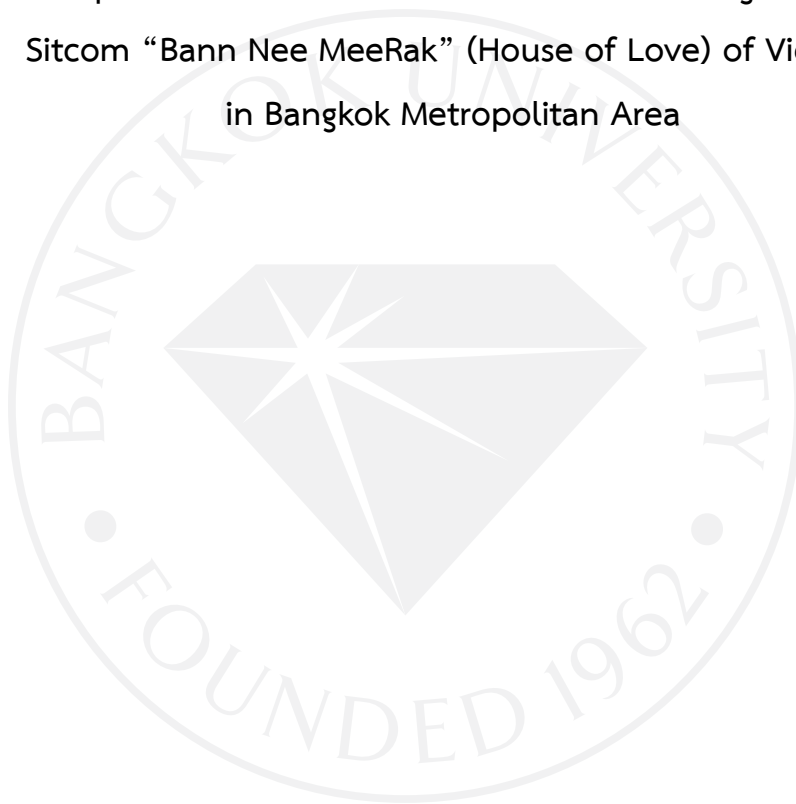


การรับรู้และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอม
เรื่อง บ้านนี้มีรักของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร

The Perceptions towards Thai Cultural Values through the Popular
Sitcom “Bann Nee MeeRak” (House of Love) of Viewers
in Bangkok Metropolitan Area



การรับรู้และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอม
เรื่อง บ้านนี้มีรักของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร

The Perceptions towards Thai Cultural Values through the Popular Sitcom “Bann Nee
MeeRak” (House of Love) of Viewers in Bangkok Metropolitan Area



กรวิชญ์ จงอุดมทรัพย์

การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2556



©2557

กรวิษฐ์ จงอุดมทรัพย์

สงวนลิขสิทธิ์

กรวิชัย จงอุดมทรัพย์. ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์, กรกฎาคม 2557, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การรับรู้และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรักของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร (81 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม

บทคัดย่อ

การรับรู้และความสอดคล้องของค่านิยมไทย ในละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรักของผู้ชมใน กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะประชากรกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก 2) เพื่อศึกษาความสอดคล้องระหว่างค่านิยมในตัวของผู้ชมกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาได้แก่ กลุ่มประชาชนที่ติดตาม และเคยรับชมละครซิตคอม “บ้านนี้มีรัก” จำนวน 324 คน การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การแจกแจง ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน (One – way ANOVA) และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson’s Correlation)

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างของผู้ชมละครซิตคอมเรื่อง บ้านนี้มีรัก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี จบระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท 2) ผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับชมละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรักเกิดจากการชื่นชอบละครประเภทซิตคอม มีจำนวนมากที่สุดมีระยะเวลาในการชมน้อยกว่า 6 เดือน และมากกว่า 1 ปีมากที่สุดมีเหตุผลในการชมเพราะ ชอบเนื้อหาในละคร มีจำนวนมากที่สุดมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยตั้งใจชมตั้งแต่ต้นจนจบ มีจำนวนมากที่สุดมีแนวโน้มเกิดความไม่แน่ใจในการเปิดรับชม มีจำนวนมากที่สุด 3) ผู้ชมมีการรับรู้ค่านิยมในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในด้านความกตัญญูรู้คุณ และ มีการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุด มีความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณ มากที่สุดมีความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัว

คำสำคัญ: การรับรู้, ค่านิยมไทย, ละครซิตคอม

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์

เรื่อง การรับรู้และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรักของผู้ชม
ในกรุงเทพมหานคร

ผู้วิจัย กรวิชญ์ จงอุดมทรัพย์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรคอุดม)

ผู้เชี่ยวชาญ

(ดร.ปฐมมา สตะเวทิน)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

22 กรกฎาคม 2557

Chongudomsap, K. M.Com.Arts (Strategic Communication), July 2014, Graduate School, Bangkok University.

The Perceptions towards Thai Cultural Values through the Popular Sitcom “Bann Nee MeeRak” (House of Love) of Viewers in Bangkok Metropolitan Area (81 pp.)

Advisor: Asst.Prof. Arishai Akraudom, Ph.D.

ABSTRACT

The research aimed to: 1) studies the relationship between demographic and Thai cultural values through the popular sitcom “Bann Nee MeeRak”. 2) Study the congruence between the viewers cultural values and Thai cultural values through the popular sitcom “Bann Nee MeeRak”. This research focus on ‘Quantitative Method’ which ‘Survey Research’ will be efficient tool to collect survey data among 324 persons of viewers in Bangkok Metropolitan area. Then the results were analyzed and processed by percentage, mean, standard deviation, analysis of variance, one-way (One - way ANOVA) and analysis of the correlation equation (Pearson's. Product-Moment Correlation Coefficient).

The results showed that 1) In the sample group of “Bann Nee MeeRak” (House of Love) sitcom, the majority of the viewership were female, aged between 18-25 years, graduated with a Bachelor's degree, work in private companies, and have an average monthly income of less than 15,000 Baht. 2) Among the characteristics of the viewership to watch “Bann NeeMeeRak” (House of Love) sitcom, preference in watching sitcoms was the highest. Watching duration of less than 6 months and greater than 1 year were the highest. The main reason that the viewership gave for enjoying this sitcom was because of the content and story. Watching from the beginning to the end was the highest. Hesitation to watch this sitcom was the highest. 3) The viewership has perceived Thai cultural values towards the “Bann Nee MeeRak” (House of Love) sitcom. These values include gratitude and having a goal of a happy family life. Practices are consistent with the values of gratitude, consistency, life values and a happy family life.

Keywords: Perceptions, Thai Cultural Values, Sitcom

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาและการทำวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ มากมาย โดยในด้านวิชาการ ทำให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้ ทำความเข้าใจกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ อย่างละเอียดลึกซึ้งในเนื้อหา และรู้จักที่จะนำเนื้อหาที่ได้ศึกษามาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับชิ้นงาน นอกจากนี้ประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำวิจัยได้สอนให้ผู้วิจัยมีความรับผิดชอบในการทำงานวิจัยมากขึ้น ทำให้รู้จักที่จะบริหารเวลาให้เป็น รู้จักที่จะไตร่ตรองและตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาอย่างละเอียดครบถ้วน รู้จักที่จะค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมและนำสิ่งที่ค้นคว้ามามาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ และที่สำคัญงานวิจัยชิ้นนี้จะสำเร็จ ลุล่วงไปด้วยดีไม่ได้ถ้าขาดผู้สนับสนุนที่ดี ดังต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริชัย อรรถอุดม อาจารย์ที่ปรึกษา ที่สละเวลาในการสอนให้คำแนะนำ และคอยช่วยเหลือมาโดยตลอด อีกทั้งเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่และพร้อมที่จะรับฟังความคิดเห็นของผู้วิจัยเสมอ

นอกจากนี้ขอขอบพระคุณครอบครัว ซึ่งได้แก่ คุณพ่อ คุณแม่ และน้อง ๆ อีกทั้งเพื่อน ๆ ที่คอยสนับสนุนในทุก ๆ ด้าน ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจมาโดยตลอด งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จได้เพราะทุกคน ขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่ง

กรวิชญ์ จงอุดมทรัพย์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
สมมติฐานของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
นิยามศัพท์	6
กรอบแนวคิดตามทฤษฎี	6
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และการเลือกรับสาร	7
แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม	15
ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic)	23
แนวคิดเกี่ยวกับละครซิตคอม (Situation Comedy)	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	34
การกำหนดขนาดตัวอย่าง	34
วิธีการสุ่มตัวอย่าง	35
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	35
การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	35
การเก็บรวบรวมข้อมูล	36
การแปลผลข้อมูล	36
การวิเคราะห์ข้อมูล	37

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย	38
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน	54
บทที่ 5 อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	62
อภิปรายผล	67
ข้อเสนอแนะ	69
ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยขั้นต่อไป	70
บรรณานุกรม	71
ภาคผนวก	74
ประวัติผู้เขียน	81
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในการรายงานการค้นคว้าอิสระ	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ	38
ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ	39
ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา	39
ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ	40
ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	40
ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่มาของการชม	41
ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการติดตามชม	42
ตารางที่ 4.8: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการชม	42
ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับชม	43
ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มในการเปิดรับชม	43
ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ของผู้ชมละครซีทคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก	44
ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ของผู้ชมละครซีทคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก	46
ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติ ที่อยู่ในตัวผู้ชมละครซีทคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก	47
ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ที่อยู่ในตัวผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก	49
ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการเปรียบเทียบการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก	50
ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการเปรียบเทียบการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก	52
ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบเพศกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย	54
ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบอายุกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย	55
ตารางที่ 4.19: การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.20: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ ค่านิยมความเป็นไทยจำแนกตามระดับการศึกษา	56
ตารางที่ 4.21: การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย	56
ตารางที่ 4.22: การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ ค่านิยมความเป็นไทย จำแนกตามอาชีพ	57
ตารางที่ 4.23: การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย	58
ตารางที่ 4.24: แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ ระหว่างความ สอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย ในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก	59
ตารางที่ 4.25: แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมกับการรับรู้ค่านิยม ความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก	60

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

หน้า

6



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ละครซิตคอม เป็นสื่อที่มีความน่าสนใจอย่างมาก มีลักษณะแนวสนุกสนาน ล้อเลียนสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ออกฉายเป็นตอน ๆ ซึ่งในแต่ละตอนก็จะมีเนื้อเรื่องที่มีการเริ่มเรื่องและการจบเรื่องในตอนนั้น ๆ ซึ่ง “Sit” ย่อมาจาก “Situation” ส่วนคำว่า “Com” ย่อมาจาก “Comedy” (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) ละครซิตคอมเกิดขึ้นในประเทศ สหรัฐอเมริกา เป็นประเทศแรก เริ่มจาก Radio Situation Comedy เป็นรายการวิทยุที่ผลิตในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เพื่อให้ความบันเทิงแก่คนฟังรายการ และได้รับความนิยมอย่างมาก ต่อมาเมื่อมีคนนำเอารูปแบบรายการ วิทยุซิตคอมไปประยุกต์ใช้เพื่อนำเสนอทางรายการโทรทัศน์ และเปิดโอกาสให้รับชมได้ขณะนั่งตักเทป จึงทำให้รายการซิตคอมมีความนิยมสูงขึ้น

รายการซิตคอมในประเทศสหรัฐอเมริกาแบ่งออกเป็นยุคสมัยได้ดังนี้

1) ค.ศ. 1950-1959 เป็นยุคที่นำเสนอเรื่องราวในครอบครัว เช่น I Love Lucy, Leave It to Beaver, Father Knows Best, The Honeymooners

2) ค.ศ. 1960-1969 เป็นยุคที่นำเสนอเรื่องราวของชนชั้นกลางความเป็นชนบทที่เชื่อมโยงกับความเป็นสังคมเมือง เช่น The Beverly Hillbillies, Green Acres

ซึ่งในละครซิตคอมของประเทศไทยมักจะเป็นการสร้างสถานการณ์ที่เกี่ยวกับบ้าน เกี่ยวกับที่ทำงาน หรือเป็นรอยต่อระหว่างบ้านกับที่ทำงาน หรือเป็นสถานการณ์ของครอบครัวแบบใหม่ ซึ่งตัวละครก็จะถ่ายทอดเรื่องราวของความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในบ้าน กับเพื่อนร่วมงานเป็นต้น โดยแต่ละตอนจะเน้นมากในเรื่องของการมีเนื้อเรื่องที่มีความตลกขบขัน สนุกสนาน สามารถเรียกเสียงเฮฮาจากผู้รับชมได้ โดยการปล่อยมุขตลก หรือในบางครั้งก็มีการปนเนื้อหาที่มีความเศร้าอยู่บ้าง โดยแต่ละเรื่องจะขึ้นอยู่กับแก่นของเรื่องที่ผู้สร้างต้องการจะนำเสนอ ซึ่งละครซิตคอมที่จะประสบความสำเร็จได้ จะต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญเช่น บทละครคือ ต้องเป็นบทละครที่มีความตลก ซึ่งเป็นจุดที่สำคัญที่ละครซิตคอมควรมีเพื่อใช้เรียกเสียงเฮฮาจากคนดู เนื่องจากละครซิตคอมเป็นละครที่มีลักษณะให้ความบันเทิงและคลายเครียด มีการดำเนินเรื่องราวหรือโครงเรื่องที่นำเสนอ มีบทสนทนาที่เป็นมุขตลก มีผู้กำกับที่มีความสามารถ มีนักแสดงที่เล่นสมบทบาทเป็นธรรมชาติและเข้าใจในบทบาทความเป็นตัวละคร เป็นต้น

ละครซิตคอมในประเทศไทย มีการนำละครซิตคอมมาฉายอยู่ไม่มาก แต่ในแต่ละเรื่องก็นำมาฉายจะมีระยะเวลาของการออกอากาศที่นาน บางเรื่องนานพอที่จะทำให้คนดูสามารถเห็นพัฒนาการในแต่ละด้านของตัวละครที่เปลี่ยนไป เช่น ด้านลักษณะทางกายภาพคือ อายุและรูปร่างที่เปลี่ยนไป จากเด็กประถมเป็นเด็กมัธยมปลาย เป็นต้น ซึ่งในประเทศไทยบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียง

และได้รับการยอมรับอย่างมากในการผลิตละครซีทคอมก็คือ บริษัท ซีเนริโอ จำกัด ที่ก่อตั้งโดยนาย ถกลเกียรติ วรรณธรณ โดยบริษัท ซีเนริโอ จำกัดจะเป็นบริษัทที่ร่วมเอ็กเชคิวทีฟซึ่งบริษัท ซีเนริโอ เป็นบริษัทที่ผลิตรายการโทรทัศน์ ประเภท ละคร เกมโชว์ วาไรตี้และละครเวที เป็นต้น ซีเนริโอ ถือเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในการผลิตละครประเภทละครซีทคอมที่ออกอากาศในเมืองไทย ตั้งแต่ในสมัยก่อนจนถึงปัจจุบัน โดยละครซีทคอมที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากกลุ่มคนดูได้แก่ สามหนุ่มสามมุม เป็นเรื่องที่โด่งดังมากในสมัยก่อนแต่ปัจจุบันไม่ได้ออกอากาศแล้ว บางรักซอย 9 ที่จบไปแล้วเช่นกัน เรื่องผู้กองเจ้าเสน่ห์ เรื่องเฮงเฮงเฮง เรื่องเป็นต่อ เรื่องนัดกับนัด และเรื่องบ้านนี้มีรัก เป็นต้น โดยส่วนมากมีเนื้อหาที่สร้างสถานการณ์เกี่ยวกับบ้านในเรื่องของความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว และเรื่องเกี่ยวกับสถานการณ์ที่ทำงาน เช่น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน เจ้านาย และลูกน้อง เป็นต้น ซึ่งในกรณีศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาละครซีทคอมของบริษัท ซีเนริโอ เนื่องจากเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จสูงสุดกับการผลิตละครซีทคอม โดยเลือกละครซีทคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก ในการนำมาวิจัย เนื่องจากละครบ้านนี้มีรักเป็นละครซีทคอมที่โด่งดังและประสบความสำเร็จอีกเรื่องหนึ่ง มีกลุ่มผู้รับชมตั้งแต่วัยเด็กจนถึงวัยผู้ใหญ่

ละครซีทคอมเรื่อง บ้านนี้มีรัก ออกอากาศเมื่อปี 2549 ซึ่งยังคงออกอากาศอยู่จนถึงปัจจุบันนี้ คือปี 2557 ซึ่งรวมระยะเวลาออกอากาศทั้งหมด 8 ปี ทำให้เราเห็นพัฒนาการต่าง ๆ ของตัวละครที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลา บ้านนี้มีรักเป็นละครซีทคอมที่มีการนำเสนอสถานการณ์หลักคือ เรื่องราวเกี่ยวกับบ้าน ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว และมีสถานการณ์รองคือ สถานการณ์เกี่ยวกับที่ทำงาน และนอกนั้นก็จะเป็นสถานการณ์ย่อยที่เกี่ยวกับตัวละครแต่ละตัว โดยตัวละครในบ้านนี้มีรักจะประกอบด้วย สมาชิกในบ้านได้แก่ แม่ ที่เป็นหัวหน้าครอบครัวและอาวุโสที่สุดในบ้าน มีลูก 3 คน ได้แก่ ลูกสาวคนโต ชื่อ ริน ลูกชายคนกลางชื่อ รัก และลูกชายคนสุดท้องชื่อ ลิงก์ รวมถึงมีลูกเขยชื่อ แสงค์ และหลานชายที่เกิดจากลูกสาวและลูกเขยชื่อ มิค ซึ่งตัวละครในสมาชิกในบ้านที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นตัวแสดงหลักที่มีบทบาทตั้งแต่ฉายเริ่มเรื่องจนถึงปัจจุบัน นอกนั้นก็จะมีตัวละครอื่น ๆ ที่แสดงร่วมด้วยที่เปลี่ยนไปตามบทหรือแสดงร่วมตั้งแต่เริ่มแรกที่ฉายจนถึงปัจจุบัน สาเหตุที่เลือกละครบ้านนี้มีรัก เนื่องจากเป็นละครซีทคอมที่มีกลุ่มผู้รับชมจำนวนมากและละครซีทคอมเรื่องบ้านนี้มีรักยังเป็นละครที่มีการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตทั้งในระดับครอบครัวและระดับสังคม โดยสะท้อนค่านิยม มุมมองและความเชื่อบางอย่างผ่านทางเนื้อเรื่องและตัวละคร

ค่านิยมเป็นเรื่องของความต้องการของมนุษย์ที่เกิดจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ โดยกลุ่มคนนั้นมีการยอมรับในสิ่ง ๆ หนึ่งที่เหมือนกัน และเชื่อว่าสิ่ง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับตนเองได้หรือเป็นสิ่งที่กลุ่มคนส่วนใหญ่เชื่อว่าปฏิบัติแล้วจะดี ซึ่งแท้จริงแล้วอาจจะเป็นเรื่องที่ตลกหรือไม่ดีก็ได้ ค่านิยมปรากฏอยู่ตั้งแต่ในระดับครอบครัว และระดับสังคม ซึ่งค่านิยมสามารถเกิดขึ้นได้จากการสร้างขึ้นมาเอง การรับเข้ามาหรือลอกเลียนแบบจากสังคมอื่น และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เป็นต้น ค่านิยม

สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ ประเภทที่หนึ่ง ค่านิยมที่เป็นเครื่องมือหรือสื่อนำ (Instrumental Values) ซึ่งสามารถแบ่งออกได้อีกเป็นค่านิยมเชิงคุณธรรม และค่านิยมเชิงความสามารถ และประเภทที่สอง ค่านิยมที่เป็นเป้าหมาย (Terminal Values) แบ่งออกได้อีกคือ ค่านิยมส่วนตัวและ ค่านิยมสังคม ค่านิยมถือเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับกาลเวลาและบริบททางสังคมนั้น ๆ โดยมันสามารถเกิดขึ้นมาและดับหายไป หรือเกิดซ้ำขึ้นมาใหม่อีกรอบและดับไปอีกรอบเมื่อมีสิ่งใหม่เข้ามาทดแทน โดยที่สามารเกิดใหม่ ดำรงอยู่ และดับไปพร้อม ๆ กัน ค่านิยมในแต่ละสังคมจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับบริบทของสังคมนั้น ๆ

ค่านิยมในสังคมไทย ปรากฏให้เห็นได้ตั้งแต่ในระดับครอบครัว ตลอดจนถึงในระดับสังคม ซึ่งการเกิดค่านิยมในประเทศไทย มีทั้งเกิดจากการสร้างค่านิยมความเชื่อของคนไทยขึ้นมาเองหรือรับค่านิยมจากประเทศอื่น ๆ เป็นต้น และถ่ายทอดไปสู่รุ่นต่อรุ่น และสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยหรือกาลเวลาได้เสมอ ยกตัวอย่างเช่น ค่านิยมในระดับครอบครัว เช่น สมาชิกทุกคนต้องเชื่อฟังพ่อ พ่อเป็นใหญ่ที่สุดในบ้าน และสุดท้ายในระดับสังคม เช่น ผู้หญิงไทยในสมัยก่อนนิยมรับประทานหมากกัน แต่ในสมัยปัจจุบันการรับประทานหมากได้สูญหายไปมากแล้ว หรือค่านิยมความสวยงามของผู้หญิงที่ลอกเลียนแบบกระแสของเกาหลี โดยผู้หญิงไทยเป็นผู้หญิงที่มีผิวค่อนข้างคล้ำ แต่พยายามเปลี่ยนสีผิวให้ดูขาวแบบคนเกาหลี หรือค่านิยมของคนในสังคมที่มองว่าการเรียนต่อต่างประเทศจะทำให้ดูโก้หรูและเพิ่มคุณค่าให้กับตนเองมากกว่าเรียนต่อภายในประเทศ เป็นต้น ซึ่งค่านิยมส่วนมากจะเป็นเรื่องของการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งในสังคมไทยมีคนหลายชนชั้นหลายระดับด้วยกันตั้งแต่คนระดับต่ำลงคือ คนที่มีฐานะทางบ้านยากจน ส่วนมากมีอาชีพเป็นพวกใช้แรงงาน ระดับปานกลางคือ คนที่มีฐานะปานกลาง ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และสุดท้ายในระดับสูง คือ คนที่มียศถาบรรดาศักดิ์ มีฐานะร่ำรวย เป็นต้น ซึ่งคนแต่ละระดับก็จะมีลักษณะการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ที่ต่างกันออกไป ทำให้ค่านิยมของคนแต่ละระดับต่างออกไปด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น คนในระดับสูงนิยมเล่นกีฬากอล์ฟ ซ้อมม้า หรือนิยมใช้ของที่มีราคาแพง ซึ่งจะแตกต่างจากคนระดับต่ำ ที่ไม่นิยมเล่นกีฬาหรือใช้ของจำพวกนั้น

ปัจจุบัน ในสังคมไทยมีการรับและลอกเลียนแบบค่านิยมต่าง ๆ จากประเทศอื่นอย่างมาก และในระดับของชนชั้นในสังคมก็ยังมีมีการรับและลอกเลียนแบบระหว่างชนชั้นอีกด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ในยุคปัจจุบันเป็นยุคที่เจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีเรื่องการสื่อสาร ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว สื่อมีอิทธิพลอย่างมาก กับคนทุกเพศและทุกวัย ในการนำเสนอข้อมูล เรื่องราวต่าง ๆ ผ่านทางช่องทางหลาย ๆ ช่องทางด้วยกัน ทำให้คนเกิดการรับรู้และเข้าถึงข้อมูล จนถึงขั้นเกิดพฤติกรรมการลอกเลียนแบบในสิ่งที่ถูกนำเสนอผ่านทางสื่อ ซึ่งค่านิยมก็เป็นสิ่งหนึ่งที่ถูกนำเสนอผ่านทางหลายสื่อมวลชนด้วยกันโดยถูกนำเสนอทั้งทางตรงและทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นสื่อภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ และโดยเฉพาะสื่อวิทยุโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีลักษณะเข้าถึงคนได้กว้าง

ครอบคลุมทุกระดับชั้น ทุกเพศทุกวัย ซึ่งรายการโทรทัศน์ไม่ได้มีหน้าที่เพียงให้ความบันเทิงเพียงแค่ว่าชั่วครว แต่ยังสามารถส่งผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาวอีกด้วย ซึ่งหน้าที่ของโทรทัศน์อาจจะมีดังนี้ 1) เพื่อส่งเสริมระบบคุณค่าบางอย่างของสังคม 2) เป็นตัวกำหนดหน้าที่และจำกัดบทบาทของพฤติกรรมของคนในสังคม 3) อาจเป็นเวทีสำหรับนำเสนอประเด็นที่อ่อนไหวมาอภิปราย เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) ซึ่งในสื่อโทรทัศน์นั้นก็มีการนำเสนอค่านิยมไว้ในหลากหลายรูปแบบด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น การตุน รายการบันเทิง เป็นต้น

ในอดีตมีการศึกษาเรื่องค่านิยมในสื่อต่าง ๆ เช่น งานวิจัยเกี่ยวกับค่านิยมที่ปรากฏในสื่อต่าง ๆ เช่น งานวิจัยเกี่ยวกับค่านิยมในสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ งานวิจัยเรื่องเนื้อหาและการสะท้อนค่านิยมในนิตยสารวัยรุ่นเธอกับฉัน เดอะบอย ฮาร์ท ของ พงษ์นัย พจนะลาวัณย์ (2544) และงานวิจัยเรื่องการศึกษาปัญหาสังคมและค่านิยมของสังคมไทยในรายการโทรทัศน์ “หลุมดำ” ของ สุชาภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ (2549) และรูปแบบอีกประเภทหนึ่งที่มีการนำเสนอค่านิยมในเนื้อหาด้วยและมีกลุ่มผู้ชมให้ความสนใจอย่างมากก็คือ ละคร ละครถือเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจอย่างมากจากผู้ชม ซึ่งละครก็ยังสามารถแบ่งออกอีกได้หลายประเภทเช่นกัน และหนึ่งในประเภทของละครที่ได้รับความนิยมอย่างมากก็คือละครซิตคอมโดยงานวิจัยชิ้นนี้มีจุดประสงค์คือ เพื่อศึกษาเรื่องค่านิยมที่ปรากฏในละครซิตคอม

ค่านิยมกับละครซิตคอม ละครซิตคอมถือเป็นละครประเภทที่มีการนำเสนอเรื่องราวของสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของผู้คน โดยปรากฏสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันครอบครัวและสถาบันทางสังคม โดยกรณีศึกษาครั้งนี้คือ ละครซิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก ที่จะเป็นการนำเสนอค่านิยมทั้งแบบทางตรงและทางอ้อมโดยให้เห็นถึงค่านิยมของคนเมืองในระดับครอบครัวและระดับสังคมยกตัวอย่างภาพตัวแทนในเรื่องค่านิยมต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อเรื่องเช่น ภาพตัวแทนค่านิยมทางด้านบวกของคนไทยที่ปรากฏในเนื้อเรื่อง เช่น การเคารพผู้ใหญ่ การให้ความสำคัญกับครอบครัว เป็นต้น และในส่วนของภาพตัวแทนค่านิยมทางด้านลบของคนไทยที่ปรากฏในเนื้อเรื่องเช่น นิยมของฟรี เล่นหวย นิยมโกหกเพื่อให้ตัวเองรอดพ้นจากความผิด ขอบินทาผู้อื่น เป็นต้น ซึ่งบางครั้งเรื่องราวที่เกิดขึ้นในละครอาจเป็นการสะท้อนความเป็นจริงทางสังคมหรืออาจจะไม่ได้เกิดขึ้นจริงแต่เป็นเพียงการประกอบสร้างขึ้นมาจากความคิดของผู้สร้างก็เป็นได้ โดยงานวิจัยชิ้นนี้จะต้องการศึกษาว่ากลุ่มผู้รับชมละครซิตคอม มีการรับรู้ถึงค่านิยมที่ปรากฏอยู่ในละครซิตคอมเรื่อง บ้านนี้มีรักในเรื่องค่านิยมที่เป็นเครื่องมือหรือสื่อ นำ ได้แก่ ค่านิยมเชิงคุณธรรมและค่านิยมเชิงความสามารถกับค่านิยมที่เป็นเป้าหมาย ได้แก่ ค่านิยมส่วนตัว และค่านิยมทางสังคมอย่างไรบ้าง อีกทั้งเพื่อทราบถึงผลของความสอดคล้องในเรื่องค่านิยมของผู้รับชมกับค่านิยมที่ปรากฏในเนื้อเรื่องว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร และที่สำคัญคือ เราจะทราบถึงว่าการนำเสนอค่านิยมผ่านทางสื่อละครเป็น

การสะท้อนเรื่องราวที่เป็นจริงในสังคมหรือเป็นเพียงค่านิยมที่เกิดจากความคิดของผู้สร้างที่ต้องการจะถ่ายทอดสู่คนดู

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะประชากรที่มีการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างค่านิยมในตัวของผู้ชมและการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

สมมติฐานของการวิจัย

1. ผู้ชมละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก
2. ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมมีความสอดคล้องกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษา เรื่องการรับรู้ และความสอดคล้องระหว่างค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก เป็นการเก็บข้อมูลจากละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2557

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการรับรู้ ต่อค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก
2. ทำให้ทราบถึงลักษณะประชากร ที่ส่งผลต่อการรับรู้ และค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละคร
3. ได้แนวทางของการสร้างความตระหนักให้ผู้จัดทำหรือผู้ผลิตรายการให้คำนึงถึงการผลิตละครที่คำนึงถึงค่านิยมความเป็นไทย แต่ยังคงเนื้อหาของความเป็นซิตคอม และสามารถสอนค่านิยมความเป็นไทยที่ดี ให้กับเด็ก และเยาวชนทั่วไปได้

นิยามศัพท์

ลักษณะทางประชากร หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ของผู้ชมละคร
ซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

ค่านิยม ในความหมายของ สุนทรี โคมิน และสนธิ สมัครงการ (2522) หมายถึง มี 2 ประเภท
ได้แก่ ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต (Terminal Values) เช่น การช่วยเหลือผู้อื่น การมีมิตรที่ดี
การมีคนรัก การได้รับความยกย่องในสังคม การมีชีวิตที่สบายพอสมควร และ ค่านิยมวิธีปฏิบัติ
(Instrumental Values) เช่น การบังคับตัวเอง เชื้อมั่นในตนเอง การพึ่งพาอาศัย การมีความสามารถ
การให้อภัย

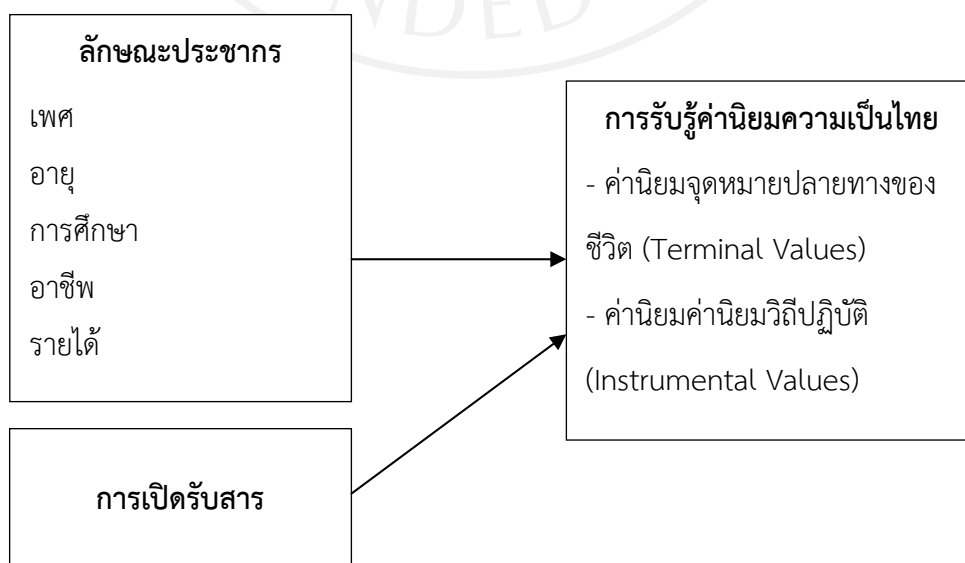
ค่านิยมความเป็นไทย หมายถึง ความซื่อสัตย์ ความเสมอภาค การปรับตัวเข้ากับโอกาส
จังหวะ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความรักใคร่สนิทสนมกัน

การรับรู้ หมายถึง ความสามารถของผู้ชมในการมองเห็นหรือพบว่ามีค่านิยมความเป็นไทยใน
ละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบของคำพูด ท่าทาง ที่ปรากฏอยู่ในละครซิตคอม
เรื่องบ้านนี้มีรัก

ความสอดคล้อง หมายถึง การวัดความเหมือนและความแตกต่างระหว่างค่านิยมที่อยู่ในตัว
ผู้ชมและค่านิยมที่อยู่ในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

กรอบแนวคิดตามทฤษฎี

ภาพที่ 1.1: กรอบแนวคิดตามทฤษฎี



บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และการเลือกรับสาร
2. แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม
3. ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic)
4. แนวคิดเกี่ยวกับละครซิตคอม (Situation Comedy)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้

การรับรู้ (Perception) กระบวนการที่แต่ละคนได้รับการเลือกสรร การจัดระเบียบ และการตีความหมายของข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรืออาจหมายถึงกระบวนการของความเข้าใจ (การเปิดรับ) ของบุคคลที่มีต่อสิ่งที่ได้พบเห็น กับสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏอยู่ในสิ่งแวดล้อมรอบตัวบุคคลนั้น ๆ รวมถึงกระบวนการรับรู้ของแต่ละบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ความเชื่อ ประสบการณ์ ความจำเป็นเช่นเดียวกับลักษณะภายนอกของสิ่งที่กระตุ้นการรับรู้อาจจะพิจารณาเป็นกระบวนการกลั่นกรอง ซึ่งผู้บริโภคมักมีการเลือกรับเปิดรับสื่อโฆษณาที่แตกต่างกัน โดยผู้รับสารแต่ละคนล้วนมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโฆษณาที่แตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้เกิดแนวความคิดที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรรสิ่งที่ได้รับรู้ การเลือกสรรต่อตัวกระตุ้นจะเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา โดยบุคคลหนึ่งอาจมองหาบางสิ่งบางอย่าง แต่ขณะที่อีกคนหนึ่งไม่สนใจสิ่งอื่น ๆ เลย หรือมีการตอบสนองต่อตัวกระตุ้นที่แตกต่างกันไปเรื่อย ๆ ลักษณะการเลือกสรรการรับรู้ของผู้บริโภคอาจมีได้ 7 ลักษณะ ดังนี้ (จรรยา ยามาลี, 2553)

- 1) การเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล ผู้บริโภคจะแสวงหาข่าวสารที่ทำให้บุคคลเกิดความสบายใจ หรือตรงกับความรู้สึกของผู้บริโภค และหลีกเลี่ยงที่จะทำให้ผู้บริโภคเจ็บปวด เป็นต้น
- 2) การเลือกที่จะสนใจข้อมูล ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะเพิ่มปริมาณการรับรู้ถึงตัวกระตุ้นที่ตรงกับความต้องการ หรือตรงกับที่บุคคลสนใจ และในทางตรงกันข้ามผู้บริโภคจะรู้น้อยที่สุด ถึงตัวกระตุ้นที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริโภคก็มักจะสนใจดูโฆษณาสินค้าที่ตรงกับความ ต้องการ และร้านค้าที่ผู้บริโภคสนใจที่จะไปซื้อ และจะไม่สนใจข้อมูลข่าวสารที่ไม่ตรงกับความ ต้องการ

หรือมีความสำคัญต่อผู้บริโภคแต่อย่างใด ความสนใจของบุคคลจะหลากหลายในรูปของชนิดของ ข้อมูลที่จะได้รับไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของข่าวสารประเภทของสื่อที่ชอบ เช่น ผู้บริโภคบางคนสนใจ ในเรื่องของราคา ผู้บริโภคบางคนสนใจในเรื่อง ของภาพลักษณ์ที่ปรากฏหรือการยอมรับจากสังคม ดังนั้น ในการทำโฆษณาจะต้องคำนึงถึงทั้งข้อความ และสื่อที่ใช้ที่จะทำให้ผู้บริโภคสนใจหรือชอบโดย ต้องมีลักษณะโดดเด่นชัดเจนที่จะทำให้ผู้บริโภคติดตาม ตั้งใจรับข่าวสารนั้น ๆ จึงจะเกิดประโยชน์ต่อ ธุรกิจ เป็นต้น

3) การเลือกที่จะต่อต้านข้อมูล ผู้บริโภคจะเลือกที่จะสนใจรับรู้ข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้บริโภค ยังมีการเลือกที่จะต่อต้านข้อมูลที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สบายใจ ความผิดหวัง หรือการได้รับเจ็บปวดที่ได้ ผ่านเข้ามา ดังนั้น ตัวกระตุ้นที่ทำร้ายผู้บริโภคจะทำให้เกิดการรับรู้ที่น้อยกว่าตัวกระตุ้นที่เป็นกลาง ณ ระดับของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารระดับเดียวกัน นอกจากนี้บุคคลยังอาจจะทำลายข้อมูลข่าวสารที่ ไม่สอดคล้องกับความต้องการ ค่านิยม และความเชื่อของบุคคลเอง

4) การเลือกที่จะปิดกั้นข้อมูล ผู้บริโภคจะปกป้องตนเองจากการถูกรุกร้าของตัวกระตุ้นที่ บุคคลไม่สนใจโดยการปิดกั้นตัวกระตุ้นดังกล่าว จากความรู้สึกรู้ตัว ซึ่งมีผลงานวิจัยจำนวนมาก ได้แสดงถึงผลของการวิจัย พบว่า จำนวนการโฆษณาในปริมาณมากนั้นจะถูกกลั่นกรองออกไปโดย ผู้บริโภค เหตุที่ผู้บริโภคไม่สนใจตัวกระตุ้นดังกล่าว เพราะมีมากเกินไป การเลือกที่จะปิดกั้นการรับรู้ก็ จะคล้ายกับการใช้เครื่องปิดเปลี่ยนช่องอัตโนมัติในการดูโทรทัศน์ เพราะไม่สนใจโฆษณา ต้องการดู รายการโทรทัศน์ที่ชอบ

5) การเลือกที่จะตีความข้อมูล หลังจากที่ผู้บริโภคมีการเลือกที่จะเปิดรับข้อมูล สนใจใน ข้อมูล หรือแม้แต่ว่าจะต่อต้านข้อมูล และปิดกั้นข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคก็ต้องทำการตีความหมายสิ่งที่เปิด รับเข้ามา ซึ่งในการตีความข้อมูล ผู้บริโภคก็ต้องเลือกตีความข้อมูลตามพื้นฐานความรู้ ความเข้าใจ หรือที่สอดคล้องกับความเชื่อ ประสบการณ์ที่ได้รับมา ดังนั้น การตีความหมายข้อมูลที่รับเข้ามาจึง สำคัญที่อาจก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีหรืออคติก็ได้ เช่น การตีความเข้าใจจากภาพโฆษณาที่อาจไม่ตรงกับ ที่ธุรกิจต้องการจะสื่อให้กับผู้บริโภค

6) การเลือกที่จะจดจำข้อมูล ผู้บริโภคมีการตีความหมายข้อมูลข่าวสารที่รับเข้ามา สิ่ง ที่ตามมาก็ คือ ผู้บริโภคก็จะเลือกที่จะจดจำสาระข่าวสารที่รับเข้ามาที่มีผลกระทบต่อผู้บริโภค หรือมี ความสำคัญจำเป็นต่อผู้บริโภค เนื่องจากคุณสมบัติหนึ่งของการรับรู้ที่จะรับรู้ได้ไม่นานทำให้ผู้บริโภค ไม่สามารถจะจดจำทุกสิ่งที่ได้รับเข้ามาได้จึงจำเป็นต้องมีการเลือกที่จะจดจำอะไรที่เป็นประโยชน์ หรือสำคัญเกี่ยวข้องกับผู้บริโภค เช่น ผู้บริโภคอาจจะเห็นโฆษณาสินค้าต่าง ๆ มากมาย แต่ถ้าผู้บริโภค กำลังสนใจจะซื้อรถยนต์ก็จะเลือกดูโฆษณาเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการขายรถยนต์ จดจำเนื้อหาการ โฆษณาดังกล่าว เป็นต้น

7) การเลือกที่จะบิดเบือนข้อมูล เป็นการเปลี่ยนแปลง หรือบิดเบือนข้อมูลที่ได้รับในเวลานั้น เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับกับความรู้สึก หรือความเชื่อของผู้บริโภคเมื่อมีการเปิดรับข้อมูล และการตีความหมาย ซึ่งทำให้เกิดการเลือกที่จะบิดเบือนข้อมูลที่ผู้บริโภครู้สึกไม่ชอบได้ เพื่อเปลี่ยนให้ตรงกับทัศนคติที่มีอยู่แล้ว ดังนั้น โฆษณาสินค้าใดที่ผู้บริโภคไม่ชอบก็จะทำการบิดเบือน และส่งผลต่อผู้บริโภคน้อยในการที่จะทำให้เกิดการยอมรับ หรือซื้อสินค้า

จากข้อมูลทั้ง 7 ประการดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้ศึกษา พบว่า ปัจจัยที่วิเคราะห์ตามหลักประชากรศาสตร์ ผู้รับสารแต่ละคนมีลักษณะทางประชากรศาสตร์เฉพาะบุคคล โดยเฉพาะความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และในการตัดสินใจที่แสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด มักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม จากแนวคิดด้านปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารนั้น จะเห็นได้ว่าผู้รับสารแต่ละคน ต่างก็มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนตามแบบเฉพาะของตนเองที่แตกต่างกันไปด้วย

นอกจากนี้ วิลโล พิตาลชนะกุล (2551) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ และการเลือกรับสาร พบว่า การเปิดรับ (Exposure) หมายถึง การที่ประสาสัมผัสของผู้บริโภคถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่าสิ่งเร้าใดตรงกับความต้องการของตน โดยจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งเร้าที่ตนเองไม่ต้องการ ไม่สนใจ และเห็นว่าไม่สำคัญ

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งต่อการสื่อสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยภายนอก เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งประกอบด้วยการเข้าถึงสื่อในเชิงกายภาพ (Physical Accessibility) เช่น ผู้รับสารอยู่ใกล้หรือไกลจากข่าวสาร และสื่อ การเข้าถึงสื่อในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Accessibility) เช่น ฐานะทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวยต่อการซื้อข่าวสารหรือไม่ และการเข้าถึงสื่อในเชิงสังคม-วัฒนธรรม (Socio-Accessibility) เช่น ระดับการอ่านออกเขียนได้ของผู้รับสาร ทั้งนี้ แบบแผนการเปิดรับสื่อซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสาร มี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ (Instrumental Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับสารผู้รับสารตั้งใจจะจะเปิดรับ โดยมีจุดมุ่งหมายว่าจะนำเอาข่าวสารไปใช้ประโยชน์บางอย่าง

2. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม (Ritualistic/Habitual Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับที่ไม่ได้มีเป้าหมายพิเศษ ไม่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้ว่าจะนำเอาความรู้ไปใช้ประโยชน์อะไรเป็นการเปิดดูเพราะความเคยชิน ดูไปเรื่อย ๆ ไม่ได้เจาะจงคาดหวังอะไรเป็นพิเศษ

ทั้งนี้ สามารถจำแนกพฤติกรรมการเปิดรับได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลแสวงหาข่าวสารเพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ และอยากรู้ เช่น การรับฟังรายการวิทยุที่ตนเองชื่นชอบ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) เป็นการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำหรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างใดอย่างหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

จากข้อมูลของ วิลเลียม พิตาลชนะกุล (2551) ช้างต้น มีความสอดคล้องกับ วังทราย อินทวัน (2553) ที่พบว่า การเปิดรับสื่อ และการเลือกรับสารการเลือกสรรข่าวสารของบุคคลเป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละบุคคลว่าความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยามีผลต่อการเปิดรับข่าวสาร โดยมีกระบวนการเลือกสรร คือ

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นแรกในการเลือกช่องทางการสื่อสาร บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง เลือกเปิดวิทยุกระจายเสียงสถานีใดสถานีหนึ่งตามความสนใจ และความต้องการของตน อีกทั้งทักษะ และความชำนาญในการรับรู้ข่าวสารของคนเรานั้นก็ต่างกัน บางคนคนที่ฟังมากกว่าอ่าน ก็จะชอบฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ เป็นต้น

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) ผู้เปิดรับข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า ความไม่สอดคล้องทางด้านความเข้าใจ (Cognitive Dissonance)

3. การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็เชื่อว่ารับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของ ผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้ และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์ และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

4. การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับ ความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ เป็นต้น ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงยากขึ้น เพื่อนำไปใช้เป็น

ประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้ง และมีสิ่งที่ไม่สบายใจขึ้น

นอกจากนี้ Hunt และ Ruben (1993 อ้างใน วังทราย อินทะวัน, 2553) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของบุคคล จะมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ

1. ความต้องการ (Need) ปัจจัยที่สำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งในกระบวนการเลือกของมนุษย์คือ ความต้องการ ความต้องการทุกอย่างของมนุษย์ทั้งความต้องการทางกาย และใจทั้งความต้องการระดับสูง และความต้องการระดับต่ำ ย่อมเป็นตัวกำหนดการเลือกของเรา เราเลือกตอบสนองความต้องการของเรา เพื่อให้ได้ข่าวสารที่ต้องการ เพื่อแสดงรสนิยม เพื่อการยอมรับในสังคม เพื่อความพอใจ เป็นต้น

2. ทศคติ และค่านิยม (Attitude and Values) ทศคติ คือความชอบ และมีใจโน้มเอียง (Preference and Predisposition) ต่อเรื่องต่าง ๆ ส่วนค่านิยม คือหลักพื้นฐานที่เรายึดถือ เป็นความรู้สึกที่ว่าเราควรจะทำหรือไม่ควรทำอะไรในการมีความสัมพันธ์กับ สิ่งแวดล้อม และคนซึ่ง ทศคติ และค่านิยมมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำ

3. เป้าหมาย (Goal) มนุษย์ทุกคนมีเป้าหมาย มนุษย์ทุกคนกำหนดเป้าหมายในการดำเนินชีวิตทั้งในเรื่องอาชีพ การเข้าสมาคม การพักผ่อน เป้าหมายของกิจกรรม ต่าง ๆ ที่เรากำหนดขึ้นนี้จะ มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อมวลชน การเลือกข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และการเลือกจดจำเพื่อสนองเป้าหมายของตน

4. ความสามารถ (Capability) ความสามารถของเราเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งรวมทั้ง ความสามารถด้านภาษามีอิทธิพลต่อเราในการที่จะเลือกรับข่าวสาร เลือกตีความหมาย และเลือกเก็บเนื้อหาข่าวไว้

5. การใช้ประโยชน์ (Utility) กล่าวโดยทั่วไปแล้ว เราจะให้ความสนใจ และใช้ความพยายาม ในการที่จะเข้าใจ และจดจำข่าวสารที่เราสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

6. สไตล์ในการสื่อสาร (Communication Style) การเป็นผู้รับสารของเรานั้นส่วนหนึ่ง ขึ้นอยู่กับ สไตล์ในการสื่อสารของเรา คือ ความชอบหรือไม่ชอบสื่อบางประเภท ดังนั้นบางคนจึงชอบฟังวิทยุ บางคนชอบดูโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

7. สภาพ (Context) สภาพในที่นี้หมายถึง สถานที่ บุคคล และเวลาที่อยู่ในสถานการณ์การสื่อสาร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเลือกของผู้รับสาร การมีคนอื่นอยู่ด้วย มีอิทธิพลตรงต่อการเลือกใช้สื่อ และข่าวสาร การเลือกตีความหมาย และเลือกจดจำข่าวสาร การที่เราต้องถูกมองว่าเป็น

อย่างไร การที่เราคิดว่าคนอื่นมองเราอย่างไร เราเชื่อว่าคนอื่นคาดหวังอะไรจากเรา และการที่คิดว่าคนอื่นคิดว่าเราอยู่ในสถานการณ์อะไร ล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการเลือกของเรา

8. ประสบการณ์ และนิสัย (Experience and Habit) ในฐานะของผู้รับสาร ผู้รับสารแต่ละคนพัฒนานิสัยการรับสารอันเป็นผลมาจากประสบการณ์ในการรับข่าวสารของเรา เราพัฒนาความชอบสื่อชนิดใดชนิดหนึ่ง รายการประเภทใดประเภทหนึ่ง ดังนั้นเราจึงเลือกใช้สื่อชนิดใดชนิดหนึ่งสนใจเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตีความหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง และเลือกจดจำเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการศึกษาของฝ่ายประชาสัมพันธ์ และต้อนรับ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยมหิดล (2556) ได้กล่าวถึงการเปิดรับสื่อ และการเลือกรับสาร พบว่า สื่อเป็นปัจจัยที่กำหนดการตัดสินใจของผู้ส่งสารในการเลือกสื่อ และได้กำหนดองค์ประกอบของกระบวนการสื่อสารประกอบด้วย

1. ผู้รับสาร ในการเลือกสื่อที่ผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาถึงลักษณะของผู้รับสารด้วยว่าผู้รับสารเป็นใคร มีความสามารถในการรับ และถอดรหัสสารอย่างไร ด้วยการฟัง การอ่าน หรือการดู
2. สาร นอกจากนั้นผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาด้วยว่ารหัส เนื้อหา และการจัดสารของตนนั้นเหมาะสมกับสื่อประเภทใด เช่น หากหัวหน้างานต้องการจะส่งงานผู้ใต้บังคับบัญชาที่จะต้องพิจารณาว่าควรจะส่งด้วยการพูด เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้ยิน หรือส่งโดยใช้สิ่งของหรือภาพเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเห็น ควรจะส่งด้วยการเรียกประชุมหรือเขียนบันทึก
3. ผู้ส่งสาร ในการเลือกสื่อที่ผู้ส่งสารจะต้องพิจารณาความสามารถในการเข้ารหัสหรือทักษะในการสื่อสารของตนด้วยว่าตนเองมีความสามารถในการพูด เขียน หรือการแสดงเป็นต้น
4. สื่อ ในส่วนที่เกี่ยวกับตัวสื่อที่เราจะต้องพิจารณาถึงความสามารถของสื่อในการนำสารไปสู่ประสาทในการรู้สึก (Sense Mechanisms) หรือวิธีการรับสารของผู้รับสาร ผู้รับสารสามารถรับความรู้สึกหรือรับสารได้โดย การเห็น (Seeing) การได้ยิน (Hearing) การสัมผัส (Touching) การได้กลิ่น (Smelling) และการลิ้มรส (Tasting) สื่อแต่ละสื่อย่อมมีความสามารถต่าง ๆ กัน เช่น วิद्यุ ทำให้ผู้รับสารรับสารได้โดยการได้ยิน โทรทัศน์ทำให้ผู้รับสารได้ทั้งจากการเห็น และการได้ยิน ส่วนหนังสือพิมพ์ทำให้ผู้อ่านรับสารได้โดยการเห็น ผู้ส่งสารจึงต้องเลือกว่าจะใช้สื่ออะไรสื่อบุคคลหรือสื่อมวลชน แม้แต่สื่อประเภทเดียวกันก็ต้องเลือกว่าจะใช้อะไร เช่น โทรทัศน์ จะใช้ช่องไหน วิद्यุจะใช้สถานีไหน หนังสือพิมพ์จะใช้ฉบับไหน

