

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “ศึกษาการรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาไว้ 2 ประการ คือ เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้ใช้รูปแบบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะจง โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 คน โดยผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยการติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์และนัดหมายกลุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์ด้วยตนเองเป็นรายบุคคล (Face to Face Interview) ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมจากการสัมภาษณ์ข้อมูล ระหว่างวันที่ 2 พฤษภาคม ถึง 8 พฤษภาคม 2550

นอกจากนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง และแบบสอบถามที่มีโครงสร้างคำถามในการเก็บข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ และส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการสัมภาษณ์เจาะจงนั้น จะเน้นถึงผลสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการศึกษาวิเคราะห์ ตามลักษณะประเด็นแต่ละประเด็น

### สรุปผลการศึกษา

#### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 คน ตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเท่ากันคือ เพศชาย จำนวน 4 คน และเพศหญิง จำนวน 4 คน มีอายุระหว่าง 25–35 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุด คือระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ประมาณ 8,000–15,000 บาทต่อเดือน

## **ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการโทรทัศน์ทุกวันในแต่ละสัปดาห์ ระยะเวลาในการรับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละครั้งมากกว่า 3 ชั่วโมง และช่วงเวลาส่วนใหญ่ในการรับชมรายการโทรทัศน์ คือ 18.00–23.00 น.

สำหรับข้อมูลอื่น ๆ เกี่ยวกับสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างเห็นสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ทุกครั้งที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์ และได้เห็นสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์จากรายการประเภทละครมากที่สุด

ซึ่งจากการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์ได้ถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างโดยรวม สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ในระดับสูง

## **ส่วนที่ 3 การรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ สามารถจดจำสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ได้ 4 สัญลักษณ์ ได้แก่ “ด”, “ท”, “✓ X” และ “ฉ” และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังทราบความหมายของสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสามารถบอกได้ว่า สัญลักษณ์ “ด” หมายถึง รายการสำหรับเด็ก, สัญลักษณ์ “ท” หมายถึง รายการทั่วไปเหมาะสำหรับผู้ชมทุกวัย, สัญลักษณ์ “✓ X” หมายถึง รายการที่ผู้ใหญ่ควรให้คำแนะนำ และสัญลักษณ์ “ฉ” หมายถึง รายการเฉพาะที่ไม่เหมาะสมแก่และเยาวชน

นอกจากนั้นแล้วกลุ่มตัวอย่างทุกคนทราบว่าสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ มีไว้เพื่อทราบว่ารายการที่กำลังรับชมมีเนื้อหาของรายการอย่างไร เหมาะสมหรือไม่เหมาะสมที่จะรับชม และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กล่าวว่า พฤติกรรมในการรับชมรายการโทรทัศน์หรือการแนะนำบุตรหลานในการรับชมรายการโทรทัศน์ มีความเปลี่ยนแปลงไป เพราะทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างเด็กกับผู้ใหญ่มีความผูกพันกันมากขึ้น และทำให้เกิดกิจกรรมภายในครอบครัวมากขึ้นด้วย

ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมในด้านการรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ถือว่าระดับการรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ อยู่ในระดับสูง

### การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่อง “ศึกษาการรับรู้และความพึงพอใจต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร” สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

#### ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับชมรายการโทรทัศน์และพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนเพศชายและเพศหญิงเท่ากัน มีอายุอยู่ในช่วง 20–30 ปี ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษา จะพบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขายมากที่สุด และมีรายได้ประมาณ 10,001–15,000 บาท

เมื่อพิจารณาถึงระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่แล้วมีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สอดคล้องกับที่ Wibur Schramm<sup>1</sup> กล่าวว่า การรับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์ในการใช้สื่อ และระดับความรู้ทางด้านข้อมูลข่าวสารของบุคคลการศึกษา และสภาพแวดล้อม ทำให้มีความแตกต่างกันในพฤติกรรมทางเลือกสื่อและเนื้อหาข่าวสาร กล่าวคือ กลุ่มคนที่มีความรู้สูง เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารดี และจะเพิ่มพูนความรู้ทางด้านนี้ของตนให้มากขึ้นโดยการใช้สื่อมวลชน และการศึกษาความรู้ ยังเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ และค่านิยม ของบุคคลที่มีต่อเรื่องต่าง ๆ เนื่องจากสถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่อบรมกล่อมเกล้าให้บุคคลเป็นคนที่มีความประพฤติไปในทิศทางที่แตกต่างกัน

ด้านการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน ในช่วงเวลา 18.31–23.00 น. เนื่องจากว่าเป็นเวลาหลังจากทำงานแล้ว และเป็นเวลาสำหรับผ่อนคลายต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับที่ McLeod<sup>2</sup> ได้กล่าวว่า ตัวชี้ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับ

<sup>1</sup>Wibur Schramm, Channel and Audience in Handbook of Communication (Chicago: Rand Menelly College Publishing Company, 1973), pp. 121–122.

<sup>2</sup>McLeod and O’Keefe, “Socialization and Perspective,” อ้างถึงใน พรณา แก้วลาย, “ศึกษาความต้องการข่าวสาร และความพึงพอใจในการรับฟังข่าวต้นชั่วโมงของสถานีวิทยุกระจายเสียงในเครือกองทัพบก : ศึกษาเฉพาะกรณี ข้าราชการในกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539), น. 13–14.

สื่อ (Media Exposure) โดยส่วนใหญ่จะมีวิธีใช้อยู่ 2 อย่างคือ วัดจากเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อ (Time spent with the media) และวัดจากความถี่ที่ใช้ในการเปิดรับสื่อ โดยแยกตามประเภทของรายการ เนื้อหาที่แตกต่างกันออกไป นอกจากนี้ยังกล่าวอีกว่า การวัดในเรื่องของเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ชม เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the medium)

ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ และพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์นั้น มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory) ของ DeFleur<sup>3</sup> ที่กล่าวไว้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกันจะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารมวลชนคล้ายคลึงกัน และสามารถจัดเป็นกลุ่มได้ตามลักษณะร่วมหรือบุคลิกลักษณะ แต่ละกลุ่มก็จะมีวัฒนธรรมย่อยของตนเอง ทำให้มีความเชื่อกันดี ตลอดจนรูปแบบพฤติกรรมของคนในกลุ่มที่มีความเหมือนกัน ซึ่งจากการศึกษานี้จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่คล้ายคลึงกัน ทำให้การเปิดรับพฤติกรรมนั้น มีความคล้ายคลึงกันด้วย

### **พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์**

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมรายการโทรทัศน์ทุกวัน รับชมรายการโทรทัศน์ในแต่ละครั้งมากกว่า 3 ชั่วโมง และรับชมรายการโทรทัศน์ช่วงเวลาเดียวกันทุกคน คือช่วงเวลา 18.01–23.00 น. และผลการศึกษาด้านข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้น แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ทุกครั้งที่ได้รับชมรายการโทรทัศน์ และเห็นสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์จากรายการประเภทละครมากที่สุด

เมื่อนำมาวิเคราะห์รวมกับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์นั้น ทำให้เห็นว่าพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์นั้นมีความสัมพันธ์กับการรับรู้สัญลักษณ์ กล่าวคือ การเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ทำให้เห็นสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ไปด้วย และเมื่อได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสัญลักษณ์ที่ได้รับชมนั้น ๆ ก็จะทำให้เกิดการรับรู้ตามมาว่าสัญลักษณ์ที่ได้นั้นคืออะไร และสามารถตีความ

<sup>3</sup>DeFleur, Melvin, "Theories of Mass Communication," อ้างใน พีระ จิระโสภณ, เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, น. 645 – 646.



ของสัญลักษณ์ได้ว่าหมายถึงอะไร ซึ่งรวมไปถึงพฤติกรรมหลังจากที่ได้รู้เกี่ยวกับสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Shiffman and Kanuk <sup>4</sup> ที่ได้กล่าวว่า การรับรู้ คือ กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความหมายสิ่งที่กระตุ้นออกมาเป็นภาพที่มีความหมายและเกิดภาพรวมขึ้นมา แต่การรับรู้และการรู้จักการตีความหมายของแต่ละบุคคลอาจต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ ด้านด้วยกัน เช่น ความจำเป็น ค่านิยม และความคาดหวัง และเนื่องจากลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ทำให้ขั้นตอนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ค่อนข้างที่จะเหมือนกัน กล่าวคือ ในการเลือกเปิดรับหรือเลือกใช้สัญลักษณ์นั้น ก็คือพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์นั่นเอง หมายถึง กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากความต้องการของตน จากนั้นก็เลือกสนใจในตัวสัญลักษณ์ โดยผ่านการรับชมรายการโทรทัศน์ตามแต่ละรายการที่ตนต้องการรับชม ซึ่งเมื่อเกิดความต้องการรับชมแล้ว สิ่งที่อยู่ในตัวรายการที่ต้องการรับชมก็จะถูกสนใจตามไปด้วย จากนั้นก็จะเลือกรับรู้หรือตีความตามประสบการณ์ ทักษะคิด ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาพร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ ซึ่งเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับประสบการณ์ หรือทัศนคติความเชื่อของตน ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า มีการรับรู้และตีความที่คล้ายคลึงกันว่า สัญลักษณ์ใด หมายถึงอะไร ดังตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ "ท" ที่กลุ่มตัวอย่างบางส่วน มีการรับรู้และตีความเอาจากสัญลักษณ์รูปบ้านว่าเป็นรายการสำหรับครอบครัว ซึ่งผลที่กลุ่มตัวอย่างได้รับรู้หรือตีความออกมานั้น อาจจะมาจากประสบการณ์ ทักษะคิด หรือปัจจัยทางด้านอื่น ๆ ก็เป็นไปได้ และในส่วนสุดท้ายคือ การเลือกจดจำสัญลักษณ์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะจดจำสัญลักษณ์ได้จากการที่ได้รับชมและเห็นสัญลักษณ์นั้นบ่อยครั้ง ซึ่งแนวโน้มของการจดจำนี้ อาจจะมาจากพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ที่ตนเองชอบและต้องการที่จะรับชมด้วย

---

<sup>4</sup>Shiffman and Kanuk, *Consumer Behavior*, 3<sup>rd</sup> ed. (New Jersey: Prentice-Hall, 1978), p. 163. อ้างถึงใน วรารัตน์ แพทย์รังษี, "การรับรู้และความพึงพอใจของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการใช้บริการเคาน์เตอร์เซอร์วิสในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น," (รายงานโครงการเฉพาะบุคคลมหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2549), น. 23.

### ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาเรื่อง “ศึกษาการรับรู้ต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ของผู้ชมรายการโทรทัศน์ในเขตกรุงเทพมหานคร” ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อเสนอแนะที่มีต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์

ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะด้านการศึกษาวิจัย

#### ส่วนที่ 1 ข้อเสนอแนะที่มีต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่มีต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ดังต่อไปนี้

1. สำหรับสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อประเภทอื่น ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสอบถามความคิดเห็นหรือสำรวจก่อนว่าประชาชนส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อสัญลักษณ์อย่างไรบ้าง รวมไปถึงลักษณะทางเปิดรับสื่อ เพื่อนำผลที่ได้จากความคิดเห็นของประชาชนนั้น มาปรับให้ให้ตรงกับความรู้สึกและความต้องการของประชาชน ซึ่งถือว่าเป็นผู้รับสารโดยตรง

2. สัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ หน่วยงานหรือองค์กร ที่เกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ของสื่อวิทยุโทรทัศน์ ควรจะมีการนำสัญลักษณ์ออกมาให้ดูเป็นตัวอย่างก่อนในโทรทัศน์ หลังจากนั้นก็ควรจะมีการสอบถามจากประชาชนในแต่ละจังหวัดว่าชอบสัญลักษณ์แบบนี้หรือไม่ หรืออาจจะให้มีการประกวดออกแบบสัญลักษณ์ในการนำมาใช้จะเป็นส่งเสริมและประชาสัมพันธ์สัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมมากขึ้น และทำให้ประชาชนสนใจที่จะรับรู้ถึงสัญลักษณ์ พร้อมทั้งความหมายที่จะบอกกับผู้รับสื่อให้เข้าใจได้มากขึ้น

3. สำหรับสัญลักษณ์ที่ระดับความเหมาะสม ควรจะใช้เป็นคำมากกว่าให้อักษรโดด ๆ เพียงตัวเดียว เนื่องจากลักษณะของคำ น่าจะทำให้เกิดความเข้าใจได้มากยิ่งขึ้น และควรกำหนดช่วงอายุให้ชัดเจนสำหรับการรับชม

4. ใช้ตัวอักษรวิ่งด้านล่างของจอโทรทัศน์ทุก ๆ 30 วินาที หรือ 1 นาที อาจจะเป็นอักษรได้ภาพ

## **ส่วนที่ 2 ข้อเสนอแนะด้านการศึกษาวิจัย**

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะด้านการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มากกว่านี้ และทำการศึกษาประชากรในเขตอื่น ๆ เช่น ปริมณฑล หรือทั่วประเทศ โดยกำหนดจังหวัดที่เป็นตัวแทนภาคต่าง ๆ เนื่องจากสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสัญลักษณ์ที่มีการแสดงสัญลักษณ์และแพร่ภาพจากทุกสถานีผู้ชมรายการโทรทัศน์ทั่วประเทศ
2. ในการวิจัยครั้งต่อไป น่าจะมีการศึกษาตัวแปรลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่น ๆ ที่น่าสนใจนอกเหนือจากตัวแปร เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ศาสนา ภูมิฐานะ เป็นต้น
3. ควรจะมีการศึกษาถึงเรื่องสัญลักษณ์ในด้านอื่น ๆ ต่อไป เช่น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับชมรายการโทรทัศน์ที่มีต่อสัญลักษณ์ระดับความเหมาะสมของสื่อวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น