า จะได้รับประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสารจากรายการเหล่านี้  
อย่างจริงจัง เพราะถ้าต้องการข่าวสารข้อมูล หรือประโยชน์อื่น ๆ ก็จะได้มาจากรายการข่าวทั่ว ๆ  
ไป หรือหนังสือพิมพ์มากกว่า รวมทั้งไม่คาดหวังว่าต้องการดูรายการเหล่านี้เพื่อการผ่อนคลาย  
ความเครียดจากที่ทำงาน หรือคลายเครียดจากปัญหาเศรษฐกิจที่เผชิญหน้าอยู่ในปัจจุบันได้ เพียง  
แต่อาจจะคาดหวังว่าจะได้ความสนใจ เล็กๆ น้อยๆ มากกว่า ถ้าต้องการผ่อนคลายความเครียด  
อาจจะดูรายการบันเทิงอื่น ๆ ที่ออกอากาศนานกว่านี้ จึงไม่เป็นไปดังการรับรู้ประโยชน์ที่ปรากฏ  
ในแบบสอบถาม ทำให้ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านต่างๆ

2. ปัจจัยด้านเวลาของรายการ และช่วงเวลาที่ย่อออกอากาศ รายการละครตลกขำและสาระขัน  
มีเวลาออกอากาศน้อย คือ น้อยกว่า 30 นาที และออกอากาศในช่วงเดียวกับข่าวหรือหลังข่าว ซึ่ง  
เป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมรายการโทรทัศน์ได้รับข้อมูลข่าวสารที่มีสาระประโยชน์ จึงไม่คาดคิดว่ารายการ

ข่าวเสียดสีการเมือง หรือเสียดสีเหตุการณ์ที่มุ่งสร้างความขบขัน สร้างเสียงหัวเราะนั้น จะให้ประโยชน์ในด้านใด แม้แต่การผ่อนคลายความเครียด เช่นสะกดข่าว มีเวลาประมาณเพียง 5 นาที เท่านั้น อาจจะไม่ค่อยเกินไปสำหรับการผ่อนคลายความเครียด ซึ่งผลการวิจัยพบว่าประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ นานถึง 30 นาที - 1 ชั่วโมงทีเดียว

3. ปัจจัยด้านเนื้อหาของรายการ พบว่ารายการสะกดข่าว สารขขัน ทีวีสวาทิ และพูดกันสนั่นเมือง เป็นรายการเชิงเสียดสีการเมือง เป็นรายการที่สร้างอารมณ์ขันที่ต้องใช้ความคิดก่อนจะขำ หรือต้องวิเคราะห์ก่อนว่า ทำไมจึงขำ ผู้ที่รู้สึกขำขันเรื่องต่าง ๆ ในรายการ จะต้องมีความรู้ในเรื่องนั้นๆ ด้วย ถ้าผู้ชมไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นๆ เช่นไม่รู้จักบุคคล หรือ ไม่เข้าใจสถานการณ์ที่รายการนำมาล้อเลียนแล้ว ก็จะไม่รู้สึกขำ เพราะไม่รู้วาท่าไมจึงขำ ซึ่งทำให้ผู้ชมกลุ่มตัวอย่างบางคนก็รู้สึกขำ บางคนก็ไม่ขำ ทั้ง ๆ ที่เป็นเรื่องเดียวกัน ดังนั้น เนื้อหาของรายการเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้การเปิดรับรายการนั้น ไม่สัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

สมมติฐานข้อที่ 3 การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือประชาชนที่เปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันโทรทัศน์รายการใดมาก จะมีความพึงพอใจต่อรายการนั้นมาก เนื่องจากประชาชนผู้รับสารจะเลือกเปิดรับรายการโทรทัศน์ตามความพึงพอใจของตนเป็นหลัก เช่น ผู้หญิงมีการเปิดรับรายการละครที่มีอารมณ์ขันมากกว่าผู้ชาย ก็จะมี ความพึงพอใจต่อรายการละครที่มีอารมณ์ขันมากกว่าผู้ชายด้วย หรือ การเปิดรับรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันมาก จะมีความพึงพอใจต่อรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันในระดับมากด้วย เป็นต้น