ดังนั้น การรับรู้เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการสื่อสาร ทักษะ และความคาดหวังของผู้สื่อสาร การรับรู้เป็นกระบวนการทางจิตที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ได้รับเป็นกระบวนการเลือกรับสารการจัดสารเข้าด้วยกัน และการตีความสารที่ได้รับตามความเข้าใจ และความรู้สึกของตนเอง เรารับรู้ และตีความหมายสิ่งที่เราประสบโดยอาศัยความหมายจากประสบการณ์ที่เรามีอยู่ หากสิ่งที่เราพบเห็นเป็นสิ่งใหม่ ซึ่งเราไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อนเราก็ทำให้สิ่งนั้นมีความหมายได้ด้วยการเลือก (Select)

เพิ่มเติม (Add) บิดเบือน (Distort) หรือโยงสิ่งนั้นให้เข้ากับประสบการณ์ (Experience) มีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Perception) และความหมาย (Meaning) ของคน แต่เนื่องจากคนแต่ละคนจึงมีการรับรู้ต่อสิ่งที่พบเห็นแตกต่างกันไป ในเรื่องการรับรู้นี้ เนื่องจากคนเราจะมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน ความล้มเหลวของการสื่อสารจึงอาจเกิดขึ้นได้ถ้าเราไม่ยอมรับความแตกต่างในเรื่องการรับรู้ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล

จากข้อมูลของฝ่ายประชาสัมพันธ์ และต้อนรับ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ (2556) มีความสอดคล้องกับ วิล พิตาลชนะกุล (2551) ที่พบว่า ปัจจัยในการสื่อสารทางด้านผู้รับสารเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารคือ กระบวนการเลือกรับสาร (Selective Processes) ซึ่งพบว่า ผู้รับสารจะกระทำการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องทางความคิดกล่าวคือ ผู้รับสารจะเปิดการสื่อสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความสนใจของตน ในขณะเดียวกันจะหลีกเลี่ยงการสื่อสารที่ขัดแย้งกับตนเอง หรือแม้เปิดรับก็จะรับรู้ และตีความสารให้เหมาะกับมุมมองของตน จึงกล่าวได้ว่า แม้ผู้รับสารจะเตรียมตัวมาเป็นอย่างดี ใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ แต่ก็ผลการสื่อสารอาจไม่มีบรรลุผลสำเร็จเสมอไป เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีกระบวนการเลือกรับสารที่ต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ ของตน โดยกระบวนการเลือกรับสารเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ขำสารในการรับรู้ ซึ่งประกอบไปด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้นด้วยกันคือ

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention)

หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่งตามเวลา ความสามารถที่จำกัดในการรับสาร และความพอใจในแหล่งสาร เช่นการเลือกเปิดโทรทัศน์ช่องใดช่องหนึ่ง การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่ง การเลือกฟังวิทยุสถานีใดสถานีหนึ่ง เป็นต้น โดนมีแนวโน้มจะเปิดตัวเองให้สื่อสารตามความคิดเห็น และความสนใจของตน และหลีกเลี่ยงไม่สื่อสารในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความคิดเห็น และความสนใจของตน เมื่อได้รับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความคิดเห็น ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติของตนหรือของกลุ่มจะไม่สนใจข่าวสารนั้นเลย อาจปิดรับข่าวสารหรือเปิดรับแต่ไม่ให้ความสนใจทั้งนี้ เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการที่จะปกป้อง รักษา และส่งเสริมความเป็นตัวเอง และการรับข่าวสารที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมจะทำให้ผู้รับสารเกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ตามทฤษฎีความไม่ลงรอยของความรู้ความเข้าใจ (Theory of Cognitive Dissonance) (Festinger) ดังนั้น บุคคลจึงหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวโดยการแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่ลงรอยกับความคิดเดิมของตน ทำให้เขาสบายใจ แต่จะมีผลในการเป็นแรงเสริมหรือสนับสนุนทัศนคติเดิมนั้นให้คงอยู่ เช่น ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ ไตมาก็จะเปิดรับข่าวสารที่

สนับสนุนผลิตภัณฑ์นั้น และไม่เปิดรับข่าวสารที่บอกว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีข้อเสียอย่างไร เพื่อมิให้ตนเองรู้สึกไม่ดีหรือผิดหวังกับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น เป็นต้น

2. การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความ (Selective Perception or Selective) เป็นกระบวนการกลั่นกรองในขั้นต่อมา การรับรู้เป็นกระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็นในสิ่งแวดล้อม ในความหมายทางจิตศาสตร์นั้น การรับรู้จะหมายถึง การที่ผู้รับสารหรือผู้บริโภคได้รับสารที่ส่งมาจากผู้ส่งสารหรือผู้ผลิต เพื่อเตรียมสารนั้นเข้าสู่กระบวนการตีความหมายต่อไป กล่าวคือ หลังจากผู้รับสารเลือกเปิดรับข่าวสารแหล่งใดแหล่งหนึ่งแล้วผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือตีความสารแตกต่างกัน และไม่ตรงกับความเป็นจริงเสมอไป ขึ้นอยู่กับอายุ แรงจูงใจ ความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อ ทักษะคติ ประสบการณ์ ความต้องการ หรือความรู้สึกที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ระดับสติปัญญา การสังเกตพิจารณาทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม การคาดหวัง สภาวะจิตใจของตนเอง รูปแบบการดำเนินชีวิต ครอบครัว และกลุ่มสังคม ตลอดจนชนิด และธรรมชาติของสิ่งที่เรากำลังเข้ามากระตุ้นอวัยวะสัมผัสในขณะนั้น เป็นต้น

นอกจากนี้ การรับรู้ในลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ อาจส่งผลต่อการสื่อสารได้ คือ

2.1 การรับรู้แบบเหมารวม (Stereotype) หรือการมองไม่เห็นความแตกต่าง คือ มองว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นเหมือนกันหมด เช่น มองว่าผู้หญิงทุกคนอ่อนแอเหมือนกัน ซึ่งมีสาเหตุมาจากธรรมชาติของคนที่มีกจัดสิ่งต่าง ๆ ออกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ โดยดูว่าสิ่งใดมีลักษณะคล้ายกันก็จัดเข้าไว้เป็นประเภทเดียวกัน การทำเช่นนี้อยู่เสมอจึงทำให้มองแต่ความเหมือน หรือความคล้ายคลึงจนไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างสิ่งต่าง ๆ ได้ ทั้งสิ่งที่อยู่ในประเภทเดียวกันก็มีเอกลักษณ์ของตนที่แตกต่างไปจากสิ่งอื่น ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติ อคติ ความเชื่อ และค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารได้

2.2 การรับรู้แบบมีอคติหรือความโน้มเอียง (Bias) คือการรับรู้โดยไม่พิจารณาจากข้อมูลที่เป็นจริง แต่ใช้ความรู้สึกส่วนตัวเป็นเครื่องตัดสินความถูกผิดของข้อมูล เช่น มองว่าเพื่อนเป็นฝ่ายถูกเสมอ และมองศัตรูว่าเป็นฝ่ายผิดเสมอ ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงไม่มีใครทำผิดตลอด และไม่มีใครทำถูกตลอด การรับรู้เช่นนี้จึงเบี่ยงเบนข่าวสารที่ได้รับไปในทิศทางที่ตนพอใจเท่านั้น

2.3 การรับรู้ แบบสุดขั้ว (Black or White) เป็นการมองหรือตัดสินอะไรอย่างเด็ดขาด ไม่มีการประนีประนอม เห็นว่าอะไรมีเพียง 2 ลักษณะซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างตรงข้ามไม่มีจุดกึ่งกลางระหว่างความแตกต่างทั้ง 2 ด้านนั้น เช่น มองว่าคนไม่ดีคือคนเลว คนไม่สวยคือคนชั่วเหว เป็นต้น การรับรู้เช่นนี้จะจำกัดความคิด และสกัดกั้นทางเลือกที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา รวมทั้งทำให้ไม่สามารถเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากความคิดของตนได้

2.4 การรับรู้แบบแช่แข็ง (Freezing Retention) คือการที่เรายึดมั่นถือมั่นในความคิด และความเชื่อของเรา ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงแล้วทุกสิ่งทุกอย่างในโลกมีการเปลี่ยนแปลง

ตลอดเวลาเป็นการที่เห็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วจะรับรู้ในสถานะของสิ่งนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลง แม้ในความเป็นจริงอาจมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นแล้วก็ตาม อาทิ เห็นว่าสุนัขเป็นสัตว์ร้ายน่ากลัว แม้จะพบสุนัขป่วยหนัก ไม่มีเรี่ยวแรง ก็ยังมองว่าน่ากลัวอยู่

3. การเลือกจำ (Selective Retention) โดยความจำเป็นการรับรู้ เรียนรู้ และเก็บข่าวสารและประสบการณ์ต่าง ๆ ไว้ โดยสามารถระลึก และนำสิ่งที่ได้เรียนรู้มาใช้ได้เหมาะสมกับเวลา และสถานการณ์ต่าง ๆ เนื่องจากการรับรู้สามารถคงอยู่ได้นาน ผู้รับสารจึงเลือกจดจำสารเพียงบางส่วนเท่านั้น โดยมีแนวโน้มเลือกจดจำข่าวสารที่ได้รับมาเฉพาะส่วนที่ตรงกับความคิดความสนใจ ทศนคติ ฯลฯ ของตนเท่านั้น และจะลืมในส่วนที่ตนไม่สนใจ และไม่เห็นด้วยไป การเลือกจดจำจึงเปรียบเสมือนเครื่องกรองชั้นสุดท้ายที่มีผลต่อการส่งสารไปยังผู้รับสาร เพราะในบางครั้งข่าวสารอาจถูกปฏิเสธตั้งแต่ขั้นแรกโดยการไม่เลือกอ่าน ฟัง หรือชมสื่ออื่น ๆ แต่ในกรณีที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้รับสารอาจพยายามตีความข่าวสารตามความเข้าใจหรือความต้องการของตนเอง ซึ่งหากข่าวสารมีความชัดเจนอยู่แล้ว ผู้รับสารก็ไม่สามารถตีความแตกต่างกันออกไปได้ในท้ายที่สุด ผู้รับสารก็ยังมีโอกาสเลือกจดจำเฉพาะบางส่วนที่ตนสนใจหรือตีความแตกต่างกันออกไปได้

แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม

“ค่านิยม” เป็นความเชื่อหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคล มีช่วงระยะเวลาในการสร้าง และดำเนินจนกลายเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ค่านิยมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลให้แสดงออก โดยบุคคลที่มีค่านิยมที่เหมือนหรือคล้ายกันก็จะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ค่านิยมจึงเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งซึ่งในบางครั้งก็ต้องใช้ดุลยพินิจเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย

ค่านิยมมีทั้งลักษณะของเนื้อหา (Content) และลักษณะของความรู้สึกที่เข้มข้น (Intensity) โดยโดยลักษณะของเนื้อหา ก็คือการตัดสินใจว่าอะไรควรทำ ไม่ควรทำ อะไรถูกต้อง อะไรดี อะไรเป็นที่ต้องการ ส่วนลักษณะของความรู้สึกที่เข้มข้นก็คือระดับความรู้สึกความมั่นใจในการแสดงออก ต่อสิ่งเร้าที่เข้ามาเกี่ยวข้องว่าสำคัญอย่างไร คนบุคคนนั้นมีระดับขั้นของค่านิยมที่ก่อรูปขึ้นมาเป็นระบบค่านิยมของตนเอง (Value System) ระบบค่านิยมของตนเองจะมีความเกี่ยวเนื่องกับค่านิยมเรื่องอิสรภาพ ความสบายใจ ความเคารพตนเอง ความซื่อสัตย์ ความเชื่อฟัง และความเสมอภาค ซึ่งจะแสดงออกของพฤติกรรมบุคคล และมีอิทธิพลต่อบุคคลอื่นที่อยู่ในสังคมนั้นได้ด้วย

Garforth (1962) ได้ให้ความหมายว่า ค่านิยมหมายถึง เครื่องบ่งชี้ให้เห็นคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ตัวเราเลือกและเห็นคุณค่าในสิ่งนั้นมากกว่าสิ่งอื่น ค่านิยมจึงเป็นคุณสมบัติที่มีคุณค่าแก่การเลือก เช่น ค่านิยมเกี่ยวกับวัตถุได้แก่ เงิน นาฬิกา รถยนต์ เป็นต้น ค่านิยมเกี่ยวกับพฤติกรรมได้แก่ ความเมตตา ความสุภาพ

Crutchfield (1966) ได้กล่าวว่า ค่านิยมหมายถึงความเชื่อว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา ไม่พึงปรารถนา หรือเป็นสิ่งที่ดี สิ่งที่ไม่ดี จะสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมของสังคม และเป็นสิ่งที่สังคมยึดถือ บุคคลโดยยอมรับค่านิยมใดเป็นของตน ค่านิยมนั้นก็จะเป็นเป้าหมายในชีวิตของบุคคลนั้น

Rokeach (1973) ได้ให้ความหมายว่า ค่านิยม คือ ความเชื่อที่เป็นแนวทางการแสดงออก (Action) และการใช้วิจารณญาณ (Judgment) ในสถานการณ์ที่หลากหลายของบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การมีระบบค่านิยมที่ต่างกันก็จะมีการแสดงออกที่ต่างกันด้วย โดยค่านิยมจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การรับรู้ ความต้องการ และการจูงใจค่านิยมยังเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะถาวรโดยเชื่อว่าวิถีทางหรือจุดหมายปลายทางชีวิต เป็นสิ่งที่ตนหรือสังคมเห็นดี เห็นชอบหรือสมควรที่จะยึดปฏิบัติมากกว่าวิถีชีวิต หรือเป้าหมายชีวิตอย่างอื่น ซึ่งค่านิยมไทยใหม่จะมีลักษณะสากลมากขึ้นเช่น นิยมยกย่องวัตถุ ความมั่นคง ความหรูหรา ความฟุ้งเฟ้อ ความเป็นอิสระเป็นตัวของตัวเอง ไม่ยึดมั่นในประเพณี ชื่นชมวัฒนธรรมตะวันตก และเทคโนโลยีสมัยใหม่โดยเฉพาะการใช้โทรศัพท์มือถือ อำนวย และเกียรติยศชื่อเสียงการดูแลสุขภาพด้วยโภชนาการ และการออกกำลังกาย

พระมหาอดิสรสิโล (2540) ได้ให้ความหมายว่าค่านิยมหมายถึง แนวความประพฤติหรือสภาพของการกระทำใด ๆ ที่บุคคลหรือสังคมนิยมชมชอบ และเห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าควรแก่การประพฤติปฏิบัติจึงยอมรับยึดถือมาเป็นแนวทางประพฤติอย่างสม่ำเสมอหรืออย่างน้อยก็ชั่วระยะหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตนเองหรือสังคม

ค่านิยม (Value) ของสังคมไทยนั้น ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2544, หน้า 50-52) ได้ให้ความหมายของค่านิยมไว้ว่าสิ่งที่คนสนใจสิ่งที่คนปรารถนาจะได้ ปรารถนาจะเป็นหรือกลับกลายมาเป็นสิ่งที่คนถือว่าต้องปฏิบัติเป็นสิ่งที่น่าบูชายกย่องว่าเป็นสิ่งที่ดี สมควรที่สมาชิกในสังคมจะต้องกระทำ และมีความสุขที่จะเห็นได้ฟังได้เป็นเจ้าของเป็นเป้าหมายที่สังคมอยากให้มี อยากให้เป็น ค่านิยม คือรูปแบบความคิดของคนสังคมที่จะพิจารณาตัดสินว่าสิ่งใดมีคุณค่ามีประโยชน์ถูกต้องหรือเหมาะสมซึ่งสมาชิกในสังคมควรจะยึดถือเพื่อเป็นแนวประพฤติปฏิบัติค่านิยมของสังคมถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม เพราะมีการเรียนรู้ ปลุกฝัง และถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง ค่านิยมเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัยค่านิยมจึงเป็นวิถีของการจัดรูปความประพฤติที่มีความหมายต่อบุคคลจะเป็นแบบฉบับความคิดที่ฝังแน่นสำหรับยึดถือ และปฏิบัติตนในสังคม และชีวิตหรือเลือกปฏิบัติเมื่อเผชิญกับเหตุการณ์ และสถานการณ์นั้นค่านิยมถึงรวมถึงจุดหมายหรือความต้องการในชีวิต และสิ่งที่บุคคลชอบ

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นนั้นสรุปได้ว่าค่านิยมหมายถึง ความเชื่อต่อสิ่งต่าง ๆ ของบุคคลในสังคมที่เห็นว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าควรแก่การประพฤติปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของตัวเอง และสังคมโดยค่านิยมของบุคคลจะแฝงอยู่ในความคิดอารมณ์ความรู้สึก และเจตคติสามารถช่วยให้การดำเนินชีวิตระหว่างสมาชิกในสังคมมีความสอดคล้องสัมพันธ์ต่อกันลดความขัดแย้ง และความ

ตั้งเครือข่ายของสมาชิกในสังคมค่านิยมเป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อม และความเหมาะสมในแต่ละยุคสมัยเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมทำให้สังคมนั้นเกิดมีค่านิยมใหม่มาทดแทนค่านิยมเดิม

ราตรี พัฒนรังสรรค์ (อ้างใน สุรางค์ ไคว์ตระกูล, 2544, หน้า 368-369) ได้กล่าวถึงลักษณะค่านิยมไว้ดังต่อไปนี้

1. ค่านิยมเป็นสิ่งที่เรียนรู้
 2. ค่านิยมเป็นแรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง
 3. ค่านิยมมักจะเป็นค่านิยมที่กลุ่มคนในสังคมยึดถือว่าสำคัญดังนั้นจึงมีผู้แบ่งค่านิยมเป็นประเภทได้ 6 ประเภทคือ (1) ค่านิยมทางทฤษฎีหมายถึง หลักการ และความจริงซึ่งมักจะยึดถือโดยนักวิทยาศาสตร์ (2) ค่านิยมทางเศรษฐกิจหรือความมั่นคงมักจะยึดถือโดยผู้เสี่ยงโชคที่หวังจะร่ำรวย (3) ค่านิยมทางสุนทรียภาพเป็นค่านิยมของผู้ที่แสวงหาความงามตามธรรมชาติเช่น พวกศิลปินนักแต่งเพลง (4) ค่านิยมทางการเมืองหรืออำนาจนิยมซึ่งเป็นค่านิยมของบุคคลที่ต้องการอำนาจควบคุมผู้อื่น (5) ค่านิยมทางสังคมหรือสวัสดิการเพื่อคนอื่นซึ่งเป็นค่านิยมของนักมนุษยธรรม และนักสังคมสงเคราะห์ (6) ค่านิยมทางศาสนาเป็นค่านิยมของบุคคลที่แสวงหาหลักการที่จะทำให้มนุษย์อยู่ด้วยกันอย่างมีความสุขทั้งในโลกนี้ และโลกหน้า
 4. ค่านิยมประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่างคือองค์ประกอบเชิงอารมณ์ความรู้สึก องค์ประกอบเชิงพุทธิปัญญาหรือการรู้จักคิด และองค์ประกอบเชิงพฤติกรรม
 5. ค่านิยมเปลี่ยนแปลงได้แต่ยากกว่าการเปลี่ยนทัศนคติเพราะค่านิยมค่อนข้างรุนแรง ซ้ำซ้อน และมักจะมีการให้คำมั่นผูกมัดตนเอง และพยายามที่จะแสดงให้ผู้อื่นทราบ
 6. ค่านิยมเปลี่ยนแปลงตามชุมชนสังคม และวัฒนธรรมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกเช่น ค่านิยมการเกรงใจเป็นค่านิยมที่เป็นเอกลักษณ์ของคนไทยแต่ค่านิยมอื่น ๆ เช่น การเคารพผู้ที่มีอาวุโสเป็นค่านิยมที่ร่วมกับบุคคลที่อยู่ในประเทศที่มีวัฒนธรรมทางตะวันออกเช่น ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทรวานิซ และปริญ ลักขิตานนท์ (2546, หน้า 205-209) ได้กล่าวถึงค่านิยมหรือคุณค่า (Value) และรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) ว่าค่านิยมหรือคุณค่าหมายถึง ความนิยมในสิ่งของหรือบุคคลหรือความคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ประกอบกับรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) คือ รูปแบบของการดำรงชีวิตโดยแสดงออกในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) ความคิดเห็น (Opinions) ซึ่งรูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของสังคมหรือกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคลซึ่งจะแตกต่างกันนักการตลาดเชื่อว่าการเลือกผลิตภัณฑ์ของบุคคลขึ้นอยู่กับค่านิยม และรูปแบบการดำรงชีวิตนักการตลาดจะต้องค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าของบริษัทกับกลุ่มรูปแบบการดำรงชีวิตต่างๆเพื่อจะได้นำเสนอสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมค่านิยม (Values) อาจแบ่งตาม

ลักษณะได้เป็น 2 กลุ่มคือ (1) ค่านิยมในจุดหมายปลายทางของชีวิต (Terminal Values) (2) ค่านิยมเกี่ยวกับเครื่องมือให้เกิดพฤติกรรม (Instrumental Values)

สุนทรี โคมิน และสนธิ สมัการ (2522) ได้แบ่งประเภทของค่านิยมไว้คือ ค่านิยมวิถีปฏิบัติ (Instrumental values) และ ค่านิยมจุดหมายปลายทาง (Terminal Values)

1. ค่านิยมวิถีปฏิบัติ คือ ค่านิยมต่าง ๆ ที่เป็นการกระทำ (Means) ที่นำไปสู่เป้าหมาย (Goals) ซึ่งวิถีปฏิบัตินี้เป็นเกณฑ์ของบุคคลในสังคมยึดถือปฏิบัติ หากต้องการความก้าวหน้า ประสบความสำเร็จในชีวิต ค่านิยมวิถีปฏิบัติ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ค่านิยมทางศีลธรรม ในความหมายที่ว่า การฝ่าฝืนแบบอย่างความประพฤติ ดังกล่าว จะนำไปสู่ความสำนึก ความรู้สึกผิด

1.2 ค่านิยมส่วนบุคคล เช่น การเป็นตัวของตัวเอง การมีความสามารถ การศึกษาที่สูงค่าเกี่ยวกับความสามารถของตนเองในความหมายที่ว่า การฝ่าฝืนแบบอย่างความประพฤติ ดังกล่าว จะนำไปสู่ความอับอาย ผิดหวังกับตนเอง แล้วนำไปสู่ความสำนึกผิด

2. ค่านิยมจุดหมายปลายทาง คือ ค่านิยมที่เป็นเป้าหมายในชีวิตซึ่งสำคัญมากในชีวิต แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 ค่านิยมที่ทำเพื่อชีวิตส่วนตัว เช่น ความมั่งมี ความมีความสุขในชีวิตครอบครัว ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นต้น

2.2 ค่านิยมที่ทำเพื่อสังคม เช่น ความมั่นคงของชาติ การช่วยเหลือผู้อื่น เป็นต้น

สุนทรี โคมิน และสนธิ สมัการ (2522) ได้ทำการวิจัยเรื่องค่านิยมและระบบค่านิยมไทย โดยแบ่งเป็น ค่านิยมวิถีปฏิบัติ (Instrumental Values) และ ค่านิยมจุดหมายปลายทางของ ชีวิต (Terminal Values)

ค่านิยมวิถีปฏิบัติ (Instrumental Values) 23 ข้อ ดังนี้

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. การบังคับตัวเอง | 2. การเป็นตัวของตัวเอง |
| 3. การปรับตัวเข้ากับจังหวะและสิ่งแวดล้อม | 4. การประมาณตนและความรักสันโดษ |
| 5. การช่วยเหลือผู้อื่น | 6. การมีความรู้ความสามารถ |
| 7. การสำรวจและสงบ | 8. การรักษาหน้าใจ |
| 9. การมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน | 10. การให้อภัย |
| 11. ความกตัญญูรู้คุณ | 12. ความทะเยอทะยาน |
| 13. ความสุภาพ | 14. ความอ่อนน้อม เชื่อฟัง |
| 15. การมีการศึกษาสูง | 16. การมีความกล้า |
| 17. การมีความซื่อสัตย์ | 18. การมีความรับผิดชอบ |
| 19. ความสนุกสนานร่าเริง | 20. การมีความคิดสร้างสรรค์ |

21. การมีความสะอาด

22. การมีน้ำใจ เมตตาอารี

23. การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น

ค่านิยมจุดหมายปลายทางของ ชีวิต (Terminal Values) 20 ข้อ ดังนี้

- | | |
|---|--|
| 1. การช่วยเหลือผู้อื่น | 2. การมีชื่อเสียง มีเกียรติ เป็นที่ชื่นชมในสังคม |
| 3. การมีชีวิตที่ตื่นเต้น เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ | 4. การมีงาน มีเงิน พอกินพอใช้ ไม่เดือดร้อน |
| 5. การมีมิตรที่ดี | 6. การมีคนรักเข้าใจ ใกล้ชิดกันกับเพศตรงข้าม |
| 7. การมีหลักธรรม ศาสนา เป็นที่พึ่ง | 8. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี |
| 9. รักธรรมชาติ ดนตรี และศิลปะ | 10. ความพึงพอใจในการเป็นผู้มีความรู้ |
| 11. ความภาคภูมิใจในตนเอง | 12. ความมั่นคง เจริญก้าวหน้าของประเทศ |
| 13. ความมั่งมีเงินทองและวัตถุ | 14. รักอิสระเสรี |
| 15. การสุขใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่ | 16. ความเสมอภาค |
| 17. ความสำเร็จในชีวิต | 18. มีความสุขในชีวิตครอบครัว |
| 19. ความสุขสำราญ รื่นเริงบันเทิงใจด้วยสิ่งบำเรอ | 20. มีโลกที่สันติสุข |

ในงานวิจัยเรื่องค่านิยมและระบบค่านิยมไทยของ สุนทรี โคมิน และสนธิ สมัครการ (2522) ได้ทำการวิจัยโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไปจนถึงอายุ 80 ปี ปรากฏผลการวิจัยดังต่อไปนี้ คือ

