

การเปิดรับรายการที่แพร่อากรมณัชนทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจ  
ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

นางสาวธนัชฎา สง่างงศ์วิจิตร



สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาศึกษาศาสตร์พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2540

ISBN 974-637-748-5

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE EXPOSURE TO HUMOUR IN TELEVISION PROGRAM, PERCEIVED UTILITY AND  
GRATIFICATION OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA



MISS KANITTA SANGAWONGVIGIT

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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

Department of Public Relations

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1997

ISBN 974-637-748-5

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์  
และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวชนิษฐา สงวนวงศ์จิตร

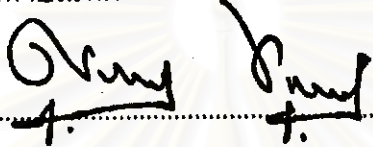
ภาควิชา

การประชาสัมพันธ์

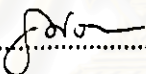
อาจารย์ที่ปรึกษา

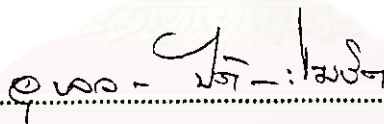
รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมเชิต


บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง  
ของการศึกษาตามหลักสูตรมหาบัณฑิต

  
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ศาสตราจารย์ นายแพทย์ศุภวัฒน์ ชูติวงศ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ)

  
.....อาจารย์ที่ปรึกษา  
(รองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมเชิต)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

สภามหาวิทยาลัย  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## พิมพ์ต้นฉบับบทความวิจัยวิทยานิพนธ์ภายในกรอบสี่เหลี่ยมเพียงแผ่นเดียว

ขนิษฐา สง่าวงศ์วิจิตร : การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ( THE EXPOSURE TO HUMOUR IN TELEVISION PROGRAM, PERCEIVED UTILITY AND GRATIFICATION OF PEOPLE IN BANGKOK METROPOLITAN AREA) อ. ทวีปรีक्षा รศ. อุบลวรรณ ปิติพัฒนะโมชนิด 157 หน้า ISBN 974-637-748-5

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน จากโปรแกรม SPSS

### ผลการวิจัย ปรากฏว่า

1. รายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครเปิดรับมากที่สุด คือ รายการสะกิดซ่าว รองลงมาคือรายการทไวไลท์โชว์ ช่วงดลก และรายการสาระชั้น ตามลำดับ ส่วนรายการที่ประชาชนพึงพอใจมากที่สุด คือรายการสะกิดซ่าว และรายการสาระชั้น เนื่องจากช่วยผ่อนคลายความเครียดและอยู่ในช่วงเวลา 20.00 - 22.00น. ที่สะดวกจะดู
2. ประชาชนที่มีลักษณะทางประชากรด้าน เพศ การศึกษา และรายได้ ต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันแตกต่างกัน แต่ลักษณะทางประชากรด้าน อายุ สถานภาพสมรส มี/ไม่มีบุตร และอาชีพต่างกัน มีการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ไม่แตกต่างกัน
3. การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ทุกรายการ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ
4. การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ประเภทเกมโชว์ ละคร สาระความรู้และดลกตลอดรายการ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ในระดับปานกลาง แต่การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ประเภททอล์กโชว์ และซ่าว ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์

ภาควิชา ..... ประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา ..... นิเทศศาสตร์.....  
ปีการศึกษา ..... 2540.....

ลายมือชื่อนิติกร .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม .....

#3970169628 MAJOR DEVELOPMENT COMMUNICATION  
KEY WORD: EXPOSURE/HUMOUR/TELEVISION/PERCEIVED UTILITY/GRATIFICATION

KANITTA SANGAWONGVIGIT : THE EXPOSURE TO HUMOUR IN TELEVISION  
PROGRAM, PERCEIVED UTILITY AND GRATIFICATION OF PEOPLE IN BANGKOK  
METROPOLITAN AREA. THESIS ADVISOR : ASSO.PROF.UBONWAN PITIPATANAKOZIT.  
157 pp. ISBN 974-637-748-5

The purposes of this research are 1) to investigate humour in television program, exposure, perception of its utility and gratification of people in Bangkok Metropolitan Area 2) to test the relationships among the exposure to humour in television program, perceived utility and gratification of people. Questionnaires were used to collect data from the total of 400 viewers. Frequency, Percentage, Mean, T-test, One-way Anova and Pearson Product Moment Correlation Coefficient were used to analyse data though SPSS for Windows computer program.

Results were as follows

1. The most favorite television program that contains humour is "Sa-Ked-Kaew" a part of channel 7 news program. The second is the absurd in the last part of "the Twilight show", a variety program. The third is "Sa-Ra Kan" program. Also, the most humorously gratifying television programs are "Sa-Ked-Kaew" and "Sa-Ra Kan". The Audience said they can help release their tension and they have popular viewing times e.g., they are on air between 20.00-22.00 PM.
2. Sex, education and income are the factors significantly related to exposure of humour but age, marital status, child and career were not significantly related to exposure of humour in TV program.
3. Respondents' exposure to humour in television program is related to gratification obtained from viewing humour in TV program
4. Respondents' exposure to humour in Game Show, Comedy, Edutainment (Education plus in the form of entertainment) and Absurd programs is related to their perception of its utility while exposure of Talk Show and News programs are not related to their perceived utility.

ภาควิชา.....ประชาสัมพันธ์.....  
สาขาวิชา.....นิเทศศาสตร์พัฒนาการ.....  
ปีการศึกษา.....2540.....

ลายมือชื่อนิสิต.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

## กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดีท่ามกลางภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย แม้อารมณ์ขันในหัวใจคนไทยหลายคนลดน้อยลงเนื่องจากต้องตกงาน แต่บางคนก็เลือกที่จะยินดีว่าอนาคตข้างหน้า นั้น จะมีโอกาสเล่าประสบการณ์ให้ลูกหลานฟังว่าเคยเห็นค่าเงินบาทระดับ 56.70 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2541 มาแล้ว แต่สำหรับข้าพเจ้า ประสบการณ์อันทรงคุณค่ายิ่งนักสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ก็คือการได้สัมผัสถึงกันบึ้งในหัวใจผู้ชมว่า พวกเขามีพฤติกรรมเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ที่แทรกอารมณ์ขันกันอย่างไร ในยุคที่อารมณ์ขันจำเป็นอย่างยิ่งต่อการระงับความฟุ้งฟ่านในจิตใจ

ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโมเชิต ที่ให้ความกรุณาเป็นพี่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ โดยได้ให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์แก่ข้าพเจ้าอย่างดีที่สุด และขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ ที่ให้ความเมตตาเป็นประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ กราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ที่สละเวลาอันมีค่ายิ่ง เป็นกรรมการวิทยานิพนธ์และเป็นที่ปรึกษาด้านสถิติการวิจัย, คณาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ให้แก่ข้าพเจ้า อีกทั้งสามท่านต่อไปนี้ที่ได้ให้คำแนะนำและความช่วยเหลือด้านสถิติการวิจัย ดร.วิเชียร เกตุสิงห์ รองเลขาธิการคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ อาจารย์สุชุม เฉลยทรัพย์ รองอธิการบดีสถาบันราชภัฏสวนดุสิต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรรณวิภา จัตุชัย ผู้อำนวยการสำนักวิจัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต นอกจากนี้ คุณน้ำทิพย์ สัทธรรม จากบริษัทเบรคสรู คอมมิวนิเคชั่นส์ จำกัด ในเครือเอเอ็มจี ทีมและเพื่อนๆ ของข้าพเจ้าจากบริษัทเดียวกัน ผู้มีน้ำใจเปี่ยมล้นในการให้ความช่วยเหลือด้านการเก็บข้อมูลแก่ข้าพเจ้า และเพื่อนๆ สาขานิเทศศาสตร์พัฒนาการทุกคน ก็ให้กำลังใจแก่ข้าพเจ้าด้วยดีตลอดมา

เหนือสิ่งอื่นใดผู้มีพระคุณที่สำคัญยิ่งในการศึกษา คือบิดามารดา พี่น้องของข้าพเจ้าทุกคน ที่สนับสนุนแรงใจ ให้ข้าพเจ้ามีความขยันและอดทนกับอุปสรรคต่างๆ และคุณพี่ชระ สารพิมพา ที่เป็นพี่เลี้ยงที่ดี คอยดูแลเรื่องอาหารการกินและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้ มาโดยตลอด ซึ่งข้าพเจ้าจะขอจดจำความดีของทุกท่านไว้ตลอดไป

ธนัชฐา สร้างวงศ์จิตร

มกราคม 2541

## สารบัญ

	หน้า	
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง	
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ	
กิตติกรรมประกาศ.....	ข	
สารบัญ.....	๓	
สารบัญตาราง.....	ฉ	
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>		
ความสำคัญและเหตุผลในการศึกษา.....	1	
ปัญหาในการวิจัย.....	10	
วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	11	
สมมติฐานในการวิจัย.....	11	
ขอบเขตในการวิจัย.....	11	
นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย.....	12	
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13	
<b>บทที่ 2 ทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>		14
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย</b>		
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	54	
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	56	
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	56	
การทดสอบเครื่องมือ.....	57	
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	58	
การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ.....	59	
กรรมวิธีทางข้อมูล.....	60	
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย.....</b>		61



## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	125
อภิปรายผลการวิจัย.....	133
ข้อเสนอแนะ .....	142
รายการอ้างอิง .....	145
ภาคผนวก.....	150
ประวัติผู้เขียน.....	157



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ.....62
2	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ.....62
3	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา .....63
4	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส.....63
5	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามบุตร.....64
6	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ.....64
7	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....65
8	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการ เปิดรับรายการโทรทัศน์.....66
9	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการเลือกชมรายการโทรทัศน์ในวันจันทร์-วันศุกร์ เปรียบเทียบลำดับการเลือกชม 3 อันดับแรก.....67
10	แสดงจำนวนและร้อยละ ของการเลือกชมรายการโทรทัศน์ในวันเสาร์-อาทิตย์ เปรียบเทียบลำดับการเลือกชม 3 อันดับแรก.....68
11	แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้งในการรับชมรายการโทรทัศน์.....69
12	แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ ในการเปิดรับต่อวัน .....72
13	แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของความบ่อยครั้ง ในการเปิดรับ.....73
14	แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจ .....76
15	แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของเหตุผลที่พึงพอใจ .....77
16	แสดงร้อยละและค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ประโยชน์ของผู้ชมรายการที่ แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ประเภทต่างๆ .....78
17	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขัน ทางโทรทัศน์ ระหว่างเพศชายและเพศหญิง.....79
18	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขัน ทางโทรทัศน์ ระหว่างคนโสดกับแต่งงาน.....83
19	แสดงผลการทดสอบความแตกต่าง ของการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขัน ทางโทรทัศน์ ระหว่างผู้ที่มีบุตรกับไม่มีบุตร.....86

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
20	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอายุต่างกัน.....90
21	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีการศึกษา ต่างกัน.....97
22	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีอาชีพต่างกัน.....104
23	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน.....111
24	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ กับการ รับรู้ประโยชน์จากรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์.....120
25	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์ กับความพึงพอใจ.....122
26	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ประโยชน์ กับความพึงพอใจในรายการที่แทรกอารมณ์ขันทางโทรทัศน์.....123