

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์
ประเภทพูดบันเทิงแฉงสาระของประชาชน
ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

USES AND GRATIFICATION WITH INFORMATIVE – HUMOR TALK PROGRAM
OF PEOPLE IN CHIANG MAI MUNICIPALITY



นายสมภาคย์ ชูโชติ

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์
พ.ศ. 2546

ลิขสิทธิ์ของโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองปัญหาพิเศษ
โครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์)

ปริญญา

นิเทศศาสตร์

ส่งเสริมการเกษตร

สาขาวิชา

ภาควิชา

เรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ
ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

USES AND GRATIFICATION WITH INFORMATIVE – HUMOR TALK PROGRAM
OF PEOPLE IN CHIANG MAI MUNICIPALITY

นามผู้วิจัย นายสมภาคย์ ชูโชติ

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

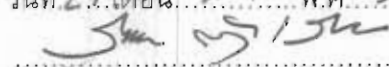
ประธานกรรมการที่ปรึกษา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นครเรศ รังควัต)

วันที่ 27 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2546

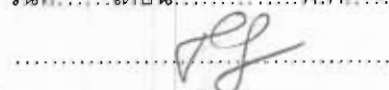
กรรมการที่ปรึกษา



(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์)

วันที่ 28 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2546

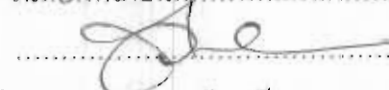
กรรมการที่ปรึกษา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณกุล)

วันที่ 27 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2546

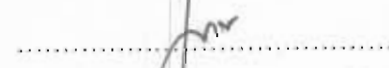
หัวหน้าภาควิชา



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

วันที่ 2 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2546

โครงการบัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว



(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

ประธานกรรมการโครงการบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 2 เดือน พ.ค. พ.ศ. 2546

บทคัดย่อ

บทคัดย่อปัญหาพิเศษ เสนอต่อโครงการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบ้านเทิงแห่งสาระ
ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

โดย

นายสมภาคย์ ชูโชติ

พฤษภาคม 2546

ประธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ณรงค์เรศ รังควัต

ภาควิชา/คณะ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร คณะธุรกิจการเกษตร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ทราบถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับชมรายการฟุตบอลบ้านเทิงแห่งสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ (2) ทราบถึงความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการฟุตบอลบ้านเทิงแห่งสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และ (3) ทราบถึงข้อเสนอแนะจากรายการฟุตบอลบ้านเทิงแห่งสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลคือ ประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 4 แขวง ที่ได้มาจากการสุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) จำนวน 271 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามเพื่อการสัมภาษณ์ การรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2545 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2546 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,681 บาท

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เคยรับชมรายการทอล์คโชว์ โดยชมจากสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ตามลำดับ ส่วนความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบ้านเทิงแห่งส่านั้น ผู้ให้ข้อมูลรับชมรายการ

สภาจึก โดยรับชมประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน และผู้ให้ข้อมูลไม่เคยรับชมรายการเทคนิแอนด์ทอล์คในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา รายการพุดบันเทิงแฝงสาระที่ผู้ให้ข้อมูลชอบอันดับที่ 1 ได้แก่ รายการสภาจึก รายการเต็มจอ รายการฮอตไลน์คลายเครียด รายการหัวร่อฮอลิเดย์ รายการคารมคมคิด รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค ส่วนนักพุดที่ผู้ให้ข้อมูลชื่นชอบ มากที่สุด ได้แก่ คุณจุฑพล ชมภูนิช

สำหรับความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของรายการพุดบันเทิงแฝงสาระ ได้แก่ ผู้พุดและผู้ดำเนินรายการ จากและการตกแต่ง มุกกล้องและเทคนิคในการตัดต่อภาพ และเทคนิคการพุด ในระดับมาก จากรายการคารมคมคิด รายการฮอตไลน์คลายเครียด รายการหัวร่อฮอลิเดย์ รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค และรายการเต็มจอ ส่วนรายการสภาจึก ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่ารายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเอง ต่อครอบครัว และประโยชน์ต่อสังคม จากรายการคารมคมคิด รายการฮอตไลน์คลายเครียด รายการหัวร่อฮอลิเดย์ รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค รายการเต็มจอ และรายการสภาจึก มีประโยชน์ในระดับมากทุกรายการ

ABSTRACT

Abstract of special problem submitted to the Graduate School Project of Maejo University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Communications

USES AND GRATIFICATION WITH INFORMATIVE – HUMOR TALK PROGRAM
OF PEOPLE IN CHIANG MAI MUNICIPALITY

By

SOMPARK CHOOCHOTE

MAY 2003

Chairman: Assistant Professor Nakarate Rungkawat
Department/Faculty: Department of Agricultural Extension, Faculty of Agricultural
Business

This study was conducted to find out (1) characteristics and informative-humor talk program-watching behavior of people in Chiang Mai municipality; (2) their gratification and uses of such programs; and (3) their recommendations to improve such programs. The respondents consisted of 271 samples, selected by multi-stage random sampling from the people residing in 4 zones of Chiang Mai municipality. The data was collected by means of interview schedules from November 2002 to February 2003 and analyzed by using the SPSS/PC⁺.

The results of the study showed that most of the respondents were females, with an average age of 33 years, had completed a secondary level of education, were engaged in private business/trading and had an average monthly income of 6,681 baht.

The majority of the respondents watched talk show programs on TV Channel 5, ITV, Channel 9 and Channel 11. As for their watching frequency, the study revealed that the respondents watched *Sapa Joke* program once a month but had never

watched *Thet and Talk* program during the past month. Their most favorite program was *Sapa Joke*, followed by *Tem Jor*, *Hot Line Klai Kriat*, *Huaroh Holiday*, *Karom Komkid* and *Thet and Talk*. The talk show moderator, Mr. Jatupon Chumponich, was the respondents' most favorite.

The respondents were found to have a high level of gratification with the speakers and moderators, stage arrangement and decoration, camera focus and editing, and speaking techniques of the programs *Karom Komkid*, *Hot Line Klai Kriat*, *Huaroh Holiday*, and *Thet and Talk* and a moderate level of gratification with *Sapa Joke*.

The respondents also indicated that the programs *Karom Komkid*, *Hot Line Klai Kriat*, *Huaroh Holiday*, *Thet and Talk*, *Tem Jor* and *Sapa Joke* highly benefited themselves, their families and the society.



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากความกรุณาของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นครเศรษฐ์ รัตต์ ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ธีรภัทร วรรณกุล กรรมการที่ปรึกษา ที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบข้อบกพร่องอย่างดียิ่ง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา-มารดา ครูบาอาจารย์ตลอดจนญาติพี่น้องที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจในการวิจัยครั้งนี้ตลอดมาจึงขอขอบพระคุณทุกท่านในโอกาสนี้ด้วย

สมภาคย์ ชูโชติ

พฤษภาคม 2546



สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อ	(2)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญเรื่อง	(7)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหาการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ	8
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	10
1. ที่มาและวิวัฒนาการรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ	10
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร	12
1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	13
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร	16
3. กระบวนการสร้างความหมาย	18
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร	21
5. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน	24
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
ภาคสรุป	27
กรอบแนวความคิดในการวิจัย	29
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	30
สถานที่ดำเนินการวิจัย	30
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	30

สารบัญเรื่อง (ต่อ)

	หน้า
เครื่องมือในการวิจัย	37
การทดสอบเครื่องมือ	40
วิธีการรวบรวมข้อมูล	40
การวิเคราะห์ข้อมูล	40
ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย	42
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	43
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแฝงสาระทางโทรทัศน์ของประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่	43
ตอนที่ 2 ความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแฝงสาระการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแฝงสาระ	53
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแฝงสาระ	76
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	90
สรุปผลการวิจัย	94
ข้อเสนอแนะ	96
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	97
บรรณานุกรม	99
ภาคผนวก	103
ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม	104
ภาคผนวก ข. ประวัติผู้วิจัย	113

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการทรมานทรมานของคนไทย	3
2	จำนวนคนชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ	4
3	ลักษณะทางประชากรศาสตร์	45
4	พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ	47
5	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ	49
6	จำนวนของผู้ให้ข้อมูลที่ชอบรายการประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระอันดับ 1-3	50
7	จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่ชอบนักฟุตบอล (เลือกได้ 3 คำตอบ)	51
8	จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการสกาจิก	56
9	จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการเต็มจอ	59
10	จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการเทนนิสแอ็นท์ทอลล์	63
11	จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการคมรมคมคิด	67
12	จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการฮอตไลน์คลายเครียด	71
13	จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการหัวร่อฮอลิเดย์	74
14	จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการสกาจิก	78
15	จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระรายการเต็มจอ	80

บทที่ 1
บทนำ
(INTRODUCTION)

ปัจจุบันนี้ประเทศไทยมีการพัฒนาในด้านต่าง ๆ หลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และวัฒนธรรมทั้งในด้านธุรกิจบันเทิงก็มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ที่นับวันจะยังมีบทบาทต่อการให้ความรู้ ข่าวสาร บริการชุมชน และการบันเทิงเป็นอย่างมาก ซึ่งนับตั้งแต่ พ.ศ. 2498 ที่ประเทศไทยได้มีการแพร่ภาพทางโทรทัศน์เป็นประเทศแรกในอาเซียนและเป็นอันดับ 3 ถัดจากประเทศญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์ กิจกรรมโทรทัศน์ไทยก็ได้ก้าวหน้าตามลำดับ ทั้งในด้านเทคนิค การผลิตรายการ บุคลากร การบริหารและการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการเมือง การศึกษา เศรษฐกิจและสังคม (ชัยยงค์ พรหมวงศ์, 2538: 131)

ทั้งนี้ในบรรดาสื่อมวลชนทั้งหลาย "โทรทัศน์" ถือได้ว่าเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในปัจจุบัน เพราะโทรทัศน์มีคุณสมบัติที่น่าสนใจ อันได้แก่ (วสันต์ อดิศักดิ์, 2533: 13)

1. โทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่รวมเอาสื่อประเภทอื่น ๆ ไว้ในตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง จึงทำให้มีประสิทธิภาพในการถ่ายทอดสารต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี
2. ภาพและเสียงที่แสดงออกมาจากโทรทัศน์ สามารถเร้าและจูงใจในการติดตามของผู้ชม
3. ความสามารถทางเทคนิคในการทำภาพพิเศษต่าง ๆ (special effects) ช่วยในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. การเสนอเนื้อหาสาระทางโทรทัศน์ กระทำได้หลายรูปแบบและเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชม
5. โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อจิตใจ ไม่ว่าจะเป็นค่านิยมทางวัฒนธรรม การเมือง เศรษฐกิจ สื่อโทรทัศน์สามารถทำให้ผู้ชมรู้สึกคล้อยตามได้
6. ผู้ชมสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นจากการออกอากาศ การส่งตามสายเคเบิล การยืมเทปโทรทัศน์มาชมเอง ทำให้ผู้ชมมีทางเลือกได้ตามความเหมาะสมของแต่ละคน

ดังจะเห็นได้ว่าโทรทัศน์ได้ทำหน้าที่หลักสำคัญต่อสังคม คือ (อรทัย ศรีสันติสุข, 2522: 116)

- 1.หน้าที่ในการเสนอข่าวสารเพื่อสนองความต้องการที่จะต้องมีผู้คอยเฝ้ายาม ดูแลความปลอดภัยโดยการรายงานถึงเหตุการณ์หรือส่งข่าวสารให้ได้รับทราบ
2. หน้าที่ในการเสนอความคิดเห็น โดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
3. หน้าที่บริการบันเทิงโดยการสนองตอบความต้องการ ความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากการทำกิจกรรม การงานต่าง ๆ ในหลายรูปแบบ
4. หน้าที่บริการการศึกษาโดยโทรทัศน์จะทำหน้าที่ในการส่งเสริมความรู้และการศึกษาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ศิลปวิทยาการต่าง ๆ ในการนำไปใช้ประกอบอาชีพและเพื่อการอยู่ดีมีสุข

จากความสำคัญของคุณสมบัติและหน้าที่ของโทรทัศน์จะเห็นได้ว่า “โทรทัศน์” นับได้ว่าเป็นสื่อสารมวลชนประเภทที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้สึนึกคิดและการศึกษา เพื่อความมีคุณภาพและความสามารถทางความคิดของประชากรในประเทศ รวมไปถึงการพัฒนา ด้านศีลธรรม วัฒนธรรม การเมือง วิชาการสาขาต่าง ๆ (ชูศักดิ์ ร่องสวัสดิ์, 2537: 2) ซึ่งจะสามารทก่อให้เกิดการพัฒนาในภาพรวมของประเทศได้ในที่สุด ดังนั้นเมื่อโทรทัศน์สามารถมีอิทธิพลต่อประชาชนได้เป็นอย่างมาก ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ จึงต้องมีความรับผิดชอบและตระหนักถึงการนำเสนอรายการให้มีความเหมาะสม และสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของประชาชนทั้งในด้านการรับรู้ข่าวสาร สาระ และความบันเทิงให้มากที่สุด

ปัญหาการวิจัย

(Research Problem)

เครื่องรับโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีราคาไม่แพงนัก ผู้คนสามารถซื้อหามาเป็นเจ้าของได้ แม้แต่ใจชนบทที่ห่างไกล ข้อมูลจากนิตยสารเทเลวิชั่น เอเชีย ระบุว่าประเทศไทยมีบ้านที่มีเครื่องรับโทรทัศน์ประมาณ 12,307,000 หลัง และผลการสำรวจของบริษัทดีมาร์ จำกัด เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมโทรทัศน์ของไทยในช่วงเวลา 5 ปี ตั้งแต่ปี 2535 พบว่าคนไทยทั่วประเทศมีแนวโน้มในการรับชมโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี จากตารางที่ 1 (วิลาวัลย์ เอื้อบุญณานนท์, 2536: 2)

ตารางที่ 1 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการหอการค้าของคนไทย

พื้นที่	ปี 2531 ร้อยละ	ปี 2532 ร้อยละ	ปี 2533 ร้อยละ	ปี 2534 ร้อยละ	ปี 2535 ร้อยละ
ทั่วประเทศ	53	59	61	68	78
กรุงเทพฯ	73	76	82	80	91
เขตตัวเมืองต่างจังหวัด	76	80	81	83	82
เขตชนบทต่างจังหวัด	47	54	56	65	68

ที่มา: สุพงษ์ ลิ้มธนากุล (2538: 122)

จากข้อมูลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า สื่อโทรทัศน์กลายเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่สำคัญที่สุดของมนุษย์ และเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลต่อชีวิตคนส่วนใหญ่ยากที่จะหลีกเลี่ยงได้ (สุพงษ์ ลิ้มธนากุล, 2538: 122) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการนำเสนอความบันเทิงในยุคที่มีการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงขึ้น รูปแบบการนำเสนอล้วนแล้วแต่เป็นการพยายามให้เข้าถึงผู้ชมให้ได้มากที่สุด แต่ละสถานีแต่ละรายการต่างก็พยายามผลิตรายการที่มีคุณภาพมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเลือกรับข่าวสาร และเลือกชมรายการได้ตามความต้องการของตนเองได้มากขึ้น การรับรู้ข่าวสาร และรับความบันเทิงจึงขยายวงกว้าง รายการที่ดีมีคุณภาพเท่านั้นที่จะยืนอยู่ได้เป็นที่ต้องการของประชาชนคนดู รายการโทรทัศน์ประเภทให้ความบันเทิงก็เป็นรายการที่ได้รับความนิยมจากคนดูเป็นอย่างมาก ดังตารางที่ 2 ในหน้าถัดไป

ตารางที่ 2 จำนวนคนชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่าง ๆ

ประเภทรายการ	จำนวน (คน)		จำนวน (ร้อยละ)		รวม จำนวน	รวม ร้อยละ
	ผู้ชม	ผู้ไม่ชม	ผู้ชม	ผู้ไม่ชม		
บันเทิง	295	105	73.8	26.0	400	100
ข่าว	248	152	62.0	38.0	400	100
กีฬา	76	324	19.0	81.0	400	100
ความรู้สารคดี	31	369	7.8	92.3	400	100
โฆษณา	19	381	4.8	95.3	400	100
อื่น ๆ	-	-	-	-	-	-

ที่มา: อรรถเสรี สายเนตร (2538: 3)

เมื่อพิจารณาจะเห็นว่ารายการบันเทิงจะได้รับความสนใจสูงถึงร้อยละ 73.8 รายการประเภทนี้ให้ความบันเทิง ซึ่งหมายถึง ละคร รายการเพลง เกมโชว์ วาไรตี้โชว์ ทอล์คโชว์ รวมถึงรายการพูดบันเทิงแฉสาระได้ทำหน้าที่ต่าง ๆ ของรายการโทรทัศน์เพื่อถ่ายทอดสารสู่สังคมในรูปแบบของรายการโทรทัศน์ที่แตกต่างจากรายการอื่น ๆ เป็นลักษณะของรายการที่แฉสาระความรู้ ข่าวสารออกมาในรูปแบบของความบันเทิง นอกจากนั้นยังมีการจัดฉากให้มีความตระการตา แสง สี การตัดต่อภาพเพื่อสร้างความตื่นเต้นเร้าอารมณ์ให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินแก่ผู้ชม (กมลกานต์ พุฒิกัลป์, 2539: 6)

อย่างไรก็ตามแม้ว่ารายการประเภทนี้ จะเป็นการนำเสนอรายการในรูปแบบของรายการบันเทิง (light entertainment) ที่ดูจะไม่มีสาระหนักแน่นจริงจัง หากทว่าอิทธิพลในแง่การหล่อหลอมความคิดของประชาชน ก็ไม่น้อยไปกว่ารายการประเภทที่เน้นสาระความรู้ต่าง ๆ (บัวพันธ์ อ่อนอัฐ, 2534: 36) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Defleur ที่กล่าวไว้ว่าความบันเทิงจากโทรทัศน์มีลักษณะของอิทธิพลทางอ้อม ในฐานะที่เป็นแหล่งความรู้ซึ่งทำหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการที่สอนให้รู้ถึงการปฏิบัติตัวในสังคมเพื่อให้สังคมได้รู้ถึงเป้าหมาย ค่านิยม บทบาท และแบบอย่างของสังคมโดยวิธีทางอ้อม ผู้ชมโทรทัศน์จึงเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ในลักษณะที่ไม่รู้ตัว (Defleur, 1966: 55) ดังนั้นในการจะผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันเทิงแฉสาระเพื่อ

เปลี่ยนเจตคติผู้ชม เพื่อความรู้ หรือเพื่อกระตุ้นให้ผู้ชมกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการวางแผนการเตรียมการนำเสนอโดยที่จะต้องให้ความสนใจและพิจารณารายละเอียดปลีกย่อยทุกแง่ทุกมุม (วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์, 2537: 262) เพื่อให้รายการประเภทนี้มีประสิทธิผลต่อกระบวนการหล่อหลอมทางความคิดของสาธารณชนให้มากที่สุด

จากการที่รายการประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระได้รับความสนใจทำให้มีผู้ผลิตรายการประเภทนี้อย่างต่อเนื่อง ดังรายการตัวอย่างต่อไปนี้

- ความคมคิด ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันเสาร์ เวลา 21.30-22.15 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาวาทศิลป์
- สอดไลน์ คลายเคลียด ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ทุกวันเสาร์ เวลา 14.00-15.00 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาเพื่อชีวิต
- หัวร่อฮอลิเดย์ ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 13.00-14.30 น. ผลิตโดย บริษัทพัฒนาเพื่อชีวิต
- เทคน์แอนด์ทอล์ค ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันจันทร์ เวลา 17.00 น.-17.30 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาเพื่อชีวิต
- เต็มจอ ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท. ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 23.45-00.45 น. ผลิตโดยบริษัทสตาร์บริดจ์
- สภาใจึก ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง ไอทีวี ทุกวันอังคาร เวลา 23.30-00.30 น. ผลิตโดย บริษัทสยามเทเลวิชั่น จำกัด

จากความหลากหลายของรายการพุดบันเทิงแฝงสาระ ทำให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ทั้งในแง่ของการได้รับความสนใจ ความนิยม และเป็นที่ชื่นชอบต่อผู้ชมมากน้อยแตกต่างกันไป ปัจจุบันหรือองค์ประกอบใดที่ส่งผลทำให้รายการพุดบันเทิงแฝงสาระได้รับความพึงพอใจ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง จังหวัดเชียงใหม่ จัดได้ว่าเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางความเจริญของภาคเหนือ และเป็นเมืองใหญ่อันดับสองรองจากกรุงเทพฯ และสามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ช่อง 3, 5, 7, 9, 11 และ ITV ได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเขตเทศบาลด้วยมีเสาอากาศรับสัญญาณส่งกำลังอยู่ภายในจังหวัด

การผลิตรายการพุดบันเทิงแฝงสาระ สิ่งสำคัญอย่างหนึ่งคือ ผลิตรายการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ชมเป็นหลัก จากผลการสำรวจของบริษัทดีมาร์ จำกัด ในการจัดอันดับเรตติ้ง เฉพาะรายการทอล์คโชว์ซี-เน-รา-มา ประจำเดือน เมษายน 2543 ระบุผู้ชมเป็นเพศหญิงมากกว่าชายและเป็นกลุ่มแม่บ้านอายุ 30 ปีขึ้นไปที่รับชมรายการคนวัยกลางคน

(30 ปีขึ้นไป) เป็นวัยแห่งความเปลี่ยนแปลงจากความเป็นหนุ่มสาวเข้าสู่วัยแรกเริ่มสูงอายุ ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งทางกาย อารมณ์ จิตใจ และสังคม ที่สำคัญยิ่ง คือ คนวัยกลางคนมักเป็นบุคคลซึ่งมีความรับผิดชอบสูงต่อความเจริญและความเสื่อมของครอบครัว สังคม ประเทศชาติ รวมถึงรับผิดชอบทางเศรษฐกิจ สังคม ทั้งในและนอกครอบครัว (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2534: 1)

ธุรกิจรายการโทรทัศน์มีลักษณะคล้ายงานผลิตแบบอุตสาหกรรมชนิดหนึ่ง โดยอาจจัดอยู่ในรูป "อุตสาหกรรมบันเทิง" ซึ่งมีเป้าประสงค์ในการผลิตเพื่อเป็น "ธุรกิจการค้า" เพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด ดังนั้นจึงก่อให้เกิดการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง หัวใจในการดำเนินธุรกิจของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์อยู่ที่ศักยภาพที่จะผลิตรายการออกมาให้ตรงตามความต้องการของตลาดเพียงใด นั่นคือ รายการที่ผลิตออกมาต้องตอบสนองรสนิยมในการบริโภคของผู้ชมเป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะรายการโทรทัศน์ที่อยู่ในความนิยมของผู้ชมย่อมได้รับการตอบสนองจากผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsors) และนำมาซึ่งรายได้จากค่าโฆษณาแก่บริษัทผู้ผลิตรายการ นั่นคือ ความเจริญเติบโตและความอยู่รอดของบริษัทผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ (ทิปวิท พงศ์ไพบุลย์, 2539: 43) ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตของเทศบาลนครเชียงใหม่ ด้านความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ จากรายการโทรทัศน์ ประเภทฟุตบอลบันเทิงผังสวระ ดังนี้

1. ผู้ชมรายการฟุตบอลบันเทิงผังสวระ มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ อย่างไร
2. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ มีพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบันเทิงผังสวระอย่างไร
3. ผู้ชมรายการโทรทัศน์ มีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบันเทิงผังสวระอย่างไร และจะมีแนวทางในการปรับปรุงรายการอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

(Objective of the Study)

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบันเทิงผังสวระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษา

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับชมรายการฟุตบอลบันเทิงผังสวระทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

2. ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการพุดบันเทิงแฝงสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
3. ข้อเสนอแนะจากรายการพุดบันเทิงแฝงสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

(Expected Results)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ จะนำไปวางแผนผลิตรายการให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป
2. ผู้สอนและนักศึกษาสาขาสื่อสารมวลชนสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการเรียนการสอนในเนื้อหาเกี่ยวกับการผลิต และการนำเสนอรายการโทรทัศน์ได้ในอนาคต
3. ประชาชนจะได้รับชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระที่ตรงกับความต้องการและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้
4. นักพุดสามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อวางแผนการพุด

ขอบเขตของการวิจัย

(Scope of the Study)

1. การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการพุดบันเทิงแฝงสาระเฉพาะเรื่อง

- 1.1 สถานที่โทรทัศน์ที่รับชม
- 1.2 ระยะเวลาในการรับชม
- 1.3 ความถี่ในการรับชม
- 1.4 รายการพุดบันเทิงแฝงสาระที่ชอบรับชม
- 1.5 นักพุดที่ชอบ

ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่เท่านั้น

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความพึงพอใจ ตัวองค์ประกอบของรายการพุดบันเทิงแฝงสาระเฉพาะเรื่อง

2.1 การคัดเลือกผู้แสดง

2.2 ฉากและการแต่งกาย

2.3 การแสดง

2.4 ภาษา

ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่เท่านั้น

3. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ต่อรายการพุดบันเทิงแฝงสาระเท่านั้น เฉพาะเรื่อง

3.1 เพื่อรับรู้เหตุการณ์

3.2 เพื่อรับคำแนะนำ

3.3 เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา

3.4 เพื่อความตื่นเต้น

3.5 เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น

3.6 เพื่อความบันเทิง

4. การวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเฉพาะในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2545 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2546 เท่านั้น

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

(Operational Definition of Terms)

รายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ หมายถึง รูปแบบรายการโทรทัศน์ที่ให้นักพูดหรือนักแสดงมาพูดในลักษณะของการสร้างให้เกิดความบันเทิงเป็นหลักหรือเป็นแกนนำของรายการ ซึ่งมีทั้งการพูดเดี่ยว หรือพูดเป็นกลุ่ม โดยที่เนื้อหาของการพูดจะเน้นความบันเทิง เบ็ดเตล็ดและสอดแทรกสาระ ข่าวสาร ข้อคิดต่าง ๆ เกี่ยวกับสังคมลงไปด้วย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคล เช่น ความชอบไม่ชอบ เพราะอะไร เกิดจากประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ ดังนี้

1. การคัดเลือกผู้พูด และผู้ดำเนินรายการ

- ความมีชื่อเสียง

- ปฏิภาณไหวพริบ

- บุคลิกภาพภายนอกที่เหมาะสม
- 2. ฉาก และการตกแต่ง
 - ออกแบบเลียนแบบธรรมชาติ
 - ใช้สถานที่จริง
 - ประติมากรรมตกแต่งร่วมสมัย
 - ประติมากรรมตกแต่งล้ำยุค
- 3. มุมกล้อง และเทคนิคการตัดต่อภาพ
 - ความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ
 - การใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ
 - มุมกล้องที่แตกต่างกัน
- 4. เทคนิคการพูด
 - สีสัน
 - ท่าทาง
 - น้ำเสียง
 - จังหวะการพูด
 - การเรียงลำดับความหมาย
 - การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย, ถูกต้อง

การใช้ประโยชน์ หมายถึง การเลือกสรรสารเพื่อประโยชน์ดังนี้

1. เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์
2. เพื่อใช้ในการตัดสินใจในกิจกรรมดำเนินชีวิต
3. เพื่อนำไปใช้สนทนา
4. เพื่อความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น
6. เพื่อความบันเทิง

ผู้รับชม หมายถึง บุคคลผู้รับชมรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันทึกแผ่นสไลด์ทั้งชายและหญิงที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

(REVIEW OF RELATED LITERATURE)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารเพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดในกรอบแนวคิดของการวิจัย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ที่มาและวิวัฒนาการรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร ประกอบด้วย
 - ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
 - แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร
3. กระบวนการสร้างความหมาย
4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร
5. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ที่มาและวิวัฒนาการรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ

ในสมัยยุคทองของกรีกอันถือเป็นจุดเริ่มต้นของอารยธรรมยุโรปอันลือชื่อ ได้ปรากฏนามของนักพูด นักคิด นักปรัชญา คนสำคัญ 3 ท่านคือ พลาโต ไสเครติส และอริสโตเติล ในการประกาศเผยแพร่วิชาความรู้ใหม่ให้กับคนทั่วไปในสมัยนั้น มีการซักถาม ได้เถียง ไล่เรียงกันถึงวิทยาการใหม่ ๆ และท่านทั้งสามก็ต้องใช้วาทศิลป์อันเฉียบคมในการแก้ปัญหาและข้อปมต่าง ๆ อันถือเป็นแนวทางการซักถามแบบได้วาทะ และมีหลักฐานปรากฏว่า อริสโตเติล หนึ่งในนักคิด นักปรัชญาคนสำคัญ ถึงกับตั้งความหมายของคำว่า “วาทศิลป์” (rhetoric) ขึ้น ว่าเป็นศิลปะในการใช้ถ้อยคำได้อย่างมีประสิทธิภาพ (the art of using words effectively) โดยมีจุดมุ่งหมายอยู่ที่การพูดจูงใจกลุ่มชนในสมัยนั้น และนอกจากนั้นก็ยังมีหลักฐานแสดงให้เห็นอีกว่า ณ อาณาจักรโรมันอันรุ่งเรือง ซีเซโร นักปราชญ์ นักการเมือง นักกวีผู้มีวาทศิลป์เยี่ยมยอดก็ได้ใช้คำพูดอันวิเศษสุดของตนนำพาตัวเองสู่ตำแหน่งทางการเมืองได้อย่างที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน ในขณะที่เมืองเอเธนส์ก็เป็นทีี่โงะจั่นกันมากมายถึงชายที่ชื่อว่า เดมอสธีนิส บุรุษผู้ยอมอมกรวดเพื่อฝึกเสียงให้ทุ่มนุ่มนวล และโกลิเธระออกครั้งหนึ่งเป็นการบังคับตัวเองไม่ให้ออกจากบ้านจนกว่าจะฝึกเสียงได้ดี และหาวิธีพูดได้อย่างเยี่ยมยอด นับเป็นเวลากว่าสองพันปีที่ทั้ง 5 ท่านนี้ ต่างก็ได้รับการ

ยกย่องว่าเป็นบุคคลผู้มีคุณูปการต่อการพูดในสมัยแรกเริ่มแตกต่างกันไปตามแต่ว่าใครคือบิดาของยุคสมัยไหน เมื่อสิ้นยุคของบุรุษเรื่องนามทั้ง 5 ท่าน วิธีการและศิลปะในการพูดก็ได้ถูกถ่ายทอดต่อในโรงเรียนสอนศาสนา ดังปรากฏในยุคมืด (dark age) ราว ค.ศ. 500 ถึง ค.ศ. 1300 คริสตศาสนาได้ถูกเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างไกล และมีการตอบข้อข้องใจของคนพื้นเมืองในเรื่องต่าง ๆ ที่อยู่นอกเหนืออำนาจของมนุษย์เช่นเดียวกับที่เกิดในสมัยกรีกโบราณยิ่งเมื่อมีการก่อตั้งมหาวิทยาลัยในสมัยต่อมา วิชาการพูดก็ยังได้รับความนิยมแพร่หลายและแตกแขนงออกไปมีรูปแบบต่าง ๆ มากมาย เช่น มีหลักสูตรการเล่าเรื่องประทับใจ เทคนิคการแนะนำตัว การได้วาที่ การพูดโดยไม่เตรียมตัว การกล่าวสุนทรพจน์ การพูดในสังคม และการอภิปรายแบบต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้คือการวิวัฒนาการทางการพูดของซีกโลกตะวันตก ซึ่งควรจะหยิบมากล่าวไว้ เพื่อเป็นแนวทางต่อไปในการศึกษาถึงที่มาของการพูดทางโลกตะวันออกบ้าง

1. ย้อนเวลาสู่พุทธกาล

ในขณะที่โลกตะวันตกมีวิวัฒนาการการพูดอย่างต่อเนื่องยาวนาน ย้อนไปสมัยพุทธกาลสุดยอดแห่งนักพูด นักได้วาที่ แห่งโลกตะวันออกท่านหนึ่งก็คือ พระพุทธเจ้า องค์ศาสดาผู้ใช้วาจาเผยแผ่พุทธศาสนาด้วยวิถีมรรคาที่ไม่เหมือนใคร มีนามศัพท์อันหนึ่งเรียกพระพุทธรองค์ว่า "วิภวาทิสัมพุทโธ" แปลว่า ผู้ที่จำแนกถ้อยคำให้ถูกส่วนและถูกระเบียบ ซึ่งหมายความว่าท่านได้ดูคน ดูประชาชน ดูกาลเทศะ ดูกิจจาลักษณะ ในการที่จะพูดเทศนาสั่งสอน หรือให้พรผู้ใด นอกจากนี้ในตำนานพุทธศาสนาก็ยังปรากฏว่า มีการได้วาที่ครั้งสำคัญที่สุดอยู่ครั้งหนึ่ง อาจถือว่าเป็นการได้วาที่กันแบบมาราธอน กินระยะเวลาแรมเดือน ระหว่างพระยามิลินทร์ ผู้ที่ต้องการหักล้างความจริงในพระพุทธศาสนากับพระนาคเสน ที่ต้องการปกป้องความจริงอันประเสริฐ ซึ่งเรื่องราวอันสังเขปข้างต้น อาจถือว่าเป็นป่อเกิดแห่งการพูดทอล์คโชว์ ได้วาที่ยุคดึกดำบรรพ์ ซึ่งผู้ที่จะมาศึกษาต่อไปนั้นสมควรจะได้รับทราบไว้เพื่อเป็นแนวทางในการค้นคว้าภายหลัง

2. เปิดตำนานการพูดไทย

คนไทยนับว่าเป็นชาติที่ให้ความสำคัญกับการพูดแทบจะทุกยุคทุกสมัย ดังมีปรากฏไว้ชัดเจนในหนังสือหลักวาทการของ จัตวรุณ ดันนะรัตน์ (อ้างใน สนธิ์ สิทธิรักษ์, 2535: 79) ว่าครั้งหนึ่งประเทศไทยโดย กรมศิลปากร ได้จัดให้มีการปะทะฝีมือปะระดับชาติขึ้น เรียกว่า การได้วาที่ ใช้เวลาแข่งยาวนานถึง 2 ปี เป็นที่กล่าวขานกันมากในสมัยนั้นต่อมาเมื่อมีการก่อตั้งมหาวิทยาลัยขึ้นในเมืองไทยคือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ก็ยังได้จัดให้มีชุมนุมและชมรมที่เกี่ยวกับการพูดขึ้น อันแสดงให้เห็นว่าการพูดมีความสำคัญต่อทุกวงการ

แม้แต่ในพุทธศาสนาก็ปรากฏว่ามีการเทศน์ 2 ธรรมาสน์ เรียกว่า สกวาที-ปรวาที แปลว่า ความเห็นสองอย่างที่ขัดกัน ซึ่งอาจารย์คึกฤทธิ์ ปราโมช ได้กล่าวว่า การเทศน์ในแนวนั้นคือ ต้นแบบที่แท้จริงของการได้วาทีที่ถูกต้องหลักการ เหตุเพราะมีการซัก ค้าน และได้ตอบกันในหลักการและเหตุผล ซึ่งการได้ของคนสมัยก่อนก็เป็นไปในแนวทางเดียวกันนี้

คึกฤทธิ์ ปราโมช (อ้างใน สนิท สนิธิรักษ์, 2535: 82) ได้กล่าวไว้ว่า การได้วาทีความหมายนั้นผิดไปตั้งแต่การใช้คำว่า "ได้วาที" เพราะพอเริ่มใช้คำนี้ ประเด็นจะมุ่งที่การตีฝีปากและเล่นคารมกันเท่านั้น ส่วนหลักการและเหตุผลกลายเป็นเรื่องที่เรียกว่า บันเทิงสาระเข้ามาแทนที่ซึ่งในส่วนนี้ เราอาจวิเคราะห์ได้ว่า ความแตกต่างของยุคสมัยทำให้แนวทางการพูดไม่เหมือนเดิมจากบทความ ธรรมศาสตร์สมัยสยาม สมเด็จพระเจ้าบรมวงศ์เธอ เจ้าฟ้ากรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ ปรากฏเรื่องราวที่โยงใยและแสดงให้เห็นว่า การปาฐกถาและได้วาทีที่มีการแบ่งยุคสมัยคล้ายกับวรรณกรรมคือ มีช่วงไฟการเมือง ซึ่งเป็นช่วงของการมีสิทธิเสรีภาพเต็มที่ของการพูด เพราะบ้านเมืองราบรื่นเป็นประชาธิปไตย ช่วงเพื่อการรักมักจะเป็นช่วงที่ประเทศไทยมีการปฏิวัติรัฐประหาร ไม่ค่อยจะปรากฏการวิพากษ์วิจารณ์แสดงความคิดเห็นมากเท่าไร การจัดได้วาทีในมหาวิทยาลัยก็เป็นไปในเรื่องของความสนุกสนานและความรัก ช่วงซัดธงรบ จะอยู่ในช่วงเหตุการณ์ที่นักศึกษาประชาชนมีความตื่นตัวทางการเมืองสูง และเริ่มต่อสู้ในการทวงสิทธิในการแสดงความคิดเห็นกลับคืน ช่วงนี้บทบาทของการพูดไม่ว่าจะเป็น การอภิปราย การไฮปาร์ค หรือการได้วาที แล้วยาที่จะมีการเข้มข้นโดดเด่นมาก และช่วงยังไม่พบเส้นทาง ซึ่งก็คือยุคแห่งความอ้างว้างในปัจจุบันเป็นยุคที่คนพยายามสร้างสรรค์การพูด เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมกับยุคสมัยวิวัฒนาการการพูดแนวต่าง ๆ นั้น ปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไปในระยะเวลาหนึ่งตราบจนเมื่อโลกเรากลายเป็นสังคมข่าวสารและการพัฒนาทางเทคโนโลยีมากขึ้น เมืองไทยเริ่มรับรูปแบบรายการจากต่างประเทศและทีวีไทยเริ่มคิดที่จะเสนออะไรใหม่ ๆ ให้กับสังคมความต้องการที่จะทำรายการทอล์คโชว์ ได้วาทีทางโทรทัศน์จึงมีขึ้นโดยกลุ่มบุคคลที่มีประสบการณ์ด้านการพูด (บัวพันธ์ อ่อนอัฐ, 2534: 4-6)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้รับสาร

จากการวิจัยการสื่อสารมวลชนในระยะแรก ผู้วิจัยได้ศึกษาผู้รับสารในฐานะที่เป็นฝ่ายถูกป้อนข่าวสารฝ่ายเดียว แต่ในปัจจุบันพบว่า ผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกกระทำ (passive) หรือถูกป้อนฝ่ายเดียว แต่ผู้รับสารสามารถมีบทบาทของผู้กระทำ (active role) หรือมีบทบาทในลักษณะการเลือกสรรและเปิดรับข่าวสารที่อยู่รอบ ๆ ตัวในชีวิตประจำวัน (พีระ จิรโสภณ, 2531: 634) มีทฤษฎีที่ศึกษาคือ

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร

1. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (uses and gratification)

การศึกษาตามแนวคิดนี้เป็นการศึกษาที่เน้นผู้รับสารเป็นหลัก (media consumer) การศึกษาว่าผู้รับสารนั้นมีกระบวนการอย่างไรในการเลือกเปิดสื่อหนึ่ง ๆ กระบวนการดังกล่าวหมายถึง พฤติกรรมการสื่อสาร (communication behavior) ที่ครอบคลุมถึงภูมิหลังของผู้รับสาร โดยเฉพาะประสบการณ์โดยตรงของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ ด้วยเหตุนี้จึงพบว่า การใช้และความพึงพอใจในการสื่อสารประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 3 ขั้นตอน คือ (สุรพงษ์ ไสริยะเสถียร, 2533: 114)

1. ผู้รับสาร ในฐานะเป็นผู้ที่มีบทบาทรุก (active) และมีวัตถุประสงค์เสมอในการสื่อสาร (goal directed)

2. การใช้หรือการเปิดรับสื่ออื่น ๆ ที่ได้เลือกสรรแล้ว เพื่อสนองต่อความต้องการของตนตามข้อ 1 มิใช่เป็นการเปิดรับสารที่เลื่อนลอยหรือเป็นผลข้างเคียงจากผู้ส่งสารแต่อย่างใด

3. ความพอใจในสื่อ เกิดขึ้นเมื่อการเปิดรับสื่อหรือการใช้สื่อที่เลือกแล้วนั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นในทางกลับกัน ผู้ส่งสารต่างหากจำเป็นต้องแข่งขันกันเพื่อการบริหารให้ผู้รับสารพึงพอใจ มิใช่เกิดจากตัวผู้ส่งสารเองนั้นพอใจอย่างการสื่อสารก่อนหน้านี้

แคทซ์ และคณะ (อ้างในพีระ จิรโสภณ, 2531: 635) ได้ให้คำอธิบายเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการสื่อสารของผู้รับสารไว้ดังนี้

1. สภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิด
2. ความต้องการจำเป็นของบุคคลและเกิดมี
3. ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่
4. การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผลคือ
5. การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการและ
6. ผลอื่น ๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

องค์ประกอบต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดในเรื่องการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชนตามที่กล่าวมาอาจแสดงให้เห็นในรูปจำลองได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองที่ 1 การใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจ

จากแนวความคิดดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การที่คนจะเลือกสื่อต่าง ๆ รวมทั้งสื่อโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับเหตุผล 6 ประการ คือ

1. เพื่อความต้องการรู้เหตุการณ์ (surveillance) โดยติดตามความเคลื่อนไหวและสังเกตการณ์รอบตัวที่จะได้รู้ว่าอะไรกำลังเกิดขึ้นเพื่อให้ทันเหตุการณ์ ทันสมัย และเรียนรู้ว่าอะไรเป็นสิ่งสำคัญที่ควรเรียนรู้
2. เพื่อต้องการคำแนะนำ (guidance) ในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องและช่วยในการตัดสินใจในแต่ละวัน เพื่อความอยู่รอดในระบบสังคม และการเมืองที่เป็นอยู่
3. เพื่อนำไปใช้ในการสนทนา (anticipated communication)
4. เพื่อความตื่นเต้น (excitement) เพื่อสร้างความรู้สึกว่าได้ร่วมอยู่ในเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นด้วย
5. เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น (reinforcement) ช่วยเสริมความคิดเห็นให้มั่นคงยิ่งขึ้น หรือช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่กระทำลงไปแล้ว
6. เพื่อความบันเทิง (entertainment) เพื่อความเพลิดเพลินรวมทั้งการผ่อนคลายอารมณ์ (emotional release)

เหตุผลของการเลือกชมจึงขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจที่มาจากปัจจัยทางกายภาพและปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้ใช้สื่อที่มีต่อข่าวสารต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดผ่านมาทางสื่อมวลชนต่าง ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลต่างก็มีความต้องการในการใช้ข่าวสาร เพื่อตอบสนองความพึงพอใจด้วยเหตุผลที่แตกต่างกันออกไป

การเปลี่ยนแปลงโดยการหันมาให้ความสนใจแก่ผู้รับสารจึงนับเป็นผลเนื่องมาจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อ ซึ่งมีความสำคัญต่อการวางแผนการสื่อสารข้อสรุปขั้นพื้นฐานในรูปแบบทฤษฎีนี้คือ กลุ่มผู้รับสารจะเป็นผู้กระทำการแสวงหาข่าวสารที่

จะสนองตอบความพึงพอใจของตนระดับของความพอใจที่ได้รับจะขึ้นอยู่กับความต้องการและความสนใจของแต่ละบุคคล ยิ่งถ้าแต่ละบุคคลได้รับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริงเท่าไร โอกาสที่เขาจะเลือกรับข่าวสารนั้นจะยิ่งมากขึ้นเท่านั้น

และจากแบบจำลองที่ 1 ที่ แคทซ์และคณะ (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2528:35) ได้พยายามสร้างขึ้นนี้อาจอธิบายได้ว่า สภาวะทางสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันทำให้มนุษย์มีความแตกต่างกันออกไป ความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่าสื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจที่แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันไปขั้นสุดท้าย คือ ความพอใจที่ได้รับจากสื่อจะต่างกันออกไป แบบจำลองดังกล่าวอาจเขียนเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แบบจำลองที่ 2 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

ความต้องการนับเป็นปัจจัยเริ่มต้นในการศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ การสร้างแบบจำลองนี้มีจุดพิจารณาเริ่มต้นจากความต้องการพื้นฐาน (basic needs) Windahl (อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2528: 24) ซึ่งเป็นผู้หนึ่งในการพัฒนาทฤษฎีความต้องการที่อ้างถึง (relevant needs) ในระดับอื่น ๆ ได้นำความสนใจศึกษาในขอบข่ายเนื้อหาเพิ่มเติมความต้องการที่กล่าวถึงนี้รวมถึงความต้องการเรียนรู้ (orientation) ความต้องการความมั่นคง (security) ความต้องการ ปฏิสัมพันธ์ (interaction) และความต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด (tension release)

ส่วนแรงจูงใจนั้นบุคคลจะได้รับจากความต้องการ และนำไปสู่ทิศทางแห่งพฤติกรรมแรงจูงใจในการใช้สื่อที่แตกต่างกัน ได้มีผลงานวิจัยหลายชิ้นที่กล่าวอ้าง หนึ่งในจำนวนนั้นคือ ผลงานของ Mcquail (อ้างใน ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2528: 25) ที่เป็นที่ยอมรับหลายได้จำแนกองค์ประกอบของแรงจูงใจที่สืบเนื่องมาจากความต้องการในแง่ต่าง ๆ คือ

1. การแสวงหาเครื่องมือหรือความต้องการได้รับการได้รับทราบเกี่ยวกับสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ ที่ต่างกัน

2. การได้รับรู้เกี่ยวกับตนเอง และรูปแบบแห่งพฤติกรรม ซึ่งเสริมคุณค่าให้แก่บุคคล

3. ความต้องการรวมตัวและมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม คือ การค้นหาสภาวะทั่วไป ตลอดจนถึงแนววิถีทางด้านมนุษยสัมพันธ์ ตลอดจนสร้างพื้นฐานทางปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

4. ความต้องการความบันเทิง คือ ความต้องการพักผ่อน หลีกหนีปัญหาในการใช้ชีวิตประจำวัน และความเป็นอิสระ ตลอดจนสนองตอบความต้องการทางเพศ

การรับรู้ว่าจะอะไรคือ ผลจากการบริโภคเนื้อหาข่าวสารจะนำไปสู่การได้รับความพึงพอใจของบุคคล ความพึงพอใจจึงเป็นผลลัพธ์ตามความคาดหวังที่จะสนองความต้องการในขณะนั้น หรือในเวลาต่อ ๆ มานั้นเอง

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกและเปิดรับสาร

นักทฤษฎีและนักวิจัยทางการสื่อสารได้อธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่า มีความแตกต่างกันทางสภาพส่วนบุคคลหรือสภาพจิตวิทยา สภาพภายในจิตใจของบุคคลที่แตกต่างกันทำให้กระบวนการเรียนรู้ของมนุษย์แตกต่างกันออกไป ส่งผลต่อทัศนคติหรือการกระทำแต่ละบุคคลไม่เหมือนกัน โดยมีรากฐานความเชื่อที่ว่า บุคลิกภาพของบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกและเปิดรับสาร โดยมีกระบวนการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามกระบวนการเลือกสารของผู้รับสาร ที่ประกอบด้วยขั้นตอนที่สำคัญ 4 ขั้นตอน คือ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533: 53-54)

1. การเลือกเปิดรับสาร (selective exposure)

เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมที่จะเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกเปิดรับสารประเภทไหน จากสื่ออะไร และเวลาใด ผู้รับสารจะเลือกสนใจ หรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใดที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ผู้รับสารมักจะเลือกรับข่าวสารที่สนับสนุนสอดคล้องแนวความคิดเดิมของตนเสมอ (อ้างใน พีระ จิระโสภณ, 2531: 637)

2. การเลือกสารที่สนใจ (selective attention)

เป็นขั้นตอนที่ถัดจากขั้นตอนแรกที่กระบวนการภายในบุคคล (จิตวิทยา) เลือกสารสนเทศที่สอดคล้องกับตน (supportive information) ท่ามกลางความหลากหลายของสารสนเทศที่เข้ามาสู่ผู้รับสารหลังจากการเปิดรับสาร

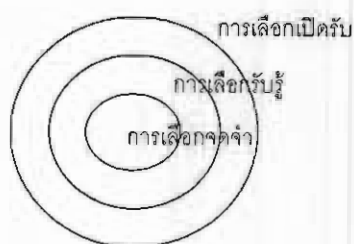
3. การเลือกรับรู้ (selective perception)

มนุษย์มีแนวโน้มที่จะรับรู้สารสนเทศที่ตนเห็นว่าน่าสนใจ โดยการแปรสภาพสารสนเทศที่สนใจไปเป็นความรู้พื้นฐาน (cognition) หรือผู้รับสารจะเลือกตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามประสบการณ์ตามความต้องการ เป็นต้น

4. การเลือกจดจำ (selective retention) เป็นความรู้พื้นฐานหรือความรู้เบื้องต้นมิใช่เป็นความรู้ที่ถาวร มนุษย์อาจจัดความรู้ที่ได้นั้นออกไปได้ หรือยอมรับความรู้พื้นฐานแต่เพียงขีมีกลาง หากความรู้พื้นฐานนั้นยังคงสอดคล้องไม่ขัดแย้งกับทัศนคติของบุคคล ความรู้พื้นฐานนั้นก็จะพัฒนาต่อไปเป็นการยอมรับที่ถาวรพร้อมที่จะจดจำต่อไป

การเลือกจดจำเป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสาร เฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเองและมักจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วยได้ง่ายกว่า

กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (filters) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์เรา ซึ่งประกอบด้วยการกลั่นกรอง 3 ชั้น ดังนี้ (พีระ จิรโสภณ, 2531: 637)



ภาพที่ 3 แบบจำลองที่ 3 กระบวนการเลือกและเปิดรับข่าวสาร

อย่างไรก็ตามทุกคนมีธรรมชาติที่จะเปิดรับข่าวสารตลอดเวลาเพียงแต่จะเปิดรับสื่อใด อย่างไหนก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่อไปนี้จะเป็นตัวกำหนด (ขวัญเรือน กิติวิวัฒน์, 2531: 23-26)

1. ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาส่วนบุคคล มีแนวคิดที่พวกเราแต่ละคนมีความแตกต่างเฉพาะตัวบุคคลอย่างมาก ในด้านโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคล ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากลักษณะการอบรมเลี้ยงดูที่แตกต่างกัน การดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งส่งผลกระทบถึงระดับสติปัญญา ความคิด ทัศนคติ ตลอดจนกระบวนการของการรับรู้ การเรียนรู้ การสนใจ

2. ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทาง เนื่องจากคนเรามักจะยึดติดกับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่เป็นกลุ่มอ้างอิง (reference group) ในการตัดสินใจที่จะแสดงออกซึ่งพฤติกรรมใด ๆ ก็ตาม นั่นคือมักจะคล้อยตามกลุ่มในแง่ความคิด ทศนคติ และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนอกระบบสื่อสาร เชื่อว่าลักษณะต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ ทำให้เกิดความคล้ายคลึงของการเปิดรับเนื้อหาของการสื่อสาร รวมถึงการตอบสนองต่อเนื้อหาดังกล่าวไม่แตกต่างกันด้วย

การแสวงหาข่าวสาร การศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ได้เน้นในเรื่องของพฤติกรรมในการเปิดรับสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

ชาร์ลส์ แอตคิน (Charles Atkin, 1973) (อ้างใน พีระ จิโรโสณ, 2531: 639) ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (information) และความบันเทิง (entertainment)

กล่าวโดยสรุป การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิดและความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาได้

3. กระบวนการสร้างความหมาย

ผลงานของสื่อมวลชนถือได้ว่าเป็นงานที่เต็มไปด้วยสัญลักษณ์จำนวนมาก หรือจะกล่าวว่าเป็นงานที่นำเอาสัญลักษณ์ต่าง ๆ มาร้อยเรียงเข้าด้วยกันเพื่อสื่อความหมายก็ได้ ดังนั้นถ้าต้องการรับรู้ซึ่งความหมายที่แท้จริงที่ตรงกับจุดประสงค์ในการนำเสนอของผู้ผลิตสื่อนั้น จำเป็นต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสื่อความหมายของสารนั้น ๆ

แนวทางสัญวิทยาจึงถูกนำมาใช้ในการตีความวิเคราะห์ความหมายในงาน ของสื่อมวลชนว่าสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ถูกเลือกสรรมาใช้ในสื่อเช่น ภาษา ลักษณะการพูด น้ำเสียงต่าง ๆ การแสดงออก ฉาก การแต่งกาย เป็นต้น ว่าสิ่งเหล่านั้นสื่อความหมายถึงอะไร ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าในการเล่นองานของสื่อมวลชนต้องตกอยู่ภายใต้โครงสร้างอันจำกัดที่ประกอบไปด้วยแรงกดดันจากภาวะการณ์ทางการเมืองในแต่ละยุคสมัย เนื่องจากการผลิตรายการโทรทัศน์ต้องพิจารณาตามบริบทในสังคม ดังนั้นการคัดเลือกแต่ละประเด็นที่จะนำเสนอในรายการแต่ละครั้งนั้น

ทางผู้ผลิตรายการจึงต้องเลือกเหตุการณ์มาเป็นตัวแทนของแต่ละช่วงเวลา และสร้างความหมายตัวแทนทางสัญลักษณ์ขึ้นมาเพื่อช่วยในการสื่อสารใช้แทนความหมายที่ต้องการนำเสนอที่แท้จริง (กมลการณ์ พุฒิกัลป์, 2539: 28)

องค์ประกอบสำคัญขั้นพื้นฐานของระบบสัญลักษณ์ ได้แก่

1) สัญลักษณ์ (sign)

สัญลักษณ์คือ สิ่งที่บุคคลสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 โดยถือเป็นตัวแทนของสิ่งอื่นๆ (Fiske, 1987: 41-46) เฟอริดินาน เดอ ซอสซูร์ นักภาษาศาสตร์ชาวสวิสซึ่งเป็นบิดาของศาสตร์นี้ได้ให้แนวคิดว่าสัญลักษณ์ (sign) เป็นการรวมกันระหว่างคอนเซ็ปต์กับ sound-image ซึ่งเป็นการรวมกันที่ไม่สามารถแยกออกได้ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 2 อย่างคือ

- ตัวหมาย (signifier) หมายถึง ภาพวัตถุหรือเสียง เป็นส่วนหนึ่งของสัญลักษณ์ที่มีรูปแบบทางวัตถุที่บ่งบอกถึงความหมาย (sound-image)

- ตัวหมายถึง (signified) หมายถึง มโนทัศน์หรือความรู้สึกนึกคิด อันเป็นผลที่เกิดสืบเนื่องมาจากการรับรู้เกี่ยวกับตัวหมายนั้น

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงนั้นเป็นสิ่งที่ไม่มีการกำหนดไว้ (arbitrary) ความหมายของตัวหมายต้องเรียนรู้ด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ซึ่งบอกนัยว่าจะต้องมีการรวมกันเป็นโครงสร้างหรือรหัส (code) ที่เราใช้ช่วยในการตีความ สัญลักษณ์นอกจากนี้ซอสซูร์ได้เสนอความเห็นว่ concept จะมีความหมายได้เพราะความสัมพันธ์และความสัมพันธ์พื้นฐานคือ ความสัมพันธ์ในลักษณะตรงข้ามกัน เช่น คำว่า "รวย" ไม่มีความหมายอะไรถ้าไม่มีคำว่า "จน" เช่นเดียวกับ "ความสุข" จะมีความหมายเมื่อเทียบกับ "ความทุกข์" "concept ต่าง ๆ นั้น มีความแตกต่างกันและไม่ได้ถูกกำหนดความหมายโดยเพียงเนื้อหาในเชิงบวกเท่านั้น แต่จะเชิงตรงข้ามด้วยในแง่ความสัมพันธ์กับคำอื่น ๆ ในระบบ" ดังนั้นจึงไม่ใช่เพียงเนื้อหาแต่เป็นความสัมพันธ์รูปแบบใดรูปแบบหนึ่งกับระบบที่เป็นตัวกำหนดความหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับตัวหมายและตัวหมายถึงดังกล่าว ได้ถูกนำมาใช้เสมอในการสื่อสารเมื่อใดก็ตามที่เราใช้ตัวหมายได้เหมาะสม เราสามารถสื่อสารสิ่งที่ต้องการหรือตัวหมายถึงนั่นเอง ในรายการโทรทัศน์นั้นองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การแสดงตัวละคร หรือผู้ร่วมรายการ จาก การแต่งกายและอุปกรณ์ประกอบฉากต่าง ๆ ได้ถูกนำมาใช้เพื่อช่วยประกอบขยายความในการสื่อความหมาย

2) รหัส (code)

รหัส คือ รูปแบบของความเกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วยกฎเกณฑ์ซึ่งเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมที่ใช้กันนั้น (Fiske, 1987: 64-65) รหัสเป็นรูปแบบความเกี่ยวข้องที่มีความสัมพันธ์สลับซับซ้อนมาก หรือเป็นโครงสร้างที่ซ่อนเร้น (secret structure) และเราทุกคนเรียนรู้จากสังคมและวัฒนธรรมผ่านการกล่อมเกลาทางสังคม ในอดีตมักพบว่า คนต่างสังคมและวัฒนธรรมไม่สามารถเข้าใจความหมายหรือรหัสกันได้อย่างดี ความหมายเบี่ยงเบนออกไป ดังนั้นการศึกษาเกี่ยวกับรหัสจึงเน้นถึงมิติทางสังคมในการสื่อสารเพื่อลดช่องว่างและช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น แม้ว่าผู้ส่งสารจะอยู่ในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกันกับผู้รับสาร

รหัสมีความสัมพันธ์กันในฐานะที่เป็นตัวทำให้เกิดข้อตกลงพื้นฐานระหว่างผู้ใช้รหัส และเป็นประสบการณ์ร่วมกันของคนในสังคมวัฒนธรรมเดียวกัน แต่ก็ยังพบอยู่เสมอว่าการตีความหมายสารของผู้รับสารนั้นไม่ถูกต้องตรงกับความหมายที่ผู้ส่งสารต้องการให้เข้าใจรับรู้ เพราะมีความแตกต่างกันทางด้านชนชั้น ระดับการศึกษา ทักษะคิด อุดมการณ์ทางการเมืองและมุมมองอื่น ๆ

โครงสร้างรหัสที่ใช้ในโทรทัศน์

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่า รายการโทรทัศน์เป็นผลผลิตของสื่อสารมวลชนและอยู่ในรูปแบบของระบบสัญญาณ ที่มีรหัสเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตและผู้รับสาร ซึ่งโครงสร้างของรหัสที่ใช้ในโทรทัศน์มีการวางไว้ (Fiske, 1987: 4-6) ดังนี้

ระดับความเป็นจริง (reality)

พื้นฐานความคิดเกี่ยวกับความเป็นจริงนั้นมองว่า “ความเป็นจริง” (reality) นั้นถูกเข้ารหัสและไม่เคยมีลักษณะ “ดิบ” เลย อะไรก็ตามที่เข้ามาเป็นความจริงในวัฒนธรรมล้วนเป็นผลจากรหัสทางวัฒนธรรมเราสามารถรับรู้และทำความเข้าใจถึงความเป็นจริงด้วยรหัสทางวัฒนธรรม ดังนั้นเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอทางโทรทัศน์จึงถูกเข้ารหัสไว้แล้วโดยรหัสทางสังคม (social code) ไม่ว่าจะเป็นลักษณะพูด การแต่งกาย การแต่งหน้า รูปร่างหน้าตา กริยาท่าทางสภาพแวดล้อม พฤติกรรม และอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นรหัสทางสังคม

นอกจากนี้ในโครงสร้างของรหัสระดับต่าง ๆ ยังมีองค์ประกอบของรหัสย่อยการถ่ายทอดแนวคิด อุดมการณ์หรือการชี้นำต่าง ๆ ได้อาศัยรหัสเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมาย ซึ่งการวิเคราะห์ทางสัญวิทยาเป็นความพยายามที่จะเปิดเผยให้เห็นถึงระดับชั้นของการเข้ารหัส

รหัสความหมายที่ถูกผูกขึ้นมาเป็นโครงสร้างในรายการโทรทัศน์ในส่วนรายละเอียดปลีกย่อยของรหัสมีองค์ประกอบดังนี้

1) การคัดเลือกผู้แสดง (casting) ผู้ร่วมรายการต่าง ๆ เป็นส่วนสำคัญต่อการนำเสนอรายการ เพราะเป็นผู้ที่ถ่ายทอดแนวคิด อุดมการณ์ของรายการเพื่อทำการสื่อสารกับผู้ชมโดยตรง การคัดเลือกตัวแสดงจึงจำเป็นต้องเลือกผู้ที่สามารถสื่อสารกับผู้ชมได้ดี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเด็นหัวข้อต่าง ๆ ที่นำเสนอตนเอง

2) ฉากและการแต่งกาย (setting and costume) ฉากและการแต่งกายมีความสำคัญในระบบสัญลักษณ์ โดยสามารถที่จะแสดงถึงรหัสของการนำเสนอในแต่ละครั้งได้ และยังเป็นสิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทและฐานะทางสังคมได้อย่างชัดเจนว่าผู้ร่วมรายการนั้นได้สวมบทบาทเป็นอะไรและในแต่ละบทบาทนั้นมีความมุ่งหมายเพื่อนำเสนอหรือมีแนวคิดอุดมการณ์เป็นเช่นไร เป็นวิธีให้ภาพลักษณ์ผู้ร่วมรายการ รวมทั้งบทบาท สัญลักษณ์ภายนอก แสดงถึงโครงสร้างทางสังคม ทุกสิ่งทุกอย่างที่ปรากฏนำเสนอออกมาล้วนแต่มีความสำคัญ ไม่มีอะไรที่ปราศจากความหมายทางสัญลักษณ์ (Goodlad, 1985)

3) การแสดง (action) ในของรายการโทรทัศน์นั้นมีการแสดงสวมบทบาทเพื่อเลียนแบบท่าทางต่าง ๆ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของบุคคล ซึ่งมีตัวตนจริงในสังคม เพื่อช่วยในการสื่อสารกับผู้ชมรายการให้เข้าใจความหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4) ภาษา (language) ภาษาเป็นส่วนสำคัญในรหัสของการสื่อสาร เพราะเป็นส่วนที่มีนัยยะกับการสื่อความหมายของรายการไปยังผู้ชม ซึ่งอาจแฝงไว้ซึ่งการชี้นำ

4. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงได้ให้ความสนใจวิเคราะห์ลักษณะสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้รับสาร หรือลักษณะตัวแปรทางประชากรศาสตร์ (demographic variables) ด้วย โดยในที่นี้จะได้อธิบายตัวแปรอันได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และการศึกษา

แนวคิดด้านประชากรศาสตร์นี้เชื่อในความคิดว่า คนที่มีคุณสมบัติทางประชากรที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมแตกต่างกันไปด้วย ดังนั้นนักวิชาการสื่อสารบางกลุ่มจึงเชื่อว่า พฤติกรรมเกี่ยวกับการสื่อสารของบุคคลนั้น ๆ จึงน่าจะแตกต่างกันไปพฤติกรรมการสื่อสารดังกล่าว นอกจากจะหมายถึงการเลือกใช้ถ้อยคำในภาษาหรือการใช้วัจนภาษา ตลอดจน

กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการสื่อสารให้สำเร็จตามประสงค์แล้ว ยังรวมไปถึงการเลือกใช้สื่อ หรือการเปิดรับข่าวสารข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้รับสารต้องการ งานวิจัยที่ใช้แนวทฤษฎีประชากรศาสตร์มักจะมองหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อต่าง ๆ เนื่องจากบุคคลที่อยู่ในแต่ละกลุ่มประชากรย่อมจะมีกิจกรรมและการดำเนินชีวิต ตลอดจนการมีเวลาว่างที่แตกต่างกัน ผู้หญิงที่เป็นกลุ่มแม่บ้านมักนิยมฟังวิทยุและดูโทรทัศน์มากกว่าเปิดรับสื่ออย่างอื่น คนที่มีการศึกษาน้อยนิยมฟังวิทยุหรือดูโทรทัศน์มากกว่าอ่านหนังสือ หรือหนังสือพิมพ์ คุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ได้ผลักดันให้คนที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกันต้องมีจิตวิสัยในทำนองเดียวกัน และพฤติกรรมต่าง ๆ ก็คล้ายคลึงหรือเหมือนกัน (ยุบล เบญจรงค์กิจ, 2528: 64-75)

Defleur (อ้างใน อาทิตา ชีวปริชา, 2540: 55) ได้เสนอทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรก (intervening variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยชี้ให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น

Defleur ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้คือ

1. ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (individual differences theory)

Defleur (อ้างใน อาทิตา ชีวปริชา, 2540: 57) ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลดังนี้

- 1.1 มนุษย์มีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- 1.2 ความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- 1.3 มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
- 1.4 จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการเลือกจดจำข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

2. ทฤษฎีกลุ่มสังคม (social categories theory)

ทฤษฎีกลุ่มทางสังคมได้กล่าวว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารมวลชนนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบต่อสื่อประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับลักษณะทางสังคมที่สำคัญนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ ภูมิฐานะ เป็นต้น ซึ่งตามสมมติฐานนั้นคือ ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมี ความสนใจหรือมีพฤติกรรมในแนวทางเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม การศึกษาปัจจัยทางสังคมกับการใช้สื่อก็ยังมีมุมมองที่แตกต่างกัน ของนักวิชาการที่มีทั้งเห็นด้วย และไม่เห็นด้วยในการศึกษาเรื่องนี้ ดังที่ Blumler (อ้างใน อาทิตา ชีวปรีชา, 2540: 88) กล่าวว่า ลักษณะทางสังคมอาจจะมีความถูกต้องในงานวิจัยบางชิ้นเท่านั้น แต่ยังไม่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นสากล นอกจากนั้น Mcleod and Garrett (อ้างใน อาทิตา ชีวปรีชา, 2540: 90) ได้กล่าวไว้ว่า

.....การที่จะกำหนดว่าลักษณะทางสังคมเป็นตัวกำหนดแรงจูงใจและกำหนดความสามารถในการใช้เนื้อหาสื่อเพื่อการบรรลุความพึงพอใจ ยังเป็นประเด็นในส่วนของยังไม่มียานวิจัยมารองรับ แน่แน่นอน..... มันเป็นเรื่องที่อันตรายมากที่จะบอกว่า การเป็นคนฐานะยากจน หรือคนที่อยู่ในเมืองที่เสื่อมโทรม ฯลฯ มีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อและความพึงพอใจ หรือการได้รับจากการใช้สื่อ

ในทางตรงข้าม การศึกษาการวิจัยการใช้สื่อและความพึงพอใจก็ยังคงศึกษาปัจจัยทางสังคมเป็นเบื้องต้นต่อไป ความพึงพอใจที่เกิดจากสื่อมวลชนไม่ได้เกิดจากปัจจัยทางจิตวิทยาเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากความแตกต่างทางสังคมของผู้ที่ใช้สื่อมวลชนด้วย

อย่างไรก็ตาม ในงานวิจัยของ แคทซ์ ก็ได้แสดงว่า เรายังสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังคมต่าง ๆ เช่น เพศ อายุ รายได้ การศึกษา รูปแบบการสื่อสารภายในครอบครัวที่อยู่อาศัยกับความพึงพอใจจากสื่อ เนื่องจากการศึกษาที่ผ่านมาจำนวนมากทำให้มีหลักฐานเชิงประวัติศาสตร์เพียงพอที่จะกล่าวได้ว่า เป็นไปได้ที่การใช้สื่อหลายอย่างมีความสัมพันธ์กับกระบวนการและลักษณะทางสังคมเหล่านั้น และแม้ว่ายังไม่มีทฤษฎีที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างทางสังคม กับความพึงพอใจจากสื่อโดยเฉพาะ การศึกษาที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุน (empirical support) ก็ควรได้รับการค้นคว้าพิสูจน์ต่อไป

5. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

ทฤษฎีการจัดการองค์กร (organization theory) เป็นแนวคิดหนึ่งในการพิจารณาองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนเป็นสถาบันหนึ่งที่ต้องมีความสัมพันธ์กับส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยการรักษาดุลยภาพระหว่างความต้องการของส่วนที่เกี่ยวข้องกับผลตอบแทนที่องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจะได้รับ ดังนั้นการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน ก็จะต้องกระทำภายในกรอบของความสัมพันธ์ดังกล่าว โดยพิจารณาจากปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิดดังกล่าวข้างต้นเกิดจากการศึกษาของเชสเตอร์ เบอ์นาร์ต (Chester Barnard: 1983 อ้างใน กมลกานต์ พงศ์กัลป์, 2539: 16) ซึ่งสังเกตเห็นว่า องค์กรจะดำรงอยู่ได้นั้นต้องอาศัยแรงสนับสนุนจากกลุ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นลูกค้า เจ้าของ ตัวแทน ฯลฯ โดยกลุ่มต่าง ๆ ที่ผูกพันกับองค์กรนั้นมักจะให้การสนับสนุนและในขณะเดียวกันก็แสดงความต้องการของตนเองออกมาด้วย เป็นการแสดงให้เห็นดุลยภาพของความ需求和ผลตอบแทนที่ได้รับ องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้หรือไม่ขึ้นขึ้นอยู่กับดุลยภาพระหว่างความต้องการของเจ้าของ ศูนย์อำนาจทางการเมือง หลักการทางวิชาชีพสื่อมวลชนของพนักงานกับผลตอบแทนที่องค์กรนั้น ๆ ได้รับ รวมไปถึงการผลิตรายการต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร อันจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

ฟิลลิป เซลซนิค (Philip Selznick: 1957 อ้างใน กมลกานต์ พงศ์กัลป์, 2539: 17) นักสังคมวิทยาผู้มีความสนใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดสถาบัน ได้เน้นให้เห็นว่าทุกองค์กรมีกระบวนการ "การจัดสถาบัน" (institutionalization) เพื่อให้องค์กรนั้นดำรงอยู่เพื่อทำประโยชน์ให้แก่สังคมโดยรวม ดังนั้นองค์กรจะอยู่โดดเดี่ยวไม่ได้จำเป็นต้องผูกพันกับกลุ่มคนและสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ด้วย กระบวนการจัดองค์กรหรือสถาบันจึงต้องมุ่งไปที่การยอมรับเงื่อนไขสำคัญและแสวงหาผลกำไรให้ได้มากที่สุด แต่องค์กรหรือสถาบันบางแห่งก็ได้จัดตั้งขึ้นมาเพื่อแสวงหาผลกำไร โดยอาศัยกลยุทธ์ในการบริหารงานขององค์กรที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งกลยุทธ์การบริหารองค์กรนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าได้รับการยอมรับและสามารถเข้ากันได้กับปัจจัยต่าง ๆ ภายในองค์กร การจัดองค์กรหรือสถาบันสามารถสร้างความมั่นคงและความภักดีต่อองค์กรได้ แต่เมื่อใดที่มีความต้องการการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ก็ไม่สามารถกระทำได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน กล่าวคือการเปลี่ยนแปลงขององค์กรจะต้องเกิดขึ้นจากความต้องการเปลี่ยนแปลงของทุกคนร่วมกันมิฉะนั้นอาจเกิดความขัดแย้งและล้มเหลวได้ ดังนั้นกลยุทธ์การบริหารงานองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจะต้อง

ทำให้เกิดดุลยภาพระหว่างองค์กรและปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น

แนวคิดนี้จะนำไปเป็นกรอบในการพิจารณาวิเคราะห์งานวิจัยชิ้นนี้ ในแง่ของผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องผลิตรายการ เพื่อรักษาความอยู่รอดทางเศรษฐกิจขององค์กรเนื่องจากสื่อมวลชนนั้นไม่ใช่ของประชาชนทั่วไปอย่างแท้จริง ทว่าเป็นองค์กรบางกลุ่มเท่านั้น จากแนวคิดของทฤษฎีองค์กรที่ว่าพลังผลักดันทางเศรษฐกิจและการตลาดสามารถทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เบี่ยงเบนไปจากความเป็นจริง เช่น การรวมศูนย์ของรสนิยมของผู้ดูผู้ชมส่วนใหญ่ให้มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ผลผลิตเมื่อไม่หลากหลายและโอกาสที่กลุ่มชนชั้นต่าง ๆ ในสังคมจะเข้าถึงสื่อมวลชนนั้นอย่างจำกัดและไม่เท่าเทียมกัน อีกทั้งค่านิยมต่อการผลิตครั้งละมาก ๆ อย่างซ้ำซากกลายเป็นค่านิยมหลักและแพร่หลายไปทั่ว ทั้งนี้เนื่องจากผลงานที่มีความแปลกใหม่ หลากหลาย หรือมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ย่อมต้องมีการลงทุนสูงซึ่งจะลดกำไรของการประกอบการให้น้อยลง ดังนั้นเนื้อหาสื่อมวลชนส่วนใหญ่จึงเป็นการนำแก่นเรื่องและภาพลักษณ์เก่ามาตกแต่งใหม่ ผลที่ตามมาคือการสื่อสารทางวัฒนธรรมมีสภาพที่ล้าหลังกว่าความเป็นจริง (ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ, 2531: 22)

ในบางช่วงของสังคมที่เกิดสภาวะวิกฤติ สื่อมวลชนยังขาดอิสรภาพในการนำเสนอข่าวสารโดยการควบคุมของรัฐบาลอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามการนำเสนอเนื้อหา รูปแบบหรือวิธีการต่าง ๆ ของสื่อมวลชน ยังต้องถูกควบคุมตรวจสอบจากรายการนโยบายของรัฐ คือ ระบบการเซนเซอร์ (censorship) และการควบคุมจรรยาบรรณวิชาชีพจากสื่อมวลชนด้วยกันเองอีกด้วย จะเห็นได้ว่าความกดดันหรือการแข่งขันทางด้านการตลาดและข้อจำกัดจากนโยบายของรัฐบาลนั้น มีผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการทำงานของสื่อมวลชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสังคมที่เป็นระบบทุนนิยม การวิเคราะห์การแสดงบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์จึงสามารถพิจารณาภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมสื่อและโครงสร้างในระบบทุนนิยม (กมลกานต์ พฤตมิกัลป์, 2539: 18)

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์ (2537: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบและเนื้อหาของรายการมอต่างมูมกับทัศนคติ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมอต่างมูม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมชมรายการมอต่างมูมจะมีพฤติกรรมเจาะจงลงในการแสวงหาข่าวสารและการใช้สื่อตามความพอใจ

และความต้องการทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการในการรับรู้เหตุการณ์ ความเคลื่อนไหวของข่าวสารต่าง ๆ รวมทั้งต้องการนำข้อมูลข่าวสารไปใช้ในการเสริมความคิด และตัดสินใจในข้อมูลข่าวสารที่สนใจนั้น ๆ สำหรับทัศนคติต่อรายการมองต่างมุม พบว่า คุณลักษณะของประชากรไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อรายการมองต่างมุม ยกเว้นเพศและอาชีพ

อรณี ผู่วรรณลักษณ์ (2538: บทคัดย่อ) ศึกษาการเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึงพอใจในรายการธรรมะ ทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานครพบว่า การเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ และการคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ จากการเปิดรับรายการธรรมะ จากสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกจะเห็นได้ว่าปริมาณในการเปิดรับสื่อมีผลต่อการก่อให้เกิดความพึงพอใจได้

ชนิษฐา เบญจาทิกุล (2536: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องทัศนคติ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดีศึกษาเฉพาะกรณีรายการหนึ่งในร้อยละ ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อรายการ และเห็นด้วยในการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้ชมรายการ และจากการศึกษาความสัมพันธ์พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการ

นุชรี ดันติวิจิตร (2537: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานครพบว่า ความบ่อยครั้งและระยะเวลาในการชม การนำไปพูดกับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านคุณลักษณะส่วนตัว และการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายความพึงพอใจและความพึงพอใจเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายการรับรู้ประโยชน์ทั้ง 3 ด้าน

ธิดิมา อุ่นเมตตาดิจิต (2541: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการ ฟุด ฟิด ฟอ ไฟ แสงชัย สุนทรวัดณ์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อรายการโดยรวมในระดับสูง ผลการทดลองสมมติฐานในการวิจัยพบว่า เพศ อาชีพ และการศึกษา มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อรายการ ส่วนอายุและรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับความคาดหวังต่อรายการและพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการและความพึงพอใจต่อรายการ

กริดา โกเชก (2541: บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเรียนภาษาอังกฤษแนวใหม่: ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ "อี ฟอ ฟิน" ผลการศึกษาพบว่า

1. ความแตกต่างในเรื่องเพศ แผนการเรียนของกลุ่มตัวอย่างมีผลต่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการดูรายการ "อี ฟ่อ ทิน"

2. การศึกษาด้านความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์ ของกลุ่มตัวอย่างกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการดูรายการนั้น ปรากฏว่า การเปิดรับข่าวสารทางสื่อโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการดูรายการเท่านั้น แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการดูรายการ

3. การศึกษาด้านพฤติกรรม的开รับรายการ "อี ฟ่อ ทิน" ของกลุ่มตัวอย่างกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการชมรายการนั้น ปรากฏว่าพฤติกรรม的开รับรายการทั้งในด้านความถี่ในการดูรายการ ระยะเวลาในการดูรายการ ลักษณะการดูรายการและความสนใจในประเภทของช่วงเวลารายการนั้น มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการดูรายการ

4. การศึกษาความพึงพอใจจากการดูรายการ ว่ามีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากการดูรายการพบว่ามีความสัมพันธ์กันและผู้ใช้มีความพึงพอใจในระดับสูงก็จะมีการใช้ประโยชน์จากการดูรายการในระดับสูงเช่นเดียวกัน

จากผลงานวิจัยที่ได้มีการศึกษาในเรื่องความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ที่บุคคลได้รับจากการเปิดรับสื่อต่าง ๆ ซึ่งสามารถจะนำมาสรุปเพื่อเป็นกรอบแนวคิดในงานวิจัยถึงความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีเผ่งสาระ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงรายการประเภทพูดบนเวทีเผ่งสาระ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

ภาคสรุป (Overview)

จากการศึกษาแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พอจะสรุปได้ว่าความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร และความบันเทิง ผู้รับสารมีความต้องการสาร เพื่อให้ทราบถึงสภาพเหตุการณ์ปัจจุบัน สนองความอยากรู้อยากเห็น รวมถึงการเรียนรู้ หรือศึกษาหาความรู้ด้วยตนเอง นอกจากนั้น คนเรายังต้องการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ เป็นข้อมูลประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน ต้องการมีส่วนร่วมในเหตุการณ์ ความเป็นไปต่าง ๆ เป็นต้น อย่างไรก็ตามถึงแม้จะมีการเตรียมข่าวสารและทำหน้าที่ถ่ายทอดข่าวสารมีความสามารถ แต่ความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของการสื่อสารยังขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้รับสารเองด้วยที่จะเลือกเปิดรับ เลือกรับรู้ และเลือกจดจำ การที่ผู้สื่อสาร วิเคราะห์ผู้รับสาร

ล่องหน้าจะช่วยให้เข้าใจและสามารถคาดคะเนพฤติกรรมการรับสารได้ล่วงหน้า โดยองค์ประกอบสำคัญที่ควรศึกษาได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางเศรษฐกิจสังคม รวมถึงความคาดหวังและประโยชน์ที่ได้รับจากสื่อ นั้น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการผลิตรายการโทรทัศน์ที่ผู้ผลิตรายการจำเป็นต้องรู้จักว่าผู้ชมรายการเป็นใคร มีพฤติกรรมการรับชมอย่างไร มีการใช้ประโยชน์จากการรับชมอย่างไร เพื่อจะได้นำไปผลิตรายการที่ตรงกับความต้องการของผู้รับชมให้มากที่สุด ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงอาศัยกรอบทฤษฎี แนวคิด ทั้งด้านที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการรับข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการผลิตรายการโทรทัศน์ เพื่อการปรับปรุงรายการให้เหมาะสมสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมาแล้ว มากำหนดแนวทางการศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแฝงสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่



กรอบแนวความคิดในการวิจัย
(Conceptual Framework of the Study)



ภาพที่ 4 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีการวิจัย (RESEARCH METHODOLOGY)

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพูด
บันเทิงเฝ้าสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (survey
research) ได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ ดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย (Locale of Study)

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการวิจัยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีพื้นที่ทั้งหมด 40
ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 14 ตำบล ได้แก่ ตำบลหายยา ตำบลช้างม่อย ตำบลศรีภูมิ
ตำบลวัดเกต ตำบลช้างคลาน ตำบลพระสิงห์ ตำบลสุเทพบางส่วน ตำบลป่าแดดบางส่วน
ตำบลฟ้าฮ่าม ตำบลหนองป่าครั่งบางส่วน ตำบลท่าศาลาบางส่วน ตำบลป่าตัน ตำบลหนองหอย
บางส่วน และตำบลช้างเผือกบางส่วน (บางส่วน หมายถึง พื้นที่บางส่วนของตำบลนั้นอยู่ในเขต
เทศบาลและบางส่วนอยู่ในความดูแลของอำเภอเมือง หรือนอกเขตเทศบาล)

สาเหตุที่เลือกดำเนินการวิจัยในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ เนื่องจากมุ่งเน้นการ
ศึกษาไปที่การรับชมรายการโทรทัศน์ ช่อง 3, 5, 7, 9 และ ITV และมุ่งศึกษากลุ่มผู้รับชมที่อยู่ใน
อำเภอเมืองเท่านั้น

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง (The Population Sampling Procedures)

ประชากร

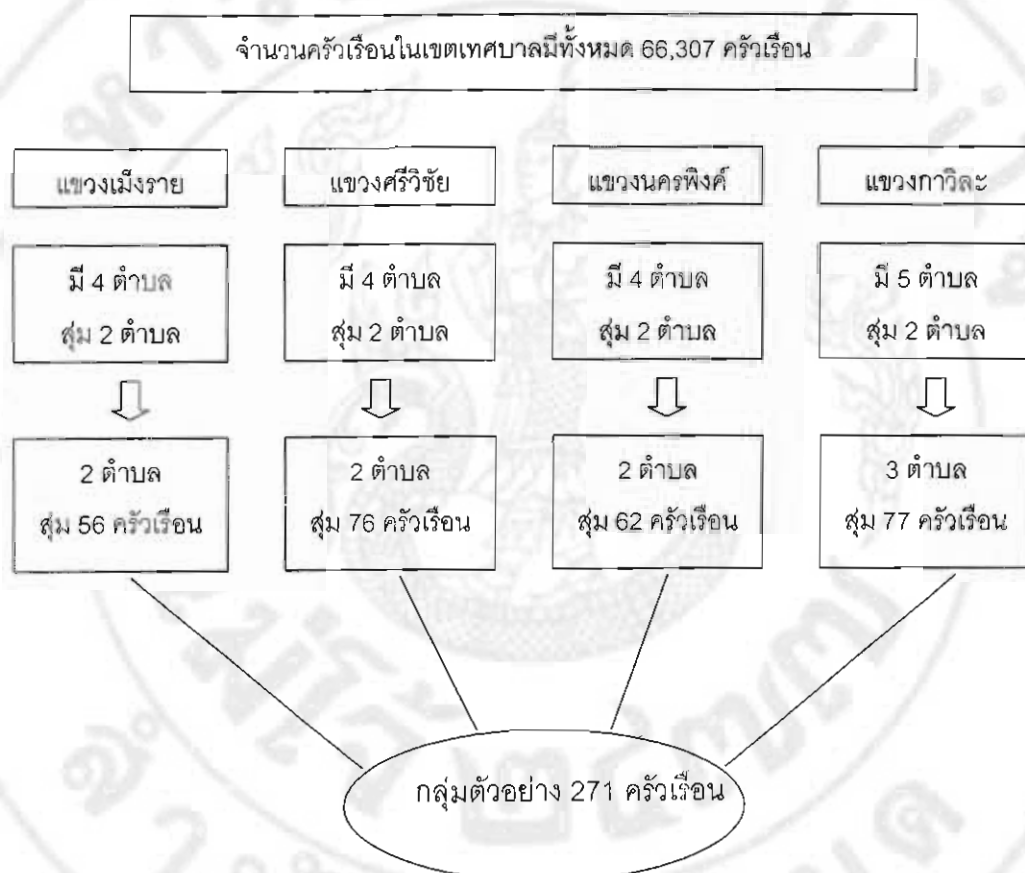
ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่โดยแบ่งเป็น
4 แขวง ได้แก่ แขวงเมืองราย แขวงนครพิงค์ แขวงศรีวิชัย และแขวงกาวิละ รวมในเขตเทศบาลมี
จำนวนครัวเรือนทั้งหมด 66,307 ครัวเรือน ผู้วิจัยจะใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างดังนี้คือ

1. ให้ประชากร (ครัวเรือน) ในเขตเทศบาลเมืองเชียงใหม่ทั้ง 4 แขวง จำนวนทั้งหมด
66,307 ครัวเรือน มากำหนดเป็นขนาดกลุ่มตัวอย่าง (sampling) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แต่เนื่องจาก

มีข้อกำหนดด้านระยะเวลา เงินทุน และบุคลากร ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมดได้ จึงมีความจำเป็นต้องเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ณ ระดับความเชื่อมั่น 90% ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ จำนวน 271 คน (ศิริชัย กาญจนวาสี และคณะ, 2540: 124)

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

จะนำขนาดกลุ่มตัวอย่างมาสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) ดังนี้คือ



นำตำบลต่างๆ ของแต่ละแขวงมาสุ่มเพื่อหากกลุ่มตัวอย่างตำบลได้ดังนี้
แขวงเมืองราย มี 4 ตำบล ได้แก่

1. ตำบลช้างคลาน
2. ตำบลหายยา
3. ตำบลป่าแดด
4. ตำบลพระสิงห์

ส้มได้ 2 ตำบล (โดยวิธีการส้มอย่างง่าย) ได้แก่

1. ตำบลหายยา
2. ตำบลป่าแดด

แขวงนครพิงค์ มี 4 ตำบล ได้แก่

1. ตำบลป่าตัน
2. ตำบลช้างม้อย
3. ตำบลศรีภูมิ (บางส่วน)
4. ตำบลช้างเผือก

ส้มได้ 2 ตำบล (โดยวิธีการส้มอย่างง่าย) ได้แก่

1. ตำบลป่าตัน
2. ตำบลช้างม้อย

แขวงศรีวิชัย มี 4 ตำบล ได้แก่

1. ตำบลสุเทพ
2. ตำบลศรีภูมิ (บางส่วน)
3. ตำบลพระสิงห์ (บางส่วน)
4. ตำบลช้างเผือก (บางส่วน)

ส้มได้ 2 ตำบล (โดยวิธีการส้มอย่างง่าย) ได้แก่

1. ตำบลพระสิงห์
2. ตำบลช้างเผือก

แขวงกาวิละมี 5 ตำบล ได้แก่

1. ตำบลฟ้าฮ่าม
2. ตำบลวัดเกต
3. ตำบลหนองป่าครั่ง
4. ตำบลท่าศาลา
5. ตำบลหนองหอย

ส้มได้ 2 ตำบล (โดยวิธีการส้มอย่างง่าย) ได้แก่

1. ตำบลฟ้าฮ่าม
2. ตำบลวัดเกต

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง (sampling) โดยแบ่งเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ออกเป็น 4 แขวง คือ แขวงนครพิงค์ แขวงกาวิละ แขวงเม็กราย และแขวงศรีวิชัย ในแต่ละแขวงจับฉลากเลือกตัวแทนแขวง เป็นตำบลขึ้นมา 1 ตำบล จากนั้นก็ติดต่อขอบ้านเลขที่ทั้งหมดที่ตั้งอยู่ถนนสายนั้น เพื่อทำการสุ่มตามตารางเลขสุ่มจนได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างครบตามที่ต้องการ เมื่อได้บ้านเลขที่ต่าง ๆ บนถนนสายนั้นแล้วจะได้นำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ ณ บ้านเลขที่นั้นเป็นผู้ตอบ

กลุ่มตัวอย่าง (sampling) ในการวิจัยครั้งนี้มา 271 ครั้วเรือน ด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วน (proportion) ของขนาดตัวอย่างกับจำนวนครั้วเรือนของแต่ละแขวง เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละแขวงเป็นไปตามสัดส่วนของครั้วเรือนในแขวงนั้น ๆ โดยใช้สูตรดังนี้

$$n_1 = \frac{nN_1}{N}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

N_1 = จำนวนประชากรในแต่ละกลุ่ม

n_1 = จำนวนตัวอย่างที่สุ่มจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่ม

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิติศาสตร์, 2532: 348) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่นำมาศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจาก รายงานสถิติจำนวนประชากร ตามหลักฐานทางทะเบียนราษฎร สำนักงานทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลนครเชียงใหม่ พ.ศ. 2543 ดังนี้

1. แขวงเม็กราย (มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 56 ครั้วเรือน) ตำบลที่สุ่มได้คือ

1.1 ตำบลหายยา มีจำนวนครั้วเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	110, 123, 130	ถนนช้างม้อย
บ้านเลขที่	153, 156, 170	ถนนอินทวโรธ
บ้านเลขที่	21, 24, 30, 35, 43	ถนนบุญเรืองฤทธิ์
บ้านเลขที่	5, 7, 13, 27	ถนนทิพย์เนตร
บ้านเลขที่	1, 13, 167/1	ถนนระแกง
บ้านเลขที่	3, 19/1, 2, 94	ถนนศรีดอนไชย
บ้านเลขที่	1, 12, 28, 210	ถนนราชเชียงใหม่
บ้านเลขที่	31/4, 18, 23	ถนนสุริยวงศ์
บ้านเลขที่	8, 18, 24, 20	ถนนนันทาราม

บ้านเลขที่	37, 100, 199, 38, 212	ถนนกำแพงดิน
บ้านเลขที่	111/1, 49/1, 57, 91	ถนนวิบูลย์
บ้านเลขที่	109, 2, 216, 189	ถนนหลังตลาดทิพย์เนตร

1.2 ตำบลป่าแดด มีจำนวนครัวเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	206/3, 29, 24	ถนนป่าพร้าว
บ้านเลขที่	108, 50, 1, 18	ถนนป่าแดด
บ้านเลขที่	598, 190, 202	ถนนมหิดล

2. แขวงนครพิงค์ (มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 62 ครัวเรือน) ตำบลที่สุ่มได้คือ

2.1 ตำบลป่าตัน มีจำนวนครัวเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	52, 443, 29	ถนนวังสิงห์คำ
บ้านเลขที่	230, 340, 314	ถนนเชียงใหม่-ลำปาง
บ้านเลขที่	1, 70, 21	ถนนศรีมงคล
บ้านเลขที่	14, 56, 16	ถนนพัฒนาช้างเผือก
บ้านเลขที่	1, 101, 57	ถนนสุขเกษม
บ้านเลขที่	1, 97, 43	ถนนศรีลานนา
บ้านเลขที่	5, 55, 45	ถนนร่มเย็น
บ้านเลขที่	3, 251, 171	ถนนมหาโชค
บ้านเลขที่	93, 135, 137	ถนนโชตนา

2.2 ตำบลช้างม่อย มีจำนวนครัวเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	119, 21/1, 67	ถนนชัยภูมิ
บ้านเลขที่	14, 194	ถนนรัตนโกสินทร์
บ้านเลขที่	412, 422, 418	ถนนท่าแพ
บ้านเลขที่	3, 103, 57	ถนนไปรษณีย์
บ้านเลขที่	179, 148, 2	ถนนวิทยายนนท์
บ้านเลขที่	10, 12, 8	ถนนในตลาดวโรรส
บ้านเลขที่	121, 19, 17	ถนนช่วงเมรุ
บ้านเลขที่	5, 59	ถนนหลังวัดแสนฝาง
บ้านเลขที่	3, 239	ถนนวังสิงห์คำ
บ้านเลขที่	120, 138	ถนนสิทธิวงศ์

บ้านเลขที่	2, 58	ถนนตรอกด้าน
บ้านเลขที่	17, 225	ถนนราชวงศ์
บ้านเลขที่	28, 56	ถนนท้ายวัง
บ้านเลขที่	4, 70/1	ถนนเมืองสมุทร

3. แขวงศรีวิชัย (มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 76 ครัวเรือน) ตำบลที่สุ่มได้คือ

3.1 ตำบลพระสิงห์ มีจำนวนครัวเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	13, 117, 53	ถนนราชดำเนิน
บ้านเลขที่	20, 59, 1	ถนนพระปกเกล้า
บ้านเลขที่	87, 113, 122	ถนนราชภาดินัย
บ้านเลขที่	32, 65/1, 27	ถนนมูลเมือง
บ้านเลขที่	2, 78/1, 19	ถนนราชมรรคา
บ้านเลขที่	50, 144, 18	ถนนพระปกเกล้า
บ้านเลขที่	26, 61, 28/2	ถนนบำรุงบุรี
บ้านเลขที่	2, 14, 26	ถนนสามล้าน
บ้านเลขที่	8/3, 38/1, 1	ถนนอารักษ์

3.2 ตำบลช้างเผือก มีจำนวนครัวเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	186/1-2, 196/6	ถนนช้างเผือก
บ้านเลขที่	47/1, 110/2	ถนนสนามกีฬา
บ้านเลขที่	8, 6, 10	ถนนหมื่นด้ามพร้าคด
บ้านเลขที่	36/4, 13/2, 15/4	ถนนหลังกอก
บ้านเลขที่	27, 150, 132	ถนนเชียงใหม่-ลำปาง
บ้านเลขที่	26, 41, 29	ถนนเวสาลี
บ้านเลขที่	53, 25, 37	ถนนข้าวเมง
บ้านเลขที่	1, 59, 39	ถนนโชตนา
บ้านเลขที่	2, 42, 16	ถนนชลประทาน
บ้านเลขที่	15, 28, 14	ถนนมหาโชค
บ้านเลขที่	1, 38/1, 33	ถนนปราณี
บ้านเลขที่	2, 54/1, 18	ถนนเทวฤทธิ์
บ้านเลขที่	22, 44, 14	ถนนเวียงบัว

บ้านเลขที่	20, 52, 102	ถนนเทวารักษ์
บ้านเลขที่	11, 41, 39	ถนนทองกวาว
บ้านเลขที่	2, 26, 78	ถนนเทวิล
บ้านเลขที่	53, 65, 57	ถนนสันติธรรม

4. แขวงกาวิละ (มีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 77 ครั้วเรือน) ตำบลที่สุ่มได้คือ

4.1 ตำบลฟ้าฮ่าม มีจำนวนครั้วเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	4, 28, 62	ถนนธารทอง
บ้านเลขที่	2, 54/1, 34	ถนนตรัสวงค์
บ้านเลขที่	334, 368, 408	ถนนเชียงใหม่-ลำปาง
บ้านเลขที่	372, 609/406, 19	ถนนเจริญราษฎร์

4.2 ตำบลวัดเกต มีจำนวนครั้วเรือนที่สุ่มได้คือ

บ้านเลขที่	23, 19, 115	ถนนแก้วนรรัฐ
บ้านเลขที่	201, 253, 387	ถนนเจริญราษฎร์
บ้านเลขที่	11, 15, 17	ถนนเชตุพน
บ้านเลขที่	3, 29, 95	ถนนรัตนโกสินทร์
บ้านเลขที่	20, 53, 96/1	ถนนตรัสวงค์
บ้านเลขที่	7, 123, 133/1	ถนนทุ่งไฮเติ้ล
บ้านเลขที่	357, 363, 361	ถนนเจริญเมือง
บ้านเลขที่	9, 27, 203	ถนนแก้วนรรัฐ
บ้านเลขที่	35, 213, 379	ถนนบำรุงราษฎร์
บ้านเลขที่	56, 66, 152	ถนนมนตรี
บ้านเลขที่	3, 157, 195	ถนนเทวีอุทิศ
บ้านเลขที่	15, 29, 173	ถนนเจริญเมือง
บ้านเลขที่	2, 202, 404	ถนนกองทราย
บ้านเลขที่	14, 22, 28	ถนนในตลาดสันป่าซ่อย
บ้านเลขที่	169/1, 171/3, 241	ถนนท่าสะอาด
บ้านเลขที่	3, 12, 11	ถนนโอสถาพันธ์
บ้านเลขที่	23, 117/1, 51, 47	ถนนลำพูน
บ้านเลขที่	29, 37, 19	ถนนราษฎร์อุทิศ

บ้านเลขที่ 160, 200, 220

ถนนรถไฟ

บ้านเลขที่ 19, 332, 531

ถนนสันนาลุง

รวมกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มมาจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 แขวง รวมทั้งสิ้น 271 ครัวเรือน

เครื่องมือในการวิจัย

(Instrument of the Study)

เครื่องมือที่จะใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นคำถามปลายเปิด (open-ended questions) เพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นได้โดยอิสระ และคำถามปลายปิด (close-ended questions) ซึ่งกำหนดคำตอบไว้หลายคำตอบเพื่อให้ผู้ตอบเลือกตอบข้อที่ต้องการมากที่สุด โดยในคำถามได้แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์และการเปิดรับชมรายการ

1.1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ การศึกษา รายได้ต่อเดือน เป็นคำถามปลายปิด (close-ended questions) และคำถามแบบปลายเปิด (open-ended questions)

1.2 คำถามเกี่ยวกับลักษณะการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ความสนใจรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระมากน้อยแค่ไหน ความถี่ในการชมรายการฯ ช่วงเวลาที่ชมรายการฯ เป็นคำถามแบบปลายปิด (closed-ended questions) แบบปลายเปิด (open-ended questions) แบบประเมินค่า (rating scale) และแบบสังเกต ฯลฯ

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ

2.1 ความพึงพอใจ คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ประกอบด้วย

2.1.1 การคัดเลือกผู้พูด และผู้ดำเนินรายการ

- ความมีชื่อเสียง
- ปฏิภาณไหวพริบ
- บุคลิกภาพภายนอกที่เหมาะสม

2.1.2 ฉาก และการตกแต่ง

- ออกแบบเลียนธรรมชาติ
- ใช้สถานที่จริง

- ประดิษฐ์ตกแต่งร่วมสมัย

- ประดิษฐ์ตกแต่งล้ำยุค

2.1.3 มุมกล้อง และเทคนิคการตัดต่อภาพ

- ความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ

- การใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ

- มุมกล้องที่แตกต่าง

2.1.4 เทคนิคการพูด

- สีนํ้า

- ท่าทาง

- น้ำเสียง

- จังหวะการพูด

- การเรียงลำดับความหมาย

- การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย, ถูกต้อง

วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจโดยกำหนดความหมายของค่าที่เลือกดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	หมายถึง
มากที่สุด (5 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูด บันเทิงเริงสาระมากที่สุด
มาก (4 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูด บันเทิงเริงสาระมาก
ปานกลาง (3 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูด บันเทิงเริงสาระปานกลาง
น้อย (2 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูด บันเทิงเริงสาระน้อย
น้อยที่สุด (1 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูด บันเทิงเริงสื่อน้อยที่สุด

2.2 การนำไปใช้ประโยชน์ เป็นคำถามที่เกี่ยวกับการนำข้อมูลจากรายการทูตบันเทิง
 แฟงสาระไปใช้ประโยชน์ เป็นคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย

- เพื่อต้องการรู้เหตุการณ์
- เพื่อใช้ในการตัดสินใจในกิจกรรมดำเนินชีวิต
- เพื่อนำไปใช้สนทนา
- เพื่อความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์
- เพื่อเสริมสร้างความคิดเห็น
- เพื่อความบันเทิง

วิเคราะห์ระดับการใช้ประโยชน์โดยกำหนดความหมายของค่าที่เลือกดังนี้

ระดับความพึงพอใจ	หมายถึง
มากที่สุด (5 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภท ทูตบันเทิงแฟงสาระมากที่สุด
มาก (4 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภท ทูตบันเทิงแฟงสาระมาก
ปานกลาง (3 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภท ทูตบันเทิงแฟงสาระปานกลาง
น้อย (2 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภท ทูตบันเทิงแฟงสาระน้อย
น้อยที่สุด (1 คะแนน)	กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภท ทูตบันเทิงแฟงสาระน้อยที่สุด

การทดสอบเครื่องมือ (Pretesting of the Instrument)

1. การทดสอบความเที่ยงตรง (validity) โดยนำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเป็นผู้ตรวจพิจารณา โครงสร้าง เนื้อหา และภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม
2. การทดสอบความเชื่อถือได้ (reliability) โดยจะนำแบบสอบถาม จำนวน 20 ชุด ไปสอบถาม (pretest) กับกลุ่มที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่จะศึกษา เพื่อนำมาหาค่าทางสถิติและใช้การหาค่าความเชื่อมั่นที่ 0.70 แบบครอนบัค (conbrach) โดยหาค่าสัมพันธ์แอลฟา และได้ค่าความเชื่อมั่น 0.93

วิธีการรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะได้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพทั่วไปของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ และขอความร่วมมือจากกำนันประจำตำบล เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ที่จะเข้ามาทำการวิจัยในพื้นที่
2. ทำหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไปยังกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เพื่อขอความร่วมมือในการวิจัย
3. ดำเนินการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 271 ครัวเรือน (271 คน)
4. รวบรวมข้อมูล (คะแนน) มาวิเคราะห์หาคำตอบเพื่อตรวจสอบสมมติฐานต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis of Data)

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจัดเป็นหมวดหมู่ เรียงเรียงค่าต่าง ๆ ของตัวแปรแล้วนำข้อมูลเข้ารหัสเครื่องคอมพิวเตอร์ จากนั้นจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ SPSS/PC⁺ (Statistical Package for the Social Sciences: SPSS/PC⁺)

2. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างสถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ค่าร้อยละ (percentage) เพื่อแจกแจงความถี่ของข้อมูลค่ามัธยฐาน คณิต (arithmetic mean) เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางของข้อมูล ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

3. ลักษณะการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ ใช้สถิติค่า ร้อยละ (percentage) เพื่อแจกแจงความถี่ของข้อมูลค่าเฉลี่ย (mean) เพื่อวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วน กลางของข้อมูล และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อวัดการกระจายของข้อมูล

4. ความพึงพอใจในรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระใช้สถิติค่าคะแนน เฉลี่ย (Weight Mean Score: WMS) นำมาหาค่าเฉลี่ยและแปลความหมายได้ดังนี้

4.50-5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ มากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ มาก

2.50-3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ ปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ น้อย

1.00-1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ น้อยที่สุด

5. การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ ใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Weight Mean Score : WMS) นำมาหาค่าเฉลี่ยแล้วแปลความหมายค่าเฉลี่ยได้ดังนี้

4.50-5.00 หมายถึง มีการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ มากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มีการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ มาก

2.50-3.49 หมายถึง มีการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ ปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง มีการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแ่งสาระ น้อย

1.00-1.49 หมายถึง มีการใช้ประโยชน์รายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแ่งสาระ
น้อยที่สุด

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย
(Research Duration)

การวิจัยครั้งนี้จะใช้เวลาในการวิจัยระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2545 ถึง
เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 รวมทั้งสิ้น 5 เดือน



บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

(RESULTS AND DISCUSSION)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความพึงพอใจและประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแห่งสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลจากประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 4 แขวง ได้แก่ แขวงเมืองราย แขวงนครพิงค์ แขวงศรีวิชัย และแขวงกาวิละ จำนวน 271 คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) และได้รวบรวมผลการวิจัยและวิจารณ์เป็นส่วนเดียวกัน โดยนำเสนอในรูปของตารางข้อมูลประกอบคำบรรยายและความเรียงเป็นตอน ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแห่งสาระทางโทรทัศน์ของประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการฟุตบอลบั้นเทิงแห่งสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแห่งสาระ

ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเทิงแห่งสาระทางโทรทัศน์ของประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

เพศ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.99) และร้อยละ 38.01 เป็นเพศชาย

อายุ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีอายุเฉลี่ย 33 ปี อายุมากที่สุด 89 ปี น้อยที่สุด 13 ปี ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 60.89 มีอายุระหว่าง 15-35 ปี รองลงมาร้อยละ 34.32 มีอายุ 36-55 ปี ร้อยละ 4.06 มีอายุระหว่าง 56-75 ปี และร้อยละ 0.73 มีอายุ 76 ปีและมากกว่า

ระดับการศึกษา

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า (ร้อยละ 27.31) รองลงมาร้อยละ 19.93 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 19.19 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 16.61 จบการศึกษาระดับอนุปริญา/เทียบเท่า ร้อยละ 14.76 จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า และร้อยละ 2.20 จบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี

อาชีพ

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูล ร้อยละ 30.26 ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รองลงมาร้อยละ 29.15 ยังเป็นนักเรียน/นักศึกษาอยู่ ร้อยละ 13.65 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.28 เป็นแม่บ้าน ร้อยละ 8.86 ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 4.06 มีอาชีพรับจ้าง และร้อยละ 0.74 มีอาชีพเกษตรกร

รายได้

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,681 บาท มีรายได้มากที่สุด 50,000 บาทต่อเดือน น้อยที่สุดคือ ไม่มีรายได้ โดยมีผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 62.36 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 1-10,000 บาท รองลงมาร้อยละ 25.09 ไม่มีรายได้ ร้อยละ 8.12 มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท ร้อยละ 3.32 มีรายได้ต่อเดือน 20,001-30,000 บาท และร้อยละ 1.11 มีรายได้ 30,000 บาทและมากกว่า ส่วนผู้ที่ไม่มีรายได้ต่อเดือนเลยเนื่องมาจากผู้ให้ข้อมูลเป็นนักเรียน/นักศึกษา จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย โดยมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 6,681 บาท

ตารางที่ 3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์

(n = 271)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	103	38.01
หญิง	168	61.99
อายุ		
15-35 ปี	165	60.89
36-55 ปี	93	34.32
56-75 ปี	11	4.06
76 ปี และมากกว่า	2	0.73
หมายเหตุ:		
อายุมากที่สุด 89 ปี น้อยที่สุด 15 ปี อายุเฉลี่ย 33 ปี		
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	92	33.95
มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า	74	27.31
อนุปริญญา/เทียบเท่า	45	16.61
ปริญญาตรี	54	19.93
สูงกว่าปริญญาตรี	6	2.20
อาชีพ		
แม่บ้าน	36	13.28
เกษตรกร	2	0.74
พนักงานบริษัทเอกชน	37	13.65

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	24	8.86
ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	82	30.26
รับจ้าง	11	4.06
นักเรียน/นักศึกษา	79	29.15
รายได้ (บาท/เดือน)		
ไม่มีรายได้	68	25.09
1-10,000	169	62.36
10,001-20,000	22	8.12
20,001-30,000	9	3.32
30,001 บาท และมากกว่า	3	1.11
รายได้น้อยที่สุด = 1,000 บาท รายได้มากที่สุด = 50,000 บาท		
รายได้เฉลี่ย = 6,681 บาท SD. 7649.96		

1.2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเท็งแฝงสาระ

การชมรายการทอล์คโชว์

ผลการวิจัยในตารางที่ 4 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด (100.00 %) เคยรับชมรายการทอล์คโชว์ ผู้ให้ข้อมูลที่เคยรับชมรายการทอล์คโชว์ ส่วนใหญ่รับชมจากสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 (ร้อยละ 31.81) รองลงมาร้อยละ 31.22 รับชมจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ร้อยละ 21.07 รับชมจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และร้อยละ 15.90 รับชมจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 11

จากผลการวิจัยกล่าวได้ว่า ผู้ชมส่วนใหญ่ชมรายการทอล์คโชว์ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ ITV อาจเนื่องมาจากรายการจากสถานียังกล่าวเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชม

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเท็งแฝงสาระ

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ ประเภทฟุตบอลบั้นเท็งแฝงสาระ	จำนวน	ร้อยละ
การชมรายการทอล์คโชว์		
เคย	271	100.00
ไม่เคย	0	0
สถานที่รับชม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
- ช่อง 5 รายการ หัวข้อฮอติเคย์, เทคนิแอนด์ทอล์ค, คารมคมคิด	160	31.81
- ช่อง 9 รายการ เต็มจอ	18	21.07
- ช่อง 11 รายการ สดไลน์คลายเครียด	80	15.90
- ช่อง ITV รายการ สภาใจึก	157	31.22
รวม	503	100.00

ความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบั้นเท็งแฝงสาระ/เดือน

จากผลการวิจัยในตารางที่ 5 พบว่า รายการक्रमคคคค ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 76.02 ระบุว่าไม่เคยรับชมเลย รองลงมาร้อยละ 17.71 นาน ๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง) ร้อยละ 5.90 ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง) และร้อยละ 0.37 ชมทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)

รายการชอไลน์คล้ายเครียด ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 70.47 ระบุว่าไม่เคยรับชมเลย รองลงมาร้อยละ 22.51 นาน ๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง) ร้อยละ 5.17 ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง) ร้อยละ 1.85 ชมทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)

รายการหัวรอชอลิเดย์ ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 79.70 ระบุว่าไม่เคยรับชมเลย รองลงมา ร้อยละ 15.50 นาน ๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง) ร้อยละ 2.95 ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง) ร้อยละ 1.85 ชมทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)

รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 85.23 ระบุว่าไม่เคยรับชมเลย รองลงมา ร้อยละ 12.15 นาน ๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง) ร้อยละ 7.01 ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง) ร้อยละ 0.37 ชมทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)

รายการเต็มจอ ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 60.15 ระบุว่าไม่เคยรับชมเลย รองลงมา ร้อยละ 29.15 นาน ๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง) ร้อยละ 7.01 ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง) ร้อยละ 3.69 ชม ทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)

รายการสภาโຈິก ผู้ให้ข้อมูลร้อยละ 42.06 ระบุว่าไม่เคยรับชมเลย รองลงมา ร้อยละ 40.96 นาน ๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง) ร้อยละ 15.13 ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง) ร้อยละ 1.85 ชม ทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)

จากผลการวิจัยดังกล่าวสรุปได้ว่า รายการเต็มจอเป็นรายการที่มีผู้ชมร้อยละ 3.69 ได้ชมทุกครั้งที่ย่อออกอากาศ ส่วนรายการสภาโຈິก ผู้ชม ร้อยละ 15.13 ชมเกือบทุกครั้ง และร้อยละ 40.96 นาน ๆ ชมครั้ง และรายการเทคนิแอนด์ทอล์ค เป็นรายการที่ผู้ให้ข้อมูลไม่เคยชมเลยมากที่สุด ร้อยละ 85.23 อาจเนื่องมาจาก เวลาออกอากาศของรายการอยู่ในช่วง 17.00-17.30 น. จึงทำให้ผู้ชมไม่มีเวลาชม เพราะเป็นเวลาเลิกงานและอยู่ในช่วงการเดินทางกลับบ้าน เมื่อถึงบ้านต้องจัดเตรียมอาหารให้แก่ครอบครัวและบางหน่วยงานยังไม่เลิกงาน

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลต่อการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทพูด
บันเทิงแฝงสาระ

รายการ	ความถี่ต่อเดือน							
	ชมทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)		ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง)		นานๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง)		ไม่เคยเลย (0)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. คารมคมคิด	1	0.37	16	5.90	48	17.71	206	76.02
2. ฮอตไลน์คลายเครียด	5	1.85	14	5.17	61	22.51	191	70.47
3. หัวข้อฮอติเดย์	5	1.85	8	2.95	42	15.50	216	79.70
4. เทคนิแอนด์ทอล์ค	1	0.37	5	1.85	34	12.55	231	85.23
5. เต็มจอ	10	3.69	19	7.01	79	29.15	163	60.15
6. สภาโจ๊ก	5	1.85	41	15.13	111	40.96	114	42.06

รายการประเภทพูดบันเทิงแฝงสาระที่ผู้ให้ข้อมูลชอบ (อันดับ 1-3)

จากผลการวิจัยในตารางที่ 6 พบว่า รายการพูดบันเทิงแฝงสาระที่ผู้ให้ข้อมูลชอบเป็นอันดับ 1 ได้แก่ รายการสภาโจ๊ก (คะแนนเฉลี่ย 2.35) รองลงมาอันดับที่ 2 ได้แก่ รายการฮอตไลน์คลายเครียด (คะแนนเฉลี่ย 1.01) และผู้ให้ข้อมูลชอบเป็นอันดับที่ 3 ได้แก่ รายการเต็มจอ (คะแนนเฉลี่ย 1.00)

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการสภาโจ๊กเป็นรายการที่ผู้ชมให้คะแนนมากเป็นอันดับ 1 และอันดับ 2 อาจเนื่องจาก รูปแบบของรายการเป็นรายการล้อเลียนนักการเมืองของไทยและหยิบยกปัญหาของประเทศไทยในปัจจุบันมาล้อเลียน ซึ่งผู้ชมที่สนใจติดตามการเมืองของประเทศ เมื่อชมรายการสภาโจ๊กมีความรู้สึกเปรียบเทียบระหว่างตัวนักพูดแต่ละท่านว่าล้อเลียนนักการเมืองท่านใด และการนำนักพูดที่มีหน้าตา บุคลิก ท่าทาง เหมือนนักการเมือง จึงเป็นจุดที่น่าสนใจของรายการ

ตารางที่ 6 จำนวนของผู้ให้ข้อมูลที่ชอบรายการประเภทพูดบันทึกแฟงสาระอันดับ 1-3

รายการ	คะแนนเฉลี่ย
อันดับที่ 1 รายการสภาโຈິก	2.35
อันดับที่ 2 รายการฮอตไลน์คลายเครียด	1.01
อันดับที่ 3 รายการเต็มจอ	1.00
อันดับที่ 4 รายการคารมคมคิด	0.91
อันดับที่ 5 รายการหัวร่อฮอเลดี้	0.44
อันดับที่ 6 รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค	0.28

นักพูดที่ชื่นชอบ (ตอบได้ 3 ท่าน)

จากผลการวิจัยในตารางที่ 7 พบว่า นักพูดที่ชื่นชอบได้แก่ คุณจตุพล ชมภูนิช (232 คน) รองลงมา 141 คน ชื่นชอบ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา จำนวน 75 คน ชื่นชอบ รองศาสตราจารย์สุชุม นวลสกุล จำนวน 67 คน ชื่นชอบ คุณกรรณิกา ธรรมเกษร จำนวน 65 คน ชื่นชอบ คุณอภิชาติ ดำดี และคุณเสน่ห์ ศรีสุวรรณ จำนวน 45 คน ชื่นชอบ คุณสุรวงศ์ วัฒนกุล จำนวน 39 คน ชื่นชอบ คุณพะเยาว์ พัฒนพงศ์ จำนวน 38 คน ชื่นชอบ รองศาสตราจารย์สุณีย์ สินธุเดชะ จำนวน 22 คน ชื่นชอบ คุณผาณิต กันตามระ จำนวน 10 คน ชื่นชอบ คุณอุดม แต้พานิช จำนวน 8 คน ชื่นชอบ คุณวสันต์ พงศ์สุประดิษฐ์ จำนวน 4 คน ชื่นชอบ คุณพนม ปิเจริญ จำนวน 2 คน ชื่นชอบ พ.อ.นพ.พงศ์ศักดิ์ ตั้งคณา

จากผลการวิจัยกล่าวได้ว่า นักพูดที่ผู้ชมชอบ 3 ท่าน ได้แก่ คุณจตุพล ชมภูนิช รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา และรองศาสตราจารย์สุชุม นวลสกุล อาจเนื่องมาจาก นักพูดทั้งสามท่านมีผลงานออกอากาศในปัจจุบันหลายรายการจึงทำให้ผู้ชมได้รับชมบ่อย ๆ ซึ่งไม่ใช่รายการรูปแบบทอล์คโชว์เท่านั้น ทำให้ผู้ชมคุ้นเคยกับนักพูดดังกล่าว จึงเป็นสาเหตุที่ผู้ชมเลือกทั้งสามท่านเป็นนักพูดที่ชื่นชอบ

ตารางที่ 7 จำนวนผู้ให้ข้อมูลที่ชอบนักพูด (เลือกได้ 3 คำตอบ)

นักพูด	จำนวน	เหตุผลที่ชอบ
1. คุณจุฑาพร ชมภูนิช	232	- พูดตลก ผ่าสาระ สามารถนำเรื่องที่เกิดขึ้นในปัจจุบันมาพูดให้ตลกทำให้คลายเครียด (78 คะแนน) - พูดฟังแล้วเข้าใจได้ง่าย (62 คะแนน) - คิดคำพูดออกมาใหม่ ๆ ฟังแล้วเพลิดเพลิน (35 คะแนน) - พูดมีเหตุผลและฟังแง่ความบันเทิง (22 คะแนน) - เป็นนักพูดที่คิดเร็วและพูดเก่ง (13 คะแนน) - พูดแล้วมีแง่คิด น่าสนใจเพราะ ฟังดูแล้วเกิดความสนใจ (12 คะแนน) - มีไหวพริบ สามารถพูดโต้ตอบได้ทันที (10 คะแนน)
2. รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา	141	- มีบุคลิกที่ดี และคำพูดแต่ละคำจะเป็นคำคมเสมอ (58 คะแนน) - พูดตรงไปตรงมา ใช้คำพูดค่อนข้างแรง แต่เข้าใจง่ายทำให้เห็นภาพและเข้าใจ (45 คะแนน) - พูดมีสาระ มีบุคลิกที่เป็นตัวของตัวเอง (12 คะแนน) - มีหลักการพูดที่ดี (7 คะแนน) - เป็นผู้มีความรู้ พูดเก่ง (7 คะแนน) - ได้ความรู้จากการพูดของท่าน (6 คะแนน) - พูดสนุก มีสาระ และได้ความรู้ (6 คะแนน)
3. รองศาสตราจารย์สุมน นวลสกุล	75	- พูดตลกแต่มีสาระ (45 คะแนน) - มีความรู้และรู้จริง (15 คะแนน) - พูดตรงไปตรงมา มีเหตุผล (10 คะแนน) - มีเทคนิคในการพูด ทำให้ผู้ชมเพลิดเพลิน (5 คะแนน)
4. คุณกรรณิกา ธรรมเกษร	67	- บุคลิกดี พูดชัดถ้อยชัดคำ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (35 คะแนน) - พูดมีสาระ (23 คะแนน) - คุยเรื่องการเมือง ทำให้น่าสนใจ (5 คะแนน) - พูดเก่ง (4 คะแนน)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

นักพูด	จำนวน	เหตุผลที่ชอบ
5. คุณอภิชาติ คำดี	65	- อารมณ์ขัน (26 คะแนน) - ให้ความรู้แฝงความบันเทิง (19 คะแนน) - มีน้ำเสียงเป็นเอกลักษณ์ (9 คะแนน) - พูดมีสาระแฝงคติ (6 คะแนน) - บุคลิกดี พูดชัดถ้อยชัดคำ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย (5 คะแนน)
6. คุณเสน่ห์ ศรีสุวรรณ	65	- พูดเสียงดัง ฟังชัด (30 คะแนน) - การใช้คำพูด น่าฟัง แฝงมุขตลก (30 คะแนน) - พูดตลก (5 คะแนน)
7. คุณสุรวงศ์ วัฒนกุล	45	- หาเรื่องแปลกมาพูด (45 คะแนน)
8. คุณพะเยาว์ พัฒนพงศ์	39	- บุคลิกท่าทางดี (20 คะแนน) - พูดเก่ง พูดฉะฉาน สอนให้มีความรู้และพูดทำให้เกิดความคิดใหม่ ๆ (19 คะแนน)
9. รองศาสตราจารย์สุณีย์ สินธุเดชะ	38	- พูดตลก แฝงไปด้วยคำสอน (20 คะแนน) - เนื้อหาที่นำมาพูดน่าสนใจและสอดแทรกความรู้ให้ได้คิด (10 คะแนน) - พูดชักชวนให้เยาวชนมีความคิดที่ดีในอนาคตข้างหน้า (5 คะแนน) - บุคลิกเรียบร้อย พูดให้คิดสนใจ (3 คะแนน)
10. คุณผาณิต กันตามระ	22	- พูดน่าคล้อยตาม มีสาระพูดดี (7 คะแนน) - พูดทำให้ผู้ชมคล้อยตาม (7 คะแนน) - ได้ตอบคู่พูดได้ดี มีไหวพริบ (5 คะแนน) - พูดซ้ำขึ้น น่าติดตามฟัง (3 คะแนน)
11. คุณอุดม แต้พานิช	10	- พูดเข้าได้กับทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น (5 คะแนน) - พูดตลก กล้าพูด แฝงด้วยสาระน่าคิด (3 คะแนน) - พูดตลกคล้ายเครียด (2 คะแนน)

ตารางที่ 7 (ต่อ)

นักพูด	จำนวน	เหตุผลที่ชอบ
12. คุณวสันต์ พงศ์สุประดิษฐ์	8	- พูดดี มีสาระ (8 คะแนน)
13. คุณพนม ปิเจริญ	4	- พูดดี มีสาระ สอดแทรกความบันเทิงในระหว่างพูด (4 คะแนน)
14. พ.อ.นพ. พงศ์ศักดิ์ ตั้งคณา	2	- พูดให้แง่คิด (2 คะแนน)

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันเทิงแฝงสาระ

ความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันเทิงแฝงสาระ เป็นการวัดถึงความพึงพอใจองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการพูดบันเทิงแฝงสาระ จากการติดตามรับชมรายการพูดบันเทิงแฝงสาระ สำหรับการวัดความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันเทิงแฝงสาระนั้น ผู้วิจัยได้สร้างข้อความเกี่ยวกับความพึงพอใจองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการพูดบันเทิงแฝงสาระ จำนวน 16 ข้อความ ใน 4 องค์ประกอบได้แก่ ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ฉากและการตกแต่ง มุมกล้องและเทคนิคการติดต่องาน และเทคนิคการพูด แต่ละข้อความมีคำตอบให้ผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบว่า "พึงพอใจมากที่สุด" "พึงพอใจมาก" "พึงพอใจปานกลาง" "พึงพอใจน้อย" และ "ไม่พึงพอใจเลย" ซึ่งคำตอบแต่ละคำตอบมีคะแนนที่กำหนดให้ต่างกันตามลำดับความสำคัญของข้อความนั้นๆ กล่าวคือ "พึงพอใจมากที่สุด" เท่ากับ 5 คะแนน "พึงพอใจมาก" เท่ากับ 4 คะแนน "พึงพอใจปานกลาง" เท่ากับ 3 คะแนน "พึงพอใจน้อย" เท่ากับ 2 คะแนน และ "ไม่พึงพอใจ" เท่ากับ 1 คะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคิดคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	หมายถึง
4.50-5.00	ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50-4.49	ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับมาก
2.50-3.49	ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50-2.49	ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00-1.49	ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

การนำเสนอความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบนเท็งแฟงสาธารณะนั้น ผู้วิจัยนำเสนอจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบนเท็งแฟงสาธารณะที่มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลมากไปน้อยดังนี้

รายการสภาโຈັก

ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

จากผลการวิจัยในตารางที่ 8 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 103 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบนเท็งแฟงสาธารณะ รายการสภาโຈັก ในองค์ประกอบด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.48) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อความมีชื่อเสียงของผู้พูดและผู้ดำเนินรายการและปฏิภาณไหวพริบ ในระดับมาก ส่วนบุคลิกลักษณะที่เหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ฉากและการตกแต่ง

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 103 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบนเท็งแฟงสาธารณะ รายการสภาโຈັก ในองค์ประกอบด้านฉากและการตกแต่ง ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.17) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 4 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อการออกแบบฉากและตกแต่งโดยออกแบบเลียนแบบธรรมชาติ การออกแบบฉากและตกแต่งโดยใช้สถานที่จริงของรายการ การประดิษฐ์ตกแต่งฉากร่วมสมัยและการประดิษฐ์ตกแต่งล้ำยุคในระดับปานกลางทุกข้อความ

มุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 103 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบนเท็งแฟงสาธารณะ รายการสภาโຈັก ในองค์ประกอบด้านมุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.33) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อมุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ ที่มีความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ ในระดับมาก ส่วนมุมกล้องที่แตกต่าง และการใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เทคนิคการพูด

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 103 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลบนเท็งแฟงสาธารณะ รายการสภาโຈັก ในองค์ประกอบด้านเทคนิคการพูด ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.88) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 6 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อ

สืบมา การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้อง รวมถึงการใช้เทคนิคการพูดในการเรียงลำดับความหมาย จังหวะการพูด น้ำเสียง และท่าทาง ในระดับมากทุกข้อความ

จากผลการวิจัยดังกล่าว สรุปได้ว่า รายการสภากาใจ ผู้ชมมีความพึงพอใจเทคนิคการพูดในระดับมาก ส่วนด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ มุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ และการตกแต่ง ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง



ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงแสงสวระรายการสกาโลก

(n = 103)

รายการสกาโลก	ระดับความพึงพอใจ								ค่า คะแนน เฉลี่ย		
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)			น้อยที่สุด (1)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ
ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ											
1. ความมีชื่อเสียง	6	5.83	51	49.51	43	41.75	3	2.91	-	-	3.48
2. ปฏิภาณไหวพริบ	11	10.68	31	30.10	59	57.28	2	1.92	-	-	3.60
3. บุคลิกภายนอกที่เหมาะสม	10	9.71	17	16.50	74	71.84	2	1.92	-	-	3.50
ฉากและการตกแต่ง											
1. ออกแบบเลียนแบบธรรมชาติ	6	5.83	43	41.75	46	44.66	8	7.77	-	-	3.31
2. ใช้สถานที่จริง	4	3.88	32	31.07	59	57.28	8	7.77	-	-	3.46
3. ประติษฐานวัตถุร่วมสมัย	4	3.88	10	9.71	87	84.47	2	1.92	-	-	3.15
4. ประติษฐานวัตถุแต่งล้ำยุค	2	1.92	9	7.74	58	56.31	32	31.07	2	1.92	2.78

รายการเต็มจอ

ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

จากผลการวิจัยในตารางที่ 9 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 83 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีเผ่าสาระ รายการเต็มจอ ในองค์ประกอบด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.87) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อความมีชื่อเสียงของผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ บุคลิกภายนอก และปฏิภาณไหวพริบ ในระดับมากทุกข้อความ

ฉากและการตกแต่ง

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 83 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีเผ่าสาระ รายการเต็มจอ ในองค์ประกอบด้านฉากและการตกแต่ง ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.40) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 4 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อการออกแบบฉากและตกแต่งโดยประติมากรรมตกแต่งล้ำยุค ในระดับมาก ส่วนการออกแบบฉากและตกแต่งเลียนแบบธรรมชาติ ใช้สถานที่จริงของรายการ และการประติมากรรมตกแต่งฉากร่วมสมัย นั้น ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

มุกตลกและเทคนิคการตัดต่อภาพ

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 83 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีเผ่าสาระ รายการเต็มจอ ในองค์ประกอบด้านมุกตลกและเทคนิคการตัดต่อภาพ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.93) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อมุกตลกและเทคนิคการตัดต่อภาพ ที่มีความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพมุกตลกที่แตกต่าง และการใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ ในระดับมากทุกข้อความ

เทคนิคการพูด

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 83 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีเผ่าสาระ รายการเต็มจอ ในองค์ประกอบด้านเทคนิคการพูด ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.12) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 6 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อลีลา การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้อง รวมถึงการใช้เทคนิคการพูดในการเรียงลำดับความหมาย จังหวะการพูด น้ำเสียง และท่าทาง ในระดับมากทุกข้อความ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการเต็มจอ ผู้ชมพึงพอใจเทคนิคการพูด มุกตลกและเทคนิคการตัดต่อภาพ ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับมาก และพึงพอใจฉากและการตกแต่งระดับปานกลาง

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระรายการเต็มจอ

(n = 83)

รายการเต็มจอ	ระดับความพึงพอใจ								ค่า คะแนน เฉลี่ย			
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)			น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		จำนวน	ร้อยละ	
ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ												
1. ปฏิภาณไหวพริบ	12	14.46	55	66.27	16	19.28	-	-	-	-	-	3.87
2. ความมีชื่อเสียง	11	13.25	52	62.65	20	24.10	-	-	-	-	-	3.89
3. บุคลิกภายนอกที่เหมาะสม	9	10.84	49	59.04	23	27.71	2	2.41	-	-	-	3.78
ฉากและการตกแต่ง												3.40
1. ประติมากรรมตกแต่งล้ำยุค	22	32.53	14	16.87	36	43.37	6	7.23	-	-	-	3.75
2. ออกแบบเปลี่ยนแบบธรรมชาติ	3	3.61	27	32.53	49	59.04	4	4.82	-	-	-	3.35
3. ใช้สถานที่จริง	1	1.20	1	22.89	58	69.88	5	6.02	-	-	-	3.19
4. ประติมากรรมตกแต่งร่วมสมัย	5	6.02	18	21.69	56	67.47	4	4.82	-	-	-	3.29

(n = 83)

ตารางที่ 9 (ต่อ)

(n = 83)

รายการเต็มจอ	ระดับความพึงพอใจ						ค่า		
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		น้อย (2)			น้อยที่สุด (1)	คะแนนเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ			
มุกกล้องและเทคนิคการติดต่อกภาพ									
1. ความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียนรู้ลำดับภาพ	30	36.14	25	30.12	28	33.73	-	3.93	
2. การใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ	30	36.14	27	32.53	26	31.33	-	4.02	
3. มุกกล้องที่แตกต่าง	6	7.23	47	56.62	30	36.14	-	4.05	
								3.71	
เทคนิคการพูด									
1. สีหน้า	34	40.96	39	46.99	10	12.05	-	4.12	
2. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย, ถูกต้อง	35	42.17	33	39.76	15	18.07	-	4.29	
3. การเรียงลำดับความหมาย	29	34.94	41	49.40	13	15.66	-	4.24	
4. น้ำเสียง	14	16.87	59	71.08	10	12.05	-	4.19	
5. จังหวะการพูด	12	14.46	59	71.08	12	14.46	-	4.05	
6. ท่าทาง	12	14.46	54	65.06	17	20.48	-	4.00	
								3.94	

รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค

ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

จากผลการวิจัยในตารางที่ 10 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 33 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนแท่งแผ่นสาระ รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ในองค์ประกอบด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.49) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อความมีชื่อเสียงของผู้พูดและผู้ดำเนินรายการในระดับมาก ส่วนบุคลิกภายนอก และปฏิภาณไหวพริบ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ฉากและการตกแต่ง

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 33 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนแท่งแผ่นสาระ รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ในองค์ประกอบด้านฉากและการตกแต่ง ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.48) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 4 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อการออกแบบฉากเลียนแบบธรรมชาติ ในระดับมาก ส่วนการใช้สถานที่จริงของรายการ การประดิษฐ์ตกแต่งฉากร่วมสมัย และการประดิษฐ์ตกแต่งฉากแบบล้ำยุคนั้น ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

มุกกลิ้งและเทคนิคการตัดต่อภาพ

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 33 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนแท่งแผ่นสาระ รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ในองค์ประกอบด้านมุกกลิ้งและเทคนิคการตัดต่อภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.38) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อมุกกลิ้งและเทคนิคการตัดต่อภาพที่มีความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ ในระดับมาก ส่วนมุกกลิ้งที่แตกต่าง และการใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เทคนิคการพูด

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 33 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนแท่งแผ่นสาระ รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ในองค์ประกอบด้านเทคนิคการพูด ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.64) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 6 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อน้ำเสียง สีหน้า การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้อง รวมถึงการใช้เทคนิคการพูดในการเรียงลำดับความหมาย ในระดับมาก ส่วนท่าทาง และจังหวะการพูดนั้น ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ผลการวิจัยกล่าวได้ว่า รายการเทคนต์แอนด์ทอล์ค ผู้ชมมีความพึงพอใจในเทคนิคการพูดในระดับมาก และพึงพอใจผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ฉากและการตกแต่ง และมุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพในระดับปานกลาง



ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทบันเทิงผังสวรายการโทรทัศน์แอนดท์ทอลด์

(n = 33)

รายการทัศนแอนดท์ทอลด์	ระดับความพึงพอใจ										ค่า คะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ											
1. ความมีชื่อเสียง	3	9.09	23	69.70	7	21.21	-	-	-	-	3.49
2. ปฏิภาณไหวพริบ	4	18.18	2	6.06	23	69.70	2	6.06	-	-	3.88
3. บุคลิกภายนอกที่เหมาะสม	2	6.06	6	18.18	23	69.70	2	6.06	-	-	3.36
ฉากและการตกแต่ง											
1. ออกแบบเปลี่ยนแบบธรรมชาติ	23	69.70	5	15.15	5	15.15	-	-	-	-	3.24
2. ใช้สถานที่จริง	-	-	5	15.15	28	84.85	-	-	-	-	3.48
3. ประติษฐานตกแต่งร่วมสมัย	-	-	4	12.12	29	87.88	-	-	-	-	4.54
4. ประติษฐานตกแต่งล้ำยุค	-	-	3	9.09	30	90.90	-	-	2	11.77	3.15
											3.12
											3.09

ตารางที่ 10 (ต่อ)

(n = 33)

รายการทัศนคติ	ระดับความพึงพอใจ										ค่าคะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มุมมองและเทคนิคการติดต่อภาพ											
1. ความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียนรู้ลำดับภาพ	1	3.03	27	81.82	5	15.15	-	-	-	-	3.38
2. การใช้เทคนิคพิเศษที่เข้าใจ	-	-	-	-	4	12.12	29	87.88	-	-	3.12
3. มุมกล้องที่แตกต่างกัน	1	3.03	3	9.09	29	87.88	-	-	-	-	3.15
เทคนิคการพูด											
1. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย, ถูกต้อง	5	15.15	25	75.76	3	9.09	-	-	-	-	3.64
2. สีหน้า	1	3.03	26	78.79	6	18.18	-	-	-	-	4.06
3. การเรียงลำดับความหมาย	3	9.09	25	75.76	5	15.15	-	-	-	-	3.85
4. น้ำเสียง	1	3.03	27	81.82	5	15.15	-	-	-	-	3.80
5. ท่าทาง	1	3.03	5	15.15	25	75.76	2	6.06	-	-	3.85
6. จังหวะการพูด	5	15.15	25	75.76	3	9.09	-	-	-	-	3.15

รายการการมคมคิด

ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

จากผลการวิจัยในตารางที่ 11 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันทึกเสียงสาระ รายการการมคมคิด ในองค์ประกอบด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.76) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อบุคลิกภายนอก และปฏิภาณไหวพริบ ส่วนความมีชื่อเสียงของผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ฉากและการตกแต่ง

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันทึกเสียงสาระ รายการการมคมคิด ในองค์ประกอบด้านฉากและการตกแต่ง ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.58) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 4 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อการออกแบบฉากเลียนแบบธรรมชาติ และการใช้สถานที่จริงของรายการ ในระดับมาก ส่วนการประดิษฐ์ตกแต่งฉากแบบล้ำยุคและการประดิษฐ์ตกแต่งฉากร่วมสมัย นั้น ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

มุกตลกและเทคนิคการติดต่อภาพ

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันทึกเสียงสาระ รายการการมคมคิด ในองค์ประกอบด้านมุกตลกและเทคนิคการติดต่อภาพ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.57) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อมุกตลกและเทคนิคการติดต่อภาพที่มีความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ และรวมถึงมุกตลกที่แตกต่าง ในระดับมาก ส่วนการใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจในระดับปานกลาง

เทคนิคการพูด

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันทึกเสียงสาระ รายการการมคมคิด ในองค์ประกอบด้านเทคนิคการพูด ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.03) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 6 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อน้ำเสียง สีหน้า ท่าทาง จังหวะการพูด การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้อง รวมถึงการใช้เทคนิคการพูดในการเรียงลำดับความหมาย ในระดับมากทุกข้อความ

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า จากการติดตามรับชมรายการพุดบันเทิงแฝงสวระนั้นผู้ให้
ข้อมูลเห็นว่าในด้านเทคนิคการพูดของรายการคารมคมคิด ด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ จาก
และการตกแต่ง และมุกกลิ้งและเทคนิคการตัดต่อภาพ ผู้ชมมีความพึงพอใจมาก



ตารางที่ 11 (ต่อ)

(n = 24)

รายการการวัด	ระดับความพึงพอใจ								ค่าคะแนนเฉลี่ย	
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)			น้อยที่สุด (1)
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
มุมมองและเทคนิคการตัดต่อภาพ										
1. ความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ	7	29.17	5	20.83	12	50.00	-	-	-	3.57
2. มุมกล้องที่แตกต่างกัน	3	12.50	8	33.33	11	45.84	2	8.33	-	3.79
3. การใช้เทคนิคพิเศษที่เข้าใจ	3	12.50	9	37.50	9	37.50	1	4.17	2	3.50
									8.33	3.42
เทคนิคการพูด										
1. น้ำเสียง	9	37.50	11	45.84	4	16.66	-	-	-	4.03
2. สีหน้า	7	29.17	14	58.33	3	12.50	-	-	-	4.21
3. ท่าทาง	4	16.67	17	70.83	3	12.50	-	-	-	4.17
4. จังหวะการพูด	9	37.50	9	37.50	4	16.67	2	8.33	-	4.04
5. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย, ถูกต้อง	6	25.00	11	45.84	5	20.83	2	8.33	-	4.04
6. การเรียงลำดับความหมาย	6	25.00	9	37.50	8	33.33	1	4.17	-	3.88
									-	3.83

รายการชอตไลน์คล้ายเครียด

ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

จากผลการวิจัยในตารางที่ 12 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการชอตไลน์คล้ายเครียด ในองค์ประกอบด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.72) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อบุคลิกภายนอก ปฏิภาณไหวพริบ และความมีชื่อเสียงของผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับมากทุกข้อความ

ฉากและการตกแต่ง

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการชอตไลน์คล้ายเครียด ในองค์ประกอบด้านฉากและการตกแต่ง ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.09) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 4 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อการออกแบบฉากเลียนแบบธรรมชาติ การใช้สถานที่จริงของรายการ และการประดิษฐ์ตกแต่งฉากร่วมสมัย การประดิษฐ์ตกแต่งฉากแบบล้ำยุคนั้น ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทุกข้อความ

มุขมุกและเทคนิคการตัดต่อภาพ

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการชอตไลน์คล้ายเครียด ในองค์ประกอบด้านมุขมุกและเทคนิคการตัดต่อภาพ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.47) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อมุขมุกและเทคนิคการตัดต่อภาพที่มีความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ ในระดับมาก ส่วนมุขมุกที่แตกต่าง และการใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

เทคนิคการพูด

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการชอตไลน์คล้ายเครียด ในองค์ประกอบด้านเทคนิคการพูด ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.71) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 6 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อน้ำเสียง สีสหน้า ท่าทาง จังหวะการพูด การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้อง ในระดับมาก ส่วนการใช้เทคนิคการพูดในการเรียงลำดับความหมาย ผู้ให้ข้อมูลความพึงพอใจในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการชอตไลน์ครายเครียด ผู้ชมพึงพอใจในผู้พูดและ
ผู้ดำเนินรายการ เทคนิคการพูด ในระดับมาก ส่วน มุกตลกและเทคนิคการตัดต่อภาพ และฉาก
และการตกแต่ง ผู้ชมพึงพอใจในระดับปานกลาง



ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชีวิต

(n = 17)

รายการขอตไล์น้คลายเครียด	ระดับความพึงพอใจ								ค่าคะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ									
1. ความมีชื่อเสียง	4	23.53	5	29.41	8	47.10	-	-	3.72
2. ปฏิภาณไหวพริบ	4	23.53	4	23.53	9	52.94	-	-	3.76
3. บุคลิกภายนอกที่เหมาะสม	4	23.53	4	23.53	9	52.94	-	-	3.70
จากและการตกแต่ง									
1. ออกแบบเปลี่ยนแบบธรรมชาติ	10	58.82	5	29.41	2	11.77	-	-	3.09
2. ใช้สถานที่จริง	4	23.52	9	52.94	4	23.53	-	-	3.47
3. ประดิษฐ์ตกแต่งร่วมสมัย	4	23.53	11	64.70	2	11.77	-	-	3.00
4. ประดิษฐ์ตกแต่งล้ำยุค	-	-	4	23.52	9	52.94	2	11.77	2.88

ตารางที่ 12 (ต่อ)

(n = 17)

รายการข้อเสนอลายครีดยด	ระดับความพึงพอใจ										ค่า
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
มุมมองและเทคนิคการติดต่อภาพ											
1. ความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ	4	23.53	6	35.29	7	41.18	-	-	-	-	3.47
2. มุมกล้องที่แตกต่างกัน	-	-	4	23.53	11	64.70	-	-	-	-	3.35
3. การใช้เทคนิคพิเศษที่เข้าใจ	-	-	8	47.06	5	29.41	4	23.53	-	-	3.23
เทคนิคการพูด											
1. สีหน้า	4	23.57	8	47.06	5	29.41	-	-	-	-	3.71
2. ท่าทาง	4	23.53	8	47.06	5	29.41	-	-	-	-	3.94
3. น้ำเสียง	4	23.53	6	35.29	7	41.17	-	-	-	-	3.82
4. จังหวะการพูด	2	11.77	8	47.06	5	29.41	2	11.77	-	-	3.59
5. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย, ถูกต้อง	2	11.77	6	35.29	9	52.94	-	-	-	-	3.59
6. การเรียงลำดับความหมาย	2	11.77	6	35.29	5	29.41	4	23.53	-	-	3.35

รายการหัวข้อสอไลค์

ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

จากผลการวิจัยในตารางที่ 13 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 11 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการหัวข้อสอไลค์ ในองค์ประกอบด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.91) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อบุคลิกภายนอก ปฏิภาณไหวพริบ และความมีชื่อเสียงของผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในระดับมากทุกข้อความ

ฉากและการตกแต่ง

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 11 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการหัวข้อสอไลค์ ในองค์ประกอบด้านฉากและการตกแต่ง ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.87) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 4 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อการออกแบบฉากเลียนแบบธรรมชาติ การใช้สถานที่จริงของรายการ การประดิษฐ์ตกแต่งฉากร่วมสมัย และการประดิษฐ์ตกแต่งฉากแบบล้ำยุคในระดับมากทุกข้อความ

มุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 11 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการหัวข้อสอไลค์ ในองค์ประกอบด้านมุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.94) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 3 ข้อความ พบว่าผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อมุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพที่มีความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ รวมถึงมุมกล้องที่แตกต่าง และการใช้เทคนิคพิเศษที่เร้าใจ ในระดับมากทุกข้อความ

เทคนิคการพูด

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 11 คน แสดงความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีกลางแจ้ง รายการหัวข้อสอไลค์ ในองค์ประกอบด้านเทคนิคการพูด ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.98) เมื่อพิจารณาในข้อความทั้ง 6 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลพึงพอใจต่อน้ำเสียง สีหน้า ท่าทาง จังหวะการพูด การใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายและถูกต้อง รวมถึงการใช้เทคนิคการพูดในการเรียงลำดับความหมาย ในระดับมากทุกข้อความ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการหัวข้อสอไลค์ ผู้ชมมีความพึงพอใจในด้านเทคนิคการพูดในระดับมากที่สุด และพึงพอใจในมุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ และฉากและการตกแต่งในระดับมาก

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทฟุตบอลพรีเมียร์ลีกและการถ่ายทอดสด

(n = 11)

รายการหรร้อยลิตเดีย	ระดับความพึงพอใจ										ค่า คะแนน เฉลี่ย
	มากที่สุด (5)		มาก (4)		ปานกลาง (3)		น้อย (2)		น้อยที่สุด (1)		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ											
1. ความมีชื่อเสียง	5	45.46	3	27.27	3	27.27	-	-	-	-	3.91
2. บุคลิกภายนอกที่เหมาะสม	4	36.36	3	27.27	2	18.18	2	18.18	-	-	4.18
3. ปฏิภาณไหวพริบ	1	9.09	6	54.55	4	36.36	-	-	-	-	3.82
ฉากและการตกแต่ง											
1. ใช้สถานที่จริง	4	36.36	1	9.09	6	54.55	-	-	-	-	3.87
2. ประติมากรรมแต่งสวยงาม	4	36.36	2	18.18	5	45.46	-	-	-	-	3.91
3. ออกแบบเลียนแบบธรรมชาติ	4	36.36	1	9.09	6	54.55	-	-	-	-	3.82
4. ประติมากรรมแต่งล้ำยุค	4	36.36	2	18.18	5	45.46	-	-	2	11.77	3.82

การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ

การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ เป็นการวัดถึงระดับการใช้ประโยชน์ในองค์ประกอบต่าง ๆ ของรายการพุดบันเทิงแฝงสาระ จากการติดตามรับชมรายการพุดบันเทิงแฝงสาระ สำหรับการวัดประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสระนั้น ผู้วิจัยได้สร้างข้อความเกี่ยวกับประโยชน์ของการชมรายการพุดบันเทิงแฝงสาระ โดยมีประโยชน์ที่ได้จากการชมรายการพุดบันเทิงแฝงสาระ จำนวน 6 ข้อความ ใน 3 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์ต่อตัวเอง ประโยชน์ต่อครอบครัว และประโยชน์ต่อสังคม แต่ละข้อความมีคำตอบให้ผู้ให้ข้อมูลเลือกตอบว่า "มีประโยชน์มากที่สุด" "มีประโยชน์มาก" "มีประโยชน์ปานกลาง" "มีประโยชน์น้อย" และ "ไม่มีประโยชน์เลย" ซึ่งคำตอบแต่ละคำตอบมีคะแนนที่กำหนดให้ต่างกันตามลำดับความสำคัญของข้อความนั้น ๆ กล่าวคือ "มีประโยชน์มากที่สุด" เท่ากับ 5 คะแนน "มีประโยชน์มาก" เท่ากับ 4 คะแนน "มีประโยชน์ปานกลาง" เท่ากับ 3 คะแนน "มีประโยชน์น้อย" เท่ากับ 2 คะแนน และ "ไม่ได้ใช้ประโยชน์เลย" เท่ากับ 1 คะแนน จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาคิดคำนวณน้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง	หมายถึง
4.50-5.00	ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ระดับมากที่สุด
3.50-4.49	ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก
2.50-3.49	ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับปานกลาง
1.50-2.49	ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับน้อย
1.00-1.49	ผู้ให้ข้อมูลไม่ได้ใช้ประโยชน์เลย

การนำเสนอการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ นั้น ผู้วิจัยนำเสนอจากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ ที่มีจำนวนผู้ให้ข้อมูลมากไปน้อย ดังนี้

รายการสภาโຈກ

ประโยชน์ต่อตัวเอง

จากผลการวิจัยในตารางที่ 14 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 126 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ รายการสภาโຈກ ผู้ให้ข้อมูลเห็น

ว่าในด้านประโยชน์ต่อตัวเอง ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.65) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อตัวเองในเรื่องการได้รับรู้สถานะการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในระดับมาก และช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต ในระดับปานกลาง

ประโยชน์ต่อครอบครัว

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 126 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีเผด็จการ รายการสภาโจ๊ก ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อครอบครัว ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.74) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อครอบครัวในเรื่องของการช่วยทำให้เกิดความบันเทิงภายในครอบครัว และช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น ในระดับมาก

ประโยชน์ต่อสังคม

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 126 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบนเวทีเผด็จการ รายการสภาโจ๊ก ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อสังคม ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.18) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อสังคมในเรื่องของการนำไปใช้ในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และทำให้เกิดความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์จริง ในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการสภาโจ๊ก ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชม ในประโยชน์ต่อครอบครัว ประโยชน์ต่อตัวเอง ในระดับมาก และมีประโยชน์ต่อสังคมในระดับปานกลาง

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการพูดบนเวทีแห่งสวาระรายการสภาเด็ก

(n=103)

รายการสภาเด็ก	ระดับการนำไปใช้ประโยชน์								คะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ประโยชน์ต่อตัวเอง									
1. ทำให้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	33	32.04	55	53.39	15	14.57	-	-	3.69
2. ช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต	4	3.8	22	21.36	68	66.02	9	7.14	4.17
ประโยชน์ต่อครอบครัว									
1. ช่วยทำให้เกิดความบันเทิง	16	15.53	52	50.49	35	33.98	-	-	3.75
2. ช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น	8	7.78	55	53.39	39	37.86	1	0.97	3.82
ประโยชน์ต่อสังคม									
1. นำไปใช้ในการสนทนา	8	7.77	20	19.42	38	36.90	37	-	3.68
2. ทำให้เกิดความตื่นตัวเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์	5	5.83	24	23.30	21	20.39	52	-	2.92
									2.99
									2.84

รายการเต็มจอ

ประโยชน์ต่อตัวเอง

จากผลการวิจัยในตารางที่ 15 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 83 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ รายการเต็มจอ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อตัวเอง ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.69) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อตัวเองในเรื่องการได้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในระดับมาก ส่วนการนำประโยชน์จากการติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต ในระดับปานกลาง

ประโยชน์ต่อครอบครัว

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 83 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระรายการเต็มจอ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อครอบครัว ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.25) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อครอบครัวในเรื่องของการช่วยทำให้เกิดความบันเทิงภายในครอบครัว และช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น ในระดับมาก

ประโยชน์ต่อสังคม

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 83 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ รายการเต็มจอ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อสังคม ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.73) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อสังคมในเรื่องของการนำไปใช้ในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และทำให้เกิดความตื่นตัวเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์จริง ในระดับมาก

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการเต็มจอ ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชม ในประโยชน์ต่อครอบครัว ประโยชน์ต่อสังคมและมีประโยชน์ต่อตัวเองในระดับมาก

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการพูดบนเวทีสาธารณะรายการเต็มจอ

(n=83)

รายการเต็มจอ	ระดับการนำไปใช้ประโยชน์										ค่า	
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่ได้ใช้ประโยชน์		คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเฉลี่ย
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ		
ประโยชน์ต่อตัวเอง												
1. ทำให้รู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	9	10.85	59	71.09	11	13.25	4	4.81	-	-	3.69	3.88
2. ช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต	3	3.80	39	49.37	37	39.24	4	7.59	-	-	3.49	3.49
ประโยชน์ต่อครอบครัว												
1. ช่วยทำให้เกิดความบันเทิง	48	57.82	28	33.74	7	8.44	-	-	-	-	4.25	4.49
2. ช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น	31	37.35	21	25.30	31	37.35	-	-	-	-	4.00	4.00
ประโยชน์ต่อสังคม												
1. นำไปใช้ในการสนทนา	27	32.53	26	27.85	25	30.12	5	6.02	-	-	3.73	3.90
2. ทำให้เกิดความตื่นตัวเพื่อนร่วมอยู่ในเหตุการณ์	28	33.7	13	15.66	20	24.10	22	26.51	-	-	3.57	3.57

รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค

ประโยชน์ต่อตัวเอง

จากผลการวิจัยในตารางที่ 16 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 33 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผ่งสาระ รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อตัวเอง ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.61) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อตัวเองในเรื่องการได้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในระดับมาก และช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต ในระดับปานกลาง

ประโยชน์ต่อครอบครัว

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 33 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผ่งสาระ รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อครอบครัว ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.68) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อครอบครัวในเรื่องของการช่วยทำให้เกิดความบันเทิงภายในครอบครัว ในระดับมาก และช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น ในระดับปานกลาง

ประโยชน์ต่อสังคม

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 33 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผ่งสาระ รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อสังคม ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.09) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อสังคมในเรื่องของการนำไปใช้ในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และทำให้เกิดความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์จริง ในระดับมาก

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการเทศน์แอนด์ทอล์ค ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชม ในประโยชน์ต่อครอบครัว ประโยชน์ต่อสังคมและประโยชน์ต่อตัวเอง ในระดับมาก

ตารางที่ 16 จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการทูบีนิ่งแสงสาระรายการเทศน์แอนดัลด์

(n=33)

รายการเทศน์แอนดัลด์	ระดับการนำไปใช้ประโยชน์										ค่า คะแนน เฉลี่ย
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่ได้ใช้ประโยชน์		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ประโยชน์ต่อตัวเอง											
1. ทำให้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	3	9.09	30	90.91	-	-	-	-	-	-	3.61
2. ช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต	2	6.06	2	6.06	27	81.82	2	6.06	-	-	4.09
ประโยชน์ต่อครอบครัว											
1. ช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น	2	6.06	31	93.94	-	-	-	-	-	-	3.12
2. ช่วยทำให้เกิดความบันเทิง	3	9.09	4	12.12	26	78.79	-	-	-	-	3.68
ประโยชน์ต่อสังคม											
1. นำไปใช้ในการสนทนา	23	69.70	3	9.09	7	21.21	-	-	-	-	4.06
2. ทำให้เกิดความตื่นตัวเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์	-	-	23	69.70	10	30.30	-	-	-	-	3.30
เหตุการณ์											
											4.09
											4.48
											3.70

รายการการ McCormick

ประโยชน์ต่อตัวเอง

จากผลการวิจัยในตารางที่ 17 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแ่งสาระ รายการการ McCormick ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อตัวเอง ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.07) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อตัวเองในเรื่องการได้รับรู้สถานะการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต ในระดับมาก

ประโยชน์ต่อครอบครัว

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแ่งสาระ รายการการ McCormick ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อครอบครัว ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.05) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อครอบครัวในเรื่องของการช่วยทำให้เกิดความบันเทิงภายในครอบครัว และช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น ในระดับมาก

ประโยชน์ต่อสังคม

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 24 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแ่งสาระ รายการการ McCormick ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อสังคม ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.40) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อสังคมในเรื่องของการนำไปใช้ในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และทำให้เกิดความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์จริงซึ่งทำให้ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่ามีประโยชน์ในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการการ McCormick ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชม ในประโยชน์ต่อตัวเอง ประโยชน์ต่อครอบครัว ในระดับมาก และมีประโยชน์ต่อสังคมในระดับปานกลาง

ตารางที่ 17 จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการทูบีนิ่งแปลงสายการคมนาคมคิด

(n=24)

รายการการคมนาคมคิด	ระดับการนำไปใช้ประโยชน์										ค่าคะแนนเฉลี่ย
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่ได้ใช้ประโยชน์		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ประโยชน์ต่อตัวเอง											
1. ทำให้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	12	50.00	7	29.17	3	12.50	2	8.33	-	-	4.07
2. ช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต	9	37.50	5	20.83	9	37.50	1	4.17	-	-	4.21
ประโยชน์ต่อครอบครัว											
1. ช่วยทำให้เกิดความบันเทิง	10	41.67	9	37.50	5	20.83	-	-	-	-	4.21
2. ช่วยในการเสริมสร้างความภาคภูมิใจ	7	29.17	11	45.84	4	16.68	-	-	2	8.33	3.88
ประโยชน์ต่อสังคม											
1. นำไปใช้ในการสนทนา	5	20.83	4	16.67	11	45.83	4	16.67	-	-	3.40
2. ทำให้เกิดความตื่นตัวเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์	5	20.83	4	16.67	10	41.67	5	20.83	-	-	3.42
การณั											3.38

รายการชอตไลน์คลายเครียด

ประโยชน์ต่อตัวเอง

จากผลการวิจัยในตารางที่ 18 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ รายการชอตไลน์คลายเครียด ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อตัวเอง ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.24) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อตัวเองในเรื่องการได้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิตในระดับมาก

ประโยชน์ต่อครอบครัว

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ รายการชอตไลน์คลายเครียด ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อครอบครัว ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.00) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อครอบครัวในเรื่องของการช่วยทำให้เกิดความบันเทิงภายในครอบครัว และช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น ในระดับมาก

ประโยชน์ต่อสังคม

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ รายการชอตไลน์คลายเครียด ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อสังคม ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.35) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อสังคมในเรื่องของการนำไปใช้ในการสนทนาในชีวิตประจำวัน และทำให้เกิดความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์จริง ในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการชอตไลน์คลายเครียด ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชม โดยได้ประโยชน์ต่อครอบครัว ในระดับมาก ส่วนประโยชน์ต่อตัวเอง และประโยชน์ต่อสังคม ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 18 จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการพูดบนเวทีสาธารณะรายการขอตีไลน์คลายเครียด

รายการขอตีไลน์คลายเครียด	(n=17)									
	ระดับการนำไปใช้ประโยชน์									
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่ได้ใช้ประโยชน์	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประโยชน์ต่อตัวเอง										
1. ทำให้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	2	11.76	11	64.71	4	23.53	-	-	-	-
2. ช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต	2	11.76	6	35.29	9	52.94	-	-	-	-
ประโยชน์ต่อครอบครัว										
1. ช่วยทำให้เกิดความบันเทิง	7	41.18	8	47.06	2	11.76	-	-	-	-
2. ช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น	4	23.53	4	23.53	9	47.06	-	-	-	-
ประโยชน์ต่อสังคม										
1. นำไปใช้ในการสนทนา	2	11.76	4	23.53	9	52.94	2	11.76	-	-
2. ทำให้เกิดความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์	2	11.76	4	23.58	9	52.94	2	11.76	-	-

รายการห้วงออลิเคย์

ประโยชน์ต่อตัวเอง

จากผลการวิจัยในตารางที่ 19 พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 11 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผงสาระ รายการห้วงออลิเคย์ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อตัวเอง ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.77) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อตัวเองในเรื่องการได้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ในระดับมา และช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต ในระดับปานกลาง

ประโยชน์ต่อครอบครัว

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 11 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผงสาระ รายการห้วงออลิเคย์ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อครอบครัว ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.05) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อครอบครัวในเรื่องของการช่วยทำให้เกิดความบันเทิงภายในครอบครัว และช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น ในระดับมาก

ประโยชน์ต่อสังคม

พบว่า ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 11 คน กล่าวว่าจากที่ผู้ให้ข้อมูลได้ติดตามชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผงสาระ รายการห้วงออลิเคย์ ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่าในด้านประโยชน์ต่อสังคม ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.68) เมื่อพิจารณาทั้ง 2 ข้อความ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ต่อสังคมในเรื่องของการนำไปใช้ในการสนทนาในชีวิตประจำวัน ในระดับมาก ส่วนทำให้เกิดความตื่นเต้นเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์จริง ผู้ให้ข้อมูลได้รับประโยชน์ในระดับปานกลาง

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า รายการห้วงออลิเคย์ ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์จากการติดตามรับชม ในประโยชน์ต่อครอบครัว ประโยชน์ต่อตัวเอง และมีประโยชน์ต่อสังคม ในระดับมาก

ตารางที่ 19 จำนวนและร้อยละของการใช้ประโยชน์จากการติดตามปริมาณการปฏิบัติงานเชิงแสงระกายการหัวรอยขลิเคย์

(n=11)

รายการหัวข้อโดย	ระดับการนำไปใช้ประโยชน์										ค่า
	มากที่สุด		มาก		ปานกลาง		น้อย		ไม่ได้ใช้ประโยชน์		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ประโยชน์ต่อตัวเอง											
1. ทำให้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน	4	36.36	7	63.64	-	-	-	-	-	-	3.77
2. ช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต	3	27.27	7	63.64	1	9.09	-	-	-	-	4.36
ประโยชน์ต่อครอบครัว											
1. ช่วยทำให้เกิดความบันเทิง	6	54.55	4	36.36	1	9.09	-	-	-	-	3.18
2. ช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น	1	9.09	5	45.45	5	45.45	-	-	-	-	4.05
ประโยชน์ต่อสังคม											
1. นำไปใช้ในการสนทนา	4	36.36	4	36.36	3	27.28	-	-	-	-	4.45
2. ทำให้เกิดความตื่นตัวเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์	-	-	4	3.36	6	54.55	1	9.09	-	-	3.64

จากผลการวิจัย เกี่ยวกับความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ พบว่า รายการที่ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ผู้ดำเนินรายการ ฉากและการตกแต่ง มุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ และเทคนิคการพูด จึงสามารถสรุปได้ว่า

รายการหัวร่อฮอลลีวู้ด ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันหยุด นักชัตดุกษ์ เวลา 13.00-14.30 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาเพื่อชีวิต โดยมี พ.อ.นพ.พงศ์ศักดิ์ ตั้งคณา เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการเต็มจอ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. ทุกวัน พฤษสบัติ เวลา 23.45-00.45 น. ผลิตโดยบริษัทสตาร์บริดจ์ โดยมีคุณสาธิตและคุณศศิธร ลิ้มศรีมณี เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการคารมคมคิด ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันเสาร์เวลา 21.30-22.15 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาทางศิลป์ มีคุณอภิชาติ คำดี เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันจันทร์ เวลา 17.00-17.30 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาเพื่อชีวิต มี น.อ.นพ.พงศ์ศักดิ์ ตั้งคณา เป็นผู้ดำเนินรายการ และรายการฮอตไลน์คลายเครียด ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ทุกวันเสาร์เวลา 14.00-15.00 น. ผลิตโดยบริษัท พัฒนาเพื่อชีวิต โดยมี น.อ.นพ.พงศ์ศักดิ์ เป็นผู้ดำเนินรายการ เป็นรายการที่ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของรายการในระดับมาก

ส่วนรายการสภาโຈิก ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง ไอทีวี ทุกวันอังคาร เวลา 23.30-00.30 น. ผลิตโดย บริษัทสยามเทเลวิชั่น จำกัด ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของรายการในระดับปานกลาง

ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวพบว่า รายการที่ผู้ให้ข้อมูลชมมาก ได้แก่รายการสภาโຈิก แต่ระดับความพึงพอใจในภาพรวมองค์ประกอบของรายการมีในระดับปานกลาง อาจเนื่องมาจาก รายการสภาโຈิกเป็นรายการที่ล้อเลียนนักการเมือง ในด้านผู้พูดและผู้ดำเนินรายการมีจำนวนมาก ผู้ที่ได้ล้อเลียนนักการเมืองจึงมีไม่ครบทุกท่าน ในด้านของฉากและการตกแต่ง รายการสภาโຈิกเลียนแบบสภาของประเทศไทย ส่วนมุมกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ และเทคนิคการพูดนั้น การล้อเลียนนักการเมืองอาจทำให้ผู้ให้ข้อมูลติดในภาพของสภา และเทคนิคการพูดนั้นคงจะไม่เหมือนกับนักการเมืองจริง ๆ โดยเฉพาะผู้ดำเนินรายการที่มีหน้าตาคล้ายกับนักการเมืองบางท่าน แต่ไม่ได้เป็นผู้พูด

ส่วนผลการวิจัย การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ สรุปได้ว่า รายการที่ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์ต่อตัวเอง ประโยชน์ต่อครอบครัว และประโยชน์ต่อสังคม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้ใช้ประโยชน์จากทั้ง 6 รายการ ในระดับมาก โดยเรียงจากค่าคะแนนเฉลี่ยมากไปน้อย ดังนี้

รายการเต็มจอ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อสมท. ทุกวันพฤหัสบดี เวลา 23.45 - 00.45 น. ผลิตโดยบริษัทสตาร์บริดจ์ โดยมีคุณสาธิตและคุณศศิธร ลิ้มศรีมณี เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการคารมคมคิด ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันเสาร์ เวลา 21.30-22.15 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาทางศิลป์ มีคุณอภิชาติ คำดี เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการหัวร่อฮอลิเดย์ ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ เวลา 13.00-14.30 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาเพื่อชีวิต โดยมี พ.อ.นพ.พงศักดิ์ ตั้งคณา เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการเทศน์แอ่นต์ทอล์ค ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ทุกวันจันทร์ เวลา 17.00-17.30 น. ผลิตโดยบริษัทพัฒนาเพื่อชีวิต มี น.อ.นพ.พงศักดิ์ ตั้งคณา เป็นผู้ดำเนินรายการ รายการฮอตไลน์คลายเครียด ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ทุกวันเสาร์ เวลา 14.00-15.00 น. ผลิตโดยบริษัท พัฒนาเพื่อชีวิต โดยมี น.อ.นพ.พงศักดิ์ เป็นผู้ดำเนินรายการ และรายการสภาจึก ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง ไอทีวี ทุกวันอังคาร เวลา 23.30-00.30 น. ผลิตโดย บริษัทสยามเทเลวิชั่น จำกัด

จากผลการวิจัยดังกล่าว พบว่าทุกรายการผู้ให้ข้อมูลเห็นว่ามีประโยชน์ในระดับมาก อาจเนื่องมาจาก ผู้ให้ข้อมูลได้พิจารณาในประโยชน์ของรายการแต่ละรายการเพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง ครอบครัว และสังคม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรายการประเภททูตบ้านเทিংแฝงสาระ

จากผลการวิจัย การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภททูตบ้านเทিংแฝงสาระ ในจำนวน 6 ด้าน ผู้วิจัยได้สรุปข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านการคัดเลือกผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

ผู้ให้ข้อมูลได้เสนอแนะว่า ผู้พูดไม่ควรเคร่งขรึมเกินไปควรมีการแทรกมุขตลกเพื่อการดำเนินรายการจะไม่น่าเบื่อ ผู้ดำเนินรายการควรมีความเป็นกันเอง มีไหวพริบดี ผู้พูดควรจะเป็น นักพูดที่ผู้ชมรู้จัก

ด้านฉากและการตกแต่ง

ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า ในรอบ 2 เดือนควรเปลี่ยนฉากใหม่ 1 ครั้ง ฉากควรออกแบบในแนวทันสมัย ฉากควรมีจุดเด่นเพื่อดึงดูดผู้ชม

ด้านมุกล้อและเทคนิคการตัดต่อภาพ

ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า ให้เห็นภาพแบบสมจริงมากยิ่งขึ้น มุกล้อควรมีบ้างแต่ถ้ามีมากเกินไปจะทำให้เวียนหัว เทคนิคการตัดต่อภาพควรแทรกเทคนิคให้ดูน่าสนใจ

ด้านเทคนิคการพูด

ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า ผู้พูด/ผู้ดำเนินรายการ ไม่ควรใช้คำพูดที่เข้าใจยาก ควรมีการพูดหยอกล้อกับผู้ชมบ้าง พูดให้มีสาระและมารยาท และควรใช้น้ำเสียงที่น่าฟัง ไม่ควรพูดสองแง่สามง่าม ควรพูดแบบเข้าใจ

ด้านอื่นๆ

ผู้ให้ข้อมูลเสนอแนะว่า รายการควรมีข้อมูลใหม่ ๆ มาให้ผู้ชมได้รับรู้เพิ่มมากขึ้น ควรเพิ่มเวลาออกอากาศ และควรปรับเวลาในการออกอากาศเนื่องจากบางรายการออกอากาศดึกเกินไป

ตารางที่ 20 ข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลต่อรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันเทิงแฟงสาระ

(n = 271)

ข้อเสนอแนะรายการประเภทพูดบันเทิงแฟงสาระ	จำนวน	ร้อยละ
1. ด้านการคัดเลือกผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ	174	
- ผู้พูดไม่ควรเคร่งขรึมเกินไปควรมีการแทรกมุขตลกเพื่อการดำเนินรายการจะได้ไม่น่าเบื่อ	52	29.89
- อยากให้มีเนื้อหาตลกมากกว่านี้แต่มีสาระบ้างตามโอกาส	39	22.41
- ต้องการให้มีสาระทำให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมของสังคมพร้อมทั้งสอดแทรกความสนุกสนานบันเทิง	19	10.92
- ผู้ดำเนินรายการควรมีความเป็นกันเองและมีไหวพริบดี ควรพูดให้สนุกไม่น่าเบื่อ	15	8.62
- ควรคัดเลือกนักพูดที่ผู้ชมรู้จักและตัวผู้พูดต้องมีความบันเทิงในตัวของผู้พูดเอง	11	6.32
- ควรหาผู้ที่มีบุคลิกที่เหมาะสมกับประเภทของรายการ	10	5.75
- ควรคัดเลือกนักพูดที่ได้ทำความบันเทิงและสาระ	9	5.17
- ต้องเป็นผู้รู้จักจริง ให้สาระไม่ใช่ตลกอย่างเดียว	6	3.45
- ควรหาผู้พูดที่มีความรู้หรือมีความเข้าใจเกี่ยวกับรายการในหัวข้อที่สามารถบรรยายให้ผู้ชมฟังได้	5	2.87
- ควรเป็นผู้มีไหวพริบดี เป็นกันเองกับผู้ชม	4	2.30
- แต่งกายให้ทันสมัย	4	2.30

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะรายการประเภทพูดบันทึกแจ้งสาระ	จำนวน	ร้อยละ
2. ด้านฉากและการตกแต่ง	165	
- ในรอบ 2 เดือน ควรเปลี่ยนฉากใหม่ 1 ครั้ง	36	21.82
- จากควรวอกแบบในแนวทันสมัยบ้างเพราะจากเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกชมรายการ	34	20.60
- ตกแต่งฉากให้ได้บรรยากาศ	22	13.33
- ควรมีจุดเด่น ดึงดูดผู้ชม	22	13.33
- ตกแต่งให้มีสีสันและให้บรรยากาศตรงกับเรื่องเรื่องที่พูด	18	10.90
- ตกแต่งให้เป็นธรรมชาติที่สุด	12	7.27
- ไม่ควรมีติดเกินไป	8	4.85
- มีสีสันสดใส เข้ากับยุค	8	4.86
- ตกแต่งตามเนื้อหาที่น่าเสนอ	5	3.04
3. ด้านมุกกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ	155	
- ให้เห็นภาพแบบสมจริงมากยิ่งขึ้น	50	32.26
- มุกกล้องควรมีบ้าง แต่อย่าให้มากเกินไป ดูแล้วเวียนหัว	48	30.96
- ใช้เทคนิคการตัดต่อภาพให้มีความตลกแทรกบ้าง	30	19.35
- ควรมีเทคนิคที่แนบเนียนไม่ทำให้ผู้ชมดูแล้วติดตา	20	12.90
- ใช้มุกกล้องให้เหมาะสม	5	3.23
- ควรให้กลมกลืน	2	1.29
4. ด้านเทคนิคการพูด	140	
- ไม่ควรใช้คำพูดที่เข้าใจยากเกินไป	39	27.86
- ควรมีการหยอกล้อกับผู้ชมบ้าง ไม่ควรพูดแต่สาระอย่างเดียว เพราะจะทำให้รายการน่าเบื่อ	39	27.86
- พูดในเชิงให้สาระ และแนวคิดแทรกตลกเล็กน้อย	21	15.00
- ควรใช้น้ำเสียงที่น่าฟัง	16	11.43
- พูดให้มีสาระและมีกาะเทศะ	9	6.42

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ข้อเสนอแนะรายการประเภทพูดบนเวทีแผงสาระ	จำนวน	ร้อยละ
- อย่าใช้คำพูดสองแง่สามง่ามมากนักเพราะผู้ชมบางคนอาจเข้าใจผิดได้	7	5.00
- ควรพูดให้ผู้ฟังตื่นเต้น และสนุกที่จะชมจะฟัง	3	2.14
- ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย	3	2.14
- ควรมีจังหวะในการพูด เพราะบางที่ผู้ชมฟังไม่ทัน	2	1.43
- พูดในเรื่องที่ทันสมัย ทันสถานการณ์	1	0.71
5. ด้านอื่นๆ	130	
- ควรมีข้อมูลใหม่ ๆ มาให้ผู้ชมได้รับรู้เพิ่มมากขึ้น	50	38.46
- ควรเพิ่มเวลาออกอากาศ	40	30.77
- ควรปรับเวลาในการออกอากาศ เพราะออกอากาศดึกไป	40	30.77

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ
(SUMMARY AND RECOMMENDATIONS)

สรุปผลการวิจัย
(Summary)

การวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาถึง ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภท
พุดบันเท็งแฝงสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการรับชมรายการพุดบันเท็งแฝงสาระ
ทางโทรทัศน์ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
2. ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ จาการายการพุดบันเท็งแฝงสาระของ
ประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
3. ข้อเสนอแนะจากรายการพุดบันเท็งแฝงสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนคร
เชียงใหม่

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 271
คน ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage random sampling) สำหรับ
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงในเนื้อหา
(content validity) โดยยึดถือความสอดคล้องตามหลักการตรวจสอบโดยนำเสนอคณะกรรมการที่
ปรึกษาพิจารณาตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุง จากนั้นนำไปทดสอบความเป็นปรนัย (objectivity)
โดยการนำไปสัมภาษณ์ประชาชนนอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ จำนวน 20 คน เพื่อปรับปรุง
ข้อความให้เข้าใจตรงกันทั้งสองฝ่ายและครอบคลุมเนื้อหาที่จะวัดมากขึ้น หลังจากนั้นนำข้อมูลที่
เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.93 ถอดรหัสและวิเคราะห์ด้วย
โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistics Package for the Social
Sciences, SPSS/PC⁺) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชากรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 33 ปี จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,681 บาท

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เคยรับชมรายการทอล์คโชว์ โดยชมจากสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 สถานีโทรทัศน์ไอทีวี สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 และสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ตามลำดับ ส่วนความถี่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระนั้น ผู้ให้ข้อมูลรับชมรายการสภาจึก โดยรับชมประมาณ 1 ครั้งต่อเดือน และผู้ให้ข้อมูลไม่เคยรับชมรายการเทคนิแอนด์ทอล์คในรอบ 1 เดือนที่ผ่านมา รายการพุดบันเทิงแฝงสาระที่ผู้ให้ข้อมูลชอบอันดับที่ 1 ได้แก่ รายการสภาจึก รายการเต็มจอ รายการฮอตไลน์คลายเครียด รายการหัวร่อฮอเลดี้ รายการคารมคมคิด รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค ส่วนนักพุดที่ผู้ให้ข้อมูลชื่นชอบ มากที่สุด ได้แก่ คุณจุฑพล ชมภูนิช

ความพึงพอใจและประโยชน์จากรายการพุดบันเทิงแฝงสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

ความพึงพอใจรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในองค์ประกอบของกายการพุดบันเทิงแฝงสาระ ได้แก่ ผู้พุดและผู้ดำเนินรายการ จากและการตกแต่ง มุมกล้องและเทคนิคในการตัดต่อภาพ และเทคนิคการพุด ในระดับมาก จากการติดตามชมรายการคารมคมคิด รายการฮอตไลน์คลายเครียด รายการหัวร่อฮอเลดี้ รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค และรายการเต็มจอ ส่วนรายการสภาจึก ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

การใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่ารายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแฝงสาระที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อตนเอง ต่อครอบครัว และประโยชน์สังคม ในระดับมากทุกรายการจากการติดตามรับชม รายการคารมคมคิด รายการฮอตไลน์คลายเครียด รายการหัวร่อฮอเลดี้ รายการเทคนิแอนด์ทอล์ค รายการเต็มจอ และรายการสภาจึก

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

การวิจัยเรื่อง การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทพูด
บันเทิงแฉงสาระของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผู้ผลิตรายการ

ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันเทิงแฉงสาระ ควรขยายปริมาณจำนวน
พื้นฐานของกลุ่มผู้ชมให้กว้างขวางมากขึ้น โดยการพัฒนารูปแบบในการนำเสนอรายการให้แปลง
ใหม่ออกไป โดยคำนึงถึงเนื้อหาที่หลากหลาย พร้อมทั้งพัฒนาองค์ประกอบผู้พูดและผู้ดำเนิน
รายการ จากและการตกแต่ง มุมกล้อง และเทคนิคการตัดต่อภาพ เทคนิคการพูด เพื่อความอยู่
รอดของผู้ประกอบการในองค์กรธุรกิจสื่อมวลชน รวมถึงการใช้กลยุทธ์การนำเสนอด้วยวิธีต่าง ๆ
เช่นการนำสื่อพื้นบ้าน ประเภทการเล่นต่าง ๆ เข้าประกอบในรายการ สร้างความแปลกใหม่
หลากหลาย รวมถึงการคัดเลือกประเด็นของเนื้อหา ที่กำลังได้รับความสนใจ โดยนำเอาสาระมา
เสนอเป็นเนื้อหาหลัก และใช้เทคนิคเกี่ยวกับอารมณ์ขัน หรือความบันเทิงเข้ามาเป็นกลยุทธ์ เพื่อใช้
วัดความนิยมเป็นข้อเสนอกับลูกค้าผู้ซื้อเวลาโฆษณา ดังนั้นผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ประเภท
พูดบันเทิงแฉงสาระควรปรับปรุงการผลิตรายการเพื่อให้เหมาะสมกับเนื้อหาของรายการ

2. ด้านผู้สอน อาจารย์ผู้สอนและนักศึกษาสาขาสื่อมวลชน ควรนำประโยชน์ไปใช้ในการ
การเรียนการสอนในเนื้อหาการผลิต และการนำเสนอรายการโทรทัศน์ในอนาคต กล่าวคือ รายการ
โทรทัศน์ทุกวันนี้ ต่างก็มีการปรับปรุงรายการมากขึ้น มีการลอกเลียนหรือสำเนาความคิดจาก
รายการของต่างประเทศมาประยุกต์ใช้ซึ่งผู้ชมจะมีโอกาสเลือกชมหลากหลาย เพื่อให้รายการพูด
บันเทิงแฉงสาระเป็นแบบแผนในการเรียน การสอน

3. ด้านประชาชน ควรนำรายการโทรทัศน์ประเภทพูดบันเทิงแฉงสาระที่ตรงกับความต้องการและนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ กล่าวคือ ลักษณะการดำเนินรายการที่ง่ายไม่
สลับซับซ้อนจะเข้าถึงผู้ชม เนื้อหา ภาษาที่ชัดเจน ฟังแล้วง่ายต่อการจดจำและเข้าใจ จากการ
แต่งกายสอดคล้องกลมกลืน ความบันเทิงที่ผสมผสานกับสาระจะนำซึ่งความสนุกและประทับใจ

4. ด้านนักพูด ควรนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการพูดหลักในรายการพูด
บันเทิงแฉงสาระ กลไกหลักก็คือตัวผู้พูดที่ทำให้รายการน่าสนใจ เนื้อหา สิลลา สีน้า น้ำเสียง
จังหวะในการออกเสียง ปฏิภาณไหวพริบ ความร่าเริง และที่สำคัญคือ การสอดแทรกอารมณ์ขัน
ความบันเทิง การเรียงลำดับความหมายที่ถูกต้องเหมาะสม เพื่อความสง่างาม และตราตรึงผู้ชม

5. ด้านการคัดเลือกผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ในการคัดเลือกผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ ควรเลือกบุคคลที่สามารถดึงดูดให้ผู้ชมติดตามรายการ ควรคัดเลือกผู้พูดที่ไม่เคร่งขรึมเกินไป มีการแทรกมุขตลก เพื่อการดำเนินการจะได้ไม่น่าเบื่อ ผู้ดำเนินรายการจะต้องมีความเป็นกันเองและมีไหวพริบดี ควรหาผู้ที่มีบุคลิกที่เหมาะสมกับรายการแต่ละประเภท ต้องเป็นผู้รู้จริง และควรแต่งกายให้ทันสมัย

6. ด้านฉากและการตกแต่ง องค์ประกอบที่สร้างสีสันให้แก่งานการ ดังนั้นผู้ออกแบบฉากและตกแต่ง ในรอบ 2 เดือน ควรเปลี่ยนฉากใหม่ 1 ครั้ง ควรออกแบบในแนวทันสมัย มีจุดเด่น ดึงดูด มีสีสันสดใส

7. ด้านมุกตลกและเทคนิคการตัดต่อภาพ ผู้ชมให้ความสำคัญกับมุกตลกและเทคนิคการตัดต่อภาพข้างกล้องควรให้เห็นภาพแบบสมจริงมากยิ่งขึ้น และมุกตลกควรมีบ้าง แต่อย่าให้มากเกินไป เทคนิคควรดูแล้วแบบเนียนไม่ทำให้ผู้ชมดูแล้วติดตา

8. ด้านเทคนิคการพูด ด้านเทคนิคการพูดของนักพูด/ผู้ดำเนินรายการ นักพูด/ผู้ดำเนินรายการ ไม่ควรใช้คำพูดที่เข้าใจยากเกินไป มีการหยอกล้อกับผู้ชมบ้าง ไม่ควรพูดแต่สาระอย่างเดียวเพราะจะทำให้รายการน่าเบื่อ พูดให้มีสาระและมีกาละเทศะ

9. โอกาสรับชมของประชาชน สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญรายการประเภทพูดบันเทิงแฉสาระ ควรให้ประชาชนมีโอกาสรับชมได้ทุกสถานี

10. เวลาของการออกอากาศ เวลาของการออกอากาศ ควรจัดให้อยู่ในเวลาที่ทุกวัยสามารถชมได้ เนื่องจากในปัจจุบันเวลาของการออกอากาศตึกเกินไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ก. ข้อเสนอแนะในการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยเห็นว่า ในการเก็บข้อมูลควรวิจัยให้กว้างขึ้นโดยเก็บข้อมูลจากประชาชนทั้งในนอกเขตเทศบาล ทุกอำเภอ จังหวัดเชียงใหม่ หรือระดับภาค ทั้งนี้ควรขึ้นกับพื้นที่รับชมโทรทัศน์

ควรศึกษาถึงกลุ่มที่มีความสนใจในรายการประเภทนี้ โดยแบ่งกลุ่มเป็นกลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มผู้ทำงานแล้ว และกลุ่มที่อยู่บ้านเฉย ๆ แล้วนำมาเปรียบเทียบกันในระดับอำเภอของจังหวัดเชียงใหม่ หรือระดับภาค

ข. ข้อเสนอแนะตัวแปรและเรื่องที่ควรวิจัย

ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยเห็นว่า การวัดความพึงพอใจ การนำไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะ ควรจะเป็นรายการเดียวกัน โดยออกแบบสอบถามให้สามารถวัดได้ในจำนวน 1 รายการทราบถึงความพึงพอใจ การนำไปใช้ประโยชน์ และข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นข้อมูลที่สามารถทราบได้ตั้งแต่พึงพอใจรายการนั้น ๆ และการนำไปใช้ประโยชน์ ตลอดจนมีข้อเสนอแนะของรายการเพื่อผู้ผลิตรายการสามารถนำไปปรับปรุงรายการให้ตรงตามความต้องการของผู้ชม



บรรณานุกรม

- กมลกานต์ พงศ์กัลป์. 2539. การวิเคราะห์รายการ "ทีวีวาทิ 9 ใหม่" ปี พ.ศ. 2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ชนิษฐา เบญจาทิกุล. 2536. ทศนคติการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมต่อรายการสารคดี ศึกษาเฉพาะกรณีรายการหนึ่งในร้อย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ขวัญเรือน กิติวัฒน์. 2531. "แนวคิดเบื้องต้นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการสงสาร" พลศาสตร์ของการสื่อสาร. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. 2538. "มุมมองโทรทัศน์ไทยจากอดีตสู่อนาคต". วารสารครบรอบ 25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. 25 มีนาคม 2538: 131.
- ชูศักดิ์ รองสวัสดิ์. 2537. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบเนื้อหาของรายการมองต่างมุม กับทัศนคติความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ของผู้ชมรายการมองต่างมุม ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ทีปวิทย์ พงศ์ไพบุลย์. 2539. พัฒนาการของบริษัทผู้ดำเนินการผลิตรายการโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ธิดิมา อุ่นเมตตาจิต. 2541. การศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการฟุตบอลไฟ กับแสงชัย สุนทรวัฒน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

นุชรี ดันติวิจิตร. 2537. การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงใน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

บัวพันธ์ อ่อนอัฐ. 2534. วิเคราะห์เจาะลึกทอล์คโชว์ยอดนิยมทีวีวาที 9 ใหม่. สารนิพนธ์ปริญญาตรี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

พีระ จิรโสภณ. 2531. "การวิเคราะห์องค์ประกอบในงานนิเทศศาสตร์." หน่วยที่ 9 ในเอกสาร การสอนชุดวิชา ประสบการณ์วิชาชีพนิเทศศาสตร์. นนทบุรี: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ภริดา โกเชก. 2541. การศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อการเขียนภาษาอังกฤษ แนวใหม่ : ศึกษาเฉพาะกรณีรายการ "อี ฟอ ทิน". วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช สาขาวิชานิเทศศาสตร์. 2532. เอกสารการสอนชุดวิชาสถิติ และการวิจัยสื่อสารมวลชน หน่วยที่ 1-7. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ยุบล เบญจรงค์กิจ. 2528. "การใช้สื่อมวลชนเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ : ทฤษฎีการวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ". วารสารนิเทศศาสตร์. 2(1): 35.

วสันต์ อติศัพท์. 2533. การผลิตเทปโทรทัศน์เพื่อการศึกษาและการฝึกอบรม. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. 2537. การสื่อสารการเกษตร. (พิมพ์ครั้งที่ 7). เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.

วิลาวัลย์ เอื้อบุรณานนท์. 2536. กลยุทธ์ในการนำเสนอรายการโทรทัศน์รูปแบบปกิณกะ
บันเทิง พ.ศ. 2532-2535. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพมหานคร.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. 2534. จิตวิทยาวัยกลางคน. กรุงเทพมหานคร : บริษัทเลฟแลนด์
ลิฟเพรส จำกัด.

ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุข. 2540. การเลือกใช้สถิติที่
เหมาะสมกับการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: บริษัทพรชกรงานต์พับลิเคชั่น จำกัด.

ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. 2531. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน.
กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สนธิ์ ลิทธิรักษ์. 2535. กำเนิดโทรทัศน์ไทย (2493-2500) โครงการ 60 ปี ประชาธิปไตย
ศรีเอทีฟพับลิชชิง. กรุงเทพมหานคร.

สุพงษ์ ลิ้มรณกุล. 2538. "บทบาทโทรทัศน์ต่อสังคมไทยในอนาคต". วารสารครบรอบ
25 ปี สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3. 25 มีนาคม 2538: 122.

สุรพงษ์ ไธชนะเสถียร. 2533. การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรณี ผ่องวรรณลักษณ์. 2538. การเปิดรับการคาดหวังประโยชน์และความพึงพอใจใน
รายการธรรมะ ทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพ
มหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

อรรถัย ศรีสันติสุข. 2522. "บทบาทหน้าที่ของวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์."
เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ
โทรทัศน์ หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

อรรถเสรี สายเนตร. 2538. ประสิทธิภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีต่อความรู้ และทัศนคติของประชาชนในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับโครงการปลูกป่าถาวรเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสทรงครองราชย์ปีที่ 50. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพมหานคร.

อาทิตา ชีวปรีชา. 2540. การวิเคราะห์บทบาททางเพศในรายการทอล์คโชว์และวาไรตี้โชว์ทางโทรทัศน์ไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

Defleur, Melvin L. *Sociology: human society*. Clerview, Ill. : Scott Foresman.

Fiske, John. 1987. *Television Culture*. London: Methuen.

Goodlad, Jay G. 1985. "The Social Character of Media Gratifications." In *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่อง

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผงสาระของ
ประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับ
ชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผงสาระ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพุด
บันเทิงแผงสาระ

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับรายการพุดบันเทิงแผงสาระ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับ
ชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงแผงสาระ

ก. ลักษณะทางประชากรศาสตร์

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา

() มัธยมศึกษาตอนต้น/เทียบเท่า

() มัธยมศึกษาตอนปลาย/เทียบเท่า

() อนุปริญญา/เทียบเท่า

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- () แม่บ้าน
 () เกษตรกร
 () พนักงานบริษัทเอกชน
 () รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 () ประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน.....บาท

ข. พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงผังสาระ

1. ท่านเคยรับชมรายการโทรทัศน์ประเภทพุดบันเทิงผังสาระจากสถานีใด

- () ช่อง 3 ชื่อรายการ.....
 () ช่อง 5 ชื่อรายการ.....
 () ช่อง 7 ชื่อรายการ.....
 () ช่อง 9 ชื่อรายการ.....
 () ช่อง 11 ชื่อรายการ.....
 () ช่อง ไอทีวี ชื่อรายการ.....

2. ท่านรับชมรายการต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

รายการ	ความถี่ต่อเดือน			
	ชมทุกครั้ง (4-5 ครั้ง)	ชมเกือบทุกครั้ง (2-3 ครั้ง)	นานๆ ชมครั้ง (ประมาณ 1 ครั้ง)	ไม่เคยเลย (0)
1. คารม คมคิด				
2. ฮอตไลน์คลายเครียด				
3. หัวรั้นขอลิเคย์				
4. เทคนิแอนด์ทอล์ค				
5. เดิมจ่อ				
6. สภาโจ๊ก				

3. รายการทูตบันเทิงแฝงสาระรายการใดที่ท่านชอบรับชมมาก เป็นอันดับ 1, 2 และ 3

อันดับที่

- ก. คารม คมคิด
 ข. ฮอตไลน์คลายเครียด
 ค. หัวข้อฮอติเคย์
 ง. เทคนิแอนด์ทอล์ค
 จ. เต็มจอ
 ฉ. สภาโจ๊ก

4. นักพูดท่านใดที่ท่านชอบ (เลือกได้ 3 คำตอบ)

() คุณกรรณิกา ธรรมเกษร

เหตุผลที่ท่านชอบ.....

() คุณอภิชาติ ดำดี

เหตุผลที่ท่านชอบ.....

() คุณจุฑา พมภูนิช

เหตุผลที่ท่านชอบ.....

() คุณพระเยาว์ พัฒนพงศ์

เหตุผลที่ท่านชอบ.....

() รองศาสตราจารย์สุภูมิ นवलสกุล

เหตุผลที่ท่านชอบ.....

() คุณผาณิต กันตามระ

เหตุผลที่ท่านชอบ.....

- () คุณเสน่ห์ ศรีสุวรรณ
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....
- () รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....
- () คุณพนม ปิเจริญ
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....
- () คุณวสันต์ พงศ์สุประดิษฐ์
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....
- () คุณสุวงศ์ วัฒนกุล
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....
- () คุณถาวร โชติชื่น
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....
- () คุณนันทนา นันทวโรภาส
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....
- () อื่นๆ.....
เหตุผลที่ท่านชอบ.....
.....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากรายการโทรทัศน์ประเภทพูด
บ้านเชิงแผ่งสาระ

ก. ความพึงพอใจจากรายการโทรทัศน์

1. ท่านพึงพอใจองค์ประกอบต่างๆ ของรายการพูดบ้านเชิงแผ่งสาระเพียงใด (เลือกเพียงหนึ่งรายการ)

- รายการ () ความคมคิด
 () ฮอตไลน์คลายเครียด
 () หัวข้อฮอติเดย์
 () เทคนิแอนด์ทอล์ค
 () เต็มจอ
 () สภาจัก

องค์ประกอบ	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ					
1. ความมีชื่อเสียง					
2. ปฏิภาณไหวพริบ					
3. บุคคลภายนอกที่เหมาะสม					
จากและการตกแต่ง					
1. ออกแบบเลียนแบบธรรมชาติ					
2. ใช้สถานที่จริง					
3. ประติษฐิตตกแต่งร่วมสมัย					
4. ประติษฐิตตกแต่งล้ำยุค					
มุกกล้องและเทคนิคการตัดต่อภาพ					
1. ความกลมกลืนต่อเนื่องการเรียงลำดับภาพ					
2. การใช้เทคนิคพิเศษที่เข้าใจ					
3. มุกกล้องที่แตกต่างกัน					

องค์ประกอบ	ความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เทคนิคการพูด					
1. สื่อน้ำ					
2. ท่าทาง					
3. น้ำเสียง					
4. จังหวะการพูด					
5. การเรียงลำดับความหมาย					
6. การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย, ถูกต้อง					

ข. แบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ของประชาชนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่
จากรายการทูตบ้านเทิงแฝงสาระ

1. ท่านได้รับประโยชน์จากการติดตามรับชมรายการทูตบ้านเทิงแฝงสาระต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด
(เลือกเพียง 1 รายการ)

- รายการ () คารมคมคิด
() ฮอตไลน์คลายเครียด
() หัวข้อฮอติเดย์
() เทคนิแอนด์ทอล์ค
() เต็มจอ
() สภาเจ้า

การใช้ประโยชน์	ระดับการใช้ประโยชน์				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประโยชน์ต่อตัวเอง					
1. ทำให้รับรู้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน					
2. ช่วยในการตัดสินใจดำเนินกิจกรรมในชีวิต					
ประโยชน์ต่อครอบครัว					
1. ช่วยทำให้เกิดความบันเทิง					
2. ช่วยในการเสริมสร้างความคิดเห็น					
ประโยชน์ต่อสังคม					
1. นำไปใช้ในการสนทนา					
2. ทำให้เกิดความตื่นตัวเหมือนร่วมอยู่ในเหตุการณ์					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับรายการประเพณีพุทธบั้งเทิ่งแฝงสาระ

ด้านการคัดเลือกผู้พูดและผู้ดำเนินรายการ

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ด้านฉากและการตกแต่ง

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ด้านมุกกลิ้งและเทคนิคการติดต่อภาพ

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ด้านเทคนิคการพูด

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ด้านอื่นๆ

ข้อเสนอแนะ.....
.....

ภาคผนวก ข
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ-สกุล: นายสมภาคย์ ชูโชติ
- วัน เดือน ปี เกิด: 10 กันยายน 2505
- จังหวัดที่เกิด: เชียงใหม่
- วุฒิการศึกษา: - พ.ศ. 2520 มัธยมศึกษาปีที่ 3 ร.ร.ปิ่นสรวงยแฉลลวิทยาลัย
 - พ.ศ. 2522 มัธยมศึกษาปีที่ 5 ร.ร.ยุพราชวิทยาลัย
 - พ.ศ. 2526 วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาวิทยาเขตเกษตรลำปาง
 - พ.ศ. 2529 ปริญญาเทคโนโลยีการเกษตรบัณฑิต
 สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้
- ประวัติการทำงาน: - พ.ศ. 2530 เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตร โครงการพัฒนาที่สูง
 ดอยเวียงผา
 - พ.ศ. 2535 ผู้จัดการฝ่ายกิจกรรมและข้อมูล บริษัทภาธรโปรดักชั่น จำกัด
 - พ.ศ. 2540 หัวหน้างานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 - พ.ศ. 2542 ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัทสยามเทเลวิชั่นกรีน จำกัด
 - พ.ศ. 2545 – ปัจจุบัน กรรมการบริหารบริษัท เทรนแอนดมีเดีย จำกัด