1. ค่านิยมกับถิ่นฐานที่อยู่ในด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางมี 15 ค่านิยมที่ชาวเมือง และชาวชนบทมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่แตกต่างกันมากที่สุดคือ ค่านิยมมีหลักธรรม และศาสนาเป็นที่พึ่ง ซึ่งชาวชนบทให้ความสำคัญเป็นอันดับ 2 ในขณะที่ชาวเมืองให้ความสำคัญเป็นอันดับที่ 13

2. ค่านิยมระดับการศึกษาในด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ พบว่าผู้มีการศึกษาระดับต่างกันมีความแตกต่างกันทางค่านิยมวิถีปฏิบัติในสังคมอย่างมาก คือมีค่านิยมแตกต่างกันถึง 20 ด้าน จากค่านิยมทั้งหมด 23 ด้าน ค่านิยมที่ผู้มีการศึกษาดำเนินการให้ความสำคัญมากกว่าผู้มีการศึกษาสูงคือด้านความกตัญญู การรักษาน้ำใจ การให้อภัย การพึ่งพาอาศัยกัน และความอ่อนน้อมเชื่อฟัง ส่วนค่านิยมที่ผู้มีการศึกษาสูงให้ความสำคัญมากกว่าผู้มีการศึกษาดำเนินการได้แก่ การศึกษาสูง การเป็นตัวของตัวเอง ความรับผิดชอบ การมีความสามารถสูง การมีแนวคิดกว้าง และความคิดสร้างสรรค์

3. ค่านิยมกับอาชีพ พบความแตกต่างกันอย่างมากในระหว่างกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เกือบทุกค่านิยม ค่านิยมที่มีจุดหมายปลายทางที่ไม่แตกต่างกันคือ ความกว้างขวางในสังคม และความมั่งมีเงินทองวัตถุ ส่วนค่านิยมวิถีปฏิบัติที่ไม่แตกต่างกันตามอาชีพ คือ ค่านิยมหารปรับตัวเข้ากับโอกาส จังหวะ และสิ่งแวดล้อม ความกล้า และความสะอาด

4. ค่านิยมกับเพศ ผลวิจัยพบว่า เพศชาย และเพศหญิงมีจุดหมายปลายทาง 12 ค่านิยมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่แตกต่างกันมาก คือ ความเสมอภาค ซึ่งเพศชายให้เป็นอันดับที่ 2 ส่วนเพศหญิงให้เป็นอันดับที่ 1

จากเอกสาร และงานวิจัยข้างต้นสรุปได้ว่า ค่านิยมของบุคคลมีความสัมพันธ์กับตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งอยู่กับภูมิหลังของบุคคล เป็นต้นว่า ตัวแปรด้านถิ่นที่อยู่อาศัย มีผลทำให้ค่านิยมของบุคคลแตกต่างกันออกไป แม้แต่เพศหรือระดับการศึกษา ก็สามารถทำให้มีค่านิยมที่แตกต่างกันไปด้วย

ซึ่งในการที่จะพิจารณาว่าคุณลักษณะใดเป็นค่านิยมหรือไม่นั้น ความพิจารณาตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้คือ (พนัส หันนาคินทร์, 2520, หน้า 18-21)

1. ค่านิยมนั้นเกิดจากการเลือกอย่างเสรีของบุคคลผู้นั้นหรือไม่ หากมีการบังคับให้บุคคลเลือกค่านิยมใด ค่านิยมหนึ่งแล้ว จะเรียกว่าเป็นค่านิยมที่แท้จริงไม่ได้ เพราะสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากภายนอก ไม่ได้เกิดขึ้นจากการยินยอมพร้อมใจเห็นคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างแท้จริง และสิ่งที่มีลักษณะนอกจากข้างนอกเช่น นี้ ในระยะเวลาไม่นานนักก็จะสูญสิ้นไป ไม่ได้คงอยู่เป็นคุณสมบัติประจำตัวของบุคคล

2. บุคคลมีทางเลือกค่านิยมอื่นอีกหรือไม่ (Choice among Alternatives) ถ้ามีค่านิยมให้บุคคลพิจารณาเพียงอย่างเดียว ก็หมายความว่าบุคคลไม่มีทางเลือกหรือโอกาสที่จะเลือกคุณค่าด้วย ดังนั้น การเปรียบเทียบ และการตัดสินใจว่าจะรับหรือไม่รับเท่านั้น จะต้องพิจารณาถึงข้อดีหรือข้อเสีย หรือความเหมาะสมหรือไม่ก็หมดไป ดังนั้นค่านิยมที่บุคคลจะยึดถือนั้นจะต้องได้มาจากการเลือกจากค่านิยมหลายอย่างที่มีอยู่ เพื่อที่จะได้มีโอกาสเปรียบเทียบคุณสมบัติในแง่มุมต่าง ๆ ได้

3. การเลือกค่านิยมนั้น กระทำหลังจากที่บุคคลได้พิจารณาถึงข้อดีข้อเสีย และผลที่จะตามมาจากการรับนับถือค่านิยมต่าง ๆ ที่มีให้บุคคลเลือกหรือไม่ การถูกบังคับให้เลือก หรือเลือกโดยไม่ได้คิดให้รอบคอบ และถ่วงแท้แล้วนั้น จะถือว่าไม่ได้เป็นค่านิยม การเลือกค่านิยมต้องไม่กระทำด้วยอารมณ์ แต่จะต้องเป็นไปด้วยการใช้สติปัญญา ไตร่ตรองโดยละเอียด เช่น ด้วยการใช้กระบวนการคิดเชิงปรัชญา เป็นต้น

4. บุคคลเทิดทูน และรักษาค่านิยมที่บุคคลเลือกไว้แล้วนั้นอย่างมั่นคงหรือไม่ ถึงแม้ว่าในตอนแรกบุคคลอาจจะไม่สบายใจนักที่จะทำ แต่บุคคลก็พยายามทำด้วยความสำนึกในคุณค่า และมีความภาคภูมิใจที่ได้ทำ เช่น การตัดสินใจที่จะทำการปราบเสี้ยนหนามของแผ่นดิน ถึงแม้ว่าจะต้องเสี่ยงชีวิต แต่บุคคลก็จะภูมิใจมากกว่าที่จะอยู่อย่างเป็นทาส

5. บุคคลยืนหยัดในค่านิยมที่บุคคลเลือกไว้แล้วอย่างเด็ดเดี่ยว และเหนียวแน่น ถ้าบุคคลยังไม่แน่ใจในค่านิยมที่บุคคลยึดถือ บุคคลก็อาจจะละอายต่อการแสดงว่าบุคคลยอมรับนับถือในค่านิยมนั้น และไม่กล้าที่จะยืนยันถึงความดีแห่งค่านิยมนั้นต่อบุคคลอื่น โดยเฉพาะที่จะยืนยันต่อการโจมตีจากฝ่ายที่ไม่เห็นด้วยในค่านิยมนั้น

6. บุคคลสามารถแสดงออกด้วยการกระทำเพื่อชี้ให้เห็นว่าบุคคลยอมรับนับถือในค่านิยมนั้นหรือไม่ เช่น บุคคลยินดีที่จะเสียสละกำลังกาย กำลังทรัพย์หรือเวลา เพื่อที่จะปฏิบัติตัวให้เป็นไปตามค่านิยมที่บุคคลยกย่องนับถือ ทั้งนี้เพราะสิ่งที่บุคคลเรียกว่าค่านิยมนั้นจะเป็นสิ่งที่นำทางในการดำเนินชีวิตตามปกติของบุคคล หากว่าบุคคลแสดงความนิยมนับถือในค่านิยมชุด ๆ แต่จะปฏิเสธที่จะปฏิบัติตามค่านิยมนั้นแล้ว เห็นจะเรียกว่าเป็นค่านิยมของบุคคลไม่ได้

7. มีการกระทำซ้ำในสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นค่านิยมหรือไม่ อาจจะมีการกระทำซ้ำ ๆ จนเป็นกิจวัตรประจำวันก็ได้ ค่านิยมเหล่านี้จะแสดงออกในการกระทำต่าง ๆ ภายใต้อาการ และเวลาที่แตกต่างกันออกไป สิ่งที่ปรากฏขึ้นเพียงครั้งเดียวแล้วหายไปนั้น เรียกว่าค่านิยมไม่ได้ ค่านิยมจะต้องมีความคงทน และเป็นแบบฉบับในการดำเนินชีวิตของบุคคลอย่างก็ต้องมีช่วงเวลาที่น่าพอใจพอสมควร

แนวคิด อุดมคติหรือคุณลักษณะใด หากขาดคุณสมบัติทั้ง 7 ประการนี้ ไม่ว่าจะขาดคุณสมบัติใดคุณสมบัติหนึ่ง ย่อมไม่สามารถที่จะเป็นค่านิยมหรือไม่ อย่างไรก็ตามอาจจะมีค่านิยมบางอย่างที่เป็นที่ยอมรับนับถือ และถ่ายทอดกันมาเป็นมรดกทางวัฒนธรรม จนถือได้ว่าเป็นค่านิยมที่มีลักษณะคงตัวเป็นค่านิยมหรือลักษณะนิสัยประจำชาติ ค่านิยมเหล่านี้เป็นเรื่องที่จะต้องปลูกฝังให้แก่คนในชาติโดยไม่ช้อยกเว้น ไม่มีทางเลือก และเร่งรีบ เพื่อให้เกิดผลเป็นค่านิยมประจำตัวของคนในชาติ เช่น ค่านิยมเรื่องความรักชาติ ความเป็นชาตินิยม ความนิยมไทย ความสำนึกในหน้าที่ ความกตัญญูต่อบิดา และความรักภักดีต่อพระมหากษัตริย์ เป็นต้น (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2523)

ประกอบกับในแต่ละสังคมมีค่านิยมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความคิด ความเชื่อ ลักษณะนิสัย แบบแผนในการดำเนินชีวิต ตลอดจนค่านิยมที่สังคมภายในยึดถือ ในขณะเดียวกันเมื่อสภาพแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลงก็มีผลทำให้ค่านิยมของบุคคลนั้น ๆ เปลี่ยนแปลงไปได้เช่นเดียวกัน สังคมไทยดั้งเดิมเป็นสังคมแบบเกษตรกรรม คนในสังคมส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ บรรทัดฐานทางสังคม และค่านิยมส่วนใหญ่จะมีพื้นฐานมาจากศาสนาพุทธ นอกจากนี้ยังมีพิธีกรรมมาจากศาสนาพราหมณ์ ระบบศักดินา ระบบเกษตรกรรม ความเชื่อในเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และความกลัวที่ไร้เหตุผล และจากการศึกษาของ กิริติ ศรีวิเชียร (2523, หน้า 23-25) พบว่า เอกสาร และวรรณกรรมต่าง ๆ ของประเทศไทย ซึ่งได้สะท้อนออกถึงความเป็นค่านิยมของคนไทย และสรุปได้ว่าคนไทยสมัยก่อนมีค่านิยมที่เด่นชัด คือ

1. การทำความดี ความดีที่คนไทยนิยมยกย่องได้แก่ ความกตัญญูต่อบิดา ความซื่อสัตย์สุจริต ความซื่อสัตย์ ความเมตตา กรุณา ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นต้น

2. การเคารพผู้อาวุโส คนไทยมีความเคารพนับถือผู้อาวุโสกว่า เห็นได้จากประเพณีขนบธรรมเนียมที่ปฏิบัติต่อกันมา ผู้อาวุโสต้องเคารพนับถือ และแสดงกริยามารยาทอ่อนน้อม ถ่อมตนต่อผู้มีอาวุโสกว่า

3. ยกย่องผู้มีความรู้ คนยกย่องผู้มีความรู้หรือผู้ที่มีการศึกษาสูง ทั้งนี้เพราะเห็นว่าเมื่อมีความรู้แล้วจะเป็นที่เชื่อถือ และยกย่องในสังคม หางานที่สบาย ๆ ทำได้ อีกทั้งยังอาจได้เป็นใหญ่เป็นโต มีคนนับหน้าถือตา หรือที่เรียกว่า”เป็นเจ้านายคน” อีกด้วย

4. การรักษาหน้า คนไทยมักจะทำอะไรโดยคำนึงถึงศักดิ์ศรี และหน้าตาของตนเองตลอดจนครอบครัวและวงศ์ตระกูล

ต่อมาเมื่อสภาพสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป ความคิด ความเชื่อเกี่ยวกับชีวิต สังคม และการศึกษาของคนไทยก็ได้เปลี่ยนแปลงตามไปบางส่วนโดยมีค่านิยมที่สรุปได้ดังต่อไปนี้ (กิริติ ศรีวิเชียร, 2523, หน้า 59-61)

1. เงิน คนไทยเชื่อว่า “เงิน” หรือความมั่งคั่งของบุคคลเป็นของสำคัญ เงินมีอิทธิพลเป็นตัวกำหนดแนวทาง และรูปแบบพฤติกรรมของคนไทย

2. อำนาจ เป็นสิ่งที่คนทุกคนปรารถนาทั้งนั้น เพราะอำนาจจะนำมาซึ่งเงินทอง ทรัพย์สินสมบัติ สิ่งของ การยอมรับ การยกย่องนับถือ ความรัก ความเข้าใจซึ่งเป็นสิ่งสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ทั้งทางกาย และทางใจ

3. ความเป็นผู้อาวุโส เป็นค่านิยมของคนไทยที่แบ่งออกได้เป็นผู้มีตำแหน่ง และฐานะทางสังคมหรือราชสูง ผู้ที่สูงอายุ และผู้มีอายุราชหรืออายุการทำงานเฉพาะอย่างมานานคนทั่วไปนับถือและยกย่องผู้อาวุโส ถือว่าเป็นผู้มีอายุมาก ทำงานมานาน มีประสบการณ์ในชีวิต เป็นผู้รอบรู้ และเข้าใจโลก

4. ความใจกว้าง หมายถึง มีจิตใจเป็นนักกีฬา ไม่ตระหนี่ มีลักษณะเป็นชายแท้ เป็นคนกว้างขวาง มีใจบุญ เป็นต้น

5. การเป็นเจ้านาย เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมแบบมีชนชั้น ซึ่งเป็นมรดกตกทอดกันมากว่าเจ็ดร้อยปี จึงนิยมการเป็นเจ้านายอันได้แก่ การได้รับแต่งตั้งให้มีตำแหน่งเกียรติยศในสังคมการทำงาน และการมีสถาบรรดาศักดิ์ มีอำนาจหน้าที่ผู้มีความรู้ การเป็นผู้มีความรู้ มีการศึกษาสูง มีปริญญาสูงๆ เป็นเรื่องที่คนไทยถือว่าเกียรติมาก สังคมยอมรับ ให้เกียรติ ให้ตำแหน่งสูงทำให้มีฐานะทางสังคมเหนือผู้อื่น ป้องกันไม่ให้เกิดปมด้อยแก่ตนเอง

เพิ่ม สุพัตตรา สุภาพ (2539) ได้กำหนดค่านิยมของไทยไว้ 37 ข้อดังนี้

- | | | |
|------------------------|-----------------------------------|-----------------------|
| 1. รักพระมหากษัตริย์ | 2. นับถือพุทธศาสนา | 3. เงิน |
| 4. ยกย่องอำนาจ | 5. นิยมเจ้านายและยศบรรดาศักดิ์ | 6. เคารพผู้อาวุโส |
| 7. รักพวกพ้อง | 8. กตัญญู | 9. ยกย่องผู้มีความรู้ |
| 10. เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ | 11. ความเป็นไท | 12. ไม่ชอบขัดใจใคร |
| 13. ไม่ตรงต่อเวลา | 14. ชอบผัดผ่อนเลื่อนเวลา | 15. ให้อภัยกันง่าย |
| 16. ยิ้มเสมอ | 17. ไม่กล้าเสี่ยง ขาดความความอดทน | 18. นิยมวัตถุสิ่งของ |

- | | | |
|---------------------------------------|-------------------------------|-------------------------|
| 19. ชอบเสียงโซค | 20. ขาดความกระตือรือร้น | 21. รักความสนุกสนาน |
| 22. ชอบความสบาย | 23. ชอบงานพิธี | 24. เชื่อถือโชคกลาง |
| 25. ขาดระเบียบวินัย | 26. สอดรู้สอดเห็น | 27. ตัวใครตัวมัน |
| 28. ชอบโฆษณา | 29. ชอบของแจกหรือของแถม | 30. สิมง่าย |
| 31. กินพว้าเพรื่อ | 32. นิยมบุคคลมากกว่าอุดมการณ์ | 33. ชอบนับญาติ |
| 34. สุภาพเรียบร้อย | 35. ชอบต่อรอง | 36. เห็นใครดีกว่าไม่ได้ |
| 37. ชอบพูดหรือบอกเล่าเกินความเป็นจริง | | |

รัชนิกร เศรษฐ (2528, หน้า 59) ได้ศึกษาค่านิยมการผลการวิจัยเรื่อง ค่านิยมไทยของ สุนทร โคมิน และสนิท สมัการ (2522) และสรุปออกมาได้ว่า ค่านิยมไม่ว่าจะเป็นคนชนบทหรือคนเมืองให้คุณค่าเหมือนกันจนอาจเชื่อถือได้ว่า เป็นค่านิยมลักษณะของคนไทยที่ไม่เปลี่ยนแปลงเลยได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความเสมอภาค การปรับตัวเข้ากับโอกาส จังหวะ และสิ่งแวดล้อม ความรักในอิสระเสรี ความสงบสุขทางใจ ความสุขภาพ ความมีน้ำใจ การบังคับตนเอง การศึกษาสูง การประมาณตน และรักสันโดษ การมรารมณ์สงบ และสำรวม ตลอดจนความรักใคร่สนิทสนมชอบพอกัน

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ค่านิยมของแต่ละบุคคลเกิดขึ้นจากแรงผลักดันภายในตัวของบุคคลนั้น และสภาพแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ค่านิยมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาถ้าแรงผลักดันภายในหรือสภาพแวดล้อมภายนอกเปลี่ยนแปลงไป นอกจากนั้นค่านิยมของบุคคลที่มีสถานภาพ และมีประสบการณ์ด้านต่าง ๆ ในชีวิตที่แตกต่างกัน อาจมีค่านิยมที่แตกต่างกัน ค่านิยมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลเช่นกัน

สำหรับค่านิยมกับความสอดคล้องกันในละครชีวิตคอมเรียมเรื่อง “บ้านนี้มีรัก” ยังไม่พบว่าผู้ใดได้ทำการศึกษาในรายละเอียดอย่างไรก็ตาม การเกิดการเปลี่ยนแปลง ความสอดคล้อง และความแตกต่างกันของค่านิยมกับในละครชีวิตคอมเรียมเรื่องบ้านนี้มีรัก ระหว่างผู้ชมที่มีสถานภาพต่างกัน น่าจะมีลักษณะค่านิยมเช่นเดียวกับค่านิยมในละครชีวิตคอมเรียมเรื่องบ้านนี้มีรัก จึงสมควรทำการศึกษาค่านิยมของคนไทยกับความสอดคล้องกับละครชีวิตคอมเรียม เรื่อง บ้านนี้มีรัก ในรายละเอียดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะเป็นไปในอนาคต รวมทั้งตรวจสอบความแตกต่างกันของค่านิยมในละครชีวิตคอมเรียมกับบุคคลที่มีสถานภาพต่าง ๆ แตกต่างกันด้วย

ทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic)

ความหมายของคำว่าประชากรศาสตร์ (Demography) ที่เข้าใจ และยอมรับกันโดยทั่วไปนั้น ประชากรศาสตร์เป็นการศึกษาถึงขนาด (Size) การกระจาย (Distribution) และองค์ประกอบของประชากร (Composition) ศึกษาถึงการเปลี่ยนแปลง และองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

นั้นองค์ประกอบของการเปลี่ยนแปลงทางประชากรได้แก่การเกิดการตายการย้ายถิ่น และการเปลี่ยนแปลงฐานะทางสังคม (นิพนธ์ เทพวัลย์ 2523, หน้า 1)

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้ เชื่อว่าคนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งการสื่อสารนั้นจัดเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่งของคนบุคคล นักวิชาการด้านการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่าพฤติกรรมสื่อสารของบุคคลนั้นจึงน่าจะแตกต่างกันไปด้วยเนื่องการบุคคลที่อยู่ในกลุ่มประชากรจะมีกิจกรรมการดำเนินชีวิตรวมทั้งเวลาว่างที่ต่างกัน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538, หน้า 41-42) กล่าวว่า ลักษณะด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วยเพศอายุสถานภาพครอบครัวระดับการศึกษาอาชีพรายได้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาดลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมายตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

1. เพศ เพศสามารถแบ่งแยกความต้องการของผู้บริโภคได้โดยดูเพศของผู้บริโภคเป็นหลักในการตอบสนองความต้องการซึ่งเป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนตลาดที่สำคัญเพราะปัจจุบันนี้ตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคมากเพศที่แตกต่างกันมักจะมีทัศนคติการรับรู้ และการตัดสินใจในเรื่องการซื้อสินค้าบริโภคต่าง ๆ กัน

Mckee (1962 อ้างใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) ศึกษาพบว่าผู้ชายมีความสามารถทางการจำรูปทรงสิ่งของได้ แม้ว่าจะตั้งพลิกแพลงในท่าต่าง ๆ หรือสมารถที่จะเห็นความสัมพันธ์ ของ Space - form ในจินตนาการได้ส่วน Patel และ Gordon (1960 อ้างใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) พบว่าเด็กหญิงมีแนวโน้มที่จะสามารถล้อยตามผู้อื่นหรือถูกชักจูงใจได้ง่ายกว่าเด็กชาย สอดคล้องกับการวิจัยของ Kimber (1974 อ้างใน สุชา จันทรเฒ, 2544) ที่ศึกษาพบว่าเด็กหญิงสามารถรับสาร และเลียนแบบพฤติกรรมบุคลิกภาพของผู้อื่นได้ง่ายกว่าเด็กชายผลการศึกษา และวิจัยของ Bennett และ Cohen (1959 อ้างใน สุรางค์ ไคว้ตระกูล, 2544) ที่ศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติของความแตกต่างกันระหว่างเพศชายกับเพศหญิงยังพบว่าเพศชายมีความคิดหนักแน่นมากกว่าความคิดของเพศหญิงแต่เพศหญิงจะมีความละเอียดอ่อน และรอบคอบในด้านความคิดมากกว่าเพศชายซึ่งจะส่งผลต่อกระบวนการรับรู้ข่าวสาร และการวิเคราะห์ข้อมูล และนำมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตในขั้นต่อไปอีกด้วย

2. อายุ กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการในสินค้า และบริการที่ต่างกักันเช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่ และชอบสินค้าแฟชั่นกลุ่มผู้สูงอายุจะสนใจสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพ และความปลอดภัยนักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากอายุเป็นตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน และได้ค้นหาความต้องการของส่วนตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญที่ตลาดอายุส่วนนั้น

จากการศึกษาของ Tarrance (1962 อ้างใน กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์, 2546) เรื่องความคิดละเอียดละออ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของความคิดสร้างสรรค์พบว่าอายุที่เพิ่มขึ้นของเด็กจะทำให้

ความคิดที่รอบคอบเพิ่มมากขึ้นอายุหรือวัยเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างในเรื่องความคิด และพฤติกรรมบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น (สุชา จันทรเฒ, 2544)

3. สถานภาพครอบครัว ลักษณะสำคัญ 3 ประการคือการเข้าสู่ชีวิตสมรส (อายุแรกสมรส) การแตกแยกของชีวิตสมรส (อันเนื่องมาจากการตาย, การแยกกันอยู่, การหย่าร้าง)

4. การสมรสใหม่ โดยสถานภาพสมรสเป็นคุณลักษณะทางประชากรที่สำคัญที่เกี่ยวกับเรื่องทางเศรษฐกิจสังคมกฎหมายประเด็นสำคัญที่สุดในการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบเกี่ยวกับสถานภาพสมรสของประชากรคือประเภทของสถานภาพสมรสองค์การสหประชาชาติได้รวบรวม และแบ่งแยกประเภทของสถานภาพสมรสคือ โสดสมรสหม้าย และไม่สมรสใหม่หย่าร้าง และไม่สมรสใหม่สมรสแต่แยกกันอยู่โดยไม่ถูกต้องตามกฎหมายโดยสถานภาพสมรสมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของบุคคลคนโสดจะมีอิสระทางความคิดมากกว่าคนที่แต่งงานแล้วการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ จะใช้เวลาน้อยกว่าคนที่แต่งงานแล้วเนื่องจากไม่มีภาระผูกพันหรือคนที่ต้องอยู่ในความรับผิดชอบมากเท่ากับคนที่แต่งงานแล้ว (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

4. รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาดมีแนวโน้มความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันในเชิงเหตุ และผลส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูงบุคคลที่มีการศึกษาต่ำโอกาสที่จะหางานระดับสูงยากจึงทำให้มีรายได้ต่ำในขณะเดียวกันการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจเป็นเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิตค่านิยมอาชีพระดับการศึกษา ฯลฯ นักการตลาดจะโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ด้านอื่น ๆ เพื่อให้การกำหนดตลาดเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้นเช่น กลุ่มรายได้อาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุ และอาชีพพร้อมกัน

การศึกษานอกจากจะทำให้บุคคลมีศักยภาพ ความสามารถ เพิ่มขึ้นแล้วการศึกษายังทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติ ค่านิยม และคุณธรรมความคิดอีกเช่น กันนอกจากนี้ ประมะ สตะเวทิน (2546, หน้า 116) ยังได้กล่าวว่าการศึกษเป็นลักษณะสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ยุคสมัยที่ต่างกันระบบการศึกษาแตกต่างกัน สาขาวิชาที่แตกต่างกัน จึงมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไปอีกด้วยรวมถึงสถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม จะเป็นเครื่องชี้ถึงเรื่องที่กลุ่มจะสนใจรับรู้ข่าวสารบุคคลที่มีสถานะทางเศรษฐกิจ และสังคมที่แตกต่างกันทั้งการประกอบอาชีพรายได้ ศาสนารวมไปถึงสถานภาพสมรสย่อมส่งผลต่อการรับสารที่แตกต่างกันด้วย (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551)

ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าวิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ ว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของบุคคลนั้นมีความสัมพันธ์กับการเปรียบเทียบบทบาทสถานการณ์ในละครกับบทบาทสถานการณ์ในชีวิตจริงของผู้ชมละครซิตคอมหรือไม่

แนวคิดเกี่ยวกับละครซิตคอม (Situation Comedy)

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับซิตคอมคือ ซิทูเอชัน (Situation) ที่แปลว่า เหตุการณ์ กับคำว่า คอมเมดี้ (Comedy) ที่แปลว่าตลกขบขันเข้าไว้ด้วยกันซึ่งแปลรวมกันแล้ว ก็หมายถึง เรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สร้างความตลกขบขันสถานการณ์สำหรับละครคือสถานการณ์ที่ไม่ปกติเกิดขึ้นโดยที่ตัวละครไม่คาดฝันทำให้เกิดเรื่องราวขบขันตลกขบขันขึ้นต่าง ๆ เป็นละครตลกที่พล็อตเรื่องเกิดจากสถานการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้นโดยกะทันหันหรือควบคุมไม่ได้ และนำไปสู่เรื่องมากมายยุ่งเหยิงพลัดวันกันไปตามด ทำให้ตัวละครต้องทำอะไรที่บุคคลไม่เคยทำเพื่อเป็นการแก้ปัญหา และความตลกก็อยู่ตรงนี้เอง

ตัวละครจะอยู่ในสถานการณ์จำลองเดียวกันจากตอนหนึ่งไปตอนถัดไป สถานการณ์จำลองมักจะเป็นในครอบครัว ที่ทำงาน หรือ ในวงเพื่อน มุกตลกในซิตคอมมีหลากหลาย แต่ปกติแล้วจะมีลักษณะเป็นแบบตัวละครนำเรื่องไป (Character-driven) นำมาซึ่งการใช้ Running Gags (มุกซ้ำ ๆ ประจำตัวละคร ย้ำเรื่อย ๆ ตลอดเรื่อง) เพื่อที่จะรักษาสถานการณ์ให้คงที่ตลอดจำนวนตอนที่มากมาย ในซิตคอมต่าง ๆ ตัวละครจึงมักมีความเป็นไปที่คงที่ เช่น ถ้าเป็นเรื่องความรัก ก็จะไม่มีความคืบหน้าของความรักในแต่ละตอนมากนัก ทำให้ความสัมพันธ์ของตัวละครคงเดิมเหตุการณ์ในแต่ละตอนก็จะมีบทสรุปภายในตอน และมีไม่บ่อยนักที่จะเกี่ยวโยงข้ามตอน

โดยละครซิตคอมในต่างประเทศนั้น พบว่า เป็นที่นิยมในสหรัฐอเมริกา นับแต่ทศวรรษ 70 ถึงปัจจุบันเช่น Mad about You, Bewitch เป็นต้น ขณะที่ละครซิตคอมที่เป็นที่รู้จักครั้งแรกของประเทศไทย คือ สามหนุ่มสามมุมและที่กำลังดำเนินการฉายอยู่ในขณะนี้ และเป็นที่ยูจักษ์ คือ ละครเฮง เฮง เฮง, ละครลูกพี่ลูกน้อง, ละครน้องใหม่ร้ายบริสุทธิ์, ละครผู้กองเจ้าเสน่ห์ และละครบ้านนี้มีรัก เป็นต้น

นอกจากนี้ ละครซิตคอม ยังมีแนวละครแนวสุขนาฏกรรม เลือกที่จะมองชีวิตมนุษย์ในแง่ขบขันล้อเลียน เอามาทำเป็นเรื่องตลกให้ผู้ชมหัวเราะ โดยผูกเรื่องกับสร้างสถานการณ์ให้เกิดอารมณ์ขัน สนุกสนาน องค์ประกอบของละครซิตคอม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

- 1) ด้านเนื้อหา หลากหลาย มีความสัมพันธ์หลายกลุ่ม หลายบุคคล
- 2) รูปแบบการนำเสนอ ไม่สมจริง แต่เนื้อหามาจากความจริง
- 3) จังหวะ และการดำเนินเรื่องรวดเร็ว จบตามเวลา
- 4) พื้นฐานทางอารมณ์
- 5) ความสัมพันธ์ของตัวละครตามสูตรแน่นอน
- 6) ตัวละครมีลักษณะเหมือนจริง

7) การแบ่งแยกวางใน และวงนอกคือระหว่างนักแสดงประจำกับดารารับเชิญ

สถานการณ์ (Situation) ในชีวิตคอม

มีการศึกษาวิจัยว่า “สถานการณ์” ที่เป็นส่วนหนึ่งของคำว่า ชีวิตคอม นั้นหมายถึง สถานการณ์ เหตุการณ์อะไรได้บ้าง (กาญจนา แก้วเทพ, 2552, หน้า 342-344)

คำว่า “สถานการณ์” ซึ่งเป็นประเด็นที่นำมาล้อเลียนให้ความสนุกสนานนั้น มักเป็น สถานการณ์ที่จะมีปัญหาต่อไปในอนาคต โดยอาจหมายรวมทั้งปัญหาแบบเก่า และแบบใหม่ ตัวอย่างเช่น ในละครชีวิตคอมชุด “คู่ซิ่นชุลมุน” (ออกอากาศในระหว่างปี พ.ศ. 2537) ที่ได้แสดงภาพ ครอบครัวไทยที่จะมีปัญหาในอนาคต ปัญหาที่น่าจะเป็นปัญหาเก่า ๆ เช่น ความหวาดระแวงใน พฤติกรรมสามี หรือเป็นปัญหาใหม่ ๆ เช่น ปัญหาที่ผู้หญิงไทยมีความคิดเรื่องสิทธิสตรีมากขึ้นจนไม่ ยอมรับบทบาททางเพศแบบเดิม ตัวอย่างของสถานการณ์ที่อาจนำมาเป็นเรื่องล้อเลียนได้ เช่น

1. ชีวิตครอบครัว เป็นสถานการณ์ที่นิยมนำมาล้อเลียนมากที่สุด ในสหรัฐฯ จะมีชีวิตคอมชุด I Love Lucky ที่ฉายทางโทรทัศน์อย่างยาวนานมาก ในเมืองไทยชีวิตคอมเรื่อง บางรักซอยเก้า สาม หนุ่มสามมุม คู่ซิ่นชุลมุน หรือเป็นต่อ ก็แสดงให้เห็นสถานการณ์ของชีวิตครอบครัวในรูปแบบที่ แตกต่างกันไป เช่น (1) ความสัมพันธ์ระหว่างชนบท-เมือง เช่น ลูกพี่ลูกน้อง เนื้อหาคือไม่ได้เป็นพี่น้อง จากพ่อแม่เดียวกัน แต่เกิดที่ต่างจังหวัด จังหวัดเดียวกันจึงมาอาศัยอยู่ที่กรุงเทพฯ ที่บ้านเดียวกัน และ นับถือกันแบบพี่น้อง (2) การสะท้อนสภาพการณ์ของสังคม เช่น ประชาชนชาวแฟลต เทวดาสาธุ หรือผู้กองเจ้าเสน่ห์ที่สะท้อนเรื่องราวสภาพสังคมไทยในปัจจุบัน ที่มีตำรวจจับผู้ร้ายที่เกิดขึ้นใน บ้านเมือง (3) สถานการณ์ที่สนุกสนานเช่น พ่อลูกดก, เนื้อคู่ประตูดัดไป มหาชนชาวแฟลต เนื้อหา ที่นำเอาสถานการณ์ในชีวิตประจำวันในด้านต่าง ๆ มาล้อเลียน แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นเหมือน เครื่องมือหยั่งปฏิกิริยาของผู้ชมต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ว่าเป็นไปในทิศทางใดได้บ้างพอสมควร (4) สถานการณ์ที่เกี่ยวกับบ้าน ดังได้กล่าวมาแล้วว่า ปริณพจน์ที่นำเสนอในละครชีวิตคอมส่วนหนึ่งคือ ฉากที่บ้าน มีความสนใจที่จะศึกษาว่า บ้านถูกนำเสนอออกมาในสถานการณ์อย่างไรบ้าง เช่น ถูก นำเสนอว่าบ้านคือวิมานของบุคคล บ้านเป็นที่หลบภัยจากปัญหาภายนอก บ้านเป็นที่พักพิงเป็นที่ แก้อุปสรรค หรือบ้านเป็นเพียงความหมายแค่มหาชิกภายในครอบครัว หรือเป็นความหมายกว้าง ซึ่งแสดงถึงบริเวณภายนอก เช่น เพื่อนบ้าน อย่างเช่น ฉากในเรื่อง นัดกับนัด คู่ซิ่นชุลมุน บางรักซอย เก้า เป็นต้น

หากมีการวิเคราะห์เนื้อหาในส่วนการนำเสนอ “ภาพของบ้าน” ผู้วิเคราะห์อาจจะเข้าใจ ถึงอุดมการณ์ของผู้ผลิตละคร ว่ามีแนวคิดที่ว่าบ้านนั้นมีปฏิกิริยาต่าง ๆ อย่างไร เช่น ในละครเรื่อง เป็นต่อ ที่จะนำเสนอภาพของบ้านสมัยใหม่ที่อยู่นบนคอนโดแทนบ้านเป็นหลัง ๆ อย่างเช่น บทสนทนา ที่น้องพูดกับพี่ถามว่ากับบ้านก็โหมง ก็แสดงให้เห็นว่าบ้านในสถานการณ์ในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงไป

และฉากที่บ้านนี้อยู่กันแค่พี่น้อง ไม่มีพ่อแม่อยู่ด้วย ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นถึงสภาพของครอบครัวในยุคปัจจุบัน และถึงในอนาคต และแบ่งเป็นสถานการณ์ คือ

1. สถานการณ์ที่เกี่ยวกับที่ทำงาน เป็นอีกสถานการณ์หนึ่งที่สร้างสถานการณ์ให้แก่ละคร sitcom การมีสถานการณ์ที่ทำงานนั้นเป็นไปตามลักษณะที่มีมาตั้งแต่แรกเริ่มในประวัติของละคร sitcom คือ การพาผู้หญิงออกจากบ้านไปสู่โลกของการทำงาน สำหรับสถานการณ์ในที่ทำงานนั้น ก็จะเป็นสถานการณ์ที่แสดงปัญหา และวิธีการแก้ไขปัญหาของแต่ละอาชีพ เช่น อาชีพฝ่ายขายของเป็นต่อ อาชีพเจ้าของร้านสะดวกซื้อของพอใจ อาชีพเจ้าของร้านเหล้าของเจ้มนั ในเรื่องเป็นต่อ ซึ่งมักเป็นปัญหาที่มีพื้นฐานความเป็นจริงรองรับอยู่ เช่น เจ้าของร้านต้องพบปัญหาจากลูกค้าที่เบียดจ่าย ค่าของค่าอาหาร เป็นต้น

2. สถานการณ์ที่เป็นรอยต่อระหว่างบ้านกับที่ทำงาน ตามปกติละคร sitcom มักจะไม่มีเพียงฉากที่บ้านหรือฉากที่ทำงานเพียงอย่างเดียว แต่มักจะเพิ่มโลกที่สาม ซึ่งเป็นรอยต่อระหว่างที่บ้าน และที่ทำงาน หมายความว่า ตัวละครจะนำเอาปัญหาจากที่ทำงานมาปรึกษาหารือแก้ไขที่บ้าน เช่น พอใจกลับมาปรึกษากับเป็นต่อเรื่องโดนเจ้านายลวนลาม เป็นต่อนางานกลับมาทำต่อที่บ้าน ในเรื่องเป็นต่อ เป็นต้น

3. สถานการณ์ของครอบครัวแบบใหม่ เมื่อกล่าวถึงคำว่าครอบครัว หมายถึง ครอบครัวตามแบบดั้งเดิมที่ต้องประกอบด้วย พ่อ แม่ ลูก ซึ่งบุคคลจะพบว่าในละคร sitcom ที่มีสถานการณ์ที่ดูคล้าย ๆ จะเป็นครอบครัว เพราะมีคนกลุ่มหนึ่งมาอยู่ร่วมกันภายใต้ร่มไม้ชายคาเดียวกัน แต่คนเหล่านั้นมิได้เป็น พ่อ แม่ ลูก ตามแบบเดิม เพราะพวกเขาอาจจะเป็นญาติ เป็นเพื่อนร่วมงาน เป็นเพื่อนร่วมโรงเรียน ฯลฯ เช่น นักร้อง นักร้อง สามหนุ่มสามมุม ลูกพี่ลูกน้อง ในเวลาเดียวกันสายสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเหล่านี้เปลี่ยนไปด้วยความรัก ความห่วงใย เอื้ออาทรต่อกัน เช่นเดียวกับครอบครัวแบบเดิม นี่เป็นสถานการณ์ของครอบครัวแบบใหม่ ที่อาจจะมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

การวิเคราะห์ละคร sitcom ตามแบบจำลองกระบวนการ

จากแบบจำลองกระบวนการสื่อสารบุคคลสามารถประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับละคร sitcom ได้ดังนี้ ซึ่ง Berlo (1960, pp. 40-71) เป็นผู้คิดกระบวนการของการสื่อสารไว้ในลักษณะรูปแบบจำลอง S M C R Model อันประกอบด้วย

1. ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ “การเข้ารหัส” (Encode) เนื้อหาข่าวสารมีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับเพื่อผลในการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่ง และควรมีความสามารถในการปรับระดับของข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับตลอดจนมีพื้นฐานทางสังคม และวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย ด้านผู้ส่ง ประเด็นที่นิยมศึกษากัน ได้แก่ ผู้ผลิตมีความตั้งใจจะส่งสารอะไรให้กับผู้ชมเพราะเหตุใดจึง

เลือก “สถานการณ์” หนึ่ง ๆ มาเป็นแก่นเรื่องเพราะเหตุใดจึงเลือกนำเสนอรูปแบบจิตคอม กระบวนการ และขั้นตอนของการผลิตเป็นอย่างไรบ้าง

2. ข่าวสาร (Message) เกี่ยวข้องทางด้านเนื้อหาสัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสารนั้น ด้าน เนื้อหาสาระ เป็นองค์ประกอบที่มีการศึกษากันมากที่สุด เนื่องจากเอกลักษณ์ของละครจิตคอม คือ ละครที่หยิบยกสถานการณ์ที่เป็นจริงในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ มาพูดถึงในรูปแบบของละคร เพราะฉะนั้น จึงมักนิยมวิเคราะห์ “ความหมายของสาร” ที่แฝงอยู่ในตัวละครประเด็นที่น่าหยิบมาวิเคราะห์เช่น มีเนื้อหาสาระอะไรบ้างที่อยู่ในตัวละคร (Existence) เนื้อหาสารดังกล่าวสะท้อนอะไรในสังคม (Reflection) เนื้อหาที่ปรากฏในตัวละครนั้นมีความสมจริง (Realistic) มากน้อยเพียงใดเนื้อหาที่ ปรากฏในตัวละครนั้นได้หยิบยกปัญหาอะไรบ้างมากล่าวถึง หมวดยุทธของปัญหานั้นเป็นปัญหา ประเภทใด

3. ช่องทางในการส่ง (Channel) หมายถึง วิธีการที่จะส่งข่าวสารโดยการให้ผู้รับข่าวสาร ข้อมูลผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งเช่น การฟังการดูการสัมผัสการลิ้มรสหรือ การได้กลิ่นในฐานะที่จิตคอมเป็นละครโทรทัศน์ประเภทหนึ่ง การวิเคราะห์ช่องทางในการเผยแพร่ไป จะเป็นภาพลักษณ์ของสถานี หรือช่วงเวลาเผยแพร่ จะเป็นตัวบ่งบอกบางสิ่งบางอย่างได้ เช่น ในกรณี ของโทรทัศน์ไทย เนื่องจากละครประเภทจิตคอม จะดูมีลักษณะ “ความทันสมัยเป็นละครสำหรับคน รุ่นใหม่” (เพราะมีสถานการณ์ใหม่ ๆ สอดแทรกอยู่ในเนื้อเรื่องตลอดเวลา ดังนั้น สถานีที่มละคร ประเภทนี้จึงน่าจะเป็นสถานการณ์ที่มีกลุ่มผู้รับสารเป็นคนรุ่นใหม่ไปด้วย)

ดังนั้น ละครโทรทัศน์ไทยนั้นข้อสังเกตประการแรกคือ ละครประเภทจิตคอมไม่ค่อยได้มี โอกาสเผยแพร่ในช่วงเวลายอดนิยม เช่น ช่วงหลังข่าว ช่วงเวลาจิตคอมมักเป็นช่วงดึก แม้จะมีการ ปรับเปลี่ยนเวลามาช่วงยอดนิยมกว่าเดิมแล้วก็ตาม แต่ปรากฏการณ์ดังกล่าวบ่งบอกได้ถึงความนิยม และสถานการณ์จิตคอมในประเทศไทยได้พอสมควร โดยผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความ ชำนาญในการสื่อสารโดยมีความสามารถในการ "การถอดรหัส" (Decode) สารเป็นผู้มีทัศนคติระดับ ความรู้ และพื้นฐานทางสังคมวัฒนธรรมเช่น เดียวกันหรือคล้ายคลึงกันกับผู้ส่งจึงจะทำให้การสื่อสาร นั้นได้ผล ในที่นี้จะยกตัวอย่างแนวทางการวิเคราะห์ผู้รับสาร 2 แบบ คือ

1. แนวทางการใช้ และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Uses and Gratifications Approach) แนวทางนี้มีความเชื่อเบื้องต้นว่า ผู้รับสารนั้นจะมีลักษณะ Active และเป็นผู้เลือกใช้สารต่าง ๆ ตาม ความต้องการ และตอบสนองความพึงพอใจของตนเองการวิเคราะห์พฤติกรรมการดูละครจิตคอมนั้น อาจแยกได้เป็น 3 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) ขั้นตอนการเข้าถึงสื่อ (Accessibility) เป็นขั้นที่ศึกษาว่า ผู้รับสารสามารถเข้าถึงสื่อนั้นได้หรือไม่ (2) ขั้นตอนการเลือกรับสื่อ เป็นขั้นตอนที่ต่อจากขั้นการเข้าถึง สื่อ อันจะรวมถึงตั้งแต่ขั้นของการเปิดรับ (Media Exposure) ว่าจะเปิดรับหรือไม่ เปิดรับอย่างไร ใน ขั้นตอนนี้บรรดาตัวแปรต่าง ๆ ด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ

ๆ อาจจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องด้วยอย่างมาก (3) ขั้นตอนของการเปรียบเทียบ เมื่อผู้ชมได้เปิดรับละครชิทคอมแล้วผู้ชมก็จะเปลี่ยนฐานะจากผู้รับสาร มาเป็นผู้ใช้สารกล่าวคือ จะเลือกตีความว่าสารที่ได้รับมาหมายความว่าอะไร ผู้ชมเห็นด้วยหรือไม่ และผู้ชมได้เปรียบเทียบเนื้อหาสารดังกล่าวกับชีวิตประจำวันของผู้ชมว่าเหมือนหรือต่างกันด้านใดบ้าง

2. แนวทางการวิเคราะห์ผู้รับสารด้วยเกณฑ์ทางประชากรศาสตร์ ซึ่งมีตัวแปรดังต่อไปนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่บุคคลนำมาใช้วิเคราะห์ละครโทรทัศน์ ยังหมายถึง ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ในละครกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับชีวิตจริงในสังคมคือ (1) ตัวแปรที่น่าสนใจในการวิเคราะห์ละครโทรทัศน์ คือ ตัวแปรด้านเพศ (Gender) เนื่องการมีข้อเท็จจริงที่ว่า กลุ่มเพศหญิงเป็นกลุ่มผู้ชมหลัก แม้ว่าละครประเภทชิทคอมจะเป็นละครประเภทหนึ่งของละครโทรทัศน์ แต่มีลักษณะเฉพาะ ดังนั้น จึงมีคำถามเกี่ยวกับกลุ่มผู้ชม ในด้านเพศชาย เพศหญิงเข้ามาเกี่ยวข้อง (2) มีวิจัยจำนวนไม่น้อยที่ค้นพบว่าผู้ชมดูละครเพราะความชื่นชอบตัวละคร แต่ในการชอมนั้นก็สามารถนำไปสู่การเปรียบเทียบกับตัวตนของผู้ชม

จากแนวคิดเกี่ยวกับละครชิทคอมดังกล่าวข้างต้น ลักษณะละครโทรทัศน์ “ประเภทชิทคอม” ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาในครั้งนี้ เป็นละครที่มีการดำเนินเรื่องระหว่างกลุ่มตัวละคร โดยตัวละครมีความหลากหลายทั้งในแง่ของ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รูปร่าง หน้าตา ฯลฯ เพื่อให้ตัวละครแต่ละตัวเป็นต้นแบบของผู้ชม แล้วนำไปเปรียบเทียบกับชีวิตประจำวันของผู้ชม ซึ่งผลิตโดย บริษัท ซีเนรีโอ จำกัด ได้แก่เรื่อง บ้านนี้มีรัก โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดนี้มาเป็นกรอบในการศึกษาเพื่อนำมาเป็นข้อเสนอแนะหรือแนวทางของการสร้างความตระหนักให้ผู้จัดทำหรือผู้ผลิตรายการให้คำนึงถึงการผลิตละครที่คำนึงถึงค่านิยมความเป็นไทย แต่ยังคงเนื้อหาของความเป็นชิทคอม และสามารถสอนค่านิยมความเป็นไทยที่ดี ให้กับเด็ก และเยาวชนไทยต่อไปในอนาคต

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง การสร้างจิตสำนึกของความเป็นไทย ค่านิยม เพื่อการต่อต้านป้องกันการทุจริต คอร์รัปชัน ซึ่งการบริหารราชการแผ่นดินที่ผิดพลาดและการทุจริตคอร์รัปชัน เกิดจากการที่ข้าราชการประจำและข้าราชการการเมืองส่วนใหญ่ยังขาดความรับผิดชอบและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศได้อย่างทั่วถึง กล่าวคือ ไม่สามารถทำให้เป็นไปตามความหมายที่ว่า การเมือง และการบริหารราชการเป็นกระบวนการการจัดสรรแบ่งปันทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้กับทุกคนในสังคมได้อย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม และเนื่องจากปัญหาที่คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) ตรวจสอบพบมากที่สุด คือ การทุจริตคอร์รัปชันรูปแบบใหม่ เช่น การคอร์รัปชันเชิงนโยบาย และผลประโยชน์ทับซ้อน

ดังนั้นการแก้ไขปัญหาก็ควรถูกปรับเปลี่ยนมาเป็นการสร้างค่านิยมแบบใหม่ให้กับประชาชน โดยการสร้างจิตสำนึกของความเป็นไทย ค่านิยมเพื่อการต่อต้านป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน และร่วมตรวจสอบบทบาท หน้าที่ของข้าราชการประจำและข้าราชการการเมืองให้เข้มข้นยิ่งขึ้น รวมถึงต้องสามารถจูงใจให้คนดีมีคุณธรรม จริยธรรมและความรู้ความสามารถ เป็นที่ยอมรับของสังคมเข้าสู่ระบบราชการและระบบการเมืองอันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว

วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล (2556) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ปัจจัยในการทำนายค่านิยมแบบวัตถุนิยมของนักศึกษาในกรุงเทพมหานคร ซึ่งการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยในการทำนายค่านิยมแบบวัตถุนิยมของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ค่านิยมแบบวัตถุนิยมที่ศึกษานำมาจากแนวคิดของ Richins และ Dawson ซึ่งมี 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นศูนย์กลางของชีวิต ความสุขในชีวิต และความสำเร็จในชีวิต ปัจจัยที่นำมาใช้ในการทำนายมี 2 กลุ่ม คือปัจจัยทางด้านครอบครัว และปัจจัยทางสังคม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักศึกษา 620 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยแบบเชิงชั้น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางสังคม ซึ่งได้แก่ ความอ่อนไหวต่ออิทธิพลของกลุ่มเพื่อน และการเลียนแบบบุคคลที่มีชื่อเสียงในสื่อมวลชน เป็นปัจจัยทำนายค่านิยมแบบวัตถุนิยมได้มากกว่าปัจจัยด้านครอบครัว ซึ่งมีเพียงการสื่อสารภายในครอบครัวเท่านั้นที่สามารถทำนายค่านิยมแบบวัตถุนิยมของนักศึกษาได้ สมการถดถอยที่ได้มีอำนาจในการอธิบายความแปรผันที่เกิดขึ้นในค่านิยมแบบวัตถุนิยมของนักศึกษาได้ร้อยละ 35

นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบประเด็นที่สำคัญ คือ “การสื่อสารภายในครอบครัวแบบยึดถือแบบแผนของสังคม” มีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่านิยมแบบวัตถุนิยม แต่การสื่อสารภายในครอบครัวแบบยึดถือแนวความคิดไม่มีความสัมพันธ์กับค่านิยมแบบวัตถุนิยม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการสื่อสารภายในครอบครัวแบบยึดถือแบบแผนของสังคม เป็นแบบแผนความสัมพันธ์ที่พ่อแม่ควบคุมลูกมาก ลูกถูกสอนไม่ให้ขัดแย้งหรือโต้เถียงผู้ใหญ่ วัยรุ่นที่มาจากครอบครัวลักษณะนี้จึงมักจะมินิสัยคล้อยตามกลุ่มสังคม อยากมีทรัพย์สินเงินทอง เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่มสังคม ดังนั้น วัยรุ่นที่มาจากครอบครัวที่มีการสื่อสารภายในครอบครัวแบบยึดถือแบบแผนของสังคม จึงมักมีค่านิยมแบบวัตถุนิยม

ปัจจัยสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมซึ่งในการศึกษาครั้งนี้วัดจากอาชีพของบิดา ระดับการศึกษาของบิดา และค่าใช้จ่ายของนักศึกษา ทุกตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กับค่านิยมแบบวัตถุนิยม ซึ่งขัดแย้งกับผลการศึกษาในอดีตที่พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาน้อยและฐานะยากจน จะมีค่านิยมแบบวัตถุนิยมมากกว่าคนที่มีการศึกษาดี และมีฐานะร่ำรวย และความอ่อนไหวต่ออิทธิพลของกลุ่มเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับค่านิยมแบบวัตถุนิยม ทั้งนี้เนื่องจากวัยรุ่นที่มีความอ่อนไหวต่ออิทธิพลของกลุ่มเพื่อน ต้องการให้ตนเองได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ต้องการทำตนให้ทัดเทียมเพื่อน จึงมีการ

นำทรัพย์สินวัตถุสิ่งของของตนเองไปเปรียบเทียบกับเพื่อน จึงยังทำให้เกิดค่านิยมแบบวัตถุนิยมมากขึ้นตามไปด้วย

อุไร โชติกุล (2541) ได้ทำการศึกษา เรื่อง อิทธิพลของครอบครัวต่อค่านิยมของเยาวชนไทย ซึ่งค่านิยมเป็นสิ่งที่สำคัญต่อสังคมไทย จะเห็นได้ว่าการศึกษาค่านิยมกับตัวแปร ด้านต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะค่านิยมเชิงบวกเป็นค่านิยมที่เหมาะสมมีผลในเชิง สร้างสรรค์ต่อสังคม สำหรับวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาวิเคราะห์อิทธิพล ของปัจจัยทางด้านประชากรและครอบครัว ที่มีต่อค่านิยมพื้นฐาน ค่านิยมเพื่อตนเอง และ ค่านิยมเพื่อสังคมของเยาวชนไทย ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้จากโครงการวิจัยครอบครัวและเยาวชน (The Family and Youth Survey) ปี พ.ศ. 2537 ของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล โดยมีตัวแปรด้านประชากรได้แก่ เพศ เขตที่อยู่อาศัย ระดับการศึกษา และตัวแปรด้านครอบครัวได้แก่ ขนาดของครอบครัว สัมพันธภาพในครอบครัว ลักษณะการอบรมเลี้ยงดูและบุคคลที่ให้การอบรมเลี้ยงดู ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านประชากรและปัจจัยด้านครอบครัวอันได้แก่เพศ เขตที่อยู่อาศัย สัมพันธภาพในครอบครัว ลักษณะการอบรมเลี้ยงดู และบุคคลที่ให้การ อบรมเลี้ยงดู มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับค่านิยมของเยาวชน กล่าวคือ เยาวชนหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตชนบท มีสัมพันธภาพที่ดีกับพ่อแม่และสมาชิกในครอบครัว ได้รับความเป็นอิสระในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเองสูง จะมีค่านิยมพื้นฐาน ค่านิยมเพื่อตนเอง และค่านิยมเพื่อสังคมในระดับสูง ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านครอบครัวพบว่าบุคคลที่ให้การอบรมเลี้ยงดูนั้นมีความสำคัญ น้อยกว่าลักษณะของการอบรมเลี้ยงดู ทั้งนี้เนื่องจากวิธีการหรือลักษณะของการเลี้ยงดู และการเอาใจใส่ดูแล มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการของเยาวชนมากกว่าตัวบุคคลที่ให้การอบรมเลี้ยงดู เป็นต้น

ศิริพิชญ์ ฤกษ์เศรษฐ์ (2546) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ค่านิยมของวัยรุ่นไทยเกี่ยวกับความรัก คู่ครอง และการแต่งงาน ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค่านิยมของวัยรุ่นไทยเกี่ยวกับความรัก คู่ครอง และการแต่งงาน และเปรียบเทียบค่านิยมระหว่างวัยรุ่นไทยที่มีช่วงวัยและเพศที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนชายและนักเรียนหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร และในต่างจังหวัดทั้ง 4 ภูมิภาค จำนวนทั้งสิ้น 540 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมาตราประเมินค่า (Rating Scale) ในเรื่องค่านิยมของวัยรุ่นไทยเกี่ยวกับความรัก คู่ครอง และการแต่งงาน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบที (t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 และสถิติทดสอบความแปรปรวนแบบสองทาง (Two-way ANOVA) ระหว่างตัวแปรและช่วงวัย ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ในเรื่องค่านิยมด้านความรัก วัยรุ่นเห็นด้วยกับข้อความที่ว่า คนรักอาจมาจากการเป็นเพื่อนที่ดีต่อกันมาก่อนเป็นอันดับแรก แต่ไม่เห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือการมีเพศสัมพันธ์กับคนรักแสดงถึงความรักแท้ ส่วนในเรื่องของคู่ครอง เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า การเลือกคู่ครองมาจากความรัก ความเข้าใจเป็น

อันดับแรก แต่ที่ไม่เห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ การมีเพศสัมพันธ์ที่ไปด้วยกันได้เป็นสิ่งสำคัญกว่าการใช้เวลาคบหาก่อนแต่งงาน และในด้านการแต่งงาน เห็นด้วยกับข้อความที่ว่า การแต่งงานที่ดีควรมาจากความรัก ความเข้าใจ และการยินยอมทั้งสองฝ่าย เป็นอันดับแรก แต่ที่ไม่เห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ การอยู่ก่อนแต่งเป็นสิ่งที่ทันสมัยของวัยรุ่นปัจจุบัน

2. ค่านิยมเกี่ยวกับความรัก คู่ครอง และการแต่งงานของวัยรุ่นชายและวัยรุ่นหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยวัยรุ่นหญิงมีค่านิยมด้านความรักคู่ครอง และการแต่งงานสูงกว่าวัยรุ่นชาย

3. ค่านิยมเกี่ยวกับความรัก ระหว่างวัยรุ่นตอนต้นและตอนกลาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยวัยรุ่นตอนกลางมีค่านิยมด้านความรักสูงกว่าวัยรุ่นตอนต้น

4. ค่านิยมเกี่ยวกับคู่ครองและการแต่งงานระหว่างวัยรุ่นตอนกลางและวัยรุ่นตอนต้น ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผลการวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศและช่วงวัย ในค่านิยมเกี่ยวกับความรักคู่ครอง และการแต่งงาน พบว่า เฉพาะค่านิยมในเรื่องคู่ครองที่มีปฏิสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ในช่วงวัยรุ่นตอนต้น วัยรุ่นหญิงมีค่านิยมสูงกว่าวัยรุ่นชายและปริมาณความแตกต่างดังกล่าวเพิ่มขึ้นในช่วงวัยรุ่นตอนกลาง

ฟ้ารุ่ง ยุติธรรม (2554) ได้ทำการศึกษา เรื่อง ค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมประเภทของละครไทยทางโทรทัศน์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ เพื่อศึกษาค่านิยมของผู้ชมละครไทยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมประเภทของละครไทยทางโทรทัศน์กลุ่มตัวอย่างในการการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนทั่วไปในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คนโดยทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบสะดวก ทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิงใช้สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยสถิติแบบ Independent Samples t – test สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน 2 กลุ่ม ค่าสถิติแบบ One-Way ANOVA สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม และวิเคราะห์การพยากรณ์จากสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง Linear Multiple Regression โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านเพศหญิงมีความคิดเห็นด้านประเภทละครโศกนาฏกรรม ละครตลกขบขัน ละครเขินตึ๋มเทิดทรมาน และละครชีวิตเรียมย์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 กับเพศชายโดยมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าเพศชาย ส่วนด้านอายุ ด้านการศึกษา และด้านรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันมีความคิดเห็นด้านละครชีวิตเรียมย์ ละครการต่อสู้ ละครตึ๋นตึ๋นผจญภัยละครลึกลับสยองขวัญ และละครฆาตกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนด้านค่านิยม ทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการเลือกชมประเภทละครต่าง ๆ มากที่สุด รองลงมาคือค่านิยมทางสุนทรียภาพ ตามด้วยค่านิยมทางสังคม และค่านิยมทางวัตถุ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร” จะมีการกำหนดระเบียบวิธีวิจัย โดยอธิบายถึงวิธีการวิจัยสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ซึ่งใช้การวิจัยเชิงปริมาณประกอบด้วยประชากร และกลุ่มตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการทางสถิติสำหรับการใช้ในการวิเคราะห์ และการทดสอบสมมติฐาน ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มประชาชนที่ติดตาม และเคยรับชมละครซีทคอม “บ้านนี้มีรัก” ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้ความเชื่อมั่น 95% และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ซึ่งก่อนการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยจะทำการสอบถามกับกลุ่มประชากรในกรุงเทพมหานคร จำนวน 324 คน ที่ติดตาม และเคยรับชมละครซีทคอม “บ้านนี้มีรัก”

การกำหนดขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ กลุ่มประชาชนที่ติดตาม และเคยรับชมละครซีทคอม “บ้านนี้มีรัก” ทั้งเพศชายและหญิง ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ G*Power โดยโปรแกรมดังกล่าวจะเป็นการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยอ้างอิงกับสถิติที่เลือกใช้ในการแปลผลการวิจัย (ดูการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ในภาคผนวก) โดยในงานวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ คือ

1. การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) กำหนดให้ค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) มีขนาดกลางเท่ากับ 0.5 ค่าแอลฟา (α) 0.05 และค่าเบต้า (β) 0.95 จึงมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ที่ 180 คน
2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way – Anova) กำหนดให้ค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) มีขนาดกลางเท่ากับ 0.25 ค่าแอลฟา (α) 0.05 และค่าเบต้า (β) 0.95 จึงมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมอยู่ที่ 324 คน

ดังนั้น ผลการคำนวณของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการศึกษารังนี้มีจำนวน 324 คน โดยครอบคลุมการวิเคราะห์ผลทางสถิติทุกประเภทในการวิจัยครั้งนี้

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเก็บข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยสะดวก และเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่ได้จัดเตรียมไว้ไปทำการจัดเก็บข้อมูลในการดำเนินการวิจัยต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสารงานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเพื่อถามประเด็นที่สำคัญต่างๆ ตามข้อคำถามของการวิจัย
3. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อปรับปรุงแก้ไข
4. ทำการปรับปรุงแก้ไข และนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง

เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม

5. นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
6. ทำการปรับปรุงแบบสอบถาม และนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
7. นำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การตรวจสอบเนื้อหาผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครบถ้วน และความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน
2. การตรวจสอบความตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ผู้สอน ตรวจสอบโครงสร้างของคำถามและภาษาที่ใช้ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมา ปรับแก้
3. การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับแก้แล้วไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาหาค่าความสอดคล้องภายในโดยใช้สูตรของ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ทุกตัวแปร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

<u>ส่วนของคำถาม</u>	<u>ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น</u>
	n = 30
1. การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ	.916
2. การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต	.860
ค่าความเชื่อมั่นรวม ตัวแปรการรับรู้ค่านิยมในละครชีวิตคอม	.946
เรื่องบ้านนี้มีรัก	
1. ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติ	.895
2. ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต	.731
ค่าความเชื่อมั่นรวม ตัวแปรความสอดคล้องกับค่านิยม	.879

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่น ได้ค่าความเชื่อมั่นของคำถามแต่ละประเด็นและค่าความเชื่อมั่นรวมมากกว่า 0.7 นอกจากนี้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นยังได้ผ่านการตรวจสอบเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว จึงได้สรุปว่าแบบสอบถามที่ได้สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ๆ ได้กำหนดไว้ โดยก่อนที่ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยจะทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และอธิบายวิธีการตอบแบบสอบถามก่อน เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเกิดความเข้าใจที่ตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถาม ซึ่งแหล่งข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 324 คน

การแปลผลข้อมูล

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูล โดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้นเพื่อกำหนดช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น ดังนี้ (วิชิต อุอิน, 2548)

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} = 0.80
 \end{aligned}$$

ช่วงชั้นของค่าคะแนน	คำอธิบายสำหรับการแปลผล
1.00 - 1.80	ระดับน้อยที่สุด
1.81 - 2.61	ระดับน้อย
2.62 - 3.42	ระดับปานกลาง
3.43 - 4.23	ระดับมาก
4.24 - 5.00	ระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลใช้สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics)

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครซีทคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

ตอนที่ 3 การรับรู้ค่านิยมในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก และความสอดคล้องกับค่านิยมที่อยู่ในตัวผู้ชม วิเคราะห์โดยคำนวณค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistics) ได้แก่

2.1 การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Anova) เป็นการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ของผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

2.2 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Pearson's Correlation) เป็นการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมในตัวของผู้ชมกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก โดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน แล้วทดสอบความมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้

± 0.81 ถึง ± 1.0	=	มีความสัมพันธ์สูงมาก
± 0.61 ถึง ± 0.80	=	มีความสัมพันธ์สูง
± 0.41 ถึง ± 0.60	=	มีความสัมพันธ์ปานกลาง
± 0.21 ถึง ± 0.40	=	มีความสัมพันธ์ต่ำ
± 0.01 ถึง ± 0.20	=	มีความสัมพันธ์ต่ำมาก

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การรับรู้ และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ คือ ผู้ที่ติดตามและเคยรับชมละครซิตคอม “บ้านนี้มีรัก” ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 324 คน โดยผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบกับกลุ่มตัวอย่างโดยสะดวก จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามที่มีคำตอบครบถ้วนสมบูรณ์จำนวน 324 ชุด มาทำการวิเคราะห์และประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

โดยสามารถแบ่งการรายงานผลการวิจัยออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย (Descriptive Statistic Analysis) ผู้วิจัยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential Statistic Analysis) ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Anova) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบรรยาย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

ในส่วนนี้เป็นการรายงานลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งประกอบไปด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	151	46.6
หญิง	173	53.4
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 และเป็นเพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6

ตารางที่ 4.2: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
18-25 ปี	102	31.5
26-30 ปี	74	22.8
31-35 ปี	59	18.2
36-40 ปี	36	11.1
40 ปีขึ้นไป	53	16.4
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี มีมากที่สุด คือ จำนวน 102 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.5 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 26-30 ปี คือ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และอายุระหว่าง 31-35 ปี คือ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และอายุ 40 ปีขึ้นไป คือ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และอายุ 36-40 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	79	24.4
ปริญญาตรี	202	62.3
ปริญญาโท	37	11.4
ปริญญาเอก	6	1.9
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่จบระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 202 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.3 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คือ จำนวน 79

คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท คือ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และระดับการศึกษาที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ระดับปริญญาเอก มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9

ตารางที่ 4.4: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	70	21.6
ข้าราชการ	19	5.9
พนักงานวิสาหกิจ	28	8.6
พนักงานบริษัทเอกชน	141	43.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	62	19.1
รับจ้าง	4	1.2
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา ได้แก่ อาชีพนักเรียน/ นักศึกษา คือ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คือ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1 และอาชีพพนักงานวิสาหกิจ คือ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และข้าราชการ คือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และอาชีพที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ รับจ้าง มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

ตารางที่ 4.5: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	126	38.9
15,001 - 25,000 บาท	106	32.7
25,001 - 35,000 บาท	63	19.4
35,001 - 45,000 บาท	14	4.3
มากกว่า 45,000 บาท	15	4.6
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท คือ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท คือ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 45,000 บาท คือ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 35,001 - 45,000 บาท มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับชมละครซีทคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก

ตารางที่ 4.6: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามที่มาของการชม

ที่มาของการชม	จำนวน	ร้อยละ
จากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของรายการ	61	18.8
จากคำแนะนำของเพื่อน	33	10.2
เปิดเจอโดยบังเอิญ	82	25.3
ชื่นชอบละครประเภทซีทคอมเลยรับชม	105	32.4
ชื่นชอบนักแสดงเรื่องนี้เลยรับชม	43	13.3
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างระบุที่มาของการชมละครซีทคอมเรื่อง บ้านนี้มีรัก โดยเกิดจากการชื่นชอบละครประเภทซีทคอม มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา ได้แก่ เปิดเจอโดยบังเอิญ คือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของรายการ คือ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และชื่นชอบนักแสดงเรื่องนี้เลยรับชม คือ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และจากคำแนะนำของเพื่อน น้อยที่สุด คือ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

ตารางที่ 4.7: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาในการติดตามชม

ระยะเวลาในการติดตามชม	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	121	37.3
6-12 เดือน	82	25.3
มากกว่า 1 ปี	121	37.3
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการชมน้อยกว่า 6 เดือน และมากกว่า 1 ปีมากที่สุด คือ จำนวน 121 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.3 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาในการชมระหว่าง 6-12 เดือน คือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการชม

เหตุผลในการชม	จำนวน	ร้อยละ
ชอบเนื้อหาในละคร	100	30.9
ชอบนักแสดง	46	14.2
ชอบละครประเภทซิทคอม	91	28.1
ช่วงเวลาสะดวกต่อการรับชม	87	26.9
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการชมเพราะ ชอบเนื้อหาในละคร มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 100 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.9 รองลงมา ได้แก่ ชอบละครประเภทซิทคอม คือ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และช่วงเวลาสะดวกต่อการรับชม คือ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และชอบนักแสดง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2

ตารางที่ 4.9: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับชม

พฤติกรรมในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งใจชมตั้งแต่ต้นจนจบ	114	35.2
ชมเป็นบางตอนที่สนใจ	102	31.5
ตั้งใจชมบ้างไม่ตั้งใจชมบ้าง	5	1.5
เปิดทิ้งไว้เฉยๆ	103	31.8
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยตั้งใจชมตั้งแต่ต้นจนจบ มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 114 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.2 รองลงมา ได้แก่ เปิดทิ้งไว้เฉย ๆ คือ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และชมเป็นบางตอนที่สนใจ คือ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และตั้งใจชมบ้างไม่ตั้งใจชมบ้าง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ตารางที่ 4.10: จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามแนวโน้มในการเปิดรับชม

แนวโน้มในการเปิดรับชม	จำนวน	ร้อยละ
ชมมากขึ้น	127	39.2
ชมน้อยลง	17	5.2
เลิกชมไปเลย	5	1.5
ไม่แน่ใจ	175	54.0
รวม	324	100.0

จากตารางที่ 4.10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเกิดความไม่แน่ใจในการเปิดรับชม มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ชมมากขึ้น คือ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และชมน้อยลง คือ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และเลิกชมไปเลย มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

ตารางที่ 4.11: ตารางแสดงการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ของผู้ชมละครซีทคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก
(n=324)

ด้านการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลผล
1. การบังคับตัวเอง	3.36	0.72	ปานกลาง
2. การเป็นตัวของตัวเอง	3.70	0.72	มาก
3. การปรับตัวเข้ากับจังหวะและสิ่งแวดล้อม	3.64	0.65	มาก
4. การประมาณตนและความรักสันโดษ	3.24	0.80	ปานกลาง
5. การช่วยเหลือผู้อื่น	3.91	0.68	มาก
6. การมีความรู้ความสามารถ	3.70	0.74	มาก
7. การสำรวมและสงบ	3.46	0.73	มาก
8. การรักษาน้ำใจ	3.94	0.63	มาก
9. การมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน	4.14	0.70	มาก
10. การให้อภัย	4.10	0.69	มาก
11. ความกตัญญูรู้คุณ	4.22	0.73	มาก
12. ความทะเยอทะยาน	3.49	0.83	มาก
13. ความสุภาพ	3.70	0.70	มาก
14. ความอ่อนน้อม เชื้อพืง	3.81	0.74	มาก
15. การมีการศึกษาสูง	3.50	0.73	มาก
16. การมีความกล้า	3.65	0.67	มาก
17. การมีความซื่อสัตย์	3.89	0.70	มาก
18. การมีความรับผิดชอบ	3.93	0.63	มาก
19. ความสนุกสนานร่าเริง	4.10	0.70	มาก
20. การมีความคิดสร้างสรรค์	3.91	0.77	มาก
21. การมีความสะอาด	3.71	0.77	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.11 (ต่อ): ตารางแสดงการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ของผู้ชมละครชีวิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก (n=324)

22. การมีน้ำใจ เมตตาอาวี	3.90	0.67	มาก
23. การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น	3.89	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติของผู้ชมละครชีวิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก	3.78	0.44	มาก

หมายเหตุ: การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5

คะแนน การแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด, 1.81 – 2.61 = น้อย, 2.62 – 3.42 = ปานกลาง, 3.43 – 4.23 = มาก, 4.24 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละครชีวิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก มีการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.44 โดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณมากที่สุด (4.22) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน (4.14) และการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัยและความสนุกสนานร่าเริง มีจำนวนเท่ากัน (4.10) และการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการประมาณตนและความรักสันโดษ น้อยที่สุด (3.24)

ตารางที่ 4.12: ตารางแสดงการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ของผู้ชมละครชีวิต
เรื่องบ้านนี้มีรัก

(n=324)

ด้านการรับรู้ค่านิยม จุดหมายปลายทางของชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
1. การช่วยเหลือผู้อื่น	3.89	0.68	มาก
2. การมีชื่อเสียง มีเกียรติ เป็นที่ชื่นชมในสังคม	3.49	0.76	มาก
3. การมีชีวิตที่ตื่นเต้น เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	3.54	0.69	มาก
4. การมีงาน มีเงิน พอกินพอใช้ ไม่เดือดร้อน	3.70	0.70	มาก
5. การมีมิตรที่ดี	4.00	0.72	มาก
6. การมีคนรักเข้าใจ ใกล้ชิดกันกับเพศตรงข้าม	3.72	0.75	มาก
7. การมีหลักธรรม ศาสนาเป็นที่พึ่ง	3.76	0.68	มาก
8. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.92	0.69	มาก
9. รักธรรมชาติ ดนตรี และศิลปะ	3.67	0.71	มาก
10. ความพึงพอใจในการเป็นผู้มีความรู้	3.57	0.67	มาก
11. ความภาคภูมิใจในตนเอง	3.77	0.69	มาก
12. ความมั่นคง เจริญก้าวหน้าของประเทศ	3.47	0.82	มาก
13. ความมั่งมีเงินทองและวัตถุ	3.39	0.73	ปานกลาง
14. รักอิสระเสรี	3.58	0.70	มาก
15. การสุขใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่	3.81	0.70	มาก
16. ความเสมอภาค	3.75	0.69	มาก
17. ความสำเร็จในชีวิต	3.87	0.75	มาก
18. มีความสุขในชีวิตครอบครัว	4.12	0.78	มาก
19. ความสุขสำราญ รื่นเริงบันเทิงใจด้วยสิ่งบำเรอ	3.39	0.90	ปานกลาง
20. มีโลกที่สันติสุข	3.56	0.81	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทาง ของชีวิต ของผู้ชมละครชีวิตเรื่องบ้านนี้มีรัก	3.70	0.46	มาก

หมายเหตุ: การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน

การแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด, 1.81 – 2.61 = น้อย, 2.62 – 3.42 = ปานกลาง, 3.43 – 4.23 = มาก, 4.24 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละครชีวิตจริงเรื่องนี้รัก มีการรับรู้ค่านิยม จุดหมายปลายทางของชีวิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.45 โดย กลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุด (4.12) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมิตรที่ดี (4.00) และการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี (3.92) และการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ด้านความมั่งมีเงินทองและวัตถุ และความสุขสำราญ รื่นเริงบันเทิงใจด้วยสิ่ง บำเรอ มีจำนวนเท่ากัน น้อยที่สุด (3.39)

ตารางที่ 4.13: ตารางแสดงความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติ ที่อยู่ในตัวผู้ชมละครชีวิตจริง เรื่องบ้านนี้มีรัก

(n=324)

ด้านความสอดคล้องกับ ค่านิยมวิถีปฏิบัติ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
1. การบังคับตัวเอง	3.36	0.72	ปานกลาง
2. การเป็นตัวของตัวเอง	3.75	0.72	มาก
3. การปรับตัวเข้ากับจังหวะและสิ่งแวดล้อม	3.68	0.75	มาก
4. การประมาณตนและความรักสันโดษ	3.41	0.81	ปานกลาง
5. การช่วยเหลือผู้อื่น	3.90	0.71	มาก
6. การมีความรู้ความสามารถ	3.72	0.68	มาก
7. การสำรวมและสงบ	3.56	0.77	มาก
8. การรักษาน้ำใจ	3.88	0.69	มาก
9. การมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน	3.92	0.70	มาก
10. การให้อภัย	4.12	0.67	มาก
11. ความกตัญญูรู้คุณ	4.23	0.69	มาก
12. ความทะเยอทะยาน	3.52	0.88	มาก
13. ความสุภาพ	3.78	0.71	มาก
14. ความอ่อนน้อม เชื่อฟัง	3.90	0.79	มาก
15. การมีการศึกษาสูง	3.54	0.69	มาก
16. การมีความกล้า	3.64	0.72	มาก

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.13 (ต่อ): ตารางแสดงความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติ ที่อยู่ในตัวผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก

(n=324)

ด้านความสอดคล้องกับ ค่านิยมวิถีปฏิบัติ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
17. การมีความซื่อสัตย์	4.03	0.75	มาก
18. การมีความรับผิดชอบ	4.07	0.76	มาก
19. ความสนุกสนานร่าเริง	3.93	0.79	มาก
20. การมีความคิดสร้างสรรค์	3.81	0.74	มาก
21. การมีความสะอาด	3.76	0.73	มาก
22. การมีน้ำใจ เมตตาอารี	3.97	0.68	มาก
23. การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น	3.88	0.71	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติของผู้ชมละคร sitcom	3.80	0.45	มาก

หมายเหตุ: การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5

คะแนน การแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด, 1.81 – 2.61 = น้อย, 2.62 – 3.42 = ปานกลาง, 3.43 – 4.23 = มาก, 4.24 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก มีความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.45 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณ มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (4.23) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัย (4.12) และความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรับผิดชอบ (4.07) และความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการบังคับตัวเอง น้อยที่สุด (3.36)

ตารางที่ 4.14: ตารางแสดงความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ที่อยู่ในตัวผู้ชมละครชีวิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก (n=324)

ด้านความสอดคล้องกับ ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	การแปลผล
1. การช่วยเหลือผู้อื่น	3.92	0.71	มาก
2. การมีชื่อเสียง มีเกียรติ เป็นที่ชื่นชมในสังคม	3.30	0.82	ปานกลาง
3. การมีชีวิตที่ตื่นเต้น เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	3.47	0.82	มาก
4. การมีงาน มีเงิน พอกินพอใช้ ไม่เดือดร้อน	3.79	0.84	มาก
5. การมีมิตรที่ดี	3.93	0.83	มาก
6. การมีคนรักเข้าใจ ใกล้ชิดกันกับเพศตรงข้าม	3.48	0.87	มาก
7. การมีหลักธรรม ศาสนาเป็นที่พึ่ง	3.80	0.77	มาก
8. การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี	3.94	0.75	มาก
9. รักธรรมชาติ ดนตรี และศิลปะ	3.54	0.83	มาก
10. ความพึงพอใจในการเป็นผู้มีความรู้	3.63	0.74	มาก
11. ความภาคภูมิใจในตนเอง	3.96	0.72	มาก
12. ความมั่นคง เจริญก้าวหน้าของประเทศ	3.64	0.79	มาก
13. ความมั่งมีเงินทองและวัตถุ	3.36	0.82	มาก
14. รักอิสระเสรี	3.85	0.79	มาก
15. การสุขใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่	3.91	0.77	มาก
16. ความเสมอภาค	3.76	0.75	มาก
17. ความสำเร็จในชีวิต	3.86	0.84	มาก
18. มีความสุขในชีวิตครอบครัว	4.11	0.83	มาก
19. ความสุขสำราญ รื่นเริงบันเทิงใจด้วยสิ่งบำเรอ	3.27	1.02	ปานกลาง
20. มีโลกที่สันติสุข	3.68	0.92	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านความสอดคล้องกับค่านิยม จุดหมายปลายทางของชีวิตของผู้ชมละครชีวิต คอมเรื่องบ้านนี้มีรัก	3.71	0.49	มาก

หมายเหตุ: การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน

การแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด, 1.81 – 2.61 = น้อย, 2.62 – 3.42 = ปานกลาง, 3.43 – 4.23 = มาก, 4.24 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละครชีวิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก มีความสอดคล้องกับ ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.49 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัว มากที่สุด (4.11) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านความภาคภูมิใจในตนเอง (3.96) และความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (3.94) และความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีชื่อเสียง มีเกียรติ เป็นที่ชื่นชมในสังคม น้อยที่สุด (3.30)

ตารางที่ 4.15: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการเปรียบเทียบการรับรู้ ค่านิยมวิถีปฏิบัติระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละครชีวิตคอม กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก

(n=324)

ค่านิยม	การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ			
	ค่านิยมความเป็นไทย ในละครชีวิตคอม		ค่านิยมความเป็นไทย ของผู้ชม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
1. การบังคับตัวเอง	3.36	0.72	3.36	0.72
2. การเป็นตัวของตัวเอง	3.70	0.72	3.75	0.72
3. การปรับตัวเข้ากับจังหวะและ สิ่งแวดล้อม	3.64	0.65	3.68	0.75
4. การประมาณตนและความรักสันโดษ	3.24	0.80	3.41	0.81
5. การช่วยเหลือผู้อื่น	3.91	0.68	3.90	0.71
6. การมีความรู้ความสามารถ	3.70	0.74	3.72	0.68
7. การสำรวมและสงบ	3.46	0.73	3.56	0.77
8. การรักษาหัวใจ	3.94	0.63	3.88	0.69

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.15 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการเปรียบเทียบการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทีคอม กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก

(n=324)

ค่านิยม	การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ			
	ค่านิยมความเป็นไทย ในละครซีทีคอม		ค่านิยมความเป็นไทย ของผู้ชม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
9. การมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน	4.14 (2)	0.70	3.92	0.70
10. การให้อภัย	4.10	0.69	4.12 (2)	0.67
11. ความกตัญญูรู้คุณ	4.22 (1)	0.73	4.23 (1)	0.69
12. ความทะเยอทะยาน	3.49	0.83	3.52	0.88
13. ความสุภาพ	3.70	0.70	3.78	0.71
14. ความอ่อนน้อม เชื้อพ้อง	3.81	0.74	3.90	0.79
15. การมีการศึกษาสูง	3.50	0.73	3.54	0.69
16. การมีความกล้า	3.65	0.67	3.64	0.72
17. การมีความซื่อสัตย์	3.89	0.70	4.03	0.75
18. การมีความรับผิดชอบ	3.93	0.63	4.07 (3)	0.76
19. ความสนุกสนานร่าเริง	4.10 (3)	0.70	3.93	0.79
20. การมีความคิดสร้างสรรค์	3.91	0.77	3.81	0.74
21. การมีความสะอาด	3.71	0.77	3.76	0.73
22. การมีน้ำใจ เมตตาอารี	3.90	0.67	3.97	0.68
23. การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น	3.89	0.71	3.88	0.71
รวมค่าเฉลี่ย	3.78	0.44	3.80	0.45

หมายเหตุ: การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน

การแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด, 1.81 – 2.61 = น้อย, 2.62 – 3.42 = ปานกลาง, 3.43 – 4.23 = มาก, 4.24 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ด้านค่านิยมความเป็นไทยในละครชีวิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.44 โดยมีค่าเฉลี่ย การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณมากที่สุด (4.22) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน (4.14) และการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัยและความสนุกสนานร่าเริง มีจำนวนเท่ากัน (4.10)

ส่วนการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ด้านค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครชีวิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.45 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณ มากที่สุด (4.23) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัย (4.12) และ ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรับผิดชอบ (4.07)

ตารางที่ 4.16: ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการเปรียบเทียบการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละครชีวิตคอม กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก

(n=324)

ค่านิยม	การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต			
	ค่านิยมความเป็นไทย ในละครชีวิตคอม		ค่านิยมความเป็นไทย ของผู้ชม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
1. การช่วยเหลือผู้อื่น	3.89	0.68	3.92	0.71
2. การมีชื่อเสียง มีเกียรติ เป็นที่ชื่นชมในสังคม	3.49	0.76	3.30	0.82
3. การมีชีวิตที่ตื่นเต้น เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	3.54	0.69	3.47	0.82
4. การมีงาน มีเงิน พอกินพอใช้ ไม่เดือดร้อน	3.70	0.70	3.79	0.84
5. การมีมิตรที่ดี	4.00 (2)	0.72	3.93	0.83
6. การมีคนรักเข้าใจ ไกล่ชิดกันกับเพศตรงข้าม	3.72	0.75	3.48	0.87
7. การมีหลักธรรม ศาสนาเป็นที่พึ่ง	3.76	0.68	3.80	0.77
8. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	3.92 (3)	0.69	3.94 (3)	0.75
9. รักธรรมชาติ ดนตรี และศิลปะ	3.67	0.71	3.54	0.83

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.16 (ต่อ): ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และผลการเปรียบเทียบการรับรู้
 ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละครชีวิตคอม
 กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก

(n=324)

ค่านิยม	การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต			
	ค่านิยมความเป็นไทย ในละครชีวิตคอม		ค่านิยมความเป็นไทย ของผู้ชม	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
10. ความพึงพอใจในการเป็นผู้มีความรู้	3.57	0.67	3.63	0.74
11. ความภาคภูมิใจในตนเอง	3.77	0.69	3.96 (2)	0.72
12. ความมั่นคง เจริญก้าวหน้าของประเทศ	3.47	0.82	3.64	0.79
13. ความมั่งมีเงินทองและวัตถุ	3.39	0.73	3.36	0.82
14. รักอิสระเสรี	3.58	0.70	3.85	0.79
15. การสุขใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่	3.81	0.70	3.91	0.77
16. ความเสมอภาค	3.75	0.69	3.76	0.75
17. ความสำเร็จในชีวิต	3.87	0.75	3.86	0.84
18. มีความสุขในชีวิตครอบครัว	4.12 (1)	0.78	4.11 (1)	0.83
19. ความสุขสำราญ รื่นเริงบันเทิงใจด้วยสิ่ง บำเรอ	3.39	0.90	3.27	1.02
20. มีโลกที่สันติสุข	3.56	0.81	3.68	0.92
รวมค่าเฉลี่ย	3.70	0.46	3.71	0.49

หมายเหตุ: การให้คะแนนเป็นแบบ Likert Scale น้อยที่สุด = 1 คะแนน ไปจนถึงมากที่สุด = 5 คะแนน
 การแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยใช้การแปลความหมายดังนี้ 1.00 – 1.80 = น้อยที่สุด, 1.81
 – 2.61 = น้อย, 2.62 – 3.42 = ปานกลาง, 3.43 – 4.23 = มาก, 4.24 – 5.00 = มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ด้านค่านิยมความเป็นไทย
 ในละครชีวิตคอมละครชีวิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 รวมอยู่ที่ 0.45 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขใน
 ชีวิตครอบครัวมากที่สุด (4.12) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมี
 มิตรที่ดี (4.00) และการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (3.92)

ส่วนการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ด้านค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.49 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุด (4.11) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านความภาคภูมิใจในตนเอง (3.96) และความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (3.94)

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในส่วนนี้เป็นการนำเสนอผลการศึกษา “การรับรู้ และความสอดคล้องระหว่างค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก” ซึ่งเป็นการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way Anova) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบสมมติฐานทั้ง 2 ข้อ

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก ที่มีลักษณะทางประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก แตกต่างกัน

จากสมมติฐานที่ 1 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17: การเปรียบเทียบเพศกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย

เพศ	n	$\bar{X}$	SD	t	P-Value
ชาย	151	3.76	0.45	0.88	0.35
หญิง	173	3.72	0.40		

จากตารางที่ 4.17 การเปรียบเทียบเพศกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย พบว่า ผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก เพศชายและเพศหญิง มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบอายุกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ระหว่างกลุ่ม	4	1.62	0.41	2.34	0.06
ภายในกลุ่ม	319	55.26	0.17		
รวม	323	56.88			

*p < .05

จากตารางที่ 4.18 การเปรียบเทียบอายุกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยผู้ชมละคร
ซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยที่
ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19: การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ระหว่างกลุ่ม	3	4.41	1.47	8.96	0.00*
ภายในกลุ่ม	320	52.47	0.16		
รวม	323	56.88			

*p < .05

จากตารางที่ 4.19 การเปรียบเทียบระดับการศึกษากับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยผู้ชม
ละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย
ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post
Hoc) ต่อ ได้ผลการวิเคราะห์ดังตาราง

ตารางที่ 4.20: ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	$\bar{X}$	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	ปริญญาโท	ปริญญาเอก
ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.73	-	0.03	-0.15	-0.76*
ปริญญาตรี	3.70		-	-0.18*	-0.79*
ปริญญาโท	3.88			-	-0.61*
ปริญญาเอก	4.49				-

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.20 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของ LSD พบว่า ผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอกมีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างจากผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

โดยผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21: การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ระหว่างกลุ่ม	5	2.02	0.41	2.35	0.04*
ภายในกลุ่ม	318	54.85	0.17		
รวม	323	56.88			

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.21 การเปรียบเทียบอาชีพกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยที่แตกต่างกัน

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ต่อได้ผลการวิเคราะห์ดังตาราง

ตารางที่ 4.22: การวิเคราะห์เปรียบเทียบรายคู่ (Post Hoc) ของค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความ แปรปรวน	$\bar{X}$	นักเรียน นักศึกษา	ข้าราชการ	พนักงาน วิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	รับจ้าง
นักเรียน/ นักศึกษา	3.83	-	-0.05	-0.02	0.17*	-0.06	0.01
ข้าราชการ	3.88		-	0.07	0.22*	0.12	0.06
พนักงาน วิสาหกิจ	3.80			-	0.15	0.05	-0.01
พนักงาน บริษัทเอกชน	3.66				-	-0.10	-0.16
ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว	3.76					-	-0.06
รับจ้าง	3.82						-

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของ LSD พบว่า ผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างจากผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มี อาชีพนักเรียน/ นักศึกษา และข้าราชการ

โดยผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยมากกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา อาชีพข้าราชการ อาชีพ พนักงานวิสาหกิจ และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23: การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P-Value
ระหว่างกลุ่ม	4	0.91	0.23	1.30	0.27
ภายในกลุ่ม	319	55.96	0.18		
รวม	323	56.88			

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.23 การเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย ผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมมีความสอดคล้องกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ดังนี้

ตารางที่ 4.24: แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ ระหว่างความสอดคล้องกับ
ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม
เรื่องบ้านนี้มีรัก

ความสอดคล้องกับ ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม	การรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย ในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
1. การบังคับตัวเอง	.562	0.00**	ปานกลาง
2. การเป็นตัวของตัวเอง	.491	0.00**	ปานกลาง
3. การปรับตัวเข้ากับจังหวะและสิ่งแวดล้อม	.407	0.00**	ต่ำ
4. การประมาณตนและความรักสันโดษ	.198	0.00**	ต่ำมาก
5. การช่วยเหลือผู้อื่น	.455	0.00**	ปานกลาง
6. การมีความรู้ความสามารถ	.389	0.00**	ต่ำ
7. การสำรวมและสงบ	.399	0.00**	ต่ำ
8. การรักษาน้ำใจ	.405	0.00**	ต่ำ
9. การมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน	.453	0.00**	ปานกลาง
10. การให้อภัย	.454	0.00**	ปานกลาง
11. ความกตัญญูรู้คุณ	.460	0.00**	ปานกลาง
12. ความทะเยอทะยาน	.448	0.00**	ปานกลาง
13. ความสุภาพ	.269	0.00**	ต่ำ
14. ความอ่อนน้อม เชื้อพืง	.280	0.00**	ต่ำ
15. การมีการศึกษาสูง	.385	0.00**	ต่ำ
16. การมีความกล้า	.281	0.00**	ต่ำ
17. การมีความซื่อสัตย์	.532	0.00**	ปานกลาง
18. การมีความรับผิดชอบ	.429	0.00**	ปานกลาง
19. ความสนุกสนานร่าเริง	.458	0.00**	ปานกลาง
20. การมีความคิดสร้างสรรค์	.386	0.00**	ต่ำ
21. การมีความสะอาด	.297	0.00**	ต่ำ
22. การมีน้ำใจ เมตตาอารี	.446	0.00**	ปานกลาง
23. การรับฟังความคิดเห็นผู้อื่น	.428	0.00**	ปานกลาง
ความสัมพันธ์โดยรวมด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ	.618	0.00**	สูง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.24 เมื่อพิจารณาจากการหาค่าความสัมพันธ์ด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม กับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก โดยใช้สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบ รายชื่อและภาพรวม พบว่า

ในภาพรวมด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ มีผลทางบวกกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับรายชื่อ พบว่า มีระดับความสัมพันธ์ด้านการบังคับตัวเองมากที่สุด (.562) รองลงมา ได้แก่ การมีความซื่อสัตย์ (.532) และการเป็นตัวของตัวเอง (.491) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25: แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม กับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

ความสอดคล้องกับ ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม	การรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย ในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
1. การช่วยเหลือผู้อื่น	.489	0.00**	ปานกลาง
2. การมีชื่อเสียง มีเกียรติ เป็นที่ชื่นชมในสังคม	.306	0.00**	ต่ำ
3. การมีชีวิตที่ตื่นเต้น เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ	.361	0.00**	ต่ำ
4. การมีงาน มีเงิน พอกินพอใช้ ไม่เดือดร้อน	.300	0.00**	ต่ำ
5. การมีมิตรที่ดี	.491	0.00**	ปานกลาง
6. การมีคนรักเข้าใจ ใกล้ชิดกันกับเพศตรงข้าม	.380	0.00**	ต่ำ
7. การมีหลักธรรม ศาสนาเป็นที่พึ่ง	.386	0.00**	ต่ำ
8. การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี	.354	0.00**	ต่ำ
9. รักธรรมชาติ ดนตรี และศิลปะ	.318	0.00**	ต่ำ
10. ความพึงพอใจในการเป็นผู้มีความรู้	.302	0.00**	ต่ำ
11. ความภาคภูมิใจในตนเอง	.384	0.00**	ต่ำ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต
ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมกับการรับรู้ค่านิยม
ความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

ความสอดคล้องกับ ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม	การรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย ในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก		
	Pearson Correlation (r)	Sig (2-tailed)	ระดับ ความสัมพันธ์
12. ความมั่นคง เจริญก้าวหน้าของประเทศ	.470	0.00**	ปานกลาง
13. ความมั่งมีเงินทองและวัตถุ	.411	0.00**	ปานกลาง
14. รักอิสระเสรี	.309	0.00**	ต่ำ
15. การสุขใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่	.500	0.00**	ปานกลาง
16. ความเสมอภาค	.592	0.00**	ปานกลาง
17. ความสำเร็จในชีวิต	.481	0.00**	ปานกลาง
18. มีความสุขในชีวิตครอบครัว	.648	0.00**	สูง
19. ความสุขสำราญ รื่นเริงบันเทิงใจด้วยสิ่งบำเรอ	.491	0.00**	ปานกลาง
20. มีโลกที่สันติสุข	.484	0.00**	ปานกลาง
ความสัมพันธ์โดยรวม ด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต	.644	0.00**	สูง

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.25 เมื่อพิจารณาจากการหาค่าความสัมพันธ์โดยรวมด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม กับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก โดยใช้สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบ รายชื่อและภาพรวม พบว่า

ในภาพรวมด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต มีผลทางบวกกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับรายชื่อ พบว่า มีระดับความสัมพันธ์ด้านการมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุด (.648) รองลงมา ได้แก่ ความเสมอภาค (.592) และการสุขใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่ (.500) ตามลำดับ

บทที่ 5

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การรับรู้ และความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก” โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่ติดตามและเคยรับชมละครซิตคอม “บ้านนี้มีรัก” ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 324 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีทั้งสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ One-way ANOVA เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่ศึกษา Pearson Product Moment Correlation Coefficient เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะของการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม

1.1 ด้านเพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 53.4 และเป็นเพศชาย จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 46.6

1.2 ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 18-25 ปี มีมากที่สุด คือ จำนวน 102 คน คิดเป็น ร้อยละ 31.5 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 26-30 ปี คือ จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และอายุระหว่าง 31-35 ปี คือ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 และอายุ 40 ปีขึ้นไป คือ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และอายุ 36-40 ปีมีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ

11.1 ตามลำดับ

1.3 ด้านระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่จบระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 202 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.3 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี คือ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 24.4 และผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาโท คือ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และระดับการศึกษาที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ระดับปริญญาเอก มีจำนวน 6 คน คิดเป็น ร้อยละ 1.9

1.4 ด้านอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา ได้แก่ อาชีพนักเรียน/ นักศึกษา คือ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว คือ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.1

และอาชีพพนักงานวิสาหกิจ คือ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และข้าราชการ คือ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.9 และอาชีพที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ รับจ้าง มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2

1.5 ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท คือ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 32.7 และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท คือ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 และผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,000 บาท คือ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีจำนวนน้อย ที่สุด คือ 35,001 - 45,000 บาท มีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับชมละครซีทคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก

2.1 ที่มาของการชมละครซีทคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างระบุที่มาของการชมละคร ซีทคอมเรื่อง บ้านนี้มีรัก โดยเกิดจากการขึ้นขอบละครประเภทซีทคอม มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมา ได้แก่ เปิดเจอโดยบังเอิญ คือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 และจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของรายการ คือ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และขึ้น ขอบนักแสดงเรื่องนี้เลยรับชม คือ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และจากคำแนะนำของเพื่อน น้อย ที่สุด คือ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

2.2 ระยะเวลาในการติดตามชม กลุ่มตัวอย่างมีระยะเวลาในการชมน้อยกว่า 6 เดือน และ มากกว่า 1 ปีมากที่สุด คือ จำนวน 121 คน คิดเป็น ร้อยละ 37.3 รองลงมา ได้แก่ ระยะเวลาในการชม ระหว่าง 6-12 เดือน คือ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3

2.3 เหตุผลในการชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการชมเพราะ ชอบเนื้อหาในละคร มีจำนวน มากที่สุด คือ จำนวน 100 คน คิดเป็น ร้อยละ 30.9 รองลงมา ได้แก่ ชอบละครประเภทซีทคอม คือ จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และช่วงเวลาสะดวกต่อการรับชม คือ จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9 และชอบนักแสดง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2

2.4 พฤติกรรมในการเปิดรับชม กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมโดยตั้งใจชมตั้งแต่ต้น จนจบ มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 114 คน คิดเป็น ร้อยละ 35.2 รองลงมา ได้แก่ เปิดทิ้งไว้เฉย ๆ คือ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 31.8 และชมเป็นบางตอนที่สนใจ คือ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และตั้งใจชมบ้างไม่ตั้งใจชมบ้าง มีจำนวนน้อยที่สุด คือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

2.5 แนวโน้มในการเปิดรับชม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มเกิดความไม่แน่ใจในการเปิดรับชม มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 รองลงมาคือ ชมมากขึ้น คือ จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 และชมน้อยลง คือ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2 และเลิกชมไปเลย มีจำนวน น้อยที่สุด คือ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ค่านิยมในละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก

3.1 การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ของผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก มีการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.4412 โดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (4.22) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรักใคร่ สนับสนุนกัน (4.14) และการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัยและความสนุกสนานร่าเริง มีจำนวนเท่ากัน (4.10) และการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการประมาณตนและความรักสันโดษ น้อยที่สุด (3.24)

3.2 การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ของผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก มีการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.45 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (4.12) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมิตรที่ดี (4.00) และการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (3.92) และการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านความมั่งมีเงินทองและวัตถุ และความสุขสำราญ รื่นเริงบันเทิงใจด้วยสิ่งบำเรอ มีจำนวนเท่ากัน น้อยที่สุด (3.39)

3.3 ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติ ที่อยู่ในตัวผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก มีความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.4512 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณ มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (4.23) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัย (4.12) และความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรับผิดชอบ (4.07) และความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการบังคับตัวเอง น้อยที่สุด (3.36)

3.4 ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ที่อยู่ในตัวผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ชมละคร sitcom เรื่องบ้านนี้มีรัก มีความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.49 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง (4.11) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านความภาคภูมิใจในตนเอง (3.96) และความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี (3.94) และความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีชื่อเสียงมีเกียรติ เป็นที่ชื่นชมในสังคม น้อยที่สุด (3.30)

3.5 การเปรียบเทียบการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละคร sitcom กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ด้านค่านิยมความเป็นไทย

ในละครชีวิตคอมละครชีวิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.78) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.44 โดยมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณมากที่สุด (4.22) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรักใคร่ สนิทสนมกัน (4.14) และการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัยและความสนุกสนานร่าเริง มีจำนวนเท่ากัน (4.10)

ส่วนการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติ ด้านค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครชีวิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.45 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณ มากที่สุด (4.23) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการให้อภัย (4.12) และความสอดคล้องกับค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านการมีความรับผิดชอบ (4.07)

3.6 การเปรียบเทียบการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างค่านิยมความเป็นไทย ในละครชีวิตคอม กับ ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่าการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ด้านค่านิยมความเป็นไทยในละครชีวิตคอมเรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.70) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.45 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุด (4.12) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมิตรที่ดี (4.00) และการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี (3.92)

ส่วนการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ด้านค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครชีวิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.71) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมอยู่ที่ 0.49 โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ย ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัว มากที่สุด (4.11) รองลงมา ได้แก่ ความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านความภาคภูมิใจในตนเอง (3.96) และความสอดคล้องกับค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านการมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี (3.94)

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมละครชีวิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน จากสมมติฐานที่ 1 สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกันจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกันจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทย

เป็นไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของ LSD พบว่า ผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก มีระดับค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างจากผู้ชมละคร ซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

โดยผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีการศึกษาระดับปริญญาเอก มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี และระดับปริญญาโท

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน มีระดับค่านิยมความเป็นไทยที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการทดสอบของ LSD พบว่า ผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างจากผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มี อาชีพนักเรียน/ นักศึกษา และข้าราชการ

โดยผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยมากกว่าผู้ที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา อาชีพข้าราชการ อาชีพ พนักงานวิสาหกิจ และอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีระดับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมมีความสอดคล้องกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

2.1 การทดสอบความสัมพันธ์ด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เมื่อพิจารณาจากการหาความสัมพันธ์ด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม กับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก โดยใช้สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบ รายชื่อและภาพรวม พบว่า

ในภาพรวมด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ มีผลทางบวกกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับรายข้อ พบว่า มีระดับความสัมพันธ์ด้านการบังคับตัวเองมากที่สุด (.562) รองลงมา ได้แก่ การมีความซื่อสัตย์ (.532) และการเป็นตัวของตัวเอง (.491) ตามลำดับ

2.2 การทดสอบความสัมพันธ์ด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เมื่อพิจารณาจากการหาความสัมพันธ์โดยรวมด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม กับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก โดยใช้สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ในการทดสอบ รายชื่อและภาพรวม พบว่า

ในภาพรวมด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต มีผลทางบวกกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สำหรับรายชื่อ พบว่า มีระดับความสัมพันธ์ด้านการมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุด (.648) รองลงมา ได้แก่ ความเสมอภาค (.592) และการสุขใจกับสิ่งที่ตนมีอยู่ (.500) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง “การรับรู้ และความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก” ในที่นี้จะอภิปรายผลในประเด็นดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับชมละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับชมละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก โดยเกิดจากการชื่นชอบละครซิตคอมมากที่สุด และมีเหตุผลในการรับชมเพราะชอบเนื้อหาในละคร ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการรับชมละครซิตคอมตั้งแต่ต้นจนจบ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการเลือกรับสารที่กล่าวว่าผู้บริโภคจะเลือกดูสิ่งที่ตนสนใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของตน โดยผู้บริโภคจะเลือกรับข่าวสารจากพื้นฐานทางจิตวิทยา (Psychological Set) เนื่องจากในวันหนึ่งมีข่าวสารเข้ามามากมาย ผู้บริโภคไม่สามารถรับรู้ข่าวสารได้ทั้งหมด จึงจำเป็นต้องเลือกรับรู้ในสิ่งที่ตนสนใจ และสอดคล้องกับความต้องการ การเปิดรับ (Exposure) เกิดขึ้นเมื่อประสาทสัมผัสของผู้บริโภคได้รับการกระตุ้นจากสิ่งเร้าทำให้เกิดความรู้สึก เช่น การได้เห็น การได้ยิน การได้ฟัง และการได้กลิ่น เป็นต้น การเปิดรับอาจเกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคให้ความสนใจต่อสิ่งเร้านั้นหรือไม่ ผู้บริโภคจะเลือกเฉพาะสิ่งเร้าที่สนใจและจะหลีกเลี่ยงกับสิ่งเร้าที่ไม่สำคัญและไม่น่าสนใจ เช่น ในขณะที่ดูโทรทัศน์เมื่อถึงช่วงโฆษณา ก็จะเปลี่ยนช่อง เป็นต้น

ทั้งนี้แนวโน้มในการเปิดรับชมละครซีทคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มไม่แน่ใจในการรับชม อาจเป็นเพราะในปัจจุบันมีทีวีดิจิทัลหรือโทรทัศน์ระบบดิจิทัล (Digital Television) เกิดขึ้นมา ซึ่งมีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายและมีจำนวนช่องในการรับชมเพิ่มมากขึ้น

2. การรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก และความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยที่อยู่ในตัวผู้ชมละคร

กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก และความสอดคล้องกับค่านิยมความเป็นไทยที่อยู่ในตัวผู้ชมละครในด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติ มากกว่าด้านจุดหมายปลายทางของชีวิต

เมื่อพิจารณาการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติระหว่างค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอม กับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า การรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติระหว่างด้านค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก และด้านค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ค่านิยมวิถีปฏิบัติด้านความกตัญญูรู้คุณมากที่สุดเหมือนกัน สอดคล้องกับเอกสารและวรรณกรรมต่าง ๆ ของประเทศไทย ซึ่งได้สะท้อนออกถึงความเป็นค่านิยมของคนไทยและคนไทยสมัยก่อนมีค่านิยมที่เด่นชัด คือ การทำความดี ซึ่งความดีที่คนไทยยกย่อง ได้แก่ ความกตัญญูต่อบิดา มารดา ความซื่อสัตย์ ความขยัน ความเมตตา กรุณา ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นต้น และการเคารพผู้อาวุโส

เมื่อพิจารณาการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ระหว่างด้านค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรักกับค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชม เรื่องบ้านนี้มีรัก พบว่า การรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต ด้านค่านิยมความเป็นไทยในละครซีทคอมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก และด้านค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยการรับรู้ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตด้านมีความสุขในชีวิตครอบครัวมากที่สุดเหมือนกัน อาจกล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิตเพื่อชีวิตส่วนตัวมากกว่าทำเพื่อสังคม

ส่วนการทดสอบสมมติฐานลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกันนั้น จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ รายได้ แตกต่างกันมีการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยไม่แตกต่างกัน มีเพียงตัวแปรด้านระดับการศึกษา และด้านอาชีพ ที่พบว่า มีการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าระดับการศึกษาปริญญาเอกมีการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยมากกว่าระดับการศึกษาอื่น ๆ ในขณะที่ด้านอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมีการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยมากกว่าอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะด้วยความรู้สึกรักงาน ความสามารถที่เพิ่มขึ้นจึงมีความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม ตลอดจนอุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกัน (ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์, 2551)

ด้านการทดสอบสมมติฐานค่านิยมความเป็นไทยของผู้ชมมีความสอดคล้องกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่าด้านค่านิยมวิถีปฏิบัติมีผลทางบวกกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และด้านค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต มีผลทางบวกกับการรับรู้ค่านิยมความเป็นไทยในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ “ค่านิยม” เป็นความเชื่อหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคล มีช่วงระยะเวลาในการสร้าง และดำเนินจนกลายเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต ค่านิยมจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลให้แสดงออก โดยบุคคลที่มีค่านิยมที่เหมือนหรือคล้ายกันก็จะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม ค่านิยมจึงเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งซึ่งในบางครั้งก็ต้องใช้ดุลยพินิจเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย

สอดคล้องกับ ราตรี พัฒนรังสรรค์ (2544, หน้า 50-52) ได้ให้ความหมายค่านิยม (Value) ของสังคมไทยไว้ว่าสิ่งที่คนสนใจสิ่งที่คนปรารถนาจะได้ ปรารถนาจะเป็นหรือกลับกลายมาเป็นสิ่งที่คนถือว่าต้องปฏิบัติเป็นสิ่งที่น่าบูชายกย่องว่าเป็นสิ่งที่ดี สมควรที่สมาชิกในสังคมจะต้องกระทำ และมีความสุขที่จะเห็นได้ฟังได้เป็นเจ้าของเป็นเป้าหมายที่สังคมอยากให้มี อยากให้เป็น ค่านิยม คือรูปแบบความคิดของคนสังคมที่จะพิจารณาตัดสินว่าสิ่งใดมีคุณค่ามีประโยชน์ถูกต้องหรือเหมาะสมซึ่งสมาชิกในสังคมควรจะยึดถือเพื่อเป็นแนวประพฤติปฏิบัติค่านิยมของสังคมถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม เพราะมีการเรียนรู้ ปลูกฝัง และถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่งค่านิยมเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตามกาลสมัยค่านิยมจึงเป็นวิถีของการจัดรูปความประพฤติที่มีความหมายต่อบุคคลจะเป็นแบบฉบับความคิดที่ฝังแน่นสำหรับยึดถือและปฏิบัติตนในสังคม และชีวิตหรือเลือกปฏิบัติเมื่อเผชิญกับเหตุการณ์ และสถานการณ์นั้นค่านิยมถึงรวมถึงจุดหมายหรือความต้องการในชีวิต และสิ่งที่บุคคลชอบด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. การนำเสนอเนื้อหาละครซิตคอมบ้านนี้มีรัก ควรมีการส่งเสริมเนื้อหาเกี่ยวกับความกตัญญู และเนื้อหาเกี่ยวกับการมีความสุขในชีวิตครอบครัว เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า ค่านิยมด้านกตัญญู และด้านการมีความสุขในชีวิตครอบครัวมาเป็นอันดับหนึ่งแต่ยังคงเนื้อหาของความเป็นซิตคอม และสามารถสอนค่านิยมความเป็นไทยที่ดี ให้กับเด็ก และเยาวชนไทยต่อไปในอนาคต เพื่อเป็นการพัฒนาสังคมและประเทศชาติให้ดีขึ้น

2. ในอนาคตควรมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ละครซิตคอมบ้านนี้มีรักให้มากขึ้นและมีความน่าสนใจ เนื่องจากในปัจจุบันมีการเกิดทีวีดิจิตอล ซึ่งเป็นช่องทางทางการเปิดรับข่าวสารที่หลากหลายมากขึ้น

ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยต่อไป

ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) กับผู้รับชมละครซีทีคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่จะสามารถนำมาวางแผน พัฒนาปรับปรุงการนำเสนอเนื้อหาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิ่งแก้ว ทรัพย์พระวงศ์. (2546). *จิตวิทยาทั่วไป ฉบับปรับปรุง (พิมพ์ครั้งที่ 11)*. กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- กิริติ ศรีวิเชียร. (2523). *การศึกษาเพื่อสังคมไทย [เอกสารสำเนา]*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- จรรยา ยามาลี. (2553). *ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ*. สืบค้นจาก <http://www.idis.ru.ac.th/report/index.php?topic=5884.0;wap2>.
- จิระถาวร กิตติโสภณ. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมกรรมการชมภาพยนตร์ไทยที่มีผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร (การประชุมเชิงวิชาการ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธีระภัทร์ เอกผาชัยสวัสดิ์. (2551). *ประชากรศึกษา*. สืบค้นจาก <http://computer.pcru.ac.th/emoodledata/19/>.
- นิพนธ์ เทพวัลย์. (2523). *ประชากรศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ภาพการพิมพ์.
- ฝ่ายประชาสัมพันธ์และต้อนรับ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. (2556). *การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ของนักเรียนในพื้นที่ 8 จังหวัดภาคใต้*. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พนัส หันนาคินทร์. (2520). *การสอนค่านิยม*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระมหาอดิสร ธีรสีโล. (2540). *คุณธรรมสำหรับครู*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พจนีย์ พจนะลาวัณย์. (2544). *เนื้อหาและการสะท้อนค่านิยมในนิตยสารวัยรุ่นนเรศวรกับฉัน เดอะบอยฮาร์ท*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฟ้ารุ่ง ยุติธรรม. (2554). *ค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกชมประเภทของละครไทยทางโทรทัศน์*. ม.ป.ท.: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา. (2556). *การสร้างจิตสำนึกของความเป็นไทย ค่านิยม เพื่อการต่อต้านป้องกัน การทุจริต คอร์รัปชัน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่.
- บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน). (2557). *ละครชุดคอมพิวเตอร์แอนิเมชันสร้างกระแสติดบนโลกออนไลน์*. สืบค้นจาก http://www.mcot.net/site/content?id=517cbfed150ba0245a_0002a1#.UxYGivmql7E.

- มีเดียมอนิเตอร์. (2557). มีเดียมอนิเตอร์และสคส. พบสื่อยังผลิตซ้ำความรุนแรงและอคติทางเพศ
กรณีศึกษาละครชุดคอมในฟรีทีวี ก.ย. 55. ไทยรัฐ, หน้า 1.
- รัชนิกร เศรษฐ์. (2528). *สังคมวิทยาชนบท*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ราตรี พัฒนรังสรรค์. (2544). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน*. กรุงเทพฯ: ราชภัฏจันเกษม.
- ฤกษ์ชัย คุณูปการ. (2539). *หลักการและทฤษฎีการปลูกฝังจริยธรรม*. พิษณุโลก: สถาบันราชภัฏพิบูล
สงคราม.
- วังทราย อินทวัน. (2553). *พฤติกรรมการบริโภคสื่อประเภทต่าง ๆ ของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่*.
สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิไล พิศาลชนะกุล. (2551). *พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ การรู้จัก ทักทาย ของนักเรียนสตรีระดับมัธยมศึกษา
ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อนักวิ่งเกาหลีส*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล. (2556). ปัจจัยในการทำนาค่านิยมแบบวัตถุนิยมของนักศึกษาใน
กรุงเทพมหานคร. *วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม)*, 34, 17 – 29.
- วิศรา ทองมาก. (2549). *พฤติกรรมของการชมภาพยนตร์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริพิชญ์ ฤกษ์เศรษฐ์. (2546). *ค่านิยมของวัยรุ่นไทยเกี่ยวกับความรัก คู่ครอง และการแต่งงาน*.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). *กลยุทธ์การตลาดและการบริหารการตลาด*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ บิสซิเนส เวิร์ล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, อองอาจ ปะพานิช และปริญญา ลักขิตานนท์. (2546). *การบริหาร
การตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ บิสซิเนส เวิร์ล.
- สุชา จันทร์อม. (2544). *จิตวิทยาทั่วไป* (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุชาภรณ์ ตั้งจิตสาธุกิจ. (2549). *การศึกษาปัญหาสังคมและค่านิยมของสังคมไทยในรายการโทรทัศน์
“หลุมดำ”*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทร โคมิน และสนธิ สมัการ (2522). *ระบบค่านิยมของไทย: เครื่องมือในการสำรวจวัด*. กรุงเทพฯ:
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุพัตรา สุภาพ. (2539). *สังคมวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2544). *จิตวิทยาการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. (2523). *ค่านิยมเพื่อชีวิตและสังคมไทย: สำนักงาน
คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

อมรเทพ กมลศักดิ์กำจร. (2557). พบชืทคอม-หน้า 1 นสพ. ยังผลิตซ้ำความรุนแรง-อคติทางเพศ. สืบค้น
จาก <http://www.isranews.org/component/content/article/18072-violence.html>.

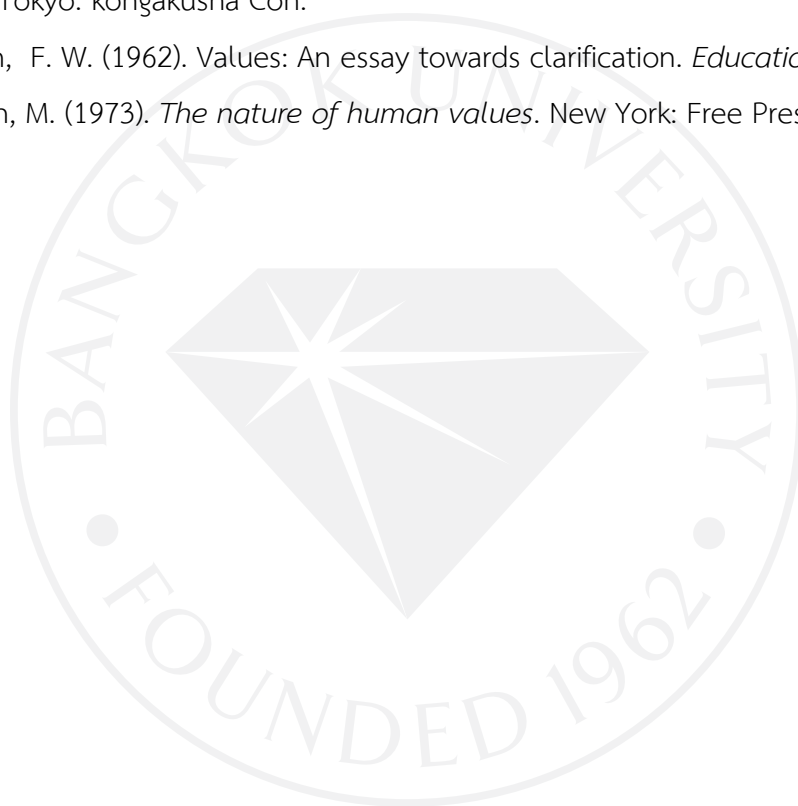
อุไร โชติกุล. (2541). อิทธิพลของครอบครัวต่อค่านิยมของเยาวชนไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
มหาวิทยาลัยมหิดล.

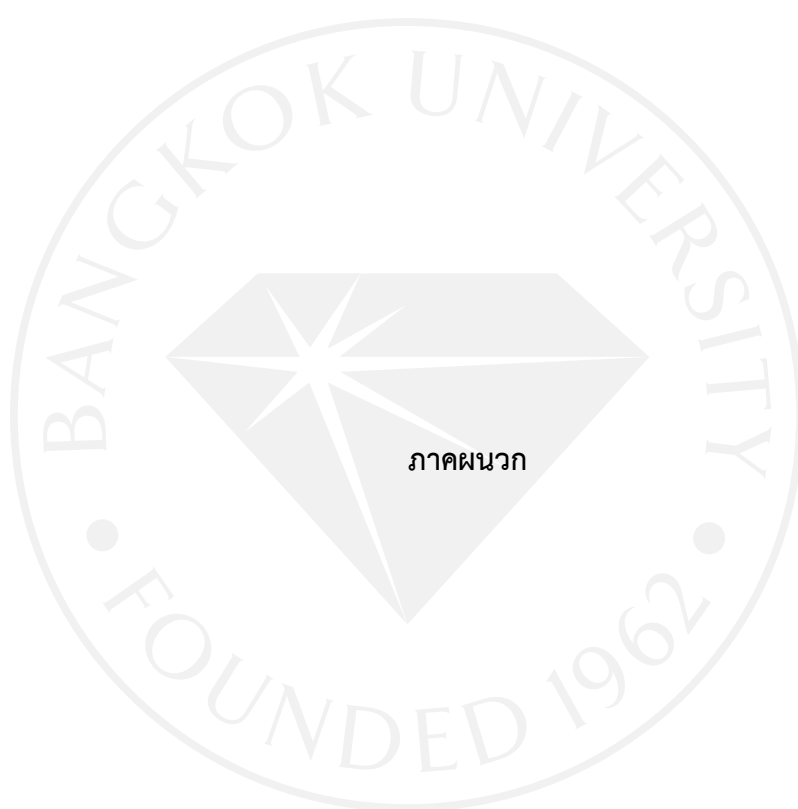
Berlo, D. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*.
New York: Holt, Rinehart & Winston.

Crutchfield, R. S. (1966). *Ketch avid and Ballanchey Edgerton L. individual in society*.
Tokyo: kongakusha Con.

Garforth, F. W. (1962). Values: An essay towards clarification. *Education Review*, 7.

Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.





เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย
สำหรับโครงการวิจัยทางสังคมศาสตร์ที่ใช้แบบสอบถามตอบด้วยตนเอง

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

เนื่องด้วย ข้าพเจ้า นายกรวิชญ์ จงอุดมทรัพย์ กำลังดำเนินการวิจัย เรื่อง “การรับรู้และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรักของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาและความสอดคล้องของค่านิยมไทยของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยนี้คือ เพื่อเป็นประโยชน์ทางการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาดังกล่าว โดยขอให้ท่านตอบตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านมีความสำคัญต่อการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บรักษาข้อมูลในการตอบแบบสอบถามของท่านไว้เป็นความลับ และผลการวิจัยจะนำเสนอในลักษณะภาพรวม ไม่ระบุชื่อ/ ข้อมูลส่วนตัวของท่าน จึงไม่เกิดผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของท่านแต่ประการใด

ขอขอบคุณอย่างสูง
 นายกรวิชญ์ จงอุดมทรัพย์

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
 - ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมละครซิตคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก
 - ส่วนที่ 3 การรับรู้ค่านิยมในละครซิตคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก และความสอดคล้องกับค่านิยมที่อยู่ในตัวผู้ชม
2. โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมข้อความลงในช่องว่างเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

- 1) ☐ ชาย 2) ☐ หญิง

2. อายุ

- 1) ☐ 18-25 ปี 2) ☐ 26-30 ปี 3) ☐ 31-35 ปี
 4) ☐ 36-40 ปี 5) ☐ มากกว่า 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

- 1) ☐ ต่ำกว่า ป.ตรี 2) ☐ ป.ตรี 3) ☐ ป.โท 4) ☐ ป.เอก

4. อาชีพ

- 1) ☐ นักเรียน/ นักศึกษา 2) ☐ ข้าราชการ 3) ☐ พนักงานวิสาหกิจ
4) ☐ พนักงานบริษัทเอกชน 5) ☐ ประกอบธุรกิจส่วนตัว 6) ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

5. รายได้ต่อเดือน

- 1) ☐ ต่ำกว่า 15,000 บาท 2) ☐ 15,000-25,000 บาท 3) ☐ 25,001-35,000 บาท
4) ☐ มากกว่า 35,001-45,000 บาท 5) ☐ มากกว่า 45,000 บาท

ตอนที่ 2 การเปิดรับชมละครซีทคอม เรื่อง บ้านนี้มีรัก

1. ท่านชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ได้อย่างไร

- 1) ☐ จากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ของรายการ 2) ☐ จากคำแนะนำของเพื่อน
3) ☐ เปิดเจอโดยบังเอิญ 4) ☐ ขึ้นชอบละครประเภทซีทคอมเลยรับชม
5) ☐ ขึ้นชอบนักแสดงเรื่องนี้เลยรับชม

2. ท่านติดตามชมละคร เรื่องบ้านนี้มีรัก นานเพียงใด?

- 1) ☐ น้อยกว่า 6 เดือน 2) ☐ 6-12 เดือน 3) ☐ มากกว่า 1 ปี

3. ท่านชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก ด้วยเหตุผลใด?

- 1) ☐ ชอบเนื้อหาในละคร 2) ☐ ชอบนักแสดง
3) ☐ ชอบละครประเภทซีทคอม 4) ☐ ช่วงเวลาสะดวกต่อการรับชม

4. ท่านมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก อย่างไร?

- 1) ☐ ตั้งใจชมตั้งแต่ต้นจนจบ 2) ☐ ชมเป็นบางตอนที่สนใจ
4) ☐ ตั้งใจชมบ้างไม่ตั้งใจชมบ้าง 4) ☐ เปิดทิ้งไว้เฉย ๆ

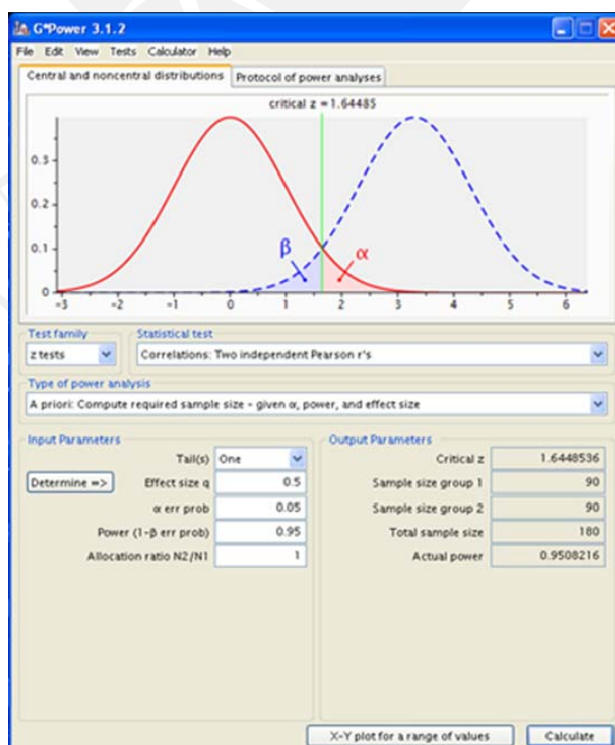
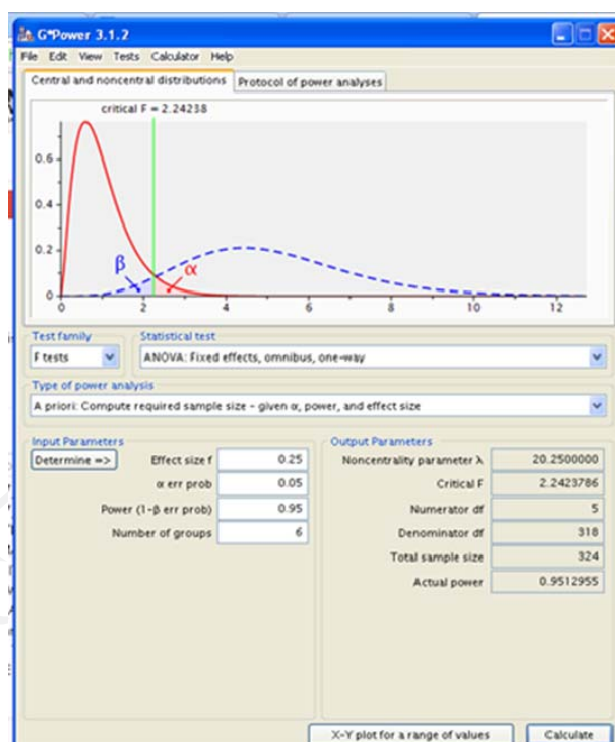
5. ในอนาคตท่านมีแนวโน้มในการรับชมละครซีทคอม เรื่องบ้านนี้มีรัก อย่างไร?

- 1) ☐ ชมมากขึ้น 2) ☐ ชมน้อยลง 3) ☐ เลิกชมไปเลย 4) ☐ ไม่แน่ใจ

ค่านิยม	ท่านคิดว่าในสังคมเรื่องบ้านนี้มีรัก สอดแทรกค่านิยมเหล่านี้มากน้อยเพียงใด					สำหรับตัวท่านเอง ท่านยึดถือค่านิยม เหล่านี้มากน้อยเพียงใด				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11. ความภาคภูมิใจในตนเอง										
12. ความมั่นคง เจริญก้าวหน้าของ ประเทศ										
13. ความมั่งมีเงินทอง และวัตถุ										
14. รักอิสระเสรี										
15. การสุขใจกับสิ่งที่ตน มีอยู่										
16. ความเสมอภาค										
17. ความสำเร็จในชีวิต										
ค่านิยมจุดหมายปลายทางของชีวิต (Terminal Values)										
18. มีความสุขในชีวิต ครอบครัว										
19. ความสุขสำราญ รื่น เริงบันเทิงใจด้วยสิ่ง บำเรอ										
20. มีโลกที่สันติสุข										

***** ขอขอบคุณในการตอบแบบสอบถาม *****

รูปภาพโปรแกรม G*Power



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล

กรวิชญ์ จงอุดมทรัพย์

อีเมล

champo_c@hotmail.com

ประวัติการศึกษา

นิเทศศาสตรบัณฑิต (การโฆษณา)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 8 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2557

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) กรวิชัย จงทองศรี อยู่บ้านเลขที่ 19/88
ซอย พระราช 2 ห้วย 51 ถนน พระราช 2 ตำบล/แขวง ท่าช้าง
อำเภอ/เขต บางเขน จังหวัด ก.ก.ช รหัสไปรษณีย์
เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 5550301050
ระดับปริญญา ☐ ดรี ☒ โท ☐ เอก
หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะ นิเทศศาสตร์
ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้เรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/
วิทยานิพนธ์หัวข้อ การรับและตามเสด็จหลวงปู่โสมนัส ตรี ชัยคุณ
เรียน แม่หลวงรักองค์แม่หลวงมหามหาเศรษฐ

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ
(ต่อไปนี้เรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มี
กำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่
ต่อสาธารณชน ให้เข้าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้
สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการ
กระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาสิทธิในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับ
บุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่นๆ
เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถทำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณา
ได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหาย
ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญานี้โดย
ละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ

(นาย กรรณิ์ จงจตุตถพิทักษ์)

ลงชื่อ.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ

(ดร.ชนันนา รอดสุทธิ)

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและศูนย์การเรียนรู้

ลงชื่อ.....พยาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ.....พยาน

(ดร.มัลลิกา ผลอนันต์)

ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร