อิทธิพลของความคาดหวังที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีเอส ของผู้ชมเจนเนอเรชั่น X ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Influence of Audience Expectations on Media Exposure of the Television Program Saraphan Luntueng (Bang Khen) on Thai PBS among Generation X Viewers in Bangkok

วันที่รับบทความ: 28 มิถุนายน 2568 / วันที่แก้ไขบทความ: 27 ตุลาคม 2568 / วันที่ตอบรับบทความ: 18 พฤศจิกายน 2568

กวินภพ พันธุฤกษ์[1]* และ พรพรหม ชมงาม[2]
Kawinpob Phunturerk[1]* Pornprom Chomngam[2]

Abstract

This study aims to examine the influence of audience expectations on media exposure of the television program Saraphan Luntueng (Bang Khen) aired on Thai PBS among Generation X viewers in Bangkok.

Quantitative research used an online survey from 366 Bangkok-based Gen X viewers, aged 45-60 years, selected via Time-based Convenient Sampling. Data reliability was 0.82. Analysis included descriptive statistics, mean, standard deviation, and Pearson's correlation for hypothesis testing.

The findings revealed a statistically significant relationship between audience expectations and their viewing behavior of Saraphan Luntueng (Bang Khen) on Thai PBS, both in general and across specific dimensions. The four dimensions of expectation, cognition, diversion, social utility and withdrawal were all significantly correlated with viewing behavior.

Keywords: Expectation, Media Exposure, Television Program, Saraphan Luntueng (Bang Khen) Program, Generation X

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความคาดหวังที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีเอส ของผู้ชมเจนเนอเรชั่น X ในเขตกรุงเทพมหานคร

การวิจัยเชิงปริมาณนี้ใช้แบบสอบถามออนไลน์จากผู้ชม Gen X ในกรุงเทพฯ จำนวน 366 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 45-60 ปี โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Time-based Convenient Sampling ความน่าเชื่อถือของข้อมูลอยู่ที่ 0.82 การวิเคราะห์ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์เพียร์สันสำหรับการทดสอบสมมติฐาน

---

[1]นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Master student, Master of Communication Art Program in Strategic Communications, Bangkok University
[2]อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารและสื่อใหม่ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
Communication and New Media Department, School of Communication Arts, Bangkok University
**Corresponding author; *E-mail address*: : kawinpob.phun@bumail.net *

ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสรุปได้ว่า ความคาดหวังทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านความหลากหลาย ด้านอรรถประโยชน์ทางสังคม และด้านผละออกจากสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ตรงตามสมมติฐานที่ทางผู้วิจัยได้กำหนดไว้

คำสำคัญ: ความคาดหวัง พฤติกรรมการเปิดรับชม รายการทีวี รายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) เจนเนอเรชั่น x

1. หลักการและเหตุผล

ท่ามกลางการแข่งขันในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อดึงดูดผู้ชมของสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) อย่างสื่อโทรทัศน์ (Television) ที่แม้พบว่าอัตราการเติบโตไม่เหมือนเก่า จากการที่ผู้ชมมีช่องทางในการเลือกเปิดรับสื่อมาก*ขึ้น* (ภูมิทัศน์สื่อไทย 2566-2567, 2567) หากดูเหมือนว่าแนวโน้มสื่อไทยในปี 2568 สื่อดั้งเดิมอย่างโทรทัศน์ยังคงมีโอกาสไปต่อได้หากเลือกกลุ่มเป้าหมายผู้ชมชัดเจน และนำเสนอเนื้อหาได้ตรงตามความต้องการ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชมจะเลือกเปิดรับเนื้อหาตามความสนใจของตัวเองเป็นหลัก (Personalization) (แนวโน้มสื่อไทย, 2567) หนึ่งในรูปแบบรายการและเนื้อหาที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้ชมคือรายการในกลุ่มสาระบันเทิง ที่ไม่ว่าในแต่ละสถานีจะมีต่างกันมากน้อย หากก็ปรากฏให้เห็นทุกช่อง ทั้งรายการเกมโชว์ (Game Show) ทอล์คโชว์ (Talk Show) และวาไรตี้โชว์ (Variety Show) ซึ่งหมายรวมถึงรายการเพลงด้วย เนื่องจากรายการประเภทนี้มีเนื้อหาที่เน้นความสนุก บันเทิง ทำให้ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดของผู้ชมได้ จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่จะกล่าวว่ารายการสาระบันเทิง แทบจะเป็นหนึ่งในรายการเรือธงของสถานีโทรทัศน์ทุกช่อง

รูปแบบรายการสาระบันเทิงอย่างรายการวาไรตี้โชว์ (Variety Show) ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน คือรายการเพลง ที่มีทั้งรายการเพลงสากล และรายการเพลงไทยลูกทุ่ง โดยเฉพาะรายการเพลงลูกทุ่งนี้นับได้ว่ามีจำนวนมากที่สุดและทำเรตติ้ง (Raiting) สูง ซึ่งรูปแบบของรายการเพลงลูกทุ่งที่ปรากฏบนหน้าจอโทรทัศน์ ส่วนใหญ่มักเป็นรายการลูกทุ่งประเภทการแข่งขันขับร้อง ซึ่งได้รับความนิยมและมีอัตราการเติบโตสูงมากนับตั้งแต่สื่อโทรทัศน์มีการเปลี่ยนผ่านจากยุคอนาล็อกสู่ยุคดิจิทัล โดยพบว่าก่อนหน้านี้ในช่วงเปลี่ยนผ่าน มีรายการประกวดร้องเพลงลูกทุ่งเพิ่มมากขึ้น 3 เท่าตัวเมื่อเทียบกับอดีตก่อนหน้าปี 2557 (วินัย บุญคง, 2561) แม้นับจนถึงปัจจุบันที่สถานการณ์สื่อเปลี่ยน จนรายการประกวดร้องเพลงลูกทุ่งบางรายการต้องปิดตัวลง หากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาจนถึงปี 2567 นี้ ยังคงพบว่า รายการเพลงลูกทุ่งประเภทประกวดร้องเพลง กลับยังคงได้รับความนิยมต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม แม้ดูเหมือนว่ารายการเพลงลูกทุ่งจะได้พื้นที่สื่อจำนวนมาก หากจากข้อมูลข้างต้นดังกล่าว ก็สามารถอนุมานได้ว่ารายการเพลงลูกทุ่งที่ได้รับความนิยมนั้นคือรายการแข่งขันประกวดร้องเพลงลูกทุ่ง ซึ่งเมื่อมองในแง่การนำเสนอเนื้อหาแล้ว ทำให้พบว่า แทบไม่มีรายการเพลงลูกทุ่งที่เน้นนำเสนอบทเพลงเก่าจากศิลปินชั้นครูที่ยังคงมีชีวิต และยังคงมีเรื่องราวให้ศึกษาเพื่อรักษาเอกลักษณ์ความเป็นเพลงลูกทุ่งไทยให้ดูมากนัก ด้วยเมื่อเทียบกันแล้ว รายการแข่งขันร้องเพลงลูกทุ่งนั้น มีผู้แข่งขันที่นับว่าเป็นศิลปินมือสมัครเล่น และมีการนำเสนอเนื้อหาอื่นประกอบเพิ่มนอกจากการร้องเพลง ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับเพลงลูกทุ่ง เช่น เรื่องราวชีวิตของผู้แข่งขัน เป็นต้น ยิ่งชี้ชัดว่าปัจจุบันพื้นที่รายการเพลงลูกทุ่งที่นำเสนอเนื้อหาอย่างเพลงลูกทุ่งแท้ผ่านน้ำเสียงศิลปินลูกทุ่งมืออาชีพ พร้อมการให้สาระบันเทิงส่งต่อความรู้ของ

วงการเพลงลูกทุ่งแทบไม่มีให้เห็น จึงเป็นที่มาให้สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส (Thai PBS) ในฐานะสื่อสาธารณะแห่งแรกและแห่งเดียวของไทย ที่มีพันธกิจในการดำเนินการผลิตรายการ ให้บริการข่าวสาร ความรู้ สาระบันเทิง ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน โดยยึดถือผลประโยชน์สาธารณะและความคุ้มค่าเป็นสำคัญ (องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.) ผลิตรายการเพลงลูกทุ่งในชื่อรายการ “สารพันลั่นทุ่ง (บางเขน)” เพื่อเปิดโอกาสให้นักร้องรุ่นเก่าและบทเพลงลูกทุ่งแท้ได้มีพื้นที่ในการแสดงออก ส่งต่อความรู้ ผ่านการนำเสนอในรูปแบบคอนเสิร์ต พร้อมช่วงสนทนา นับว่าเป็นการให้ความบันเทิงกับกลุ่มผู้ชมที่สนใจและชื่นชอบในบทเพลงลูกทุ่ง โดยผลิตมานานร่วม 6 ปีแล้ว

เมื่ออัตราการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ของกลุ่มผู้ชมมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปีการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการจึงเป็นสิ่งสำคัญ ด้วยพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการของผู้ชมนั้นเกี่ยวพันกับอัตราการรับชม หรือ Rating อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ด้วยปัจจุบันพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมมีความเป็นปัจเจกสูง ซึ่งสามารถกำหนดการเปิดหรือปิดรับได้ตามความสมัครใจ โดยกลุ่มเป้าหมายสำคัญของรายการคือกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น X ที่เกิดในช่วงปี 1965 ถึง 1980 หรือ พ.ศ. 2508 ถึง พ.ศ. 2523 ด้วยพบว่าพฤติกรรมการเสพสื่อของคนเจนเนอเรชั่น X นั้นยังคงให้ความสำคัญกับสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) อย่าง โทรทัศน์ มากที่สุด ขณะเดียวกันกลุ่มคนในช่วงวัยนี้ยังมีพฤติกรรมการโหยหาอดีต โดยพบว่า 75% ชื่นชอบการดูและทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอดีต เช่น การฟังเพลงเก่า เป็นต้น (วชิระ ทองสุข, 2566)

ความคาดหวังที่ผู้ชมมีต่อรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) นั้น ถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อการผลิตรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ด้วยรูปแบบรายการที่เป็นรายการสาระบันเทิง ความคาดหวังของผู้ชมจึงมีมาก ทั้งในมิติของความบันเทิง ที่ผู้ชมย่อมคาดหวังว่าเมื่อได้รับชมรายการจะสามารถช่วยให้ผ่อนคลายความตึงเครียดจากสถานการณ์รอบข้างในปัจจุบันได้ ไปจนถึงอาจคาดหวังที่จะใช้เนื้อหาสาระที่สอดแทรกในรายการ เพื่อประโยชน์ในการเข้าสังคม เช่น การพูดคุยกับคนวัยเดียวกัน หรือสามารถทำให้หวนนึกถึงความหลังครั้งอดีตที่ตัวเองได้ประสบพบเจอมา ซึ่งสำหรับรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ที่เน้นนำเสนอทั้งความบันเทิง และเนื้อหาสาระของวงการเพลงลูกทุ่งนั้น การวิเคราะห์ถึงความคาดหวังของผู้ชมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่รายการเพลงจำเป็นต้องศึกษา เพื่อให้การผลิตรายการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ชมได้ ซึ่งประเด็นความคาดหวังนี้ยังสอดสอดคล้องกับความคาดหวังด้านเนื้อหาที่ผู้ชมมีต่อสื่อสาธารณะอย่างไทยพีบีเอสอีกด้วย (บุญวรา สุมะโน เจนพิ่งพร และคณะ, 2564)

ขณะเดียวกันพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชม ก็เป็นปัจจัยที่เกี่ยวพันต่อเนื่องกับความคาดหวัง กล่าวคือการที่ผู้ชมเลือกที่จะแสดงพฤติกรรมในการเปิดรับหรือไม่นั้น ส่วนหนึ่งย่อมเป็นผลมาจากความคาดหวังที่จะได้ประโยชน์ด้วย หากการเลือกที่จะเปิดรับชมรายการหรือไม่นั้น ยังมีองค์ประกอบสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการ ทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก เมื่อผู้ชมมีความเป็นปัจเจกสูง อีกทั้งมีสภาวะแวดล้อมที่แตกต่างการ สิ่งเหล่านี้จึงยิ่งส่งผลให้ผู้ชมมีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกันไปด้วยได้ โดยปัจจุบันพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการของผู้ชมที่มีต่อสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) มีความแตกต่างกันอยู่มาก (ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ, 2567, หน้า 12) การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการของผู้ชม Gen X จึงยิ่งมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งหมดเพื่อให้ผู้ผลิตรายการสามารถเข้าใจถึงปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเพลง

แม้ความคาดหวังของผู้ชมรายการ และพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการ จะล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งอิทธิพลต่อการผลิตและนำเสนอรายการสาระบันเทิงที่ทำเรตติ้งในแต่ละสถานีได้สูง หากกลับดู

เหมือนว่าที่ผ่านมาการศึกษาถึงองค์ความรู้เรื่องความคาดหวังของผู้ชมและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโดยเฉพาะรายการเพลงลูกทุ่งที่ได้พื้นที่ออกอากาศในแต่ละสถานีมาก ก็ยังไม่ปรากฏมากนัก ยิ่งสำคัญคือยังไม่มีการลงลึกถึงพฤติกรรมและความคาดหวังในกลุ่มของผู้ชม Gen X ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ที่เป็นกลุ่มผู้ชมที่ชอบฟังเพลงเก่า ทั้ง ๆ ที่ในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมานี้รายการเพลงล้วนเป็นรายการเรือธงเพื่อชิงชัยเรตติ้งในทุกสถานี

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา อิทธิพลของความคาดหวังที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ของผู้ชม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ผลิตรายการสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้ตอบสนองต่อความความคาดหวัง และเพื่อให้สอดรับกับพฤติกรรมการเปิดรับชมของผู้ชมรายการได้ ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันรายการประเภทสาระบันเทิงได้ ทั้งยังสามารถใช้งานวิจัยนี้เป็นต้นแบบในการอ้างอิงเพื่อพัฒนารายการเพลงต่าง ๆ ได้ ที่สำคัญยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับความคาดหวังและพฤติกรรมการเปิดรับชมในบริททอื่น ๆ ต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้ชม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส

2.2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ของผู้ชม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของความคาดหวังที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ของผู้ชม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ได้รับแนวคิดและอิทธิพลมาจากนักปราชญ์ นักจิตวิทยา และนักเศรษฐศาสตร์หลายคน ระหว่างปี 1930-1940 Kurt Lewin และ Edward Tolman ได้ศึกษาและพัฒนาแนวคิดทฤษฎีความคาดหวัง โดยบันทึกเอาไว้ว่า “พฤติกรรมนั้น ถูกตัดสินโดยผู้กระทำมากกว่าถูกกระทำ” นอกจากนี้แนวคิดทฤษฎีความคาดหวังยังมีนักคิดคนสำคัญอีกคนที่เป็นผู้เผยแพร่คือ Victor Vroom ที่ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังในหนังสือของเขา ชื่อ Working and Motivation (Vroom, 1964)

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2556) ยังได้กล่าวถึงความคาดหวังว่า ทฤษฎีแนวคิดความคาดหวัง เป็นการแสดงความหมายว่า ความคาดหวังเป็นแรงขับภายในที่ทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมตอบสนองอย่างมีทิศทาง โดยคุณค่าของความคาดหวังนั้นเกิดขึ้นจากความเชื่อในสิ่งที่เป็นข่าวสารเชิงประจักษ์ เช่น ข่าวสารโฆษณา ด้วยเป็นการให้คุณค่าเพิ่มเติมในความคาดหวังนั้น โดย สุรพงษ์ โสธนะเสถียร ยังได้อธิบายถึงเหตุผลที่ประชาชนเลือกบริโภคสื่อมวลชนมี 4 ลักษณะ (2523, อ้างถึงใน อรรคพล อุมะวิภาต, 2560, หน้า 10-11) คือ

1. เพื่อต้องการรับรู้ (Cognition) คือการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ในฐานะที่ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันเป็นสังคม ดังนั้นมนุษย์จึงจำเป็นต้องเข้าใจส่วนประกอบของสังคมผ่านการรับรู้จากสื่อมวลชน ทั้งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ไปจนถึงความบันเทิง

2. เพื่อความหลากหลาย (Diversion) คือการตอบสนองตามความต้องการที่ต่างกันไป อันประกอบด้วย การกระตุ้นอารมณ์ การพักผ่อน และการปลดปล่อยอารมณ์

3. เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) กล่าวคือการเปิดรับสื่อเพื่อเป็นเครื่องมือในการเข้าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เช่น เป็นหัวข้อในการสนทนาระหว่างกัน หรือการสร้างความคุ้นเคยสนิทสนมกัน

4. การผละออกจากสังคม (Withdraw) เป็นการใช้สื่อเพื่อหลีกเลี่ยงบุคคลหรือสิ่งรอบข้าง เช่น การเสพสื่อเพื่อละเว้นจากงานประจำ

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

การสื่อสารถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมาก หากในแง่ของพฤติกรรมที่บุคคลมีความเป็นปัจเจก จึงทำให้พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมีความแตกต่างกัน ซึ่งการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ถือเป็นหนึ่งองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร โดยใจความสำคัญอยู่ที่ผู้รับสารเป็นหลัก ที่เป็นผู้ตัดสินใจว่าจะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือไม่ โดยประกอบไปด้วยปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ที่เป็นปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก คือปัจจัยเชิงกายภาพ ทั้งในแง่ของเครื่องมือการรับสาร การเข้าถึงแหล่งข้อมูล ไปจนถึงปัจจัยภายทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ความต่างทางวัฒนธรรมและการศึกษา (อภิญญา แก้วเปรมกุศล, 2562)

Klapper (1960) ได้อธิบายว่า มนุษย์มีแนวโน้มที่จะเปิดรับสื่อตามความสนใจของตัวเอง โดยประกอบด้วยกระบวนการกลั่นกรองทั้งหมด 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นตอนที่อยู่ลำดับแรกสุดของการเปิดรับ กล่าวคือบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น ช่องทางวิทยุกระจายเสียง หรือช่องทางหนังสือพิมพ์ โดยการเลือกเปิดรับนั้นจะขึ้นอยู่กับทักษะและความชำนาญในการเข้าถึงสื่อของแต่ละคน

2. การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกรับข่าวสารจากแหล่งใดที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความชอบ และความเห็นเฉพาะตัว เพื่อให้เกิดการตอบสนองกับแนวคิดเดิมที่มีอยู่ ลดความไม่สบายใจ หรือความไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่

3. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) กล่าวคือบุคคลเลือกรับรู้และตีความหมายของสารแตกต่างกันไป โดยอาจไม่ได้คงความหมายเดิมหรือตามเจตนาเดิมของสารตั้งต้นที่ได้รับ ผ่านมุมมองความสนใจ ความเชื่อ ทัศนคติ ความหวัง แรงจูงใจและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังหมายถึงสภาวะทางร่างกาย จิตใจและอารมณ์ด้วย นั่นจึงทำให้สารบางส่วนอาจถูกตัดทิ้งหลงลืมไป หรือมีการบิดเบือนไปจากเดิมตามการตีความและความเข้าใจของบุคคลนั้นด้วย

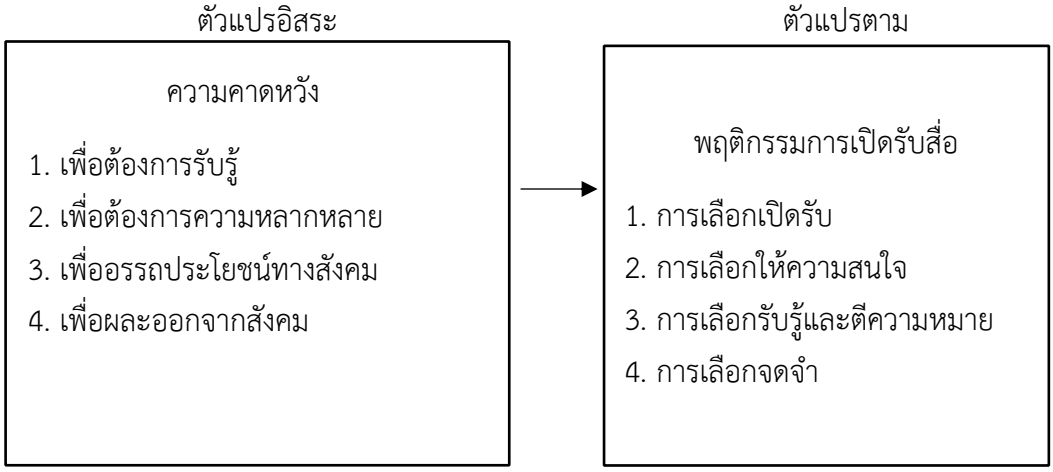
4. เลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลมักจะจดจำข้อมูลข่าวสารในส่วนที่ตนเองเลือกจดจำ โดยเป็นส่วนที่ตรงกับทัศนคติ แนวคิด และความสนใจ โดยเนื้อหาที่เลือกจดจำมักเป็นเนื้อหาที่มีส่วนในการให้ประโยชน์ ส่งเสริมหรือสนับสนุนแนวคิด ทัศนคติ และความสนใจที่มีอยู่เดิม และมักจะลืมหรือตัดทอนส่วนที่ตรงข้ามกับความสนใจ

4. สมมติฐานและกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี

4.1 สมมติฐานงานวิจัย

ความคาดหวังมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีเอส ของผู้ชมเจเนอเรชัน X ในเขตกรุงเทพมหานคร

4.2 กรอบแนวคิดของการวิจัย



5. ระเบียบวิธีวิจัย

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร: ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่ม เจนเนอเรชั่น X ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ไม่สามารถระบุขอบเขตของจำนวนประชากรได้อย่างครบถ้วน (Infinite population)

กลุ่มตัวอย่าง : กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G* Power 3 ขนาดของผลกระทบอยู่ในระดับปานกลาง (Input Effect Size f^2 = 0.15) ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ คือ 0.05 (α err prob = 0.05) พลังของการทดสอบ คือ 0.95 [Power (1-β err prob) = 0.95] จำนวนของตัวแปรอิสระหรือจำนวนของตัวแปร ที่ใช้ในการพยากรณ์ (Number of Predictors) เท่ากับ 4 สามารถคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ (n) ตามเงื่อนไขข้างต้นเท่ากับ 129 แต่เนื่องจากจำนวนตัวอย่างยิ่งมีมากยิ่งทำให้ค่าที่คำนวณได้มีความคงเส้นคงวา (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2017) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ขนาดตัวอย่างตามที่เก็บได้จริง คือ 366 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Time-based Convenient Sampling ผู้วิจัยกำหนดกรอบเวลาในการเก็บข้อมูลเป็น 2 ช่วง คือ 1-30 พฤศจิกายน 2567 และ 1-31 ธันวาคม 2567 โดยเริ่มเก็บข้อมูลในช่วงธันวาคม 2567 จากผู้ที่สะดวกและเต็มใจให้ข้อมูล จนกระทั่งได้จำนวนตัวอย่างครบ 366 คน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพทางการสมรส ระดับการศึกษาและรายได้

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) เพื่อต้องการรับรู้ (2) เพื่อต้องการความหลากหลาย (3) เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม และ (4) เพื่อผละออกจากสังคม

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ซึ่งคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert scale แบ่งออกเป็น (1) การเลือกเปิดรับ (2) การเลือกให้ความสนใจ (3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย และ (4) การเลือกจดจำ

5.3 การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่จะทำการวิจัยเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และทำการตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามไปให้กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้ใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) อยู่ที่ 0.91 หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด ก่อนการเก็บข้อมูลจริง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha แยกรายตัวแปร คือ ความคาดหวัง ด้านต้องการรับรู้ มีค่า Alpha อยู่ที่ 0.81 ด้านความหลากหลาย มีค่า Alpha 0.80 ด้านอรรถประโยชน์ทางสังคม มีค่า Alpha 0.84 ด้าน ผละออกจากสังคม มีค่า Alpha 0.84 ขณะที่ตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับ ด้านการเลือกเปิดรับ มีค่า Alpha 0.82 ด้านการเลือกให้ความสนใจ มีค่า Alpha 0.75 ด้านการเลือกรับรู้และตีความหมาย มีค่า Alpha 0.85 และ ด้านการเลือกจดจำ มีค่า Alpha 0.85 รวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.82 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยสถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการกำหนดแหล่งข้อมูลคือ แหล่งปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยใช้บริการจากเว็บไซต์ Google ที่เรียกว่า Google form ในกาสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นมา หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังผู้ผลิตรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) คือศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรมไทยพีบีเอส เพื่อทำการสำรวจผู้ชมเป้าหมายผ่านช่องทางออนไลน์ 3 เพจคือ เพจ Thai PBS จำนวน 166 คน, ไทยบันเทิง Thai PBS จำนวน 100 คน และ Artclub Thai PBS จำนวน 100 คน เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาครบถ้วนตามจำนวน ก็ดำเนินการตรวจสอบแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้รับมา เพื่อตรวจดูความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และนำผลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

5.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อหาค่าต่างๆ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อหาค่าความถี่และร้อยละ

2. วิเคราะห์ความคาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) และพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. ทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) คือ สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

6. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับทางลักษณะประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะประชากร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ ชาย	161	44.0
หญิง	143	39.1

ผู้มีความหลากหลายทางเพศ	62	16.9
อายุ 45 - 49 ปี	156	42.6
50 - 55 ปี	110	30.1
56 - 60 ปี	100	27.3
สถานภาพทางการสมรส โสด	185	50.5
สมรส	181	49.5
การศึกษา ต่ำกว่าปริญญาตรี	78	21.3
ปริญญาตรี	222	60.7
ปริญญาโท	59	16.1
ปริญญาเอก	7	1.9
รายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท	38	10.4
15,001 – 20,000 บาท	43	11.7
20,001 – 30,000 บาท	82	22.4
30,001 – 40,000 บาท	102	27.9
40,001 บาทขึ้นไป	101	27.6

ตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 มีอายุระหว่าง 45-49 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 มีสถานภาพโสด จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9

ตารางที่ 2 : แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน)

คาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
เพื่อต้องการรับรู้	4.16	0.61	มาก
เพื่อความหลากหลาย	4.10	0.60	มาก
เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม	4.03	0.66	มาก
เพื่อผละออกจากสังคม	3.95	0.73	มาก
รวม	4.06	0.56	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความคาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06 , S.D. = 0.56) โดยความคาดหวังที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ เพื่อต้องการรับรู้ (ค่าเฉลี่ย= 4.16 , S.D. = 0.61) อยู่ในระดับมาก อันดับสองคือ เพื่อความหลากหลาย (ค่าเฉลี่ย= 4.10 , S.D. = 0.60) อยู่ในระดับมาก อันดับสามคือ เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (ค่าเฉลี่ย = 4.03 , S.D. = 0.66) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ เพื่อผละออกจากสังคม (ค่าเฉลี่ย = 3.95 , S.D. = 0.73)

ตารางที่ 3 : แสดงค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน)

พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน)	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ

การเลือกเปิดรับ	3.99	0.67	มาก
การเลือกให้ความสนใจ	4.03	0.58	มาก
การเลือกรับรู้และตีความหมาย	4.15	0.58	มาก
การเลือกจดจำ	4.14	0.67	มาก
รวม	4.08	0.54	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08 , S.D. = 0.54) โดยพฤติกรรมการเปิดรับที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเลือกรับรู้และตีความหมาย (ค่าเฉลี่ย = 4.15 , S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมาก อันดับสอง การเลือกจดจำ (ค่าเฉลี่ย = 4.14 , S.D. = 0.67) อยู่ในระดับมาก อันดับสาม การเลือกให้ความสนใจ (ค่าเฉลี่ย = 4.03 , S.D. = 0.58) อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้ายคือ การเลือกเปิดรับ (ค่าเฉลี่ย = 3.99 , S.D. = 0.67) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 : สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) ระหว่างตัวแปรความคาดหวังและพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส

ตัวแปร	การเลือกเปิดรับ	การเลือกให้ความสนใจ	การเลือกรับรู้และตีความหมาย	การเลือกจดจำ	พฤติกรรมการเปิดรับชม
ความคาดหวัง	.811**	.742**	.688**	.614**	.836**
เพื่อต้องการรับรู้	.676**	.608**	.563**	.528**	.689**
เพื่อความหลากหลาย	.591**	.612**	.553**	.511**	.660**
เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม	.779**	.671**	.646**	.569**	.781**
เพื่อผละออกจากสังคม	.736**	.649**	.596**	.496**	.727*

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (2 tailed)

ตัวแปร ความคาดหวัง และ พฤติกรรมการเปิดรับชม คือ ตัวแปรในภาพรวม ตัวแปรที่เหลือทั้งหมดคือ ตัวแปรในภาพย่อย

จากตาราง 4 พบว่า โดยภาพรวม ความคาดหวังมีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความคาดหวังด้านต้องการรับรู้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ในระดับมาก (r = .836**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ความคาดหวังด้านความหลากหลาย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ในระดับมาก (r = .689**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ความคาดหวังด้านอรรถประโยชน์ทางสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ในระดับมาก (r = .781**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งในภาพรวมและภาพย่อย

ความคาดหวังด้านผลละออกจากสังคม มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ในระดับมาก (r = .727**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในภาพรวม และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง (r = .496**) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในภาพย่อย ด้านการเลือกจดจำ

7. สรุปผล

7.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 45-49 ปี อันดับสอง มีอายุระหว่าง 50-55 ปี และอันดับสาม มีอายุระหว่าง 56-60 ปีตามลำดับ ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อันดับสอง โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-40,000 บาท

7.2 ความคาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส

จากการศึกษาความคาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพื่อต้องการรับรู้ (Cognition), เพื่อความหลากหลาย (Diversion), เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) และเพื่อผลละออกจากสังคม (Withdraw) พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.06 , S.D. = 0.56) และเมื่อพิจารณาเป็นตัวแปร ทั้ง 4 ตัวแปร พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้งหมด โดยเพื่อต้องการรับรู้ (Cognition) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.16 , S.D. = 0.61) โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรับความบันเทิงจากการรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) อันดับสอง คือ เพื่อความหลากหลาย (Diversion) (ค่าเฉลี่ย = 4.10, S.D. = 0.60) โดยเฉพาะความต้องการได้รับทั้งความบันเทิงและเนื้อหาสาระความรู้ไปพร้อมกัน อันดับสาม คือ เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม (Social Utility) (ค่าเฉลี่ย = 4.03 , S.D. = 0.66) โดยเฉพาะความคาดหวังที่จะนำเนื้อหาในรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ไปเป็นหัวข้อในการสนทนาต่อ และอันดับสุดท้าย คือ เพื่อผลละออกจากสังคม (Withdraw) (ค่าเฉลี่ย = 3.95 , S.D. = 0.73) ที่พบว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) เมื่อต้องการความสุข ความสบายใจ

7.3 พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีเอส ของผู้ชม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ประกอบด้วย การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure), การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention), การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) และ การเลือกจดจำ (Selective Retention) พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08 , S.D. = 0.54) และเมื่อพิจารณาเป็นตัวแปร พบว่าทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทั้งหมด ด้านการเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) (ค่าเฉลี่ย = 4.15 , S.D. = 0.58) ทำให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับชมมากที่สุด โดยเฉพาะแขกรับเชิญ บทเพลง และเนื้อหาที่นำเสนอในรายการ ทำให้รู้สึกเหมือนได้ย้อนวันวานและมีส่วนร่วมไปกับรายการ อันดับสองคือ การเลือกจดจำ (Selective Retention) (ค่าเฉลี่ย = 4.14 , S.D. = 0.67) โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ จดจำได้ว่ารายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) เป็นรายการที่ให้พื้นที่ในการแสดงออกของศิลปินลูกทุ่งรุ่นเก่า ที่ปัจจุบันอาจไม่ได้มีพื้นที่ปรากฏตัวในสื่อมากนัก และ คิดว่าบุคลิกและวิธีการดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการ มีส่วนสำคัญในการช่วยสร้างภาพจำให้กับ

รายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ได้ ในจำนวนที่เท่ากัน อันดับสาม การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) (ค่าเฉลี่ย = 4.03 , S.D. = 0.58) โดยเฉพาะผู้ดำเนินรายการและรูปแบบการดำเนินรายการทำให้ชื่นชอบและสนใจรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) และอันดับสุดท้าย คือ การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) (ค่าเฉลี่ย = 3.99 , S.D. = 0.67) โดยเฉพาะการเลือกเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ผ่านช่องทางสื่อโทรทัศน์

7.4 ความคาดหวังที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีเอส ของผู้ชมเจนเนอเรชั่น X ในเขตกรุงเทพมหานคร

ความคาดหวังที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีเอส ของผู้ชม เจนเนอเรชั่น X ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยนำเสนอผลการวิจัยโดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอย (Regression analysis) ใช้หาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal relationship) ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตาม ตัวแปรอิสระ คือ ความคาดหวังรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ซึ่งมี 4 ตัว ประกอบด้วย เพื่อต้องการรับรู้ เพื่อความหลากหลาย เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม และเพื่อผละออกจากสังคม (ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ซึ่งมี 1 ตัว วัดค่าจาก การเลือกเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย และการเลือกจดจำ

8. การอภิปรายผล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังกับพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ของผู้ชม Gen X ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมความคาดหวังมีความสัมพันธ์กับการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ทั้งด้านเพื่อการรับรู้ เพื่อความหลากหลาย เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม และเพื่อผละออกจากสังคม ตรงตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ โดยความคาดหวังทั้ง 4 ด้าน (เพื่อต้องการรับรู้ เพื่อความหลากหลาย เพื่ออรรถประโยชน์ทางสังคม และเพื่อผละออกจากสังคม) ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ดังนี้

ความคาดหวังด้านเพื่อการรับรู้ รายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) มีภาพชัดว่าเป็นรายการบันเทิงที่เน้นให้ความสุขผ่านบทเพลงลูกทุ่ง การที่ผู้ชมจะมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับชมรายการ จึงย่อมคาดหวังทั้งความบันเทิง และการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารจากศิลปินและรายการมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Merrill & Lowenstein (1971) ที่กล่าวว่า บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อก็เพื่อประโยชน์ของตัวเองเป็นหลัก โดยประโยชน์ที่ว่านี้หมายรวมถึงความบันเทิงด้วย

ด้านความหลากหลาย การที่บุคคลเลือกเปิดรับรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ที่นอกจากนำเสนอบทเพลงเก่าแล้ว ยังมีการพูดคุยสัมภาษณ์กับศิลปินที่มีชื่อเสียง ย่อมไม่ได้หมายความว่าผู้ชมต้องการเปิดรับเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการหรือความคาดหวังด้านความบันเทิงเพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากยังต้องการการตอบสนองในมิติที่หลากหลาย เช่น การได้รับความรู้ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ และการเข้าไปมีส่วนร่วมกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในรายการ จนเกิดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกัน (McCombs & Becker, 1979) นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อผู้ชมได้รับการตอบสนองตามความคาดหวังและความต้องการจากรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) แล้ว ย่อมคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองที่หลากหลายมากขึ้นไปอีก (ศิวพร ชมะโชติ, 2556) และยังสอดคล้องกับ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2523) ผู้ชมต้องการได้รับทั้งความบันเทิงและเนื้อหาสาระความรู้ไปพร้อมกัน ซึ่งความต้องการที่จะได้รับความรู้ไปพร้อมกับความบันเทิง นอกเหนือจากการรับความบันเทิงเพียงอย่างเดียวนั้น ก็เพราะบุคคลต้องการการ

ตอบสนองขั้นพื้นฐานจากสื่อมวชน ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยตอบสนองนั้นคือการตอบสนองด้านความรู้ ข่าวสาร และความบันเทิง

ด้านอรรถประโยชน์ทางสังคม การเลือกเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) หรือไม่นั้น ผู้ชมในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมจึงย่อมต้องคาดหวังที่จะได้รับประโยชน์ทางสังคมจากรายการด้วย หากก็ขึ้นอยู่กับความต้องการและวัตถุประสงค์ในการเปิดรับเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ด้วย (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544, อ้างถึงใน อภิญญา แก้วเปรมกุศล, 2562) ชัดที่สุดเช่น ประโยชน์เพื่อการสนทนากับบุคคลอื่น (McCombs & Becker, 1979) หากการเลือกเปิดรับชมรายการเพื่อประโยชน์ทางสังคมนั้น แต่ละบุคคลอาจมีความต้องการประโยชน์ที่ได้รับแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับปัจจัยทางกายภาพและจิตวิทยา (อภิญญา แก้วเปรมกุศล, 2562) ซึ่งจะเป็นอีกส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับชม

ด้านผละออกจากสังคม การเลือกเปิดรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) ที่เน้นความบันเทิงนั้น ในมิติของความคาดหวังที่ผู้ชมต้องการผละออกจากสังคม ส่วนหนึ่งก็เพื่อต้องการหลีกหนีความวุ่นวายจากปัจจัยแวดล้อม ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Klapper (1960) ที่ระบุว่าบุคคลเปิดรับสื่อก็เพื่อลดความไม่สบายใจ หรือความไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่เดิม ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อประโยชน์ส่วนตัวที่ต้องบุคคลต้องการให้ความบันเทิงกับตัวเอง ผ่านการเข้าถึงสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด (Merrill & Lowenstein, 1971)

9. ข้อจำกัด

สำหรับการวิจัยนี้ ผู้วิจัยเลือกวิจัยเฉพาะรายการเพลงลูกทุ่ง คือ รายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส เท่านั้น จึงทำให้ไม่ได้มีการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเปิดรับชมกับรายการเพลงแนวอื่น เช่น ลูกกรุง ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร ทั้งยังเป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ชม เจนเนอเรชั่น X ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ไม่ได้มีข้อมูลของผู้ชมในกลุ่มช่วงวัยและพื้นที่อื่น นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือก เป็นผู้ที่ติดตามรับชมรายการสารพันลั่นทุ่ง (บางเขน) อยู่แล้ว จึงอาจทำให้มีทัศนคติในเชิงบวกต่อรายการ

10. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

10.1 ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่สนใจผลิตรายการเพลงลูกทุ่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชม เจนเนอเรชั่น X อาจต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นความคาดหวังของผู้ชมดังนี้ คือ ต้องนำเสนอความบันเทิงมาเป็นอันดับสำคัญ ซึ่งความบันเทิงนี้คือสิ่งที่ผู้ชมความหวังจะได้รับจากรายการเพลงมากที่สุด โดยความบันเทิงนั้น ไม่ว่าจะเป็นบทเพลง หรือเนื้อหาอื่นในรายการ ก็ต้องทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกร่วมหรือเป็นส่วนหนึ่งด้วย

เนื่องจากผู้ชมเจนเนอเรชั่น X ยังคงมีพฤติกรรมชอบฟังเพลงเก่า ซึ่งมาจากมีความรู้สึกโหยหาอดีต อีกทั้งหากทำให้กลุ่มผู้ชม เจนเนอเรชั่น X สามารถนำเนื้อหาจากรายการไปใช้ประโยชน์ในด้านใดด้านหนึ่งได้อีก เช่น การใช้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าสังคม หรือมีปฏิสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน ผ่านบทสนทนา ก็จะส่งผลให้ผู้ชมเจนเนอเรชั่น X เกิดพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการทางโทรทัศน์ได้ เพราะรายการได้นำเสนอเนื้อหาตรงตามความคาดหวัง

10.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ชม Gen X เท่านั้น ซึ่งเป็นผู้ชมกลุ่มเป้าหมายของรายการสารพันลั่นทุ่ง(บางเขน) ทางไทยพีบีเอส ดังนั้นจึงไม่อาจนำเอาองค์ความรู้ที่ได้จากผลงานวิจัยนี้ไปเป็นข้อสรุปเพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนาปรับปรุงสำหรับรายการเพลงอื่น ๆ ที่ไม่ได้มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกันหรือรูปแบบรายการเป็นรายการเพลงเหมือนกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเรื่องรายการเพลงหลังจากนี้จึงควรพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายของรายการนั้น ๆ เป็นสำคัญ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

นันทินี พิศวิลัย, (2558), *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ใช้เว็บไซต์ www.ginraidee.comในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

บุญวรา สุมะโน เจนพึ่งพร, สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์, ณัฐินี ณ เชียงใหม่, ชาตบุษย์ ฮายุกต์, ศุภชัย สมผล, หัตถพงษ์ หิรัญรัตน์ และคณะ. (2564). *โครงการสำรวจความเห็นสาธารณะ ความคาดหวังของประชาชนไทยต่อสื่อสาธารณะ* (รายงานผลการวิจัย). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

ภูมิทัศน์สื่อไทย 2566-2567. (2567). สืบค้นจาก https://www.dataxet.co/media-landscape/2024-th/digital-tv

วชิระ ทองสุข. (2566). *เทคนิคพิชิตใจ Gen X แบรนด์ควรวางกลยุทธ์อย่างไร ให้ประสบความสำเร็จ?*. สืบค้นจาก https://talkatalka.com/blog/strategies-for-gen-x/.

วินัย บุญคง. 2561. ปรากฏการณ์การประกวดร้องเพลงไทยลูกทุ่งทางรายการโทรทัศน์จากยุคอนาล็อกสู่ยุคดิจิทัล. ใน งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 10 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม วันที่ 29 - 30 มีนาคม 2561 (หน้า 831-837). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ศิวพร ชิมะโชติ.(2556). ความคาดหวัง การรับรู้ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคร้านอาหารอีสารในศูนย์การค้าเซ็นทรัลของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ศูนย์วิจัยและพัฒนาสื่อสาธารณะ. 2567. งานวิจัยเพื่อสนับสนุนการทำงานของศูนย์สื่อศิลปวัฒนธรรม รายการสารพันลั่นทุ่งและไทยบันเทิง (รายงานผลการวิจัย). ม.ป.ท.. ม.ป.พ..

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2556). ทฤษฎีการสื่อสาร. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ระเบียงทอง.

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย. ม.ป.ป.. วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม. สืบค้นจาก https://org.thaipbs.or.th/organization/vision

อภิญญา แก้วเปรมกุศล, (2562), การเปิดรับสื่อ การรับรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University*, *6*(2), 20-35.

ภาษาอังกฤษ

Hair, J.F., Hult, G.T.M.., Ringle, C.M. and Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).* 2nd Edition, Sage Publications, Inc.

Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication. Glencoe, Ill.: Free.

McCombs, M. E., & Becker, L. B. (1979). Using Mass Communication Theory, Englewood cliffs : N.J. Prentice Hall

Merrill, J.C., & Lowenstein, R.L. (1971). Psychology for life adjustment. Chicaco: American Educati.

Vroom, Victor H. (1964).Work and Motivation. New York: John Wiley and Sons.