

# รายงานวิจัย เรื่อง

อิทธิพลของละครไทยในปัจจุบันกับการสร้างรูปแบบการรับรู้ต่อ  
ความ “ดี” และ ความ “เลว”

โดย

อาจารย์ ดร. นรีนุช ดำรงชัย

คณะภาษาและการสื่อสาร

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากงบประมาณเงินทุนคณะภาษาและการ  
สื่อสาร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๕๔

## สารบัญ

สารบัญตาราง	ii
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	4
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	12
บทที่ 4 ผลการศึกษา	14
4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	14
4.2 พฤติกรรมการชมโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	16
4.3 วิเคราะห์พฤติกรรมการชมโทรทัศน์จำแนกตามตัวแปรต่างๆ	19
4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ต่อความเป็น ”คนดี“	28
บทที่ 5 บทสรุป	38
หนังสืออ้างอิง	42
ภาคผนวก	45

## สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ	14
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ	14
ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษา	15
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ	15
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความบ่อยในการดูโทรทัศน์	16
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามช่องโปรตที่ชอบดูโทรทัศน์ (ไม่นับเคเบิลและอินเทอร์เน็ต)	17
ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประสบการณ์ที่เคยดูละคร	17
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามช่องที่ชอบดูละคร	18
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์	19
ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์	23
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามช่องที่ชอบดูละคร	24
ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์	25
ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทย	28
ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามการดูละครไทย	29
ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงอายุจำแนกตามการดูละครไทย	29
ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 1	31
ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 2	31
ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 3	32
ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 1	33
ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 2	33
ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 3	34
ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 1	34
ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 2	35
ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 3	36
ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการชมละครไทย กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”	38
ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”	39
ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”	39

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความสำคัญและที่มาของหัวข้อการวิจัย

“ในบ้านเมืองนั้น มีทั้งคนดีและคนไม่ดี ไม่มีใครจะทำให้ทุกคนเป็นคนดีได้ทั้งหมด การทำให้บ้านเมืองมีความปรกติสุขเรียบร้อย จึงมิใช่การทำให้ทุกคนเป็นคนดี หากอยู่ที่การส่งเสริมให้คนดีได้ปกครองบ้านเมือง และควบคุมคนไม่ดีไม่ให้มีอำนาจ ไม่ให้ก่อความเดือดร้อนวุ่นวายได้”

พระบรมราชาโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช (2512).

พิธีเปิดงานชุมนุมลูกเสือแห่งชาติ ครั้งที่ 6 ณ ค่ายลูกเสือวชิราวุธ อำเภอสรรพยา

11 ธันวาคม 2512

คำว่า “คนดี” และ “คนไม่ดี” เป็นเรื่องที่คนไทยให้ความสำคัญมาก ดังมักได้ยินบุคคลหลายฝ่าย พูดในหลายสถานที่ และในสถานการณ์ที่แตกต่างกันไป เรียกร้องหา “คนดี” ของสังคม อีกทั้งมีการสร้างสปอตวิทยุ และโทรทัศน์เพื่อพยายามปลูกฝังความเป็นคนดี โดยแสดงให้เห็นว่า “คนเก่ง มีอยู่มากมายในสังคม แต่คนดีนั้นหายากมากกว่า”

ภายหลังจากที่นายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ได้ถูกบังคับให้ออกจากตำแหน่งโดยการทำรัฐประหาร ในเดือนกันยายน พ.ศ.2549 ภายใต้อิทธิพลของรัฐบาลชุดนี้มีการคอร์รัปชันอย่างรุนแรงอันทำให้เกิดความเสียหายระดับชาติ ได้มีการเปลี่ยนขั้วทางการเมืองโดยมีการจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่ โดยมีนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ เป็นนายกรัฐมนตรี นายอภิสิทธิ์ได้รับความนิยมนับอย่างสูงโดยเฉพาะในบรรดากลุ่มคนรุ่นใหม่ และชนชั้นกลาง เนื่องจากการมีการศึกษาดี เกิดในตระกูลที่ดี และมีบุคลิกหน้าตาดี ด้วยเหตุนี้เองรัฐบาลของนายอภิสิทธิ์จึงได้มีการนำภาพลักษณ์ของความเป็นคนดีของนายอภิสิทธิ์มาเป็นจุดเด่น และมีความพยายามที่จะปลูกฝังความเป็นคนดี มีจริยธรรม และความซื่อสัตย์ให้เกิดขึ้นในสังคม ดังเห็นได้จากการที่มีมติคณะรัฐมนตรี ให้จัดตั้ง “วาระแห่งชาติการส่งเสริมคุณธรรมความซื่อสัตย์สุจริตและต่อต้านการทุจริตของคนไทย” โดยมุ่งหวังที่จะปลูกจิตสำนึกคุณธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม และทำให้มีการรณรงค์เกี่ยวกับการปลูกฝังจริยธรรมและศีลธรรมอย่างกว้างขวางในสื่อหลายประเภท เพื่อให้สังคมตระหนักถึงความสำคัญและเรียกร้องหา “คนดี” ของสังคมอย่างจริงจัง แม้กระทั่งนายอภิสิทธิ์เอง ก็มีภาพลักษณ์ของการเป็น “คนดี” ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง และถือได้ว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งของ “คนดี” ในสังคมไทย และนายอภิสิทธิ์เองก็แสดงออกอย่างชัดเจน ในการเรียกร้องให้ประชาชนประพฤติดี และทำดี เพื่อเป็น “คนดี” ของสังคม ดังเห็นได้จากคำปราศรัยของนายอภิสิทธิ์ตามงานต่างๆ ในสังคม

“ดังนั้น ถ้าเราต้องการสังคมที่ดี เราต้องมีการเมืองที่ดี และการจะสร้างการเมืองที่ดีได้นั้น เราจำเป็นต้องทำหน้าที่ของการเป็นประชาชนที่ดี ที่ง่ายที่สุดก็คือเมื่อเราอายุครบ 18 ปี เราก็ต้องไปเลือกตั้ง และเลือกคนดีเข้าสภา เราต้องรู้ว่า คนดีคืออะไร เราต้องรู้ว่าผู้ที่อาสาทำงานให้ประเทศนั้นเขาเป็นคนดีจริงหรือไม่ เราต้องติดตามข่าวการเมืองเพื่อจะได้รู้ว่าพรรคการเมือง หรือนักการเมืองเหล่านั้นมาจากไหน (คมชัดลึก 19 สิงหาคม 2010)”

ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นแล้วว่า สังคมไทยพยายามเน้นย้ำความเป็น “คนดี” และสนับสนุนให้ “คนดี” ขึ้นมาทำหน้าที่ของประเทศให้เดินหน้าต่อไปได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะที่ประเทศต้องประสบกับปัญหาความแตกแยกอย่างรุนแรงในปัจจุบัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าอิทธิพลจากแนวความคิดและความเชื่อทางพุทธศาสนา เป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงกับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” ของคนไทยนั้น ประกอบกับการปลูกฝังผ่านทางสถาบันการศึกษา ตลอดจนสถาบันครอบครัว แต่อย่างไรก็ตาม ตามที่ Gerbner et al. (1980) ได้กล่าวไว้ว่า นอกจากระบบความเชื่อทางศาสนา และการศึกษาแล้ว สื่อมวลชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อโทรทัศน์ มีบทบาทเป็นอย่างสูง ในการกำหนดการรับรู้ต่อความจริงในสังคม ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้ จึงมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาถึงความสัมพันธ์ของโทรทัศน์ที่มีกับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” ของคนในสังคมไทย โดยมุ่งเน้นไปที่การบริโภคละครโทรทัศน์ของไทยเป็นหลัก

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับภาพรวมของการบริโภคละครไทยของคนไทย ตลอดจนพัฒนาการของรูปแบบการนำเสนอละครไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2513 กระทั่งถึงปัจจุบัน
- เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างละครไทยกับการรับรู้ของคนทั่วไปที่มีต่อภาพลักษณ์ของความเป็น “คนดี”

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้ครอบคลุมการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคโทรทัศน์ของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ผ่านการเก็บแบบสอบถาม โดยไม่แยกเพศ อายุ หรือระดับการศึกษา และนำข้อมูลที่ได้ มาเปรียบเทียบเพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรรมการบริโภคละครไทย กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” ของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนพิจารณาว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อระดับความสัมพันธ์ของทั้งสองปัจจัยนี้ นอกจากนี้ยังศึกษารูปแบบการนำเสนอ ตลอดจนภาพรวมของละครไทยในช่วงตั้งแต่ปีพ.ศ. 2513 มาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์พัฒนาการ และการเปลี่ยนแปลงของละครไทยในช่วงระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมา เพื่อนำมาเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการบริโภคละครไทย กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” ของผู้ชมละคร

#### 4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

- ผลจากการศึกษานี้จะแสดงให้เห็นภาพรวมของการบริโภคละครไทย ของคนไทย ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการนำเสนอละครไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2513 กระทั่งถึงปัจจุบัน
- ผลจากการศึกษานี้จะแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของการนำเสนอรูปแบบของความเป็น “คนดี” ผ่านละครไทย ซึ่งส่งผลกระทบต่อการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” ของคนในสังคมไทย
- ผลจากการศึกษานี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการหาแนวทางสำหรับปลูกฝังค่านิยม หรืออเนกปฏิบัติที่ดี ให้เกิดขึ้นในสังคมไทยในอนาคต

## บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

“โทรทัศน์สามารถเป็นเครื่องมือที่ทำให้มนุษยชาติรุ่งเรืองอย่างไม่เคยเป็นมาก่อนหากเราต้องการให้มันเป็นเช่นนั้น แต่หากเรายังคงไม่ให้ความสำคัญกับมันอย่างที่เราควรเป็นเหมือนเช่นทุกวันนี้แล้ว มันก็สามารถกลายเป็นขุมภัยที่น่ากลัวและอันตรายมากที่สุดได้เช่นกัน (Gould, 1946).”

### อิทธิพลของโทรทัศน์ต่อการรับรู้ของสังคม

“โทรทัศน์เป็นสื่อในการหล่อหลอมคนส่วนใหญ่ในสังคมให้มีบทบาทและพฤติกรรมเป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าหน้าที่สำคัญของโทรทัศน์ก็คือเป็นตัวกลางในการ ‘ถ่ายทอดทางวัฒนธรรม’ นั้นเอง (Gerbner and Gross, 1976: 175).”

ตั้งแต่มีการพัฒนาขึ้นมา โทรทัศน์ได้กลายเป็นเสมือนสิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งที่ต้องมีในทุกครัวเรือน และยังเปิดโอกาสทางการศึกษาให้กับคนเป็นจำนวนมาก เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าในบรรดาสื่อที่มีอยู่มากมายนั้น โทรทัศน์มีอิทธิพลต่อสังคมเป็นอย่างมากไม่โดยรูปแบบใดก็รูปแบบหนึ่ง ดังนั้นจึงทำให้เกิดคำถามขึ้นมากมายจากนักวิชาการหลากหลายแขนงต่อบทบาทของโทรทัศน์ตั้งแต่ได้มีการพัฒนาสื่อนี้ขึ้นมา สิ่งหนึ่งซึ่งยังคงเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ก็คืออิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อสังคม ว่าโทรทัศน์มีอิทธิพลในแง่บวกหรือในแง่ลบมากกว่ากัน และมีงานวิจัยทางสังคมศาสตร์หลายชิ้นที่พยายามแสดงให้เห็นถึงอำนาจของโทรทัศน์ที่ส่งผลต่อสังคมโดยรวม ทั้งนี้ความพยายามในการศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ต่อการรับรู้ในเรื่องราวต่างๆ ที่แตกต่างกันไป เริ่มเห็นได้ชัดตั้งแต่ในช่วงปีค.ศ.1960 (Kang et al., 1996) โดยได้มีการทำการวิจัยอย่างจริงจังจากนักวิชาการในหลากหลายสาขาวิชา โดย Gerbner และคณะ ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกทฤษฎีการปลูกฝังความจริง (Cultivation Theory) ให้ข้อสรุปว่าที่ผ่านมามาตราฐานและการศึกษาส่งอิทธิพลเป็นอย่างสูงต่อค่านิยมและชนบประเพณีต่างๆ ของสังคม แต่ในปัจจุบันเราไม่สามารถปฏิเสธได้เลยว่า โทรทัศน์กลายมาเป็นแหล่งที่มาสำคัญของข้อมูลและข่าวสารต่างๆ อย่างที่ไม่เคยมีมาก่อนในประวัติศาสตร์ (Gerbner et al., 1986)

ภายใต้ทฤษฎีการปลูกฝังความจริง Gerbner และคณะ ได้กล่าวไว้ว่าโทรทัศน์มีบทบาทในการเล่าเรื่องราวในสังคม สื่อสารค่านิยมตลอดจนความเชื่อต่างๆ และหล่อหลอมให้เกิดระบบความเชื่ออย่างใดอย่างหนึ่งในกลุ่มผู้ชมโทรทัศน์ ผ่านหน้าจอสีเหลี่ยม การปลูกฝังความจริงนี้มีผลกระทบต่อผู้ชมที่ไม่ได้ติดตามชมโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ก็เพราะผลกระทบที่เกิดกับผู้ชมที่ติดตามชมโทรทัศน์อย่างต่อเนื่องย่อมส่งผลกระทบต่อสังคมโดยรวมนั่นเอง ผลจากการทำการเก็บข้อมูลอย่างจริงจัง Gerbner และคณะ มี

หลักฐานมากมายที่สนับสนุนทฤษฎีของพวกเขาที่กล่าวว่า “ยิ่งบุคคลใดใช้เวลาในการชมโทรทัศน์มาก บุคคลนั้นก็มีแนวโน้มสูงที่จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ต่อความเป็นจริงทางสังคมกับเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตและสังคมที่ได้รับการนำเสนอทางจอโทรทัศน์ (Gerbner et al., 1986) Gerbner และคณะ ยังกล่าวด้วยว่า อิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อผู้ชมไม่ได้เป็นไปแค่ในทิศทางเดียว และผลกระทบของ “การปลูกฝังความจริงทางสังคมโดยโทรทัศน์” นั้น มีความละเอียดอ่อน สลับซับซ้อน และแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับโครงสร้างหรือปัจจัยทางสังคมและสิ่งแวดล้อมหลายๆ อย่าง ดังนั้นแนวคิดในทฤษฎีนี้จึงมุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างโทรทัศน์ในฐานะสื่อ กับสังคมที่ใช้โทรทัศน์เป็นสื่อ (Gerbner et al., 1986: 23)

ในมุมมองเกี่ยวกับการใช้โทรทัศน์เป็นเครื่องมือในการเยียวยาสภาพทางจิตใจของผู้ชม Spencer (2006) ได้ทำการวิจัยถึงผลในแง่บวกของตัวละครที่ถูกนำเสนอในโทรทัศน์ รวมทั้งในรายการโทรทัศน์ต่างๆ ต่อปัจเจกและสังคมในภาพรวม โดย Spencer แสดงให้เห็นในงานของเธอว่ารายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเปลี่ยนแปลงและการรับรู้ของสังคมต่อประเด็นต่างๆ ซึ่งหมายรวมถึงความรู้สึกลังสารถเห็นใจต่อทั้งตัวละครที่เป็นตัวดี และตัวร้าย ซึ่งความรู้สึกเช่นนี้สามารถสะท้อนความรู้สึกลำบากใน ชีวิตจริงของผู้ชมเอง กล่าวคือ เมื่อผู้ชมได้เห็นตัวละครในโทรทัศน์ที่มีความประพฤติ หรือการดำเนินชีวิตที่ไม่ดี ต้องได้รับการลงโทษหรือพบกับชะตากรรมที่เลวร้ายเพราะพฤติกรรมนั้นๆ จะทำให้วิถีความเชื่อตลอดจนระบบจารีตประเพณีที่มีอยู่ในสังคมได้รับการปลูกฝังและส่งผลกระทบต่อระบบจริยธรรมในสังคมยังคงความเข้มแข็งอยู่ได้นอกจากนี้การบริโภคโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเช่นนี้ ยังเป็นเสมือนเครื่องมือในการบำบัดความเครียดที่ตนเองเผชิญในชีวิตจริงสะท้อนผ่านตัวละครต่างๆ เหล่านี้อีกด้วย (Spencer, 2006)

อย่างไรก็ตาม จากที่ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของโทรทัศน์ต่อการรับรู้ของสังคม Harris และคณะ (2004) สรุปว่างานวิจัยส่วนใหญ่จะศึกษาเกี่ยวกับผลในแง่ลบของโทรทัศน์ที่มีต่อสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความรุนแรง และเพศ แต่งานวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบในเชิงบวกของโทรทัศน์ที่มีต่อผู้บริโภคยังมีอยู่น้อยมาก แม้จะมีงานวิจัยบางชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยลดอคติหรือแรงเสียดทานทางสังคม โดยมองว่าโทรทัศน์เป็นหนึ่งในปัจจัยดังกล่าวก็ตาม แต่งานวิจัยเหล่านั้นก็ไม่ได้ระบุถึงบทบาททางอ้อมของโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเชิงลึก โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานวิจัยเกี่ยวกับอิทธิพลของละครโทรทัศน์ต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ชมที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมแตกต่างกันก็ยังมีไม่มากด้วยเช่นกัน ตัวอย่างงานวิจัยหนึ่งที่ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของการชมละครโทรทัศน์กับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ชม ได้แก่งานวิจัยของ Hasegawa ซึ่งทำการศึกษาบทบาทของละครโทรทัศน์เกาหลีต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ชมละครชาวญี่ปุ่น โดยได้สรุปไว้ว่าการชมละครเกาหลีส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติของผู้ชมละครชาวญี่ปุ่น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้ ไม่สามารถทำให้เกิดขึ้นได้ในระบบการศึกษาพื้นฐาน หรือการสร้างมิตรภาพในระดับของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล Hasegawa ได้ให้ข้อสรุปที่น่าสนใจไว้ว่า นักการศึกษาต้องตระหนักถึงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการนำเข้า



ละครต่างชาติที่มีเพิ่มมากขึ้นทุกวัน ตลอดจนผลกระทบของละครเหล่านี้ที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ และทำการศึกษาวิจัยและพัฒนาปัจจัยที่จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงแนวทางการศึกษาพุทธวัฒนธรรมในอนาคต (Hasegawa, 2006)

### “ความดี” ในบริบทของสังคมไทย

Gerbner และคณะ ได้สรุปไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของสังคมจากอดีตมาจนกระทั่งปัจจุบัน ได้แก่ ศาสนาและการศึกษา (Gerbner et al., 1986) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการรับรู้ในเรื่อง “ความดี” ในสังคมไทยก็ได้รับอิทธิพลจากศาสนาและการศึกษาเป็นอย่างมากด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้เพราะคนส่วนใหญ่ในประเทศไทยนับถือศาสนาพุทธ ซึ่งเชื่อว่าหากประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมก็จะมีชีวิตที่มีความสุข และจะประสบแต่สิ่งที่ดีงามไม่ว่าจะเกิดอีกกี่ครั้งก็ตาม ทั้งนี้เพราะศาสนาพุทธเชื่อในเรื่องของการเวียนว่ายตายเกิด และกฎแห่งกรรม การมีชีวิตอยู่ในศีลธรรมดังกล่าวมานี้ ก็คือการทำ “ความดี” โดยการประกอบ “กรรมดี” และละเว้นการทำ “กรรมชั่ว” เพื่อบรรลุสู่การเป็นนิพพานนั่นเอง ดังนั้นความเชื่อในเรื่องของ “ความดี/ทำบุญ” และ “ความเลว/ทำบาป” ในศาสนาพุทธนี้เอง ที่เป็นพื้นฐานของการรับรู้เกี่ยวกับ “ความดี” ในสังคมไทย

ตัวอย่างหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการรับรู้ต่อการเป็น “คนดี” กับพุทธศาสนาก็คือในกรณีของ พล.ต.จำลอง ศรีเมือง โดยในช่วงปีพ.ศ.2520 พล.ต.จำลอง ได้รับความนิยมนับอย่างสูงในหมู่ชนชั้นกลาง ในฐานะของ “คนดี” (McCargo, 1997) ที่เป็นตัวแทนของพุทธศาสนิกชนที่ปฏิบัติตนตามหลักพุทธศาสนา และความเป็นคนที่มีภาพลักษณ์ของความมุน่่นวลและดีดดิน เป็นที่รู้จักกันไปว่า พล.ต.จำลองเป็นผู้ที่ปฏิบัติธรรม สมถะ นอนไม้กระดานแผ่นเดียว แม้แต่การอาบน้ำก็จะใช้น้ำเพียง 5 ชัน ในยามว่าง พล.ต.จำลองจะเดินทางออกต่างจังหวัดและรณรงค์ให้ประชาชนเลิกดื่มเหล้า สูบบุหรี่ รับประทานเนื้อสัตว์ และเล่นการพนัน พล.ต.จำลอง มีชื่อเสียงโดดเด่นขึ้นมาหลังจากลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ในปี พ.ศ. 2528 เบอร์ 8 ในนาม “กลุ่มรวมพลัง” โดยชนะได้รับคะแนนเสียง 408,233 คะแนน ถึงขนาดที่วงการบาบว แต่งเพลงให้ชื่อ "มหาจำลองรุ่น 7" หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2531 จึงก่อตั้งพรรคพลังธรรม ขึ้น โดยสื่อมักเรียกขานกันว่าเป็น “พรรคพลังผัก” เนื่องจากสนับสนุนให้คนเลิกกินเนื้อสัตว์หันมากินอาหารมังสวิรัต ีกระแสความนิยมในตัว พล.ต.จำลองในฐานะนักการเมืองผู้สมถะ พุงสูงชัน เรื่อย ๆ จนเกิดเป็นกระแส “จำลองฟีเวอร์” และเรียกกันติดปากว่า "มหาจำลอง" ชนะการเลือกตั้งเข้าดำรงตำแหน่งผู้ว่า ฯ อีกสมัยในปี พ.ศ. 2533 โดยได้รับคะแนนท่วมท้นถึง 703,671 คะแนน ทิ้งห่างผู้สมัครจากพรรคประชากรไทยคือ นายเดโช สวานานนท์ ถึง 419,894 คะแนน แต่ก่อนที่จะครบวาระ 4 ปี ก็ลาออก และผันตัวเองสู่สนามเลือกตั้งระดับชาติ (วิกิพีเดีย 2554)

เมื่อเกิดเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ พ.ต.จำลอง เป็นแกนนำคนสำคัญในการประท้วงต่อต้านรัฐบาล พล.อ. สุจินดา คราประยูร โดยถูกจับกุมตัวกลางที่ชุมนุมเมื่อบ่ายวันที่ 18 พฤษภาคม 2535 หลังจากนั้นพล.ต. จำลอง ก็ได้ลาออกจากทุกตำแหน่งทางการเมืองตามที่เคยได้ให้สัญญาไว้เมื่อครั้งชุมนุม ซึ่งได้มีกระแสสังคมกล่าวว่า "จำลองพาคนไปตาย" โดยข้อมูลอย่างเป็นทางการของผู้เสียชีวิตจากเหตุการณ์การประท้วงครั้งนี้มีทั้งสิ้น 52 ราย ซึ่งยังไม่นับผู้ที่ถูกจับ ผู้ที่หายสาบสูญ และบาดเจ็บอีกมากกว่า 3500 คน (Wikipedia, 2011)

หลังจากที่เจียบหายจากวงการการเมืองไประยะหนึ่ง พ.ต.จำลองได้กลับมาสู่สายตาของประชาชนอีกครั้งในปีพ.ศ. 2548 โดยนำพระและประชาชนหลายพันคน เดินขบวนประท้วงการเข้าสู่ตลาดหุ้นของบริษัทไทย เบเวอร์เรจ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ผลิตเปียร์ช้ำ และในปีเดียวกันพ.ต.จำลองก็เป็น 1 ใน 5 แกนนำเครือข่ายพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ต่อต้านการบริหารงานของนายทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น และยังเป็นหนึ่งในผู้นำประชาชนเข้ายึดสนามบินสุวรรณภูมิอีกด้วย ล่าสุด พ.ต.จำลองยังเป็นหนึ่งในผู้นำในการทำการเรียกร้องกรณีพิพาทเขาพระวิหารซึ่งยังคงเป็นประเด็นที่ยืดเยื้ออยู่ในปัจจุบัน (Wikipedia, 2011)

แม้ว่าพ.ต.จำลองจะกล่าวว่าการกระทำทั้งหมด เป็นไปเพื่อส่วนรวมและรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน อีกทั้งความนิยมต่อพ.ต.จำลองในช่วงปีพ.ศ. 2520-พ.ศ. 2530 จะมีสูงมากก็ตาม (McCargo, 1997) แต่การผันตัวมาเป็นนักเคลื่อนไหวทางสังคมของพ.ต.จำลอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำพาประชาชนไปสู่ความขัดแย้ง และการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สินทำให้ความนิยมในตัวพ.ต.จำลองลดลงไปอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นเพราะการที่พ.ต.จำลอง มีภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป จากการเป็นผู้ที่นุ่มนวล และยึดมั่นในศีลธรรม ไปสู่การเป็นนักเคลื่อนไหวที่นิยมความขัดแย้งและความรุนแรง ซึ่งเป็นแนวทางที่ขัดแย้งกันกับแนวทางของพุทธศาสนาที่สอนให้ประพฤตินอยู่ในศีล และการ “ทำบุญ” (Damrongchai, 2003) เพื่อให้ทุกอย่างดำเนินได้ด้วยความสงบนั่นเอง

การศึกษานับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลเป็นอย่างสูงต่อการสร้างการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” ในสังคมไทย ระบบการศึกษาในประเทศไทยมีประวัติมายาวนาน และมีความเกี่ยวพันอย่างลึกซึ้งกับพุทธศาสนา ดังจะเห็นได้ว่าในอดีตวัดทำหน้าที่เป็นเสมือนโรงเรียนในฐานะที่เป็นแหล่งการศึกษาที่สำคัญแห่งหนึ่ง และพระสงฆ์ก็ทำหน้าที่เป็นเสมือนครูด้วยเช่นเดียวกัน แม้ว่าในปัจจุบันนี้ศาสนาพุทธจะมีบทบาทน้อยลงในแง่ของการศึกษา แต่อาจกล่าวได้ว่าบทบาทของพุทธศาสนาต่อการศึกษาก็ยังคงมีอยู่เนื่องจากพุทธศาสนาถือเป็นศาสนาหลักของประเทศไทย ดังนั้นอิทธิพลของพุทธศาสนาจึงซ่อนอยู่ในบริบทต่างๆ และส่งผลต่อการรับรู้ของประชาชนในสังคมไทยโดยรวม (พระธรรมปิฎก 2529)

กระทรวงศึกษาธิการให้ความสำคัญกับพุทธศาสนาและได้มีการออกระเบียบให้ทุกโรงเรียนมีการเรียนการสอนเกี่ยวกับพุทธศาสนา และคุณธรรมความเป็นไทย (Sirikanchana, 1998) รัฐบาลมีความพยายามที่จะนำแนวทางการศึกษาในแบบตะวันตกเข้ามาปรับใช้ในระบบการศึกษาไทย ในขณะเดียวกันก็ยังคงอนุรักษ์เอกลักษณ์ความเป็นไทยไว้โดยการจัดให้มีการเรียนการสอนวิชาพุทธศาสนาในทุกองค์การการศึกษาทั่วประเทศ (Bright 2011) ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การรับรู้ต่อการเป็น “คนดี” ในสังคมไทย เกิดขึ้นจากแนวคิดทางพุทธศาสนา และระบบการศึกษาเป็นเสมือนเครื่องมือหนึ่งในการถ่ายทอดและปลูกฝังการรับรู้

อย่างไรก็ตามความพยายามในการปลูกฝังหรือถ่ายทอดแนวความคิดเกี่ยวกับพุทธศาสนาผ่านระบบการศึกษาในปัจจุบันยังไม่มีควาสน่าสนใจอย่างเพียงพอ ดังจะเห็นได้จากการที่นักเรียนโดยมากยังมองเห็นว่าวิชาพุทธศาสนาเป็นวิชาหนึ่งที่น่าเบื่อ ไม่น่าสนใจ และไม่อยากเรียน โดยเด็กส่วนมากต้องการความสนุกสนานจากการเรียนด้วย ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้นี้จึงมุ่งประเด็นไปที่ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อการเป็น “คนดี” กับอิทธิพลของโทรทัศน์ ซึ่ง Hasegawa (2006) ได้กล่าวอ้างในงานวิจัยของเธอว่าเป็นสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของคนมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเทียบกับระบบการศึกษากระแสหลัก

### **พฤติกรรมการบริโภคและการเปลี่ยนแปลงของละครไทย**

ข้อมูลจากรายงานการสำรวจสื่อมวลชน (วิทยุและโทรทัศน์) ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551) ที่ทำการเก็บข้อมูลประชากรตั้งแต่ 6 ปี ขึ้นไป พบว่า ร้อยละ 64.7 ของคนไทยทั้งหมดบริโภคโทรทัศน์มากกว่าสื่ออื่นๆ นอกจากนี้รายงานจากการสำรวจในครั้งนี้กล่าวว่าแนวโน้มของการชมโทรทัศน์ในช่วงสองทศวรรษนี้มีเพิ่มมากขึ้นมาโดยตลอด ในขณะที่ความนิยมในการฟังวิทยุ มีแนวโน้มที่จะค่อยๆ ลดลงทุกปี จากการสำรวจพบว่ากลุ่มเด็กอายุตั้งแต่ 6-14 ปี เป็นกลุ่มที่มีการชมโทรทัศน์สูงที่สุด และรองลงมาเป็นกลุ่มเยาวชนในระหว่างช่วงอายุ 15-24 ปี และเมื่อจำแนกตามประเภทของรายการที่ได้รับความนิยม ผลการสำรวจพบว่ารายการบันเทิงได้รับความนิยมสูงสุดถึงร้อยละ 57.7 ของรายการทั้งหมดที่ได้รับการออกอากาศ รายการที่ได้รับความนิยมสูงเป็นอันดับสองได้แก่รายการข่าว ร้อยละ 40 ซึ่งรายการทั้งสองประเภทนี้ ได้รับความนิยมสูงทั้งทางรายการอันดับที่สามซึ่งได้แก่รายการประเภทสารคดีและความรู้ ซึ่งมีผู้ชมเพียงร้อยละ 0.2 เท่านั้น

นอกจากนี้ ผลการสำรวจจากสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ ซึ่งทำการสำรวจเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ กับการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน: กรณีศึกษานักเรียน/นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร (เอแบคโพลล์ 2549) โดยทำการสำรวจกลุ่มเยาวชนอายุระหว่าง 14-25 ปี จำนวน 1,569 คน พบว่ากลุ่มตัวอย่างร้อยละ 72.1 นิยมดูโทรทัศน์ทุกวัน ร้อยละ 39.8 ใช้เวลาเฉลี่ยในการดูโทรทัศน์แต่ละครั้งประมาณ 3-5 ชั่วโมง ช่วงเวลาที่

นิยมดูโทรทัศน์มากที่สุดคือตั้งแต่เวลา 20.01-22.00น. รายการที่นิยมรับชม 5 อันดับแรกได้แก่ ละคร (ร้อยละ 67.4) ข่าว/วิเคราะห์ข่าว (ร้อยละ 54.9) รายการเพลง (ร้อยละ 52.7) การ์ตูน (ร้อยละ 43.8) และเกมส์โชว์ (ร้อยละ 43.1).

ภายใต้โครงการการพัฒนาองค์ความรู้การรู้เท่าทันสื่อในประเทศไทย โดยศูนย์การเรียนรู้เท่าทันสื่อ พรทิพย์ เย็นจะบก ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การรู้เท่าทันละครไทย” (2550) โดยทำการศึกษาจากกลุ่มละครตัวอย่างทั้งหมด 150 เรื่อง โดยจำแนกออกเป็น 4 หัวข้อ โดยพบว่า

- 1. สัดส่วนการนำเสนอรายการละครเปรียบเทียบกับรายการข่าวและรายการอื่นๆ** พบว่าสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 และช่อง 3 ซึ่งเป็นสองสถานีที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดนั้น ใช้เวลากับการออกอากาศรายการข่าว และละครมากกว่าครึ่งหนึ่งของการออกอากาศรายการโทรทัศน์ทั้งหมดใน 1 วัน (1440 นาที)
- 2. รูปแบบการดำเนินเรื่องและการนำเสนอเนื้อหา** พบว่ารูปแบบของละครที่นิยมนำเสนอ อันดับ 3 แรก เป็นละครชีวิต/ต่อสู้อชีวิต (ร้อยละ 34) ละครรักเชือดเฉือน (ร้อยละ 23.3) และละครรักโรแมนติก (ร้อยละ 14.7) ตามลำดับ
- 3. บุคลิกตัวละคร** พบว่าตัวละครแต่ละตัวจะมีบุคลิกที่คล้ายคลึงกันในละครทุกเรื่องเป็นต้นว่า บุคลิกของพระเอก 3 อันดับแรกคือ ทำงานเก่ง มีความเป็นสุภาพบุรุษ และรักเดียวใจเดียว ในขณะที่บุคลิกของนางเอก 3 อันดับแรกคือ ไร่เรียมมีน้ำใจมองโลกในแง่ดี พุดจาตรงไปตรงมา คล่องแคล่วปราดเปรียว ส่วนบุคลิกของตัวอิจฉาคือ อัจฉา เป็นสาวสังคมพุ่มเฟือย โกหกเสแสร้ง และบุคลิกของตัวโกงคือ เจ้าเล่ห์กระล่อน จิตใจโหดเหี้ยม ชอบใช้กำลัง
- 4. ภาพสะท้อนทางสังคมและวัฒนธรรม** พบว่ามีการสะท้อนภาพสังคมและวัฒนธรรมอยู่ในละครเกือบทุกเรื่องไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนาและบาปบุญคุณโทษ ความเชื่อในเรื่องชีวิตหลังความตาย ความเชื่อเรื่องไสยศาสตร์ ฯลฯ

ลำดับ	พระเอก	นางเอก	ตัวโกง (ผู้หญิง)	ตัวโกง (ผู้ชาย)
1	ทำงานเก่ง/ขยันทำงาน	มีน้ำใจ/มองโลกในแง่ดี	อิจฉา	เจ้าเล่ห์/กระล่อน
2	มีความเป็นสุภาพบุรุษ	พุดจาตรงไปตรงมา	สาวสังคม/พุ่มเฟือย	จิตใจโหดเหี้ยม
3	รักเดียวใจเดียว	คล่องแคล่ว/ปราดเปรียว	โกหก/เสแสร้ง	ชอบใช้กำลัง
4	มีเหตุผล	กตัญญู/ซื่อสัตย์	บิบน้ำตาเก่ง/มารยา	ร้ายลึก
5	ติดดิน/สมถะ	อ่อนต่อโลก/ไม่ทันคน	เอาแต่ใจ	เป็นมาเฟีย/เจ้าพ่อ

## ลักษณะนิสัยของตัวละครต่างๆ ที่ปรากฏในละครไทยตามลำดับ (พรทิพย์, 2550)

จากงานวิจัยของพรทิพย์ แสดงให้เห็นว่าไม่เพียงแต่ลักษณะนิสัยของตัวละครเท่านั้นที่มีความชัดเจนและตายตัว แต่เนื้อหาและการดำเนินเรื่องของละครแต่ละเรื่องก็ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนัก โดยเมื่อพิจารณาจากรูปแบบการดำเนินเรื่องและการนำเสนอเนื้อหาจะเห็นได้ว่ามักจะเป็นไปในรูปแบบเดิมๆ ได้แก่ละครชีวิต/ต่อสู้อชีวิต ละครรักเชือดเฉือน และละครรักโรแมนติก เป็นส่วนใหญ่ (พรทิพย์ 2550)

ข้อเท็จจริงอีกประการหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ ละครไทยจะถูกนำมาสร้างใหม่อยู่หลายครั้ง และทุกครั้งมักได้รับความนิยมสูง เช่นละครเรื่องวนิดา เคยได้รับการสร้างเป็นละครและกลายเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในปี 2534 และถูกนำกลับมาสร้างเป็นละครใหม่อีกครั้งหนึ่งในปี 2553 ซึ่งก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงอีกเช่นกัน ละครเรื่องบ้านทรายทอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นละครเรื่องหนึ่งที่ไม่มีการสร้างใหม่หลายครั้งไม่ว่าจะเป็นในปีพ.ศ.2501 พ.ศ.2513 พ.ศ.2521 พ.ศ.2530 และล่าสุดในปีพ.ศ.2543 ละครเรื่องจำเลยรักถูกนำมาสร้าง 3 ครั้งในปีพ.ศ.2532 พ.ศ.2540 พ.ศ.2551 หรือละครเรื่องคู่กรรมก็ได้รับการนำมาสร้างใหม่หลายครั้งตั้งแต่ปีพ.ศ.2513 พ.ศ.2515 พ.ศ.2521 พ.ศ.2533 และพ.ศ.2547

ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบจากข้อมูลของประเทศญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่าในประเทศญี่ปุ่นนั้นมีประเภทของรายการที่ออกอากาศ ตลอดจนความนิยมในการบริโภครายการต่างๆ มีความหลากหลายมากกว่าในประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากข้อมูลจาก National Association of Commercial Broadcasters ของญี่ปุ่น หรือที่เป็นที่รู้จักกันว่า NHK แสดงให้เห็นว่า ในปี 2008 หากวัดจากจำนวนเวลาของการออกอากาศทั้งหมด รายการบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นละคร รายการเพลง รายการเกี่ยวกับกีฬา รายการโชว์ต่างๆ จะได้รับความนิยมสูงเป็นอันดับหนึ่ง คือคิดเป็นร้อยละ 36.5 แต่กระนั้นก็ตามรายการประเภทอื่นๆ เช่นรายการเกี่ยวกับวัฒนธรรม มีผู้ชมคิดเป็นร้อยละ 25 ของเวลาที่ออกอากาศทั้งหมด ตามมาด้วยรายการเกี่ยวกับการศึกษา (ร้อยละ 12.2) รายการข่าวและวิเคราะห์ข่าว (ร้อยละ 19.9) ก็ได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน (NHK, 2008) ซึ่งหากมองจากตัวเลขของความแตกต่างก็ไม่สูงเท่ากับตัวเลขในประเทศไทย ซึ่งทั้ง 5 อันดับแรกที่ได้รับ ความนิยมสูงนั้น ล้วนเป็นรายการบันเทิงทั้งสิ้น นอกจากนี้ ข้อมูลการสำรวจเรตติ้งของการชมรายการโทรทัศน์ในแถบคันโตของญี่ปุ่น 30 อันดับแรกที่จัดทำขึ้นในปี 2010 พบว่าร้อยละ 67.7 ของรายการที่ได้รับความนิยมสูงเป็นรายการเกี่ยวกับกีฬา นอกจากนี้ร้อยละ 33.3 เป็นรายการบันเทิง ซึ่งประกอบไปด้วยละคร รายการเพลง การ์ตูน และรายการโชว์ (Video Research, 2010) การข้อมูลต่างๆ ที่ได้อ้างมาข้างต้นชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างที่ชัดเจนของรูปแบบการบริโภคโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นและคนไทย ซึ่งจะเห็นว่าในประเทศญี่ปุ่นมีความหลากหลายในการนำเสนอ และบริโภครายการโทรทัศน์มากกว่า ในขณะที่ในประเทศไทยนั้น ความหลากหลายทั้งในเรื่องของการนำเสนอ และในการบริโภคยังมีไม่สูงนัก ดังจะเห็นได้ว่าความนิยมส่วนใหญ่ยังคงอยู่แต่เพียงที่รายการบันเทิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งละคร มาเป็นเวลายาวนาน

จากข้อมูลทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าธุรกิจการสร้างละครในประเทศไทยนั้นมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมาก ในช่วงครึ่งศตวรรษที่ผ่านมา แม้ว่าจะมีความพยายามที่จะพัฒนารูปแบบการสร้างละครแนวใหม่ โดยผู้จัดรุ่นใหม่ก็ตาม แต่ด้วยความจำเป็นที่ต้องสร้างละครให้ตรงกับความต้องการของตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ ให้ตอบสนองกับค่าใช้จ่ายที่ได้ลงทุนไป ดังนั้นในที่สุดผู้จัดส่วนใหญ่จึงต้องกลับมาสู่ละครแบบเดิม ที่มีรูปแบบการดำเนินเรื่องแบบเดิม เพื่อคงความนิยมของผู้ชมต่อไป (พินิจ 2545) ซึ่งเมื่อลองกลับไปพิจารณาเปรียบเทียบกับกรณีของประเทศญี่ปุ่นนั้น สถานีโทรทัศน์หลักในประเทศญี่ปุ่นสามารถผลิตละครต่างๆ ที่มีความหลากหลายออกมานำเสนอกับผู้ชมอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นละครเกี่ยวกับความรัก ละครตลก ละครสืบสวนสอบสวน ละครแนวสยองขวัญ หรือแม้แต่ละครประเภทอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งในบรรดาละครต่างๆ เหล่านี้ มีบางเรื่องที่พยายามแสดงถึงเนื้อหาเพื่อเรียกร้องให้สังคมหันมาให้ความสำคัญกับประเด็นใดประเด็นหนึ่งซึ่งกำลังเป็นประเด็นสำคัญของสังคมในขณะนั้น เช่นเรื่องนาซาเคะ โนะ อนนะ พยายามสร้างภาพความน่ารังเกียจของผู้ที่ไม่เสียภาษี โดยมีลีเด็ดในทุกตอนว่า “คนที่ไม่ยอมเสียภาษี ไม่มีสิทธิ์เดินบนถนนของญี่ปุ่น” หรือเรื่อง โอกน โนะ บุตะ ซึ่งพยายามแสดงให้เห็นว่าคนที่ยกยอกเงินของประเทศ จะต้องได้รับผลตอบแทนอย่างสาสม เป็นต้น ซึ่งในละครเหล่านี้ตัวละครแต่ละตัวจะมีความหลากหลายทางการแสดงออก ความคิดและความรู้สึก จนไม่สามารถวิเคราะห์ได้ว่าใครคือ “คนดี” และใครคือ “คนไม่ดี” หากไม่ติดตามดูอย่างตลอด และเรื่องราวก็จะมีการพลิกเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาด้วยเช่นกัน

ดังนั้นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นกับละครไทยในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินเรื่องราวซ้ำซาก ตลอดจนความไร้มิติของตัวละครในเรื่อง และไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่ชัดเจน สามารถสรุปได้ว่าละครไทยอยู่ใน “สภาพนิ่ง (static condition)” ซึ่ง หากอ้างอิงจากทฤษฎีการปลูกฝังความจริงของ Gerbner และคณะแล้ว ผู้วิจัยเชื่อว่าการอยู่ในสภาพนิ่งเช่นนี้ ส่งอิทธิพลให้กับรูปแบบการก่อสร้างระบบความเชื่อที่มีต่อลักษณะของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง กล่าวคือจะทำให้ผู้ที่ชมละครโทรทัศน์มีแนวโน้มที่จะพิจารณาบุคลิกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งโดยเปรียบเทียบจากบุคลิกของตัวละครที่ถูกนำเสนอผ่านจอโทรทัศน์ ซึ่งจะเป็นการพิจารณาบุคคลในรูปแบบที่ไร้มิติด้วยนั่นเอง ดังนั้นงานวิจัยในครั้งนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของการชมละครโทรทัศน์ต่อการรับรู้ต่อการเป็น “คนดี” ว่า ผู้ที่ชมละครโทรทัศน์นั้นมีแนวโน้มที่จะมอง “คนดี” เปรียบเทียบกับ “พระเอก” ในละครหรือไม่อย่างไร

## บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

### 3.1 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ใช้เวปบอร์ด “เฉลิมไทย” ในเวป Pantip.com โดยไม่จำกัดอายุ เพศ ระดับการศึกษา ทั้งนี้ เวป Pantip.com เป็นแหล่งรวมเวปบอร์ดที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดในประเทศไทย โดยหน้าเวปบอร์ด “เฉลิมไทย” เป็นหน้าที่ผู้ชื่นชอบในการบริโภค ภาพยนตร์ วิทยุ-โทรทัศน์ และสื่อต่างๆ เข้ามาแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากคนที่เข้ามาใช้บริการในเวปบอร์ดหน้านี้ ให้ทำการตอบแบบสอบถามออนไลน์เกี่ยวกับพฤติกรรมการชมโทรทัศน์ของกลุ่มเป้าหมาย โดยได้รับการตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวนทั้งสิ้น 143 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่

- การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษารูปแบบการนำเสนอ ตลอดจนภาพรวมของละครไทยในช่วงตั้งแต่ปีพ 2513 .ศ.มาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์พัฒนาการ และการเปลี่ยนแปลงของละครไทยในช่วงระยะเวลา ปีที่ผ่านมา เพื่อนำมา 40 เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการบริโภคละครไทย กับการรับรู้ต่อความเป็นของผู้ชมละคร ”คนดี“
- แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น ส่วนดังนี้ **ส่วนที่ 1** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามจะเป็นคำถามปลายปิดทั้งหมด **ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยคำถามจะมีทั้งลักษณะที่เป็นคำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด **ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับคนดีในสายตาของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกผู้ที่เป็นที่รู้จักในสังคม คน ที่คิดว่าเป็นคนดีในสายตาของตน เรียง 3 ตามลำดับหนึ่งถึงสาม ทั้งนี้ได้ทำการระบุในแบบสอบถามว่าชื่อที่ระบุขึ้นมาต้องเป็นคนธรรมดาทั่วไปซึ่งเป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีในสังคม

### 3.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้อยู่ภายใต้ทฤษฎีการปลูกฝังความจริง (Cultivation Theory) ของ George Gerbner และคณะ (Gerbner et al., 1980) ซึ่งเชื่อว่าการบริโภคโทรทัศน์ มีอิทธิพลสะสมระยะยาวต่อการรับรู้ และการสร้างความจริงในสังคม ทั้งนี้ปริมาณการบริโภคโทรทัศน์ และรูปแบบการนำเสนอที่ซ้ำซาก เป็นตัวแปรสำคัญต่ออิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อการรับรู้ และทำให้ผู้บริโภคโทรทัศน์เชื่อว่าสิ่งเหล่านั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริงในสังคม โดยผู้วิจัยเชื่อว่าการบริโภคละครไทยส่งผลต่อการรับรู้ต่อการเป็น “คนดี” ของผู้ชมในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

### 3.4 การประมวลผลข้อมูลและการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลที่เก็บรวบรวมเพื่อการศึกษาในเชิงปริมาณผ่านการเก็บแบบสอบถาม ซึ่งเป็นลักษณะคำถามปลายปิด และปลายเปิดประกอบกัน จะนำมาประมวลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมชมโทรทัศน์กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”
- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บเมื่อได้ทำการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ และข้อมูลทฤษฎีภูมิวิเคราะห์ โดยใช้วิธีการจำแนกและจัดระบบข้อมูลเพื่อตอบประเด็นคำถามที่ตั้งไว้ และหาความสัมพันธ์ของข้อมูล เพื่อหาคำตอบว่าพฤติกรรมชมโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อรูปแบบการรับรู้ต่อการเป็น “คนดี” หรือไม่อย่างไร และมีตัวแปรอะไรที่น่าจะส่งผลต่อความมากน้อยของการได้รับอิทธิพลนั้นๆ



## บทที่ 4 ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นรายงานผลการวิจัยโดยเริ่มจากข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 143 คน จากนั้นตามด้วยพฤติกรรมกรมการชมโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และการวิเคราะห์พฤติกรรมกรมการโทรทัศน์ จำแนกตามตัวแปรต่างๆ เป็นต้นว่า เพศ อายุ การศึกษา หลังจากนั้นส่วนสุดท้ายจะเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกรมการชมโทรทัศน์กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”

### 4.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	29	20.3
หญิง	114	79.7
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>143</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง ร้อยละ 79.7 รองลงมาคือ ชาย ร้อยละ 20.3

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
10 – 19 ปี	16	11.2
20 – 29 ปี	45	31.5
<b>30 – 39 ปี</b>	<b>57</b>	<b>39.9</b>
40 – 49 ปี	18	12.6
50 – 59 ปี	6	4.2
60 ปี ขึ้นไป	1	0.7
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>143</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 30-39 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.9 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5 ช่วงอายุ 40-49 ปี คิดเป็น ร้อยละ 12.6 ช่วงอายุ 10-19 ปี คิดเป็น 11.2 ช่วงอายุ 50-59 ปี คิดเป็น 4.2 และ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษา	13	9.1
อนุปริญญา	4	2.8
<b>ปริญญาตรี</b>	<b>78</b>	<b>54.5</b>
ปริญญาโท	33	23.1
ปริญญาเอก	15	10.5
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>143</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.5 รองลงมาคือ ปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 23.1 ปริญญาเอก คิดเป็น ร้อยละ 10.5 มัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.1 และอนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ	19	13.3
ครู อาจารย์	13	9.1
<b>พนักงานบริษัท</b>	<b>33</b>	<b>23.1</b>
รับจ้างทั่วไป	3	2.1
ค้าขาย	1	0.7
ธุรกิจส่วนตัว	26	18.2
ฟรีแลนซ์	7	4.9
นักเรียน นักศึกษา	32	22.4
อื่นๆ	9	6.3
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>143</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกลุ่มอาชีพที่มีจำนวนมากที่สุด เป็นพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 23.1 รองลงมาคือ นักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.4 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 18.2 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 13.3 ครู อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ฟรีแลนซ์ คิดเป็นร้อยละ 4.9 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 2.1 ค้าขายคิดเป็นร้อยละ 0.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ในจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงมากกว่าเพศชายกว่า 3 เท่า (ร้อยละ 79.7 และร้อยละ 20.3 ตามลำดับ) ช่วงอายุระหว่าง 30-39 ปี เป็นกลุ่มที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด รองลงมาเป็นช่วงอายุระหว่าง 20-29 ปี โดยอัตราความแตกต่างมีไม่มากนัก (ร้อยละ 39.9 และร้อยละ 31.5 ตามลำดับ) ซึ่งทั้งช่วงอายุอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จบปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 54.5 เมื่อมองจากอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามจะเห็นได้ว่า 3 อันดับแรกได้แก่ พนักงานบริษัท นักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว โดยตัวเลขจะห่างจากสายอาชีพอื่นๆ พอประมาณ

#### 4.2 พฤติกรรมการชมโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามความบ่อยในการดูโทรทัศน์

ความบ่อย	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ดู	1	0.7
น้อยกว่า 1 ชม./วัน	23	16.2
<b>3 ชม./วัน</b>	<b>51</b>	<b>35.9</b>
5 ชม./วัน	24	16.9
ส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด	36	25.4
อื่นๆ	7	4.9
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>142</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาดูโทรทัศน์ 3 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนมากที่สุด หรือคิดเป็นร้อยละ 35.9 รองลงมาคือ ส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด คิดเป็นร้อยละ 25.4 5 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 16.9 นักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 22.4 ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 18.2 รับราชการ คิดเป็นร้อยละ 13.3 ครู อาจารย์ คิดเป็นร้อยละ 9.1 ฟรีแลนซ์ คิดเป็นร้อยละ 4.9 รับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 2.1 ค้าขายคิดเป็นร้อยละ 0.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

#### ประเภทรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามมักติดตาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>71.60%</b>
ละครไทย	61.70%
สารคดี	48.90%
ภาพยนตร์	44.70%

ละครต่างชาติ	28.40%
รายการเพลง	28.40%
เกมส์โชว์	26.20%
การ์ตูน	22.70%
โฆษณา	9.90%
อื่นๆ	2.80%

จากข้อมูลดังกล่าว เห็นได้ว่า รายการที่ได้รับความนิยมในการบริโภคสูงอย่างเห็นได้ชัด ได้แก่รายการข่าว และละครไทย โดยรายการข่าว เป็นรายการที่มีผู้นิยมบริโภคมากที่สุด รองลงมาเป็นละครไทย

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามช่องโปรดที่ชอบดูโทรทัศน์ (ไม่นับเคเบิลและอินเทอร์เน็ต)

ช่องที่ชอบดู	จำนวน	ร้อยละ
<b>ช่อง 3</b>	<b>86</b>	<b>61.4</b>
ช่อง 5	4	2.9
ช่อง 7	16	11.4
ช่อง 9	17	12.1
ช่อง 11	2	1.4
TPBS	15	10.7
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>140</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบดูช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 61.4 รองลงมาคือช่อง 9 คิดเป็นร้อยละ 12.1 ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 11.4 ช่อง TPBS คิดเป็นร้อยละ 10.7 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 2.9 และช่อง 11 คิดเป็นร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามประสบการณ์ที่เคยดูละคร

ประสบการณ์	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคย	1	0.7
เคยดูบ้างตอนเด็กๆเดี๋ยวนี้ไม่ดูเลย	10	7.1
เคยดูเป็นประจำตอนเด็กๆเดี๋ยวนี้ไม่ดูแล้ว	13	9.3
<b>เคยและยังดูบ้างเมื่อมีโอกาส</b>	<b>62</b>	<b>44.3</b>

เคยและยังติดตามละครใหม่ๆอยู่เสมอ	49	35
อื่นๆ	5	3.6
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>140</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เคยดูละคร พบว่าเคยดูและยังดูบ้างเมื่อมีโอกาส มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.3 รองลงมาคือ เคยและยังติดตามละครใหม่ๆอยู่เสมอ คิดเป็นร้อยละ 35 เคยดูเป็นประจำตอนเด็กๆ เติบโตแล้ว คิดเป็นร้อยละ 9.3 เคยดูบ้างตอนเด็กๆ เติบโตแล้ว ไม่เคยดู คิดเป็นร้อยละ 7.1 ไม่เคยดู คิดเป็นร้อยละ 0.7 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามช่องที่ชอบดูละคร

ช่องที่ชอบดูละคร	จำนวน	ร้อยละ
<b>ช่อง 3</b>	<b>72</b>	<b>50.7</b>
ช่อง 5	4	2.8
ช่อง 7	11	7.7
TPBS	2	1.4
ไม่ดูละคร	12	8.5
ไม่ได้ชอบช่องไหนเป็นพิเศษ	26	18.3
ดูทุกช่อง	14	9.9
อื่นๆ	1	0.7
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>142</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุเกี่ยวกับช่องที่ชอบดูละคร พบว่าครึ่งหนึ่งชอบดูช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาคือ ไม่ได้ชอบช่องไหนเป็นพิเศษ คิดเป็นร้อยละ 18.3 ดูทุกช่อง คิดเป็นร้อยละ 9.9 ไม่ดูละคร คิดเป็นร้อยละ 8.5 ช่อง 7 คิดเป็นร้อยละ 7.7 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 2.8 ช่อง TPBS คิดเป็นร้อยละ 1.4 ช่อง 5 คิดเป็นร้อยละ 2.8 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.7 ตามลำดับ

จากข้อมูลข้างต้น เห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ 99 ชมโทรทัศน์ โดยส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์ประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 35.9 ของผู้ตอบทั้งหมด และร้อยละ 25.4 จะเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้ตลอด โดยรายการที่เป็นที่นิยมสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ข่าว ละครไทย และสารคดี (ร้อยละ 71.6 ร้อยละ 61.7 และร้อยละ 48.9 ตามลำดับ) จากตัวเลขนี้ จะเห็นได้ว่ารายการข่าว และละครไทย ได้รับความนิยมทั้งห่างจากรายการประเภทอื่นอย่างเห็นได้ชัด ช่อง 3 เป็นช่องที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามทั้งรายการทั่วไป และละครไทย โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการดูละครไทย และยังคงดูอยู่บ้างเมื่อมีโอกาส

### 4.3 วิเคราะห์พฤติกรรมการชมโทรทัศน์จำแนกตามตัวแปรต่างๆ

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของอายุจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์

อายุ/ความบ่อยในการชมโทรทัศน์	10-19 ปี		20-29 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50-59 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ไม่ดู	0	0.00%	1	2.20%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%	0	0.00%
น้อยกว่า 1 ชม./วัน	0	0.00%	6	13.30%	13	23.20%	3	16.70%	1	16.70%	0	0.00%
3 ชม./วัน	9	56.30%	12	26.70%	23	41.10%	4	22.20%	2	33.30%	1	100.00%
5 ชม./วัน	5	31.30%	8	17.80%	7	12.50%	3	16.70%	1	16.70%	0	0.00%
ส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด	2	12.50%	14	31.10%	11	19.60%	8	44.40%	1	16.70%	0	0.00%
อื่นๆ	0	0.00%	4	8.90%	2	3.60%	0	0.00%	1	16.70%	0	0.00%
รวมทั้งหมด	16	100.00%	45	100.00%	56	100.00%	18	100.00%	6	100.00%	1	100.00%

จากตารางที่ 9 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์ พบว่า ช่วงอายุ 10-19 ปี มีความถี่ในการชมโทรทัศน์มากที่สุด คือ 3 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 56.3 ช่วงอายุ 20-29 ปี ระบุว่าส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด คิดเป็นร้อยละ 31.0 ช่วงอายุ 30-39 ปี ระบุว่าดู 3 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 41.1 ช่วงอายุ 40-49 ปี ระบุว่าส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด คิดเป็นร้อยละ 44.4 ช่วงอายุ 50-59 ปี ระบุว่าดู 3 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอายุ 60 ปีมีเพียง 1 คนระบุว่าดู 3 ชั่วโมงต่อวัน

ประเภทของรายการที่ผู้ตอบแบบสอบถามนิยมบริโภคจำแนกช่วงอายุ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
ช่วงอายุ 10-19 ปี

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ละครไทย</b>	<b>81.30%</b>
รายการเพลง	50.00%
การ์ตูน	37.50%
เกมส์โชว์	31.30%
สารคดี	31.30%
ภาพยนตร์	18.80%
ละครต่างชาติ	6.30%

ช่วงอายุ 20-29 ปี

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ละครไทย</b>	<b>68.20%</b>
ข่าว	63.60%
ภาพยนตร์	50.00%
สารคดี	40.90%
เกมส์โชว์	38.60%
รายการเพลง	34.10%
ละครต่างชาติ	31.80%
การ์ตูน	20.50%
โฆษณา	9.10%
อื่นๆ	2.30%

ช่วงอายุ 30-39 ปี

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>82.10%</b>
ละครไทย	58.90%
สารคดี	50.00%
ภาพยนตร์	50.00%
ละครต่างชาติ	35.70%
รายการเพลง	28.60%

เกมส์โชว์	23.20%
การ์ตูน	23.20%
โฆษณา	8.90%
อื่นๆ	5.40%

ช่วงอายุ 40-49 ปี

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>88.90%</b>
สารคดี	72.20%
ละครไทย	50.00%
ภาพยนตร์	27.80%
โฆษณา	27.80%
ละครต่างชาติ	27.80%
เกมส์โชว์	11.10%
การ์ตูน	16.70%
รายการเพลง	5.60%

ช่วงอายุ 50-59 ปี

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>66.70%</b>
สารคดี	66.70%
ภาพยนตร์	66.70%
ละครไทย	33.30%
การ์ตูน	16.70%

60 ปีขึ้นไป

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>100.00%</b>
สารคดี	100.00%
ภาพยนตร์	100.00%

จากข้อมูลเบื้องต้นแสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุตั้งแต่ 10-29 ปี นิยมที่จะบริโภคละครไทยมากเป็นอันดับหนึ่งเหมือนกัน แต่จะแตกต่างกันไปในลำดับที่สองเป็นต้นไป โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่



ในช่วงอายุตั้งแต่ 10-19 ปี นิยมที่จะบริโภครายการเพลง และการ์ตูน เป็นอันดับสองและสาม ส่วนกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปีนิยมที่จะบริโภครายการข่าว และภาพยนตร์เป็นอันดับสองและสาม

แต่สำหรับกลุ่มคนที่อยู่ในช่วงอายุ 30 ปีขึ้นไป ความนิยมในการบริโภคละครไทยจะมีลดน้อยลง โดยจะมีความนิยมในการบริโภคข่าวเป็นอันดับหนึ่งเหมือนกัน แต่อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในช่วงอายุ 30-39 ปีก็ยังคงนิยมบริโภคละครไทยมากเป็นอันดับที่สอง และตามมาด้วยรายการสารคดี เป็นอันดับที่สาม แต่กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปจะนิยมบริโภครายการสารคดีเป็นอันดับที่สอง

ละครไทย ยังคงได้รับความนิยมเป็นอันดับที่สามในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุ 40-49 ปี แต่เมื่อเป็นกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่มีช่วงอายุสูงขึ้นก็จะพบการบริโภคละครไทยน้อยลง

จากข้อมูลนี้ แสดงให้เห็นว่า การบริโภคละครไทยจะมีจำนวนร้อยละลดลงตามช่วงอายุของผู้บริโภค ดังจะเห็นได้ว่า ยิ่งอยู่ในช่วงอายุที่น้อย การบริโภคละครไทยจะมีสูง และจะค่อยๆ ลดลงตามช่วงอายุที่เพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ ช่วงอายุ 10-19 ปี คิดเป็นร้อยละ 81.3 ช่วงอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 68.2 ช่วงอายุ 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.9 ช่วงอายุ 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.0 ช่วงอายุ 50-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.3 (สำหรับกลุ่มคนอายุ 60 ปีขึ้นไป ไม่สามารถสรุปได้เนื่องจากมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงคนเดียว)

สำหรับความหลากหลายของรายการที่ชม ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 20-49 ปี จะเป็นช่วงอายุที่มีความหลากหลายในการชมรายการโทรทัศน์มากกว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่ในช่วงอายุอื่นๆ

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์

เพศ/ความบ่อยในการชมโทรทัศน์	ชาย		หญิง	
	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ไม่ดู	0	0.00%	1	0.90%
น้อยกว่า 1 ชม./วัน	10	34.50%	13	11.50%
3 ชม./วัน	9	31.00%	42	37.20%
5 ชม./วัน	6	20.70%	18	15.90%
ส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด	3	10.30%	33	29.20%
อื่นๆ	1	3.40%	6	5.30%
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>29</b>	<b>100.00%</b>	<b>113</b>	<b>100.00%</b>

จากตารางที่ 10 เพศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์ พบว่า เพศชายระบุว่าดูโทรทัศน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.5 และเพศหญิงระบุว่าดูโทรทัศน์ 3 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 37.20

ประเภทของรายการที่ชอบบริโภคจำแนกตามเพศ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ชาย

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข้าว</b>	<b>89.70%</b>
สารคดี	62.10%
ภาพยนตร์	48.30%
ละครไทย	31.00%
เกมส์โชว์	31.00%
การ์ตูน	17.20%
ละครต่างชาติ	10.30%
รายการเพลง	10.30%
โฆษณา	3.40

หญิง

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ละครไทย</b>	<b>69.60%</b>
ข้าว	67.00%
สารคดี	45.50%
ภาพยนตร์	43.80%
ละครต่างชาติ	33.00%
รายการเพลง	33.00%
เกมส์โชว์	25.00%
การ์ตูน	24.10%
โฆษณา	11.60%
อื่นๆ	3.60%

จากข้อมูลข้างต้น เห็นได้ว่า ทั้งเพศหญิง นิยมบริโภคละครไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยมีตัวเลขใกล้เคียงกับการชมรายการข้าว (ร้อยละ 69.6 และร้อยละ 67.0 ตามลำดับ) ในขณะที่เพศชาย จะนิยมบริโภคข้าวมากกว่า โดยละครไทยได้รับความนิยมในการดูเป็นลำดับที่ 4 (ร้อยละ 89.7 และร้อยละ 31.0 ตามลำดับ) ซึ่งถือว่าต่ำมากเมื่อเทียบกับการบริโภคของเพศหญิง

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามช่องที่ชอบดูละคร

เพศ/ช่องที่ชอบดูละคร	ชาย		หญิง	
	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ช่อง 3	12	41.40%	60	53.10%
ช่อง 5	0	0.00%	4	3.50%
ช่อง 7	4	13.80%	7	6.20%
TPBS	0	0.00%	2	1.80%
ไม่ดูละคร	5	17.20%	7	6.20%
ไม่ได้ชอบช่องไหนเป็นพิเศษ	7	24.10%	19	16.80%
ดูทุกช่อง	1	3.40%	13	11.50%
อื่นๆ	0	0.00%	1	0.90%
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>29</b>	<b>100.00%</b>	<b>113</b>	<b>100.00%</b>

จากตารางที่ 11 เพศของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามช่องที่ชอบดูละคร พบว่า ทั้ง ชายและหญิงระบุว่า ชอบดูละครช่อง 3 เหมือนกัน เพศชายคิดเป็นร้อยละ 41.40 และเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 53.1

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของระดับการศึกษาจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์

ระดับการศึกษา/ความบ่อยในการชมโทรทัศน์	มัธยมศึกษา		อนุปริญญา		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก	
	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์	จำนวน	เปอร์เซ็นต์
ไม่ดู	0	0.00%	0	0.00%	1	1.30%	0	0.00%	0	0.00%
น้อยกว่า 1 ชม./วัน	1	7.70%	0	0.00%	8	10.30%	4	12.50%	10	66.70%
3 ชม./วัน	5	38.50%	1	25.00%	27	34.60%	16	50.00%	2	13.30%
5 ชม./วัน	4	30.80%	1	25.00%	14	17.90%	5	15.60%	0	0.00%
ส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด	3	23.10%	1	25.00%	23	29.50%	6	18.80%	3	20.00%
อื่นๆ	0	0.00%	1	25.00%	5	6.40%	1	3.10%	0	0.00%
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>13</b>	<b>100.00%</b>	<b>4</b>	<b>100.00%</b>	<b>78</b>	<b>100.00%</b>	<b>32</b>	<b>100.00%</b>	<b>15</b>	<b>100.00%</b>

จากตารางที่ 12 ระดับการศึกษาอายุของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามความบ่อยในการชมโทรทัศน์ พบว่า ระดับมัธยมศึกษา, ปริญญาตรี, ปริญญาโท มีความถี่ในการชมโทรทัศน์ คือ 3 ชั่วโมงต่อวัน ปริญญาเอกดูโทรทัศน์ระบุว่าดู น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 66.7 ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ระดับการศึกษาถือเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญต่อพฤติกรรมการบริโภคโทรทัศน์เช่นกัน

ประเภทของรายการที่นิยมบริโภคจำแนกตามระดับการศึกษา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
มัธยม

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ละครไทย</b>	<b>61.50%</b>
ข่าว	53.80%
สารคดี	53.80%
รายการเพลง	46.20%
<b>เกมส์โชว์</b>	46.20%
การ์ตูน	38.50%
ภาพยนตร์	15.40%

อนุปริญญา

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ละครไทย</b>	<b>100.00%</b>
ข่าว	50.00%
ละครต่างชาติ	25.00%
การ์ตูน	25.00%
สารคดี	25.00%
เกมส์โชว์	25.00%
โฆษณา	25.00%

ปริญญาตรี

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>66.70%</b>
ละครไทย	64.10%
ภาพยนตร์	52.60%
สารคดี	48.70%
ละครต่างชาติ	34.60%
รายการเพลง	28.20%
เกมส์โชว์	25.60%
การ์ตูน	19.20%
โฆษณา	10.30%

อื่นๆ	2.60%
-------	-------

ปริญญาโท

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>90.30%</b>
ละครไทย	61.30%
สารคดี	48.40%
ภาพยนตร์	38.70%
รายการเพลง	29.00%
ละครต่างชาติ	29.00%
การ์ตูน	25.80%
เกมส์โชว์	19.40%
โฆษณา	9.70%
อื่นๆ	3.20%

ปริญญาเอก

ประเภทรายการ	เปอร์เซ็นต์
<b>ข่าว</b>	<b>80.00%</b>
สารคดี	53.30%
ภาพยนตร์	53.30%
ละครไทย	40.00%
เกมส์โชว์	26.70%
รายการเพลง	20.00%
ละครต่างชาติ	20.00%
การ์ตูน	20.00%
โฆษณา	13.30%
อื่นๆ	6.70%

เห็นได้ว่าระดับการศึกษามีแนวโน้มที่จะสัมพันธ์กับรูปแบบพฤติกรรมการบริโภครายการโทรทัศน์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังจะเห็นได้ว่าผู้ที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาและระดับอนุปริญญา นิยมบริโภคละครไทยมากเป็นอันดับที่หนึ่ง และตามมาด้วยรายการข่าวเป็นอันดับที่สอง ในขณะที่ผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับที่สูงขึ้นมาตั้งแต่ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท นิยมที่จะบริโภครายการข่าวมากเป็นอันดับที่หนึ่ง

แล้วจึงตามมาด้วยละครไทยเป็นอันดับที่สอง ส่วนผู้ที่ได้รับการศึกษาในระดับปริญญาเอก จะให้ความนิยมในการบริโภคละครไทย น้อยกว่าระดับอื่นๆ โดยจะอยู่ในอันดับที่สี่ อย่างไรก็ตามระดับการศึกษามีส่วนผันแปรตามระดับอายุด้วยเช่นกัน จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของสองตัวแปรนี้ในเชิงลึกต่อไป

จากข้อมูลทั้งหมดที่แสดงในส่วนนี้ พบว่าระดับความบ่อยในการชมโทรทัศน์แตกต่างกันไปตามช่วงอายุ โดยกลุ่มอายุ 10-19 ปี 30-39 ปี และ 50 ปีขึ้นไป จะใช้เวลาชมโทรทัศน์อยู่ที่ประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน ในขณะที่กลุ่มคนอายุ 20-29 ปี และ 40-49 ปี นิยมที่จะเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้ตลอดเวลา แต่หากแยกตามระดับการศึกษาแล้วจะไม่เห็นความแตกต่างมาก โดยพบว่าผู้ตอบทุกกลุ่มการศึกษานิยมที่จะชมโทรทัศน์ประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวันเหมือนกัน เมื่อจำแนกความนิยมในการชมรายการโทรทัศน์ตามช่วงอายุ พบว่าละครไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มช่วงอายุตั้งแต่ 10-29 ปี และยิ่งช่วงอายุสูงมากขึ้น การบริโภคละครไทยก็จะลดน้อยลงตามลำดับ และแม้ว่าจะแยกตามระดับการศึกษา ก็สามารถพบคำตอบในแนวเดียวกัน กล่าวคือยิ่งระดับการศึกษาสูงขึ้นเท่าไร ความนิยมในการชมโทรทัศน์ก็มีแนวโน้มที่จะน้อยลงไปด้วยเช่นกัน

เมื่อจำแนกปริมาณการชมโทรทัศน์ตามเพศแล้ว พบว่าเพศชาย มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาในการชมโทรทัศน์น้อยกว่าเพศหญิง และเพศชายนิยมจะบริโภครายการข่าวมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศหญิงนิยมบริโภคละครไทยมากกว่า แต่ในกลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์นั้น ไม่ว่าจะเพศชาย หรือเพศหญิง นิยมที่จะชมละครโทรทัศน์ที่นำเสนอทางช่อง 3 มากกว่าช่องอื่นๆ

#### 4.4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการชมละครโทรทัศน์กับการรับรู้ต่อความเป็น "คนดี"

ในส่วนนี้จะแยกข้อมูลระหว่างผู้ที่ตอบว่า "ชมละครไทย" ออกจากผู้ที่ "ไม่ชมละครไทย" และนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการรับชมละครไทย กับการรับรู้ต่อความเป็น "คนดี" ตลอดจนถึงปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ดังกล่าว

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทย

การดูละครไทย	จำนวน	ร้อยละ
ดู	87	60.8
ไม่ดู	56	39.2
รวมทั้งหมด	143	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากดูละครไทย ร้อยละ 60.8 และไม่ดูละครไทย คิดเป็นร้อยละ 39.2 ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ละครไทย เป็นอีกหนึ่งรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงประเภทหนึ่ง

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของเพศจำแนกตามการดูละครไทย

เพศ/การดูละครไทย	ชาย		หญิง	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดู	9	31.0	78	68.4
ไม่ดู	20	69.0	36	31.6
รวมทั้งหมด	29	100.0	114	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายระบุว่า ดูละครไทย มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 31.0 และไม่ดูละครไทย 20 คน คิดเป็นร้อยละ 69.0

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิงระบุว่า ดูละครไทย มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 68.4 และไม่ดูละครไทย 36 คน คิดเป็นร้อยละ 31.6

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของช่วงอายุจำแนกตามการดูละครไทย

ช่วงอายุ/ การดูละคร ไทย	10-19 ปี		20-29 ปี		30-39 ปี		40-49 ปี		50-59 ปี		60 ปีขึ้นไป	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ดู	13	81.3	30	66.7	33	57.9	9	50.0	2	33.3	-	-
ไม่ดู	3	18.8	15	33.3	24	42.1	9	50.0	4	66.7	1	100
รวมทั้งหมด	16	100	45	100	57	100	18	100	6	100	1	100

จากตารางที่ 15 ผู้ตอบแบบสอบถามที่ดูละครไทย พบว่า ช่วงอายุ 10-19 ปี มีจำนวน 13 คน คิดเป็น 81.3 , ช่วงอายุ 20-29 ปี มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7, ช่วงอายุ 30-39 ปี มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9, ช่วงอายุ 40-49 ปี มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 , ช่วงอายุ 50-59 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ในส่วนของ การวิเคราะห์การรับรู้ที่มีต่อความเป็น “คนดี” นั้น จากรายชื่อที่ถูกหยิบยกขึ้นมาทั้ง 3 ลำดับรวมกันพบว่า นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้รับการเลือกให้เป็นคนดีมากที่สุดคือ 52 เสียง อันดับที่ 2 คือนาย



อานันท์ ปันยารชุน 37 เสียง อันดับที่ 3 คือพระมหาวุฒิชัย (ว.วชิรเมธี) 36 เสียง อันดับที่ 4 คือพล  
ตำรวจเอกสมเพียร เอกสมญา 28 เสียง และอันดับ 5 คือนายธีรเดช วงศ์พัฑฒัน 26 เสียง<sup>1</sup>

ทั้งนี้เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินไปได้อย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกรายชื่อที่ผู้ตอบ  
แบบสอบถามหยิบยกขึ้นมาว่าเป็นคนดีทั้งหมด ออกเป็น 10 กลุ่มด้วยกันได้แก่

- **ผู้ที่มีบทบาททางการเมือง** ได้แก่ นักการเมืองหรือนักเคลื่อนไหวที่มีบทบาททางการเมือง ชื่อที่ถูก  
หยิบยกขึ้นมา 3 อันดับแรกได้แก่ อันดับที่ 1 นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ อันดับที่ 2 นายอานันท์ ปันยา  
รชุน อันดับที่ 3 นายชวน หลีกภัย พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ นายสุเมธ ตันติเวชกุล
- **ผู้ที่มีบทบาททางสังคม** ได้แก่ ผู้ที่ทำงานหรือทำประโยชน์ให้แก่สังคม ผู้ที่เสียชีวิตเพื่อสังคม รายชื่อ  
ที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเช่น พลตำรวจเอกสมเพียร เอกสมญา (จำเพียร) แพทย์หญิง คุณหญิงพรทิพย์ โร  
จนสุนันท์ นายเย็น แก้วมะณี (ปู่เย็น) เป็นต้น
- **นักธุรกิจ** รายชื่อที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเช่น นายตัน ภาสกรนที นายวิกรม กรมดิษฐ์ เป็นต้น
- **ชาวต่างชาติที่มีชื่อเสียง** รายชื่อที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเช่น มหาตมคานธี แมซีเทเรซ่า อองซานซูจี เป็น  
ต้น
- **พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9**
- **พระ/แม่ชี** รายชื่อที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเช่น พระมหาวุฒิชัย (ว.วชิรเมธี) พุทธทาสภิกขุ หลวงพ่อคุณ  
เป็นต้น
- **ผู้อ่านข่าว/พิธีกร** รายชื่อที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเช่น นายสรยุทธ สุทัศนะจินดา นายสุทธิชัย หยุ่น และ  
พิธีกรจากรายการคน ค้น คน เป็นต้น
- **นักแสดง** ชื่อที่ถูกหยิบยกขึ้นมา 3 อันดับแรกได้แก่ ธีรเดช วงศ์พัฑฒัน แอน ทองประสม และ  
เจษฎาภรณ์ ผลดี
- **นักร้อง** ชื่อที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเช่น ธงชัย แมคอินไตย์ เป็นต้น
- **ไม่สามารถเลือกได้**

และผลการวิเคราะห์เป็นดังต่อไปนี้

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 1

---

<sup>1</sup> สาเหตุที่มีผู้เลือกพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ไม่มาก เป็นเพราะผู้วิจัยระบุไว้ในแบบสอบถามให้ผู้ตอบเลือก  
“คนธรรมดา” ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ทั้งนี้เนื่องจาก พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 เป็นที่รักและเคารพของ  
ประชาชนชาวไทย หากไม่ระบุเช่นนี้อาจทำให้ข้อมูลที่ได้อาจไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผู้ที่มีบทบาททางการเมือง</b>	<b>23</b>	<b>27.4</b>	<b>14</b>	<b>25.0</b>
นักธุรกิจ	-	-	3	5.4
พระ	12	14.3	9	16.1
<b>ผู้ที่มีบทบาททางสังคม</b>	14	16.7	<b>13</b>	<b>23.2</b>
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	4	4.8	1	1.8
<b>นักแสดง</b>	<b>16</b>	<b>19.0</b>	6	10.7
นักร้อง	4	4.8	-	-
กษัตริย์	4	4.8	2	3.6
ไม่สามารถเลือกได้	5	6.0	4	7.1
ต่างชาติ	2	2.4	4	7.1
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>84</b>	<b>100.0</b>	<b>56</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคม ลำดับที่ 1 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักการเมือง คิดเป็นร้อยละ 27.4 รองลงมาคือ กลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 19.0%

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่า **ไม่ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 1 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือ กลุ่มนักการเมือง คิดเป็นร้อยละ 23.2 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 19.0

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 2

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผู้ที่มีบทบาททางการเมือง</b>	<b>19</b>	<b>22.6</b>	<b>14</b>	<b>25.5</b>
นักธุรกิจ	3	3.6	2	3.6
พระ	3	3.6	<b>3</b>	5.5
<b>ผู้ที่มีบทบาททางสังคม</b>	16	19.0	<b>19</b>	<b>34.5</b>
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	3	3.6	3	5.5
<b>นักแสดง</b>	<b>22</b>	<b>26.2</b>	7	12.7

นักร้อง	3	3.6	1	1.8
กษัตริย์	2	2.4	-	-
ไม่สามารถเลือกได้	11	13.1	4	7.3
ต่างชาติ	2	2.4	2	3.6
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>84</b>	<b>100.0</b>	<b>55</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคม ลำดับที่ 2 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 26.2 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 19.0

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่า **ไม่ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 2 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือ กลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 34.5 รองลงมาคือ กลุ่มนักร้องการเมือง คิดเป็นร้อยละ 25.5

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 3

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>ผู้ที่มีบทบาททางการเมือง</b>	<b>13</b>	<b>15.9</b>	9	16.7
นักธุรกิจ	4	4.9	1	1.9
พระ	1	1.2	4	7.4
<b>ผู้ที่มีบทบาททางสังคม</b>	<b>12</b>	<b>14.6</b>	<b>15</b>	<b>27.8</b>
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	6	7.3	5	9.3
<b>นักแสดง</b>	<b>26</b>	<b>31.7</b>	<b>10</b>	<b>18.5</b>
นักร้อง	5	6.1	-	-
กษัตริย์	1	1.2	-	-
ไม่สามารถเลือกได้	11	13.4	5	9.3
ต่างชาติ	3	3.7	5	9.3
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>82</b>	<b>100.0</b>	<b>54</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคม ลำดับที่ 3 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ กลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 14.6

สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่า **ไม่ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 3 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือ กลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 27.8 รองลงมาคือ กลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 18.5

**วิเคราะห์เกี่ยวกับคนดีของสังคมจำแนกตามเพศชาย**

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 1

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>นักการเมือง</b>	<b>2</b>	<b>25.0</b>	<b>5</b>	<b>25.0</b>
พระ	-	-	4	20.0
บทบาททางสังคม	1	12.5	<b>5</b>	<b>25.0</b>
<b>ผู้อ่านข่าว, พิธีกร</b>	<b>2</b>	<b>25.0</b>	-	-
นักแสดง	-	-	2	10.0
นักร้อง	1	12.5	-	-
กษัตริย์	-	-	1	5.0
ไม่สามารถเลือกได้	2	25.0	2	10.0
ต่างชาติ	-	-	1	5.0
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>	<b>20</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นชายที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 1 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักนักการเมือง และผู้อ่านข่าว, พิธีกร คิดเป็นร้อยละ 25.0%

และผู้ระบุว่า **ไม่ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 1 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักนักการเมือง และกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 2

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
<b>นักการเมือง</b>	<b>2</b>	<b>25.0</b>	<b>5</b>	<b>26.3</b>
บทบาททางสังคม	1	12.5	<b>5</b>	<b>26.3</b>
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	-	-	1	5.3
<b>นักแสดง</b>	<b>2</b>	<b>25.0</b>	4	21.1

ไม่สามารถเลือกได้	3	37.5	2	10.5
ต่างชาติ	-	-	2	10.5
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>8</b>	<b>100.0</b>	<b>19</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นชายที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคม ลำดับที่ 2 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักกิจกรรมเมือง และกลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 25.0

และที่ระบุว่า**ไม่ดูละครไทย**มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 2 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือ กลุ่มนักกิจกรรมเมือง และกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 26.3

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 3

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักการเมือง	-	-	5	26.3
นักธุรกิจ	1	14.3	-	-
บทบาททางสังคม	1	14.3	5	26.3
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	-	-	2	10.5
<b>นักแสดง</b>	<b>3</b>	<b>42.9</b>	3	15.8
ไม่สามารถเลือกได้	2	28.6	2	10.5
ต่างชาติ	-	-	2	10.5
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>7</b>	<b>100.0</b>	<b>19</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 3 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 42.9

และที่ระบุว่า**ไม่ดูละครไทย**มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 3 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือ กลุ่มนักกิจกรรมเมือง และกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละคิดเป็นร้อยละ 26.3

#### วิเคราะห์เกี่ยวกับคนดีของสังคมจำแนกตามเพศหญิง

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 1

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักการเมือง	21	27.6	9	25.0

นักธุรกิจ	-	-	3	8.3
พระ	12	15.8	5	13.9
บทบาททางสังคม	13	17.1	8	22.2
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	2	2.6	1	2.8
นักแสดง	16	21.1	4	11.1
นักร้อง	3	3.9	-	-
กษัตริย์	4	5.3	1	2.8
ไม่รู้	3	3.9	2	5.6
ต่างชาติ	2	2.6	3	8.3
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>76</b>	<b>100.0</b>	<b>36</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 22 พบว่า เพศหญิงที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 1 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักกิจกรรมเมือง คิดเป็นร้อยละ 27.6 รองลงมาคือ กลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 21.1 และที่ระบุว่า **ไม่ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 1 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักกิจกรรมเมือง คิดเป็นร้อยละ 25.0 รองลงมาคือกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 22.2

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 2

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักการเมือง	17	22.4	9	25.0
นักธุรกิจ	3	3.9	2	5.6
พระ	3	3.9	3	8.3
บทบาททางสังคม	15	19.7	14	38.9
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	3	3.9	2	5.6
นักแสดง	20	26.3	3	8.3
นักร้อง	3	3.9	1	2.8
กษัตริย์	2	2.6	-	-
ไม่รู้	8	10.5	2	5.6
ต่างชาติ	2	2.6	-	-
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>76</b>	<b>100.0</b>	<b>36</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 23 พบว่า เพศหญิงที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 2 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 26.3 รองลงมาคือ กลุ่มนักร้องเมือง คิดเป็นร้อยละ 22.4 และกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 19.7

และที่ระบุว่า **ไม่ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 2 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 38.9 รองลงมาคือ กลุ่มนักร้องเมือง คิดเป็นร้อยละ 25.0

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับการดูละครไทยจำแนกตามคนดีของสังคมลำดับที่ 3

การดูละคร/คนดีในสังคม	ดูละครไทย		ไม่ดูละครไทย	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
นักร้องเมือง	13	17.3	4	11.4
นักธุรกิจ	3	4.0	1	2.9
พระ	1	1.3	4	11.4
บทบาททางสังคม	11	14.7	10	28.6
ผู้อ่านข่าว, พิธีกร	6	8.0	3	8.6
นักแสดง	23	30.7	7	20.0
นักร้อง	5	6.7	-	-
กษัตริย์	1	1.3	-	-
ไม่รู้	9	12.0	3	8.6
ต่างชาติ	3	4.0	3	8.6
<b>รวมทั้งหมด</b>	<b>75</b>	<b>100.0</b>	<b>35</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 24 พบว่า เพศหญิงที่ **ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 3 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 30.7 รองลงมาคือ กลุ่มนักร้องเมือง คิดเป็นร้อยละ 17.3 และกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 14.7

และที่ระบุว่า **ไม่ดูละครไทย** มีความคิดว่าเห็นว่า คนดีของสังคมลำดับที่ 3 ที่เป็นอันดับที่ 1 คือกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม คิดเป็นร้อยละ 28.6 รองลงมาคือ กลุ่มนักแสดง คิดเป็นร้อยละ 20.0 และ กลุ่มนักร้องเมือง และพระ (คิดเป็นร้อยละ 11.4

จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้น พบว่ามีผู้ชมละครไทยมากกว่าผู้ที่ไม่ชมโดยคิดเป็นร้อยละ 60.8 และ 39.2 ตามลำดับ และเพศหญิงจะนิยมชมละครไทยมากกว่าเพศชายอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งหากแยกตามกลุ่มอายุ พบว่ายิ่งอายุมากขึ้นแนวโน้มในการชมละครไทยก็จะน้อยลงตามไปตามลำดับ กล่าวคือจำนวนของผู้ที่ชมละครไทยในกลุ่มอายุ 10-19 ปี มีร้อยละ 81.3 กลุ่มอายุ 20-29 ปี มีร้อยละ 66.7 กลุ่มอายุ 30-39 ปี มีร้อยละ 57.9 กลุ่มอายุ 40-49 ปี มีร้อยละ 50 และกลุ่มอายุ 50 ปีขึ้นไป มีร้อยละ 33.3 ตามลำดับ เมื่อ

เปรียบเทียบทัศนคติต่อการเป็น “คนดี” ระหว่างผู้ที่ “ชมละครไทย” กับผู้ที่ “ไม่ชมละครไทย” ในภาพรวมพบว่าผู้ที่ “ชมละครไทย” มีแนวโน้มที่จะเลือก “นักแสดง” ที่ปรากฏในละครไทยที่ได้รับการออกอากาศทางช่อง 3 เป็นผู้ที่ตนคิดว่าเป็น “คนดี” โดยชื่อของ “นักแสดง” จะปรากฏอยู่ในรายชื่อลำดับแรก หรือลำดับที่สองของผู้ที่เป็นคนดีซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามที่ “ชมละครไทย” เลือกขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นคนดีลำดับที่ 2 และ 3 “นักแสดง” จะได้รับการเลือกมากที่สุด โดยเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว จะเห็นได้ชัดว่าผู้ที่ “ไม่ชมละครไทย” มีแนวโน้มที่จะเลือกคนกลุ่มอื่น เป็นต้นว่า “ผู้มีบทบาททางการเมือง” และ “ผู้มีบทบาททางสังคม” มากกว่าที่จะเลือก “นักแสดง”

ในบทถัดไปจะเป็นการสรุปอภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องต่อไป



## บทที่ 5

### บทสรุป และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะนำเสนอข้อสรุปจากการทำการศึกษาในครั้งนี้ตลอดจนข้อเสนอแนะที่ผู้วิจัยคาดว่าจะ  
เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทและความสัมพันธ์ของโทรทัศน์ที่มีต่อทัศนคติ และการรับรู้ของ  
สังคมต่อไป เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาสื่อโทรทัศน์ไปในทางที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์แก่สังคม  
ในภาพรวม

#### บทสรุป

จากข้อเท็จจริงว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ชมโทรทัศน์ประมาณ 3 ชั่วโมงต่อวัน หรือจะเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้  
ตลอด จึงสรุปได้ว่าโทรทัศน์เป็นสื่อหนึ่งที่มีโอกาสเข้าถึงชีวิตประจำวันของผู้บริโภคได้มากที่สุด ไม่ว่าจะโดย  
ทางตรง (การนั่งชมโทรทัศน์) หรือทางอ้อม (การเปิดโทรทัศน์ทิ้งไว้และได้รับฟังข้อมูลต่างๆ ในขณะที่ทำ  
กิจกรรมอย่างอื่นไปด้วย)

อย่างไรก็ตาม แต่เมื่อจำแนกปริมาณการชมโทรทัศน์ตามเพศแล้ว พบว่าเพศชาย มีแนวโน้มที่จะใช้เวลา  
ในการชมโทรทัศน์น้อยกว่าเพศหญิง และเพศชายนิยมจะบริโภครายการข่าวมากกว่าเพศหญิง ในขณะที่เพศ  
หญิง นิยมบริโภคละครไทยมากกว่า นอกจากนี้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการบริโภครายการโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน  
ไปตามวัย และระดับการศึกษา นั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าอิทธิพลของโทรทัศน์ที่มีต่อการรับรู้ทางสังคมนั้น  
แตกต่างกันไปตามปัจจัยทางอายุ และการศึกษาด้วยเช่นกัน กล่าวคือยิ่งระดับอายุ และการศึกษาสูงขึ้น  
เท่าไร ความนิยมในการชมโทรทัศน์/ละครไทย ก็มีแนวโน้มที่จะน้อยลงตามไป อย่างไรก็ตามปัจจัยเหล่านี้มี  
ส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้เวลาในการบริโภคโทรทัศน์ของกลุ่มเป้าหมายไม่มากนัก

เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการชมละครไทย กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” พบว่า  
ระหว่างผู้ที่ “ชมละครไทย” กับผู้ที่ “ไม่ชมละครไทย” ในภาพรวมนั้น ผู้ที่ “ชมละครไทย” มีแนวโน้มที่จะ  
เลือก “นักแสดง” ที่ปรากฏในละครไทย (ที่ได้รับการออกอากาศทางช่อง 3) เป็นผู้ที่ตนคิดว่าเป็น “คนดี”  
โดยชื่อของ “นักแสดง” จะปรากฏอยู่ในรายชื่อลำดับแรก หรือลำดับที่สองของผู้ที่เป็นคนดีซึ่งผู้ตอบ  
แบบสอบถามที่ “ชมละครไทย” เลือกขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นคนดีลำดับที่ 2 และ 3 “นักแสดง”  
จะได้รับการเลือกมากที่สุด โดยเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว จะเห็นได้ชัดว่าผู้ที่ “ไม่ชมละครไทย” มีแนวโน้มที่  
จะเลือกคนกลุ่มอื่น เป็นต้นว่า “ผู้มีบทบาททางการเมือง” และ “ผู้มีบทบาททางสังคม” มากกว่าที่จะเลือก  
“นักแสดง” ดังแสดงในตารางที่ 25 นี้

พฤติกรรม ชมละครไทย	คนดีลำดับที่ 1	%	คนดีลำดับที่ 2	%	คนดีลำดับที่ 3	%
ชมละครไทย	ผู้มีบทบาททางการเมือง	27	นักแสดง	26	นักแสดง	32

(61%)	นักแสดง	19	ผู้มีบทบาททางการเมือง	23	ผู้มีบทบาททางการเมือง	16
	ผู้มีบทบาททางสังคม	17	ผู้มีบทบาททางสังคม	19	ผู้มีบทบาททางสังคม	15
ไม่ชมละครไทย (39%)	ผู้มีบทบาททางการเมือง	25	ผู้มีบทบาททางสังคม	35	ผู้มีบทบาททางสังคม	28
	ผู้มีบทบาททางสังคม	23	ผู้มีบทบาททางการเมือง	26	นักแสดง	19
	พระสงฆ์	16	นักแสดง	13	ผู้มีบทบาททางการเมือง	17

ตารางที่ 25 ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการชมละครไทย กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”

จากข้อมูลนี้จึงสามารถสรุปได้ว่าลักษณะการชมละครไทย มีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับความเป็น “คนดี” ในสังคมไทย อย่างไรก็ตาม หากนำภาพรวมของรายชื่อที่ได้มาจำแนกออกตามความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” แล้ว พบว่าเพศชายมีแนวโน้มที่จะเลือก “นักแสดง” เป็นคนดีน้อยกว่าเพศหญิง ดังแสดงในตารางที่ 26

เพศ	ลำดับ	คนดีลำดับที่ 1	%	คนดีลำดับที่ 2	%	คนดีลำดับที่ 3	%
ชาย	1	ผู้มีบทบาททางการเมือง	32	ผู้มีบทบาททางการเมือง	45	ผู้มีบทบาททางการเมือง	30
	2	ผู้มีบทบาททางสังคม	27	นักแสดง	20	ผู้มีบทบาททางสังคม	30
	3	พระสงฆ์	18	ผู้มีบทบาททางสังคม	20	นักแสดง	20
หญิง	1	ผู้มีบทบาททางการเมือง	28	ผู้มีบทบาททางสังคม	26	นักแสดง	30
	2	นักแสดง	19	ผู้มีบทบาททางการเมือง	25	ผู้มีบทบาททางสังคม	20
	3	ผู้มีบทบาททางสังคม	19	นักแสดง	25	ผู้มีบทบาททางการเมือง	19

ตารางที่ 26 ความสัมพันธ์ระหว่างเพศ กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”

และเมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่ากลุ่มอายุระหว่าง 10-29 ปี ซึ่งมีผลการสำรวจออกมาว่าเป็นกลุ่มอายุที่บริโภคโทรทัศน์มากที่สุด (สำนักงานสถิติแห่งชาติ 2551) มีแนวโน้มที่จะเลือก “นักแสดง” เป็น “คนดี” มากกว่าช่วงอายุอื่นๆ ในทุกลำดับดังแสดงในตารางที่ 27

อายุ	คนดีลำดับที่ 1	%	คนดีลำดับที่ 2	%	คนดีลำดับที่ 3	%
10-19	นักแสดง	57	นักแสดง	69	นักแสดง	67
20-29	นักแสดง	24	นักแสดง	42	นักแสดง	38
30-39	ผู้มีบทบาททางการเมือง	31	ผู้มีบทบาททางการเมือง	43	ผู้มีบทบาททางสังคม	28
40-49	ผู้มีบทบาททางการเมือง	53	ผู้มีบทบาททางสังคม	44	ผู้มีบทบาททางการเมือง	23
50 ขึ้นไป	ผู้มีบทบาททางการเมือง	71	ผู้มีบทบาททางสังคม	50	ผู้มีบทบาททางสังคม	43

ตารางที่ 27 ความสัมพันธ์ระหว่างอายุ กับการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี”

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมานี้ จึงสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการชมละครไทยมีอิทธิพลต่อการรับรู้ต่อความเป็น “คนดี” ของคนไทยแต่อย่างไรก็ตามก็มีตัวแปรสำคัญที่จำเป็นต้องพิจารณาควบคู่กันไปด้วย ได้แก่ ตัวแปรทางด้านเพศ และอายุ ตลอดจนการศึกษา (ซึ่งส่วนใหญ่จะสัมพันธ์กับอายุ) เพราะจากข้อมูลที่ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการชมละคร จะมีอิทธิพลต่อกลุ่มอายุระหว่าง 10-29 ปี มากกว่ากลุ่มอื่นๆ

### ข้อเสนอแนะ

ดังที่ได้กล่าวในข้างต้นแล้วว่า ปัจจัยหลัก 2 ประการที่ส่งอิทธิพลต่อความคิด และค่านิยมของสังคมนั้น ได้แก่ ศาสนา และการศึกษา อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่โทรทัศน์เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนมากยิ่งขึ้น เราก็ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า โทรทัศน์คือปัจจัยสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการนึกคิด และค่านิยมของคนในปัจจุบันนี้ ดังเห็นได้จากผลการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ซึ่งมุ่งไปที่การศึกษาอิทธิพลของละครไทยในปัจจุบันต่อการรับรู้ในความเป็น “คนดี” ของสังคม โครงสร้างของกระบวนการสร้าง และถ่ายทอดรูปแบบการนึกคิด และการรับรู้ของสังคมสามารถแสดงได้ดังภาพนี้



อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผลการศึกษาจะแสดงให้เห็นว่าโทรทัศน์มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการนึกคิดของคนในสังคมก็ตาม แต่ก็ยังมีปัจจัยต่างๆ ที่จำเป็นต้องพิจารณาประกอบไปด้วย เช่น เพศ อายุ และระดับการศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้อาจยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อกระบวนการการรับรู้ที่ได้กล่าวมาเบื้องต้น และจำเป็นต้องได้รับการศึกษาอย่างลึกซึ้งต่อไปในอนาคต

ปัจจัยอีกประการหนึ่งที่จะละเลยไม่ได้ก็คือ การทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตเฉพาะเพียงกับกลุ่มคนที่ใช้เวปบอร์ดทางอินเทอร์เน็ตเพียงเท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริง กลุ่มคนที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้นั้น ยังเป็นกลุ่มคนที่มีลักษณะพื้นฐานใกล้เคียงกัน ดังที่ UNDP ได้ทำการสำรวจข้อมูลของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตว่า ส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 35 ปี จบการศึกษาในระดับมหาวิทยาลัย พูดภาษาอังกฤษได้ มีรายได้โดยเฉลี่ยสูง และมักอาศัยอยู่ในเมือง (FAO 2003:11) ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จึงมี

แนวโน้มที่จะเป็นข้อมูลที่ได้มาจากกลุ่มคนกลุ่มหนึ่งซึ่งมีลักษณะพื้นฐานใกล้เคียงกันและยังไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มคนในลักษณะอื่นๆ เช่นกลุ่มคนที่มีรายได้ไม่สูง กลุ่มคนที่มีการศึกษาไม่สูง เป็นต้น ดังนั้น หากมีการศึกษาในลักษณะเดียวกันอีก จึงควรทำการศึกษาในลักษณะที่กว้างมากขึ้น โดยต้องกระจายแบบสอบถามและเก็บตัวอย่างให้ครอบคลุมระดับของประชากรให้มากยิ่งขึ้น เพื่อจะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะอีกประการหนึ่งก็คือ จากผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า การบริโภคข่าวในสังคมไทยมีอยู่สูงมาก ซึ่งย่อมส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ หรือความคิดในเรื่องต่างๆ ของคนในสังคมไทย ไม่ประการใดก็ประการหนึ่ง ดังนั้นการศึกษาถึงบทบาท และผลกระทบต่อการนำเสนอข่าว ต่อสังคมไทย จึงเป็นประเด็นที่ต้องการศึกษาอย่างจริงจัง เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข และพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้เป็นประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ต่อสังคมต่อไป

## เอกสารอ้างอิง

ผู้จัดการออนไลน์. 6 มีนาคม 2553. “วช.ชง ครม.ยกการส่งเสริมคุณธรรม ความซื่อสัตย์เป็นวาระแห่งชาติ”

อ้างอิงจาก <http://www.manager.co.th/OOL/ViewNews.aspx?NewsID=9530000031748>

พงษ์เดช ศรีเล็กดี (2543). การรับรู้และทัศนคติต่อบทบาทของนักแสดงที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศในละครโทรทัศน์ ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.

พรทิพย์ เย็นจะบก (2550). “การรู้เท่าทันละครไทย”. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.

พินิจ หุตะจินดา (2545). “ละครโทรทัศน์”. วารสารภาษาและหนังสือ. สมาคมภาษาและหนังสือแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. กรุงเทพฯ.

พระธรรมปิฎก (2529). “การศึกษาของคณะสงฆ์: ปัญหาที่รอทางออก”. มูลนิธิโกลบอล คิมทอง. กรุงเทพฯ.

พระบรมราชาบาทสมเด็จพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชมหาราช (2512). อ้างอิงจาก “คำสอนของพ่อ.....แต่ลูกอันเป็นที่รักของพ่อ(คนดี)” <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=146113>

มติชนออนไลน์ (12 ตุลาคม พ.ศ. 2553). “กรณี ลงจอทีวีปะทะ "แอฟ-จอย" ในวนิดาภาคพิเศษ ปลดหนี้ นอกระบบ หลังต้นฉบับเพิงอวสาน” อ้างอิงจาก <http://www.matichon.co.th/mtc-flv-window.php?newsid=1286870844>

วิกิพีเดีย. “จำลอง ศรีเมือง”. แก้ไขล่าสุดเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2554 เวลา 10:00 น.

[http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%A5%E0%B8%AD%E0%B8%87\\_%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87](http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%88%E0%B8%B3%E0%B8%A5%E0%B8%AD%E0%B8%87_%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2551). “รายงานการสำรวจสื่อมวลชน (วิทยุและโทรทัศน์)”. พิมพ์ลักษณ์. กรุงเทพฯ.

อาทิตย์ อุไรรัตน์ (8 กุมภาพันธ์ 2553). "ดร.อาทิตย์ แก้วกฤติประเทศ ตั้งรัฐบาลคนดีแห่งชาติ". คมชัดลึก. อ้างอิงจาก <http://www.komchadluek.net/detail>

เอแบคโพลล์ (2006). “สื่อโทรทัศน์ กับการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน: กรณีศึกษานักเรียน/นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร”. สำนักวิจัยเอแบคโพลล์. กรุงเทพฯ.

Damrongchai, Nareenoot (2003), Reinterpretation of "Tam-boon" in Contemporary Thai Society, in “*Regional Development in Northeast Thailand and Formation of Thai Civil Society*”, Sakurai Yoshihide and Somsak Srisontisuk ed., pp.205-243, Khon Kaen University Press.

FAO (2003). Communication and Natural Resource Management. The Communication Initiative. Rome.

Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan, and Nancy Signorielli (1980). Aging with Television: Image on Television Drama and Conceptions of Social Reality. *Journal of Communication* 30, 37-47.

Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan, and Nancy Signorielli (1986). Living with Television : The Dynamics of the Cultivation Process. In Jennings Bryant and Dolf Zillman (eds.), *Perspectives on Media Effects*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Association, Inc.

Gould, Jack (1946). Television: Boon or Bane?. *The Public Opinion Quarterly*, Vol.10, No.3 (Autumn), 314-320.

Hasegawa, N. (2006). A Quantitative Analysis of Japanese Images of Korea: Perceptual Changes Brought about by TV Drama Viewing. *Intercultural Communication Studies XV*: 1, 77-86.

Kang J., Andersen S., Pfau M. (1996). Television Viewing and Perception of Social Reality Among Native American Adolescents. *Intercultural Communication Studies VI*: 1, 75-89.

McCargo, Duncan (1997). Chalong Srimuang and the New Thai Politics, Hurst & Company, London.

Morgan, Michael and Nancy Rothschild (1983) Impact of the New Television Technology: Cable TV, Peers, and Sex-role Cultivation in the Electronic Environment. *Youth & Society* 15, 33-50.

NHK (2008). Hours of Broadcasting and Shared by Programme (F.Y.2000-08), National Association of Commercial Broadcasters in Japan. *Nippon Hoso Kyokai* (Japan Broadcasting Corporation).

Spencer, Metta (2006). *Two Aspirins and a Comedy: How Television Can Enhance Health and Society*. Boulder, CO: Paradigm Publishers.

Sirikanchana, Pataraporn (1998). *Buddhism and Education, The Thai Experience*. Indira Gandhi National Centre for the Arts, New Dehli. From [http://ignca.nic.in/cd\\_06017.htm](http://ignca.nic.in/cd_06017.htm)

Steven Bright. "Education in Thailand." University of Michigan. From <http://sitemaker.umich.edu/356.bright/home>

Tul Sithisomwong (2010, May 9). Govt has failed to deliver reforms, Arthit says. *The Nation*. <http://politics.spiceday.com/redirect.php?tid=157693&goto=lastpost&sid=665Tgt>

Video Research, "Year 2010 High Household Viewership Rates Program", from <http://www.videor.co.jp/data/ratedata/best30.htm>, Video Research Ltd., Japan.

Wikipedia. "Chamlong Srimuang". Last modified on 1 August 2011 at 14:57. [http://en.wikipedia.org/wiki/Chamlong\\_Srimuang](http://en.wikipedia.org/wiki/Chamlong_Srimuang)

ภาคผนวก  
แบบสอบถาม  
“พฤติกรรมการใช้โทรศัพท์ของท่าน”

ส่วนที่หนึ่ง เกี่ยวกับตัวผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  10-19  20-29  30-39  
 40-49  50-59  60 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

- ประถมศึกษา  ปริญญาตรี  อื่นๆ\_\_\_\_\_
- มัธยมศึกษา  ปริญญาโท
- อุดมศึกษา  ปริญญาเอก

4. อาชีพ

- รับราชการ  รับจ้างทั่วไป  ฟรีแลนซ์
- ครู/อาจารย์  ค้าขาย  กำลังศึกษาอยู่
- พนักงานบริษัท  ธุรกิจส่วนตัว  อื่นๆ\_\_\_\_\_

ส่วนที่สอง เกี่ยวกับรายการโทรศัพท์ที่ท่านชม

5. ปกติท่านชมโทรศัพท์บ่อยแค่ไหน

- ไม่ดู  5 ชั่วโมง/วัน
- ไม่ถึง 1 ชั่วโมง/วัน  ส่วนมากจะเปิดทิ้งไว้ตลอด
- 3 ชั่วโมง/วัน  อื่นๆ\_\_\_\_\_

6. ท่านชอบดูรายการประเภทไหน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ข่าว  สารคดี  โฆษณา
- ละครไทย  การ์ตูน  อื่นๆ\_\_\_\_\_
- ละครต่างชาติ  รายการเพลง
- เกมสโว์  ภาพยนตร์

7. ท่านชอบดูโทรศัพท์ช่องไหนมากที่สุด (กรุณาเลือกเพียงช่องเดียว)



- ช่อง 3                                       ช่อง 7                                       ช่อง 11 (เอ็นบีที)  
 ช่อง 5                                       ช่อง 9                                       ไทยพีบีเอส

**8. ท่านเคยดูละครไทยหรือไม่**

- ไม่เคย                                       เคยและยังดูอยู่บ้างเมื่อมีโอกาส  
 เคยดูบ้างตอนเด็กๆ เติบโตนี้ไม่ดูเลย                                       เคยและยังติดตามละครใหม่ๆ อยู่เสมอ  
 เคยดูประจำตอนเด็กๆ เติบโตนี้ไม่ดูแล้ว                                       อื่นๆ \_\_\_\_\_

**9. ท่านชอบดูละครช่องไหนมากที่สุด (กรุณาเลือกเพียงช่องเดียว)**

- ช่อง 3             ช่อง 5                                       ช่อง 7                                       ช่อง 9                                       ช่อง 11 (เอ็นบีที)  
 ไทยพีบีเอส     ไม่ดูละคร             ไม่ชอบช่องไหนพิเศษ                                       ดูทุกช่อง  
 อื่นๆ \_\_\_\_\_

**10. ท่านคิดว่าละครไทยเรื่องใดเป็นที่รู้จักแพร่หลาย และเป็นที่ยอมรับสูงสุดตลอดกาล**

อันดับ 1

อันดับ 2

อันดับ 3

**11. ท่านเคยดูละครเหล่านั้นหรือไม่**                                       เคย                                       ไม่เคย

**ส่วนที่สาม เกี่ยวกับคนดีในสายตาของท่าน**

กรุณายกบุคคลที่มีชื่อเสียงที่ท่านมองว่าเป็นตัวอย่างของ “คนดี” ที่สุดในใจท่าน (ขอเป็นสามัญชนและมีตัวตนจริง)

อันดับ 1

อันดับ 2

อันดับ 3