สมมติฐานข้อที่ 4 การรับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ในทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ หากประชาชนมีการรับรู้ถึงประโยชน์ด้านต่าง ๆ ของรายการได้มาก ก็จะมี ความพึงพอใจต่อรายการนั้น ๆ ในระดับมากด้วย และในทางกลับกัน หากมีการรับรู้ถึงประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้น้อย ก็จะมี ความพึงพอใจต่อรายการนั้น ๆ ในระดับน้อยตามไปด้วย เช่น รายการข่าวที่มีอารมณ์ขันกลุ่มตัวอย่างรับรู้ถึงประโยชน์ด้านต่าง ๆ ได้น้อย กลุ่มตัวอย่างนั้นก็จะไม่ค่อยพึงพอใจต่อรายการข่าวที่มีอารมณ์ขันนั้นมากนัก

โดยสรุปแล้ว ในการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่าง ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้าน เพศ การศึกษา และรายได้ รวมทั้ง ความพึงพอใจต่อรายการที่สามารถช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ และอยู่ในช่วงเวลาที่สะดวกจะดู ส่วนการรับรู้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอื่นด้วย เช่น เป็นรายการประเภทใด เนื้อหาอย่างไร และลักษณะทางประชากรของผู้รับสารเป็นอย่างไร

### ข้อเสนอแนะสำหรับการผลิตรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

ข้อเสนอแนะต่อไปนี้เป็นข้อเสนอแนะที่ได้สรุปจากความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีประเด็นที่น่าสนใจ และผู้วิจัยเห็นว่าน่าจะเห็นประโยชน์ต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ ดังนี้

1. ควรผลิตรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ที่คำนึงถึงคุณภาพรายการ และประโยชน์ของผู้ชม และสังคมให้มากที่สุด เช่นการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย การดำรงชีวิตด้วยความระมัดระวัง และความประหยัด สอดคล้องกับเป็นยุคที่ไทยมีปัญหาทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรง เป็นต้น
2. ควรมีรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ รายการช่วงสั้น ๆ ประมาณ 10 นาที หลังจบข่าวภาคค่ำ หรือก่อนเวลา 21.00 น. ของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง เช่น 3, 5, 7, 9, 11 และไอทีวี เนื่องจากประชาชนต้องการผ่อนคลายความเครียดจากเนื้อหาของข่าวที่มีสาระที่ชวนให้เคร่งเครียดมากขึ้นหลังจากที่มีความเครียดจากการทำงานมาตลอดทั้งวัน และช่วงหลังจบข่าวยังเป็นช่วงที่สะดวกจะดูมากที่สุดด้วย เหมือนที่ช่อง 7 มีรายการละครเช้า หรือไอทีวี มีรายการสาระชั้น ผู้วิจัยเสนอว่าช่องอื่น ๆ น่าจะเพิ่มรายการที่แทรกอารมณ์ขันเข้าไปด้วย เพื่อเพิ่มสีสัน และความน่าสนใจให้รายการข่าว และช่วยให้เกิดความผ่อนคลายอารมณ์ในช่วงเวลาข่าวที่เคร่งเครียดได้บ้าง เนื่องจากพบว่า ผู้ชมต้องการและพึงพอใจรายการละครเช้าและสาระชั้นมากที่สุด
3. ถ้าจะผลิตรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ไม่ควรมีเวลายาวเกินกว่า 30 นาที -1 ชั่วโมง เนื่องจากถ้ามีเวลามากกว่านั้น ผู้ชมอาจจะเกิดความเบื่อหน่าย แต่ถ้ามีเวลาน้อยกว่านั้น ผู้ชมอาจจะพลาดโอกาสในการชมได้ ยกเว้นการออกอากาศในช่วงที่มีผู้ชมมากอยู่แล้ว เช่นในช่วงข่าวหรือหลังจบข่าวทันที
4. ควรเสนอรายการที่แทรกอารมณ์ขันในรูปแบบใหม่ ที่มีรูปแบบ ไม่หยาบคาย และคำนึงถึงประโยชน์ของผู้ชมให้มากที่สุด ซึ่งจากการวิจัยจะเห็นได้ว่า ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่า มีบาง



รายการ ไม่สุภาพ หยาบคาย ชอบให้ผู้ขายแต่งกายและทำท่าทางล้อเลียนผู้หญิง ทำให้ภาพโดยรวมของรายการที่แทรกอารมณ์ขันกลายเป็นรายการที่มุขตลกเก่า ๆ ใช้ภาษาและกิริยา หยาบคาย รวมทั้งการใช้นักแสดงชุดเดิม ทำให้ความประทับใจที่ไม่ดีในครั้งแรกยังฝังใจอยู่ (First Impression) ความรู้สึกที่ไม่ดีนี้จึงได้ไข่มองไปยังรายการทั้งหมดที่เป็นแนวอารมณ์ขัน ยกเว้นรายการข่าวที่ส่วนใหญ่เห็นว่า เหมาะสมดี

5. ควรสร้างนักแสดงตลกรุ่นใหม่ หรือให้โอกาสแก่นักแสดงรุ่นใหม่มาสร้างอารมณ์ขัน เนื่องจากการที่มีนักแสดงตลกน้อยเกินไปทำให้ต้องทำหน้าที่สร้างอารมณ์ขันหลายรายการ บางครั้งเปลี่ยนช่องก็พบนักแสดงตลกหรือดารารับเชิญคนเดียวกัน ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายได้

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ชมรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์

รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์บางรายการอาจจะแทรกประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ให้แก่ผู้ชมโดยไม่รู้ตัวหรือรู้ตัวก็ได้ เช่น แทรกวัฒนธรรมไทย แทรกแง่คิดต่อการใช้ชีวิตประจำวัน แทรกธรรมะต่างๆ หรือแสดงให้เห็นถึงความเป็นจริงที่คนเราพูดไม่ได้ ซึ่งรายการเหล่านี้ ไม่เพียงแต่ให้ความสนุกสนานบันเทิงช่วยคลายความเครียดอย่างเดียว แต่ยังได้เสนอเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมอีกด้วย ผู้ชมรายการจึงไม่ควรละเลยการคำนึงถึงคุณค่าของรายการ และเนื้อหาที่น่าจะเป็นประโยชน์เหล่านี้ เนื่องจากการพัฒนาใดๆ จะประสบความสำเร็จได้ ต้องอาศัยทั้งผู้สื่อสาร และผู้รับสารที่เข้าใจตรงกัน

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างประชาชนในกรุงเทพมหานครกับประชาชนต่างจังหวัด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตรายการที่จะนำข้อมูลไปประกอบการผลิตรายการที่เหมาะสมกับประชาชนทั่วประเทศต่อไป
2. ควรศึกษาวิจัยความพึงพอใจ หรือต้องการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ เฉพาะเกี่ยวกับอารมณ์ขันในเรื่องเกษตร ๆ เนื่องจากคนไทย กลุ่มเป้าหมายกลุ่มใหญ่ของรายการโทรทัศน์ มีอาชีพเกษตร ซึ่งรายการเกี่ยวกับการเกษตร คือ ผู้ใหญ่บ้านดำดี ถ้าเปลี่ยนเวลาออกอากาศจะมีผู้ชมมากขึ้นหรือไม่ เนื้อหาสาระอย่างไรที่ประชาชน เกษตรกรไทยส่วนใหญ่ มีความต้องการ พึงพอใจ และใช้ประโยชน์ได้



ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยเห็นว่า อารมณฺ์รณในสื่อโทรทัศน์ ยังคงต้องได้รับการพัฒนาต่อไป และรายการที่แทรกอารมณ์รณทางโทรทัศน์ จะยังคงเป็นสื่อที่สำคัญต่อการพัฒนา โดยเฉพาะการพัฒนาคนให้มีคุณภาพดี ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย ทั้งนี้ การสร้างสรรค์รายการที่เป็นประโยชน์ และถูกใจผู้ชมได้นั้น จะเกิดขึ้นได้จากความพยายามของผู้ผลิตรายการ และเสียงสะท้อนจากผู้ชมประกอบกันไป และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะเป็นเสมือนเสียงสะท้อนที่ดีต่อการผลิตรายการโทรทัศน์ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมต่อไปในอนาคต



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย