



## การเปิดรับโทรทัศน์และการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมของนักศึกษาหญิง

### Exposure to Television and Perception of Social Reality Among Female Students

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ วิเศษสังข์

ภาควิชาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

[pong.w@bu.ac.th](mailto:pong.w@bu.ac.th)

#### บทคัดย่อ

อิทธิพลของโทรทัศน์ในการสร้างการรับรู้ความเป็นจริงในสังคมเป็นประเด็นหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจมากในตะวันตก แต่การศึกษาประเด็นนี้ในประเทศไทยยังมีอยู่จำกัด งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเบื้องต้น (Pilot study) มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับโทรทัศน์กับการรับรู้ความจริงในสังคม 2 ประเด็น 1) ความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงอยู่ที่ความสวยงามของรูปร่างหน้าตา และ 2) ผู้ชายมีความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่เป็นแพทย์ นักธุรกิจ และนักการเมืองมากกว่าผู้หญิง โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาหญิงปี 1 ใน 4 มหาวิทยาลัยที่เลือกมาอย่างเจาะจงจาก 4 ภาคของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าความถี่ในการเปิดรับโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมว่าความสำเร็จของผู้หญิงขึ้นอยู่กับความสวยงามของรูปร่างหน้าตา แต่ในประเด็นหลังพบว่าไม่มีความสัมพันธ์ ถึงแม้ผลการศึกษาครั้งนี้อาจไม่ชัดเจนนัก และไม่ยืนยันสมมติฐานในทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation theory) แต่ก็ยืนยันให้เห็นว่านักศึกษาหญิงให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยความงาม และการมีอาชีพ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในชีวิต อย่างไรก็ตามหากจะได้แต่งงานกับผู้ชายที่มีฐานะทางการเงินดีก็ดียิ่งดี แต่จากการศึกษาพบว่าในสังคมที่มีความเป็นกลุ่มก้อน (Collectivism) ไม่เพียงแต่การเปิดรับโทรทัศน์เท่านั้นที่มีผลต่อการรับรู้ในประเด็นที่ศึกษา แต่แหล่งกำเนิดของกลุ่มตัวอย่างก็มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในประเด็นนั้น ๆ เช่นกัน

**คำสำคัญ:** การเปิดรับโทรทัศน์ การรับรู้ความจริงทางสังคม โทรทัศน์กับการรับรู้ การรับรู้ความสำเร็จในชีวิต



### Abstract

Television viewing and its effects on perception of social reality among receivers is one of the most interesting topics that gained attention in the west. In Thailand, on the contrary, studies on the effects of television viewing on perception of receivers in this aspect are very scarce. This research is a pilot study aims to investigate the correlation between television viewing and the perception of social reality among female university students in two aspects: 1) beauty leads to success of women's lives, and 2) men are more capable in holding professions of medicine doctor, business and politics. Four hundred samples were purposively selected from 4 universities in 4 parts of the country to answer the 5-scale questionnaire. The findings of the first aspect partially support the hypothesis that is stipulated in the Cultivation theory that television viewing is related to perception of female students. The findings reveal that beauty can lead women to success. However, the samples don't seem to perceive the second aspect as a practice in the real world. Even though the findings of this research are not quite impressive, but they confirm that female students perceive reality that beauty and career are important variables that can lead them to success. However, they also perceive that if they have a chance to be married to a well-off man, life will be better. One variable that can't be discarded from the analysis of the perception of television viewers in a collectivistic society is the habitat of the viewers. This research finds that the habitat of the television viewers is significantly related to their perception of the two aspects.

**Key words:** television viewing, perception of social reality, television and perception, perception of success in lives

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในโลกของระบบทุนนิยม และโลกของเทคโนโลยีการสื่อสาร โทรทัศน์เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญสำหรับเด็ก ๆ เนื่องจากพ่อแม่ต้องใช้เวลาอยู่นอกบ้าน ห่างไกลจากผู้เป็นลูกเพื่อแสวงหาโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม ทำให้เด็กและเยาวชนต้องแสวงหาแหล่งการเรียนรู้อื่น ๆ มาทดแทน โทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่มีอยู่ในทุกบ้านจึงกลายเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิสำหรับเด็กและเยาวชน โดยไม่ตระหนักว่าสื่อมีความสามารถในการสร้างการรับรู้ความจริงทางสังคมให้กับผู้รับสารที่ไม่รู้เท่าทันได้ (Searle, J. R., 1995) เด็กและเยาวชนมีเสรีภาพในการเลือกเปิดรับตามความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง และใช้เวลาจำนวนมากอยู่หน้าจอโทรทัศน์ ถึงแม้ผลการสำรวจในพบว่าเด็กและเยาวชนใช้หน้าจอโทรทัศน์น้อยลง เนื่องจากมีสื่อใหม่เข้ามาแทรก แต่การสำรวจในประเทศสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 2014 ก็ยังพบว่าในแต่ละวันผู้รับสารที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปใช้เวลาอยู่หน้าจอโทรทัศน์ประมาณ 2.8 ชั่วโมง และนับว่าเป็นเวลาส่วนใหญ่ที่ผู้รับสารใช้



เป็นกิจกรรมยามว่าง (American Time Use Survey Summary, 2014) งานวิจัยในประเทศไทยก็พบว่าวัยรุ่นใช้เวลาค่อนข้างมากเช่นกัน อาทิ ผลการสำรวจของนิด้าโพลพบว่าผู้รับสารโทรทัศน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ประมาณ 3- 5 ชั่วโมงต่อวัน และมักเปิดรับตั้งแต่เวลา 20.00 น. เป็นต้นไป (“เจาะลึกพฤติกรรมกรรมการชมโทรทัศน์ของไทย”, 2558) การที่ผู้รับสารใช้เวลามากกับการเปิดรับสารจากโทรทัศน์ ปรากฏการณ์หนึ่งที่เกิดขึ้นก่อนที่จะเกิดการเรียนรู้และการเลียนแบบพฤติกรรมของผู้รับสาร สิ่งนั้น คือ การรับรู้ และเป็นการรับรู้ที่เชื่อว่าสิ่งที่ได้เห็นในโทรทัศน์เป็นความจริงที่สังคมคิดและปฏิบัติกัน (perception of social reality)

การรับรู้ (perception) เป็นกระบวนการการตีความสารที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อมีสิ่งเร้า (stimulus) มากระทบประสาทสัมผัส เพื่อทำความเข้าใจ ก่อนจะนำเข้าสู่ระบบการจดจำไปใช้ประโยชน์เมื่อถึงเวลาจำเป็น (Malott, R.W., & Shane, J.T., 2014) ในยุคโทรทัศน์เฟื่องฟู การรับรู้ของผู้รับสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ รอบตัว และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรม ค่านิยม และรสนิยม มาจากโทรทัศน์เป็นหลัก (พงษ์วิเศษสังข์, 2557) ซึ่งอิทธิพลของโทรทัศน์ต่อการรับรู้ปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในสังคมปรากฏให้เห็นค่อนข้างชัด โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 1960 การศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อการรับรู้ของผู้รับสารในหลาย ๆ บริบท ในหลากหลายประเด็นก็เริ่มถูกนำเสนอออกเผยแพร่ให้สังคมได้รับรู้ (Sanson, A., March 2013). ในประเทศไทยก็มีการศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อผู้รับสารอยู่จำนวนหนึ่งเช่นกัน (ปาริชาติ สถาปิตานนท์, กิตติ กัมภักย์, พัฒนพงษ์ จาคิเกตุ และปิยะนารด จาคิเกตุ, 2546) อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้หญิงเกี่ยวกับความสำเร็จในชีวิตของเพศหญิงในช่วงการเปลี่ยนผ่านจากยุคอนาล็อกไปสู่ยุคดิจิทัล ตลอดจนการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในการประกอบอาชีพที่เคยเป็นของผู้ชายยังไม่มี ประกอบกับความสำคัญของสื่อโทรทัศน์ก็ถูกสื่อใหม่แย่งชิงไปอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้เกิดข้อสงสัยว่าอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อการรับรู้ผู้รับสารจะยังคงหนักแน่นอย่างเช่นในอดีตหรือไม่

การรับรู้ของคนในแต่ละสังคมเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่าง ๆ มีความเชื่อในสิ่งที่สังคมสร้างขึ้นและถ่ายทอดต่อ ๆ กันมาเป็นพื้นฐานของการตีความ เมื่อเวลาผ่านไปหากไม่มีข้อมูลใหม่เข้ามาแทนที่ คนก็มักเชื่อว่าความเชื่อนั้น คือ ความจริง และเป็นความจริงที่เป็นจริงตามธรรมชาติ ตรงกับภาษากับภาษาอังกฤษว่า actual truth เช่น ผู้หญิงในอดีตเชื่อในความจริงว่าเกิดมาเป็นลูกผู้หญิงต้องแต่งงานมีครอบครัว ลูกผู้หญิงเป็นสมบัติของพ่อแม่ จะยกให้เป็นภรรยาของใครก็ได้ (อภิวันท์ อดุลย์ภิเชษฐ, 2544) แต่ในเมื่อสื่อโทรทัศน์กลายเป็นสื่อที่ถ่ายทอดปรากฏการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้รับสารได้รับรู้ สิ่งที่ผู้รับสารได้รับรู้จากสื่อโทรทัศน์ซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่อง จึงกลายเป็นความจริง (actual truth) ขึ้นมาเช่นกัน ซึ่ง จอร์จ เกร็บเนอร์ (George Gerbner) และ ลาร์รี่ กรอส (Larry Gross) (Gerbner, G. & Gross, L., 1976b) แสดงทัศนะเกี่ยวกับการรับรู้ความจริงที่ผู้รับได้รับจากสื่อไว้ในทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation theory) ว่า คนเรามักสับสนระหว่างความจริงที่สื่อสร้างขึ้น (media-constructed reality) และความจริงที่เป็นจริง (actual reality)



### ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation theory)

จอร์จ เกร็บเนอร์ เริ่มศึกษาอิทธิพลของโทรทัศน์ต่อการรับรู้ความเป็นจริงในสังคมของผู้รับสาร ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1960 และตั้งชื่อทฤษฎีว่า ทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation theory) แต่งานของเขาได้รับความสนใจและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางเมื่อเขามี ลาร์รี่ กรอส มาร่วมพัฒนาทฤษฎีในหนักแน่นมากขึ้น และลงตีพิมพ์เผยแพร่ในบทความ ชื่อ “Living with Television: The Violence Profile” ในปี 1976 (Gerbner, G. & Gross, L., 1976a) จากนั้นมาทฤษฎีการปลูกฝังก็ได้รับความนิยมในระดับต้นๆ จากนักวิชาการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำไปเป็นกรอบของการศึกษาที่เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ตลอดจนสื่ออื่น ๆ (Infante, D., Rancer, A., & Womack, D., 1993)

กรณีศึกษาหนึ่งที่เกร็บเนอร์และคณะได้ศึกษา คือ ละครซีรีส์ออกอากาศระหว่าง ปี ค.ศ. 1969 - 1976 ชื่อ “คุณหมอมาร์คัส เวลบี” (Marcus Welby, M.D.) โดยมีนักแสดงชื่อ นายโรเบิร์ต ยัง (Robert Young) รับบทเป็นคุณหมอ เวลบี ปรากฏว่า นายโรเบิร์ต ยัง ได้รับจดหมายจากแฟนละครเป็นจำนวนหลายแสนฉบับ และข้อความในจดหมายส่วนมากเป็นข้อความขอคำแนะนำทางการแพทย์ (Infante, D. et al, 1993) ซึ่งให้เห็นว่าแฟนรายการเชื่อว่า นายโรเบิร์ต ยัง มีความเชี่ยวชาญทางการแพทย์จริง ๆ ซึ่งในทฤษฎีการปลูกฝังมีเงื่อนไขสำคัญที่เกร็บเนอร์ใช้เป็นตัวแปรหลักในการศึกษาอิทธิพลต่อการรับรู้ความเป็นจริงในสังคม คือ การใช้เวลาในการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร จอร์จ เกร็บเนอร์ เรียกผู้รับสารที่ใช้เวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ในแต่ละวันตั้งแต่ 4 ชั่วโมงขึ้นไปว่า Heavy viewers และเรียกผู้ที่ใช้เวลาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ไม่เกินวันละ 2 ชั่วโมงว่า Light viewers ซึ่งจอร์จ เกร็บเนอร์และคณะพบว่าผู้รับสารกลุ่มที่เปิดรับสารจากโทรทัศน์มาก (heavy viewers) มีการรับรู้ที่โลกนี้หนักแล้วและอันตรายสูงกว่าผู้รับสารกลุ่มที่เปิดรับสารจากโทรทัศน์น้อยกว่า ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งช่วงเวลากการเปิดรับโทรทัศน์ในแต่ละวันให้แคบลง เป็น 1-2 ชั่วโมง 3-4 ชั่วโมง 5-6 ชั่วโมงและตั้งแต่ 7 ชั่วโมงเป็นต้นไป

อย่างไรก็ตาม เกร็บเนอร์และกรอส (1976b) พบว่าอิทธิพลของโทรทัศน์เกี่ยวกับการรับรู้ความเป็นจริงนี้ขึ้นอยู่กับอายุของผู้รับสารด้วย โดยผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี จะได้รับอิทธิพลน้อยกว่าผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีลงไป งานวิจัยนี้เป็น pilot study จึงเลือกศึกษากับนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษาในระดับอุดมศึกษาชั้นปีที่ 1 ซึ่งมีอายุเฉลี่ยประมาณ 18 ปี ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเพียงกลุ่มอายุเดียว ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุเท่า ๆ กัน จึงไม่นำมาเป็นตัวแปรในการศึกษา

ไม่เพียงแต่รายการโทรทัศน์ทั่ว ๆ ไปเท่านั้น ที่ เกร็บเนอร์และคณะได้ศึกษา เกร็บเนอร์และคณะยังได้ศึกษาและพบว่าเนื้อหาในละครนำเสนออิทธิพลต่อการรับรู้โลกแห่งความเป็นจริงของผู้รับสารเช่นกัน ซึ่งละครภาคค่ำก็ เป็นรายการโทรทัศน์ที่ได้รับความสนใจมากที่สุดในประเทศไทย (“10 อันดับ เรตติ้งรายการโทรทัศน์ ประจำสัปดาห์ 16/11/2015 – 22/11/2015”, 23 พฤศจิกายน 2558) สร้างรายได้ให้กับสถานีได้อย่างเป็นกอบเป็นกำ และรูปแบบละครที่เป็นที่ชื่นชอบแก่ผู้รับสารเป้าหมาย ซึ่งเป็นเพศหญิงทุกเพศทุกวัย คือ ประเภทชิงรักหักสวาท เนื้อหาหลัก ๆ อยู่ที่ตัวละครหญิงสาวทั้งหลายต้องการแต่งงานกับพระเอกซึ่งทิ้งหลอ



รวย และมีสถานภาพทางสังคมสูงส่ง ทำให้ตัวละครหญิงต่างให้ความสำคัญกับความสวยของตนเองที่จะดึงดูดความสนใจของพระเอก พร้อมกับความเชื่อของสังคมที่ให้ความสำคัญกับคำว่า “ความสุขอยู่ที่เงิน” และ “ความสำเร็จของลูกผู้หญิงอยู่ที่ได้แต่งงานกับผู้ชายมีฐานะ” ซึ่ง เกร็บบเนอร์ และกรอส (Infante, D. et al, 1993) ได้แสดงทัศนะไว้ว่ารายการโทรทัศน์โดยเฉพาะละครน้ำเน่ามักนำเสนอความเชื่อเดิม ๆ ของสังคมผ่านเรื่องราวที่น่าสนใจ ซึ่งอาจทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้ความเป็นจริงดังที่ได้เห็นในละคร เช่น ความสวยงาม และตัวนำหญิงในละครถูกสร้างมาให้เป็นตัวแทนของความสวยงาม ที่พระเอกและผู้ชายเห็นแล้วต้องหลงรักทันที ดังนั้น คนที่จะมาเป็นนักแสดงนำในละครโทรทัศน์ต้องสวยในทุกอิริยาบถ และทุกบริบท ไม่ว่าจะหลับ จะตื่น หรือต้องต่อสู้ภัยอันตรายในป่า ตกน้ำ ความสวยต้องคงอยู่บนจอให้ผู้รับสารได้รับรู้พร้อมกันนั้น เมื่อไม่ได้อยู่ในละครนักแสดงเหล่านั้นสามารถหาเงินได้เป็นล่ำเป็นสันจากการเป็นพิธีเซ็นเตอร์ให้กับสินค้า พิธีกร แกร็บเชิญในรายการต่าง ๆ และงานทั่วไป ทำให้สามารถยกฐานะทางสังคมของแต่ละคนได้อย่างรวดเร็ว อาจเป็นการถ่วงดุลน้ำหนักของการรับรู้ของผู้รับสารได้ อาชีพ เพศชายมักได้รับบทของผู้เชี่ยวชาญในละครหลังข่าวภาคค่ำมากกว่าเพศหญิง ไม่ว่าจะเป็นแพทย์ นักธุรกิจ หรือนักการเมือง ไม่ว่าบทบาทนั้นจะเป็นทางส่งเสริม หรือไม่ส่งเสริมสังคม อย่างไรก็ตาม ในรายการอื่น ๆ ในปัจจุบันมีการนำเสนอแพทย์หญิง นักธุรกิจหญิง นักการเมืองหญิง ที่มีบทบาททางสังคม และได้รับการยกย่องในผลงานที่ได้นำสู่สายตาสังคมค่อนข้างมาก อาจเป็นข้อมูลที่ช่วยถ่วงดุลการรับรู้ของผู้รับสาร ไม่ให้รับรู้ความเป็นจริงทางสังคม เช่นเดียวกับการเปิดรับจากละครหลังข่าวภาคค่ำเพียงอย่างเดียว

ดังนั้น การเปิดรับรายการโทรทัศน์ ตลอดจนถึงละครโทรทัศน์อาจเป็นตัวแปรสำคัญที่ก่อให้เกิดการรับรู้แก่นักศึกษาหญิง ซึ่งอยู่ในวัยที่กำลังเรียนรู้ความเป็นจริงของการเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงที่ได้มาจากรูปร่างหน้าตาที่สวยงามหรือความสามารถในเรื่องของอาชีพ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีพื้นฐานมาจากสมมติฐานที่ว่า ผู้ที่เปิดรับโทรทัศน์มากกว่าจะรับรู้โลกแห่งความเป็นจริงว่าเหมือนกับที่ได้เห็นบนจอโทรทัศน์มากกว่า

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับโทรทัศน์กับการรับรู้ของนักศึกษาหญิงต่อความสำเร็จในชีวิตของเพศหญิงที่ได้มาจากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับโทรทัศน์กับการรับรู้ของนักศึกษาหญิงว่าผู้ชายมีความสามารถในการประกอบอาชีพแพทย์ นักธุรกิจ และนักการเมืองสูงกว่าผู้หญิง
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาหญิงที่ใช้เวลาในการเปิดรับโทรทัศน์แตกต่างกันต่อประเด็นความสำเร็จในชีวิตของเพศหญิงมาจากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ของนักศึกษาหญิงที่ใช้เวลาในการเปิดรับโทรทัศน์แตกต่างกันต่อประเด็นผู้ชายมีความสามารถในการประกอบอาชีพที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญสูงกว่าผู้หญิง



## 5. เพื่อทดสอบความเป็นจริงของทฤษฎีการปลูกฝังในบริบทสังคมไทย

### นิยามศัพท์

นักศึกษา หมายถึง นักศึกษาเพศหญิง ระดับอุดมศึกษาปี 1

การรับรู้ หมายถึง การตีความของนักศึกษาที่ตอบแบบสอบถามถึงความเป็นจริงของประเด็นที่ถูกถามในแบบสอบถาม ซึ่งการวัดการรับรู้ในงานวิจัยนี้แบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย ไม่จริงเลย (1.0 – 1.8) จริงน้อย (1.9 – 2.6) จริงปานกลาง (2.7 – 3.4) จริงมาก (3.5 – 4.2) และ จริงที่สุด (4.3 – 5.0)

ความจริง หมายถึง ภาพที่นักศึกษาค้นพบ ปี 1 เห็นและเชื่อว่าประเด็นที่ตั้งในแบบสอบถามเป็นปรากฏการณ์ที่เป็นที่ยอมรับในทางปฏิบัติในสังคม

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ผู้วิจัยจะได้นำข้อมูล และข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นในการวิจัยครั้งนี้ไปปรับปรุงเพื่อการวิจัยที่นำมาซึ่งผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือมากกว่านี้
2. ผู้ที่สนใจต่อยอดองค์ความรู้ สามารถนำข้อค้นพบไปเป็นพื้นฐานของการวิจัยในประเด็นอื่น ๆ ทางสังคมต่อไป
3. องค์กรสื่อ และองค์กรภาคสังคมสามารถใช้ข้อมูลขั้นพื้นฐานนี้เป็นแนวทางในการเฝ้าระวังการปฏิบัติงานของสื่อโทรทัศน์

### วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเบื้องต้น (Pilot study) เชิงปริมาณ มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับโทรทัศน์กับการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมของนักศึกษาหญิง และการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมของนักศึกษาหญิงที่เปิดรับโทรทัศน์ด้วยความถี่ที่แตกต่างกัน โดยใช้แบบสอบถาม Likert scale 5 ระดับ (ไม่จริงเลย ไม่จริง จริงปานกลาง จริงมาก จริงที่สุด) สัมภาษณ์การรับรู้จากนักศึกษาหญิงระดับอุดมศึกษา ปี 1 จำนวน 400 คน กำหนดตามตาราง Krejcie and Morgan (Krejcie and Morgan, 1970) โดยคัดเลือกด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จาก 4 มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น มหาวิทยาลัยกรุงเทพวิทยาเขตรังสิต จังหวัดปทุมธานี และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา แห่งละ 100 คน ระหว่างวันที่ 5 - 15 ธันวาคม 2557

แบบสอบถามประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ การรับรู้เกี่ยวกับความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงที่ได้จากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา จำนวน 4 ข้อ และการรับรู้ความสามารถของผู้ชายในการประกอบอาชีพแพทย์ นักธุรกิจ และนักการเมือง จำนวน 3 ข้อ โดยทำการ pre-test เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับนักศึกษาหญิงระดับอุดมศึกษา ปี 1 ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คน ได้ค่า Cronbach



alpha เท่ากับ 0.79 และการวัดค่าความเชื่อมั่นหลังจากเก็บแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด ได้ค่า Cronbach alpha ที่ 0.75 ซึ่งประเด็นในแบบสอบถามมีดังนี้

#### ความสำเร็จในชีวิตของเพศหญิง

1. ความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงอยู่ที่ได้แต่งงานกับผู้ชายที่มีฐานะทางการเงินดี
2. ผู้หญิงสวยไม่จำเป็นต้องทำงาน ก็สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตเนื่องจากจะได้สามีรวย
3. ความสวยความงามจะทำให้ผู้หญิงประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน
4. ผู้หญิงไม่จำเป็นต้องเรียนสูงนัก เนื่องจากในอนาคตจะต้องแต่งงานและทำงานบ้าน

#### ความสามารถในการประกอบอาชีพที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญ

5. ผู้ชายมีความสามารถในการบริหารธุรกิจสูงกว่าผู้หญิง
6. ผู้ชายมีความสามารถทางการเมืองสูงกว่าผู้หญิง
7. ผู้ชายมีความสามารถในการเป็นแพทย์สูงกว่าผู้หญิง

การวิเคราะห์เริ่มด้วยการหาค่าความถี่ของการเปิดรับโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างและค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อประเด็นในแบบสอบถาม ก่อนนำเข้าสู่การวิเคราะห์ด้วย Correlation เพื่อหาความสัมพันธ์ และ ANOVA เพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของนักศึกษาที่เปิดรับโทรทัศน์ด้วยความถี่ที่ต่างกัน การวิเคราะห์ทางสถิติครั้งนี้ยอมรับความคลาดเคลื่อนของผลลัพธ์ที่ 0.05

### ผลการวิจัยและอภิปรายผล

#### ผลการวิจัย

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับโทรทัศน์ทุกวันเป็นกลุ่มที่มากที่สุด (ร้อยละ 34.0) กลุ่มที่เปิดรับ 1-2 วันต่อสัปดาห์มีปริมาณรองลงมา (ร้อยละ 31.8) ตามด้วยกลุ่มที่เปิดรับ 3-4 วันและ 5-6 วันต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 24.0 และ 10.2 ตามลำดับ) ส่วนการสำรวจความถี่การเปิดรับโทรทัศน์แต่ละวันของกลุ่มตัวอย่างพบว่ากลุ่มที่เปิดรับวันละ 1-2 ชั่วโมงและกลุ่มที่เปิดรับวันละ 3-4 ชั่วโมง คือ ร้อยละ 39.0 ในขณะที่กลุ่มที่เปิดรับ 5-6 ชั่วโมง และตั้งแต่ 7 ชั่วโมงขึ้นไปมีจำนวนร้อยละ 14.8 และ 7.3 ตามลำดับ ซึ่งให้เห็นว่าโทรทัศน์ยังเป็นสื่อที่นักศึกษาใช้เปิดรับข่าวสารค่อนข้างสูง นอกจากนี้ ผลจากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมละครหลังข่าวภาคค่ำ 1-2 วันต่อสัปดาห์มากที่สุด (ร้อยละ 39.5) เปิดรับ 3-4 วันต่อสัปดาห์รองลงมา (ร้อยละ 29.0) เปิดรับทุกวัน ร้อยละ 22.3 และร้อยละ 9.3 เปิดรับ 5-6 วันต่อสัปดาห์

เมื่อวิเคราะห์แต่ละประเด็นในแบบสอบถาม พบว่าค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อประเด็นความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงมาจากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา ผลมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.79 เป็นการรับรู้ความเป็นจริงระดับปานกลาง (2.7 – 3.4) ก่อนมาทางการรับรู้ว่าไม่จริง ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับความสามารถในอาชีพแพทย์ นักธุรกิจ และนักการเมือง ผลวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้เฉลี่ยระดับปานกลางเช่นกัน ( $\bar{X} = 3.00$ ) (ดูตารางที่ 1)



เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเกี่ยวกับความสวและความสำเร็จในชีวิต จากผลสำรวจชี้ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่าคุณสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงอยู่ที่ได้แต่งงานกับผู้ชายที่มีฐานะทางการเงินดีในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.35$ ) ค่อนไปทางจริงมาก (3.5 – 4.2) อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าคุณไม่จริง ( $\bar{X} = 2.51$ ) ที่ผู้หญิงสวไม่ต้องทำงาน ก็สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ เนื่องจากจะทำได้สามิรว แต่กลุ่มตัวอย่างก็ยังรับรู้ความจริงในระดับปานกลางค่อนมาทางจริงมากกว่าความสวความงามจะทำให้ผู้หญิงประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน ( $\bar{X} = 3.16$ ) ถึงจะสวแต่กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่าคุณผู้หญิงต้องหมั้นศึกษา เนื่องจากผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ต่อประเด็นที่ผู้หญิงไม่จำเป็นต้องเรียนสูงนัก เนื่องจากในอนาคตจะต้องแต่งงานและทำงานบ้านว่าจริงน้อย ( $\bar{X} = 2.15$ ) หรือกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ ว่ากลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าการที่ผู้หญิงมีความสวแต่ไม่มีอาชีพแล้วจะประสบความสำเร็จในชีวิตนั้นไม่จริง แต่หากสวและมีอาชีพแล้วได้แต่งงานกับผู้ชายที่มีฐานะดีก็ถือว่าประสบความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

ประเด็นคำถามในแบบสอบถาม	$\bar{X}$ การรับรู้
ความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงอยู่ที่ได้แต่งงานกับผู้ชายที่มีฐานะทางการเงินดี	3.35
ผู้หญิงสวไม่จำเป็นต้องทำงานก็ประสบความสำเร็จในชีวิต เนื่องจากจะทำได้สามิรว	2.51
ความสวความงามจะทำให้ผู้หญิงประสบความสำเร็จในชีวิตการทำงาน	3.16
ผู้หญิงไม่จำเป็นต้องเรียนสูงนัก เนื่องจากในอนาคตจะต้องแต่งงานและทำงานบ้าน	2.17
เฉลี่ย	2.79
ผู้ชายมีความสามารถในการบริหารธุรกิจสูงกว่าผู้หญิง	3.10
ผู้ชายมีความสามารถทางการเมืองสูงกว่าผู้หญิง	3.13
ผู้ชายมีความสามารถในการเป็นแพทย์สูงกว่าผู้หญิง	2.79
เฉลี่ย	3.00
เฉลี่ยของทั้ง 7 ข้อ	2.90

การรับรู้เช่นนี้สัมพันธ์กับการเปิดรับโทรทัศน์และการเปิดรับละครหลังข่าวอย่างมีนัยสำคัญ (ดูตารางที่ 2 ตารางที่ 3 และตารางที่ 4)





ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยของการรับรู้กับความถี่ของการดูโทรทัศน์ต่อสัปดาห์

		P	V6
ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ (P)	Pearson Correlation	1	.161**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	400	400
จำนวนวันของการดูโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ (V6)	Pearson Correlation	.161**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยของการรับรู้กับจำนวนชั่วโมงของการเปิดรับโทรทัศน์ต่อวัน

		P	V7
ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ (P)	Pearson Correlation	1	.155**
	Sig. (2-tailed)		.002
	N	400	400
จำนวนชั่วโมงของการดูโทรทัศน์ต่อวัน (V7)	Pearson Correlation	.155**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยของการรับรู้กับจำนวนวันของการดูละครหลังข่าวภาคค่ำต่อสัปดาห์

		P	V9
ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ (P)	Pearson Correlation	1	.145**
	Sig. (2-tailed)		.004
	N	400	400
จำนวนวันของการดูละครหลังข่าวภาคค่ำต่อสัปดาห์ (V9)	Pearson Correlation	.145**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ในแบบสอบถามผู้วิจัยไม่ได้ตั้งคำถามว่าเวลาที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับโทรทัศน์นั้น เป็นการเปิดรับเฉพาะรายการละครหลังข่าวภาคค่ำหรือไม่ แต่ผลการวิเคราะห์เบื้องต้นชี้ให้เห็นว่าความถี่ในการ

เปิดรับโทรทัศน์ และความถี่ในการเปิดรับละครหลังข่าวภาคค่ำกับการรับรู้เกี่ยวกับการรับรู้ถึงความสวย การมีอาชีพ และการได้แต่งงานกับผู้ชายที่มีฐานะทางการเงินดีสัมพันธ์กัน แต่เมื่อนำเข้าการวิเคราะห์ด้วย ANOVA เพื่อหาค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่มที่เปิดรับด้วยความถี่ที่ไม่เท่ากัน (ดูตารางที่ 5, 6, 7, 8, 9 และ ตารางที่ 10) พบว่า การเปิดรับโทรทัศน์ด้วยความถี่ที่ต่างกันมีผลต่อการรับรู้ของแต่ละกลุ่มที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ .05

ตารางที่ 5 แสดงผลการผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ต่างกันต่อความสำเร็จในชีวิตผู้หญิงมาจากความสวยความงามทางรูปร่างและหน้าตา

จำนวนวันในการเปิดรับโทรทัศน์แต่ละสัปดาห์	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9.057	3	3.019	5.486	.001
Within Groups	217.923	396	.550		
Total	226.980	399			

ตารางที่ 6 เปรียบเทียบรายคู่ของการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ต่างกันต่อความเป็นจริงว่าความสำเร็จในชีวิตผู้หญิงอยู่ที่ความสวยความงาม

จำนวนวันในการเปิดรับโทรทัศน์แต่ละสัปดาห์	1-2 วัน	3-4 วัน	5-6 วัน	ทุกวัน
1-2 วัน		-.298*	.028	-.297*
3-4 วัน			.327*	.002
5-6 วัน				-.325*

ตารางที่ 5 และตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนวันของการเปิดรับโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ที่มากกว่ามีระดับการรับรู้ความจริงว่าความสำเร็จในชีวิตของผู้หญิงมาจากความสวยความงามทางรูปร่างและหน้าตาของตนเองสูงกว่ากลุ่มที่เปิดรับน้อยกว่า อย่างมีนัยสำคัญ ( $F = .001$ ) และเมื่อเปรียบเทียบรายคู่ด้วย LSD พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับโทรทัศน์ 1-2 วันต่อสัปดาห์มีการรับรู้ต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับโทรทัศน์ 3-4 วัน/สัปดาห์ และ กลุ่มที่เปิดทุกวันอย่างมีนัยสำคัญ และกลุ่มที่เปิดรับ 3-4 วันต่อสัปดาห์มีการรับรู้ต่างจากกลุ่มที่เปิดรับทุกวันอย่างมีนัยสำคัญ และเมื่อเปรียบเทียบการรับรู้ความเป็นจริงทางสังคมโดยวิเคราะห์จากความถี่เป็นชั่วโมงของการเปิดรับโทรทัศน์ในแต่ละวันพบว่า กลุ่มที่เปิดรับ 1-2 ชั่วโมงต่อวันมีการรับรู้ความเป็นจริงในประเด็นความสำเร็จของผู้หญิงมาจากความสวยความงามต่ำกว่ากลุ่มที่เปิดรับตั้งแต่ 5 ชั่วโมงต่อวันอย่างมีนัยสำคัญ (ดูตารางที่ 7 และ 8)

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเปิดรับโทรทัศน์ในแต่ละวันต่างกัน ต่อความสำเร็จในชีวิตของเพศหญิงมาจากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.744	3	1.915	3.427	.017
Within Groups	221.236	396	.559		
Total	226.980	399			

ตารางที่ 8 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการเปิดรับโทรทัศน์ในแต่ละวันต่างกันต่อความสำเร็จในชีวิตของเพศหญิงมาจากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา

จำนวนชั่วโมงของการเปิดรับโทรทัศน์ในแต่ละวัน	1-2 ชั่วโมง	3-4 ชั่วโมง	5-6 ชั่วโมง	7 ชั่วโมงขึ้นไป
1-2 ชั่วโมง		-.135	-.323*	-.310*
3-4 ชั่วโมง			-.188	-.175
5-6 ชั่วโมง				.013

ขณะที่ผลการวิเคราะห์การรับรู้จากการเปิดรับละครหลังข่าวภาคค่ำต่อสัปดาห์ ก็พบว่าแต่ละกลุ่มมีการรับรู้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = .005$ ) เช่นกัน

ตารางที่ 9 การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำต่อสัปดาห์ต่างกันต่อความจริงที่ว่าความสำเร็จของผู้หญิงมาจากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.465	3	1.155	4.375	.005
Within Groups	104.548	396	.264		
Total	108.012	399			

ตารางที่ 10 ผลการเปรียบเทียบรายคู่การรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับละครโทรทัศน์หลังข่าวภาคค่ำต่อสัปดาห์ต่างกันต่อความจริงที่ว่าความสำเร็จของผู้หญิงมาจากความสวยงามของรูปร่างหน้าตา

ความถี่ของการเปิดรับละครหลังข่าวต่อสัปดาห์	1-2 วัน	3-4 วัน	5-6 วัน	ทุกวัน
1-2 วัน		-.135	-.323*	-.310*
3-4 วัน			-.188	-.175
5-6 วัน				.013

ส่วนการวิเคราะห์การรับรู้เกี่ยวกับผู้ชายมีความสามารถในการประกอบอาชีพแพทย์ นักธุรกิจ และ นักการเมือง สูงกว่าผู้หญิงนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ว่าเป็นจริงในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.10, 3.13$  และ  $2.79$  ตามลำดับ) และเมื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและการรับรู้ในประเด็นนี้ พบว่า ไม่สัมพันธ์กัน และเมื่อทดสอบสมมติฐานด้วย ANOVA พบว่า มีเพียงข้อมูลของการเปิดรับด้วยความถี่ จำนวนวันต่อสัปดาห์ที่มีการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นความสามารถในการปฏิบัติอาชีพแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ (ดูตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 เปรียบเทียบการรับรู้ความสามารถในการประกอบอาชีพที่ต้องใช้ความเชี่ยวชาญของกลุ่ม ตัวอย่างที่มีความถี่ในการเปิดรับโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ต่างกัน

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.991	3	1.664	2.803	.040
Within Groups	234.992	396	.593		
Total	239.982	399			

จากการวิเคราะห์รายคู่ด้วย LSD พบว่า กลุ่มที่เปิดรับทุกวันมีการรับรู้ต่างจากกลุ่มที่เปิดรับ 1-2 วัน ต่อสัปดาห์ และกลุ่มที่เปิดรับ 5- 6 วัน อย่างมีนัยสำคัญ (ดูตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ผลการเปรียบเทียบรายคู่ระหว่างระดับการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับโทรทัศน์ต่อสัปดาห์ต่อ ความสามารถในการประกอบอาชีพ นักธุรกิจ และนักการเมือง

จำนวนวันในการเปิดรับ โทรทัศน์ ต่อสัปดาห์	1-2 วัน	3-4 วัน	5-6 วัน	ทุกวัน
1-2 วัน		-.138	.106	-.217*
3-4 วัน			.244	-.079
5-6 วัน				-.323*

แสดงว่าต้องมีตัวแปรอื่นที่มีผลต่อการรับรู้ ซึ่งจากการวิเคราะห์ด้วยลักษณะประชากรอื่น ๆ (อยู่กับ โคร รายได้ของครอบครัว สถานภาพสมรสของผู้ปกครอง ศาสนา และแหล่งกำเนิด) พบว่ามีเพียง แหล่งกำเนิดเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญ (ดูตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยการรับรู้ความสามารถในการเป็นแพทย์ นักรูทกิจ และนักการเมืองกับแหล่งกำเนิด

		$\bar{X}$ การรับรู้ ความสามารถใน อาชีพ	แหล่งกำเนิด
$\bar{X}$ การรับรู้ ความสามารถ ในอาชีพ	Pearson Correlation	1	.145**
	Sig. (2-tailed)		.004
แหล่งกำเนิด	N	400	400
	Pearson Correlation	.145**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	400	400

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เมื่อวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างในการรับรู้ด้วย ANOVA และ LSD พบว่ามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ( $F = .000$ ) (ดูตารางที่ 16) โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งกำเนิดในภาคอีสานมีการรับรู้ว่าเป็นจริงที่ผู้ชายมีความสามารถในการเป็นแพทย์ นักรูทกิจ และนักการเมืองสูงจากกลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งกำเนิดในภาคเหนือ แต่มีการรับรู้ว่าเป็นจริงต่ำกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งกำเนิดในภาคใต้ และภาคกลางอย่างมีนัยสำคัญ (ดูตารางที่ 17)

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบการรับรู้ความเป็นจริงในสังคมของกลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งกำเนิดที่แตกต่างกัน

แหล่งกำเนิดของ กลุ่มตัวอย่าง	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11.058	3	3.686	15.055	.000
Within Groups	96.954	396	.245		
Total	108.012	399			

ตารางที่ 17 การเปรียบเทียบรายคู่ของการรับรู้ความเป็นจริงในสังคมของกลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่งกำเนิดที่แตกต่างกัน

แหล่งกำเนิดของกลุ่มตัวอย่าง	ภาคเหนือ	ภาคใต้	ภาคอีสาน	ภาคกลาง
ภาคเหนือ		-.120	-.327*	.136
ภาคใต้			.447*	.256
ภาคอีสาน				-.191*

## อภิปรายผล

โดยรวม ผลการวิเคราะห์ทั้งหมดไม่สนับสนุนสมมติฐานในทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation theory) อาจเนื่องจากบริบททางสังคมที่สังคมตะวันตกมีความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualism) สูง ในขณะที่สังคมไทยมีความเป็นกลุ่มก้อน (Collectivism) สูง ความคิดและพฤติกรรมของกลุ่มเป็นเรื่องจำเป็นระดับหนึ่งในการดำรงชีวิตของคนในกลุ่ม และความแตกต่างทางวัฒนธรรม ความเชื่อของแต่ละภาคอาจเป็นพื้นฐานของความแตกต่างทางความคิดและพฤติกรรมของนักศึกษา ทำให้อิทธิพลของการเปิดรับโทรทัศน์ต่อการรับรู้ความเป็นจริงในสังคมแตกต่างไปจากการศึกษาในตะวันตก

นอกจากด้วยภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนไป ทำให้นักศึกษาซึ่งอยู่ในวัยที่ให้ความสนใจกับสื่อใหม่ค่อนข้างสูง เปิดรับสารจากแหล่งอื่นนอกจากโทรทัศน์มากขึ้น ทำให้ได้รับข้อมูลที่แตกต่างไปจากที่โทรทัศน์นำเสนอ ซึ่งเกร็บเนอร์ และกรอส (Infante, D. et al, 1993) ได้แสดงทัศนะไว้ว่าโทรทัศน์มักให้ข้อมูลข่าวสารที่เน้นย้ำความเชื่อเดิมๆ แต่ในสื่อใหม่ ผู้ส่งสารเป็นใครก็ได้ มีความคิดเช่นใดก็ได้ และนักศึกษสามารถเลือกเปิดรับได้อย่างมีเสรีภาพตามความประโยชน์และความพึงพอใจที่ตนเองต้องการ (Ruggiero, T., 2000) การวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาในสื่อมิให้เปิดรับได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อิทธิพลของการเปิดรับโทรทัศน์ต่อการรับรู้ความเป็นจริงในสังคมไม่เป็นไปตามทฤษฎีการปลูกฝัง

ถึงแม้ผลลัพธ์ของงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งเป็นการวิจัยเบื้องต้น (pilot study) ไม่ชัดเจน และลึกซึ้งนัก แต่ก็พอเป็นข้อมูลพื้นฐานให้เข้าใจว่าเหตุใดผู้มีหญิงบางกลุ่มนิยมแต่งงานกับผู้ชายจากประเทศที่เป็นที่ยอมรับว่าเจริญและมีสถานะทางเศรษฐกิจดี ซึ่งการรับรู้ถึงความร่ำรวยของคนในประเทศนั้นส่วนหนึ่งมาจากการเปิดรับรายการข่าวและรายการบันเทิงทางสื่อต่าง ๆ โทรทัศน์ก็เป็นแหล่งหนึ่งที่น่าเสนอรายการท่องเที่ยวและวิถีชีวิตของคนในประเทศที่เจริญแล้ว ทำให้ผู้มีหญิงบางคนเกิดการรับรู้ว่าคุณทุกคนในประเทศนั้น ๆ มีสถานะทางเศรษฐกิจดี ซึ่งบางคนก็อาจได้เจอความจริง (actual truth) ว่าไม่เหมือนกับที่ได้พบเห็นในสื่อ (media-constructed truth)

อย่างไรก็ตาม มีผลลัพธ์ในงานวิจัยชิ้นนี้ที่ยืนยันได้ว่า นักศึกษาในปัจจุบันมีการรับรู้ถึงศักยภาพในการปฏิบัติงานของตนเองสูงเท่าผู้ชาย ถึงแม้บริบททางการเมืองไทยยังมีนักการเมืองหญิงน้อยกว่านักการเมืองชายอยู่หลายเท่า แต่ปริมาณของนักการเมืองหญิงทั้งในท้องถิ่นและในระดับชาติสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด หากทำการวิจัยเชิงลึกอย่างต่อเนื่อง กิจการโทรทัศน์ไทยอาจได้ข้อมูลที่ช่วงส่งเสริมให้การรับรู้ความจริง (actual truth) ให้ปรากฏในสื่อได้ อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสังคม และประเทศ

ถึงแม้ว่าจะมีการกล่าวถึงอิทธิพลของสื่อใหม่ที่มีต่อเด็กและเยาวชนอย่างกว้างขวาง แต่ก็จะละเลยไม่ได้เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งภาพและเสียง และมีพัฒนาการเข้าสู่ระบบดิจิทัล ทำให้มีความเหมือนจริงมากขึ้น ไม่ได้ เนื่องจากโทรทัศน์ยังคงเป็นสื่อสำคัญที่ทุกบ้านยังมีอยู่ในห้องรับแขก หรือห้องนอน ที่มีผู้ส่งสารพร้อมจะส่งข้อมูลมาถึงผู้รับสารทันทีที่เครื่องรับโทรทัศน์นั้นถูกเปิด

### บรรณานุกรม

- เจาะลึกพฤติกรรมกรรมการชมโทรทัศน์ของไทย. สืบค้นเมื่อ 26 พฤศจิกายน 2558 จาก <http://mcot-web.mcot.net/9ent/view.php?id=5562852fbe0470f69f8b4645>.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์, กิตติ กันภัย, พัฒนพงษ์ จาติเกตุ และปิยะนารถ จาติเกตุ. (2546). การสื่อสาร  
สุขภาพ: ศักยภาพของสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬา.
- พงษ์ วิเศษสังข์. (2557). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- อภิวันท์ อุดชัยเกษม. (2544). สถานภาพและบทบาทของผู้ชายและผู้หญิงไทยในอดีต: ภาพสะท้อนจาก  
วรรณกรรมเรื่องขุนช้างขุนแผน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัย  
ศิลปากร, นครปฐม.
- 10 อันดับ เรตติ้งรายการโทรทัศน์ ประจำสัปดาห์ 16/11/2015 – 22/11/2015. สืบค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน  
2558 จาก <http://pantip.com/topic/34477787>.
- American Time Use Survey Summary*. (June, 24<sup>th</sup>, 2015). Retrieved November 30<sup>th</sup>, 2015 from  
<http://www.bls.gov/news.release/atus.nr0.htm>.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976). Living with television: The violence profile. *Journal of Communication*,  
26, 76.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976, April). The scary world of TV's heavy viewer. *Psychology Today*. pp. 41-  
45.
- Infante, D., Rancer, A., & Womack, D. (1993). *Building Communication Theory* (2<sup>nd</sup> Ed.). Illinois:  
Waveland Press.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and  
Psychological Measurement*, 30(3), pp. 607-610.
- Malott, R.W. & Shane, J.T. (2014). *Principle of Behavior* (7<sup>th</sup> ed.). NY: Routledge.
- Ruggiero, T., (2000). *Uses and Gratifications Theory*. Retrieved November 30<sup>th</sup>, 2015, from  
<http://www4.ncsu.edu/~amgutsch/Ruggiero.pdf>
- Sanson, A. (March 2013). *Media Representations and Responsibilities: Psychological Perspective*.  
Retrieved November 30<sup>th</sup>. 2015, from [https://www.psychology.org.au/Assets/Files/media\\_](https://www.psychology.org.au/Assets/Files/media_position_paper.pdf)  
[position\\_paper.pdf](https://www.psychology.org.au/Assets/Files/media_position_paper.pdf)
- Searle, J. R. (1995). *The Construction of Social Reality*. NY: The Free Press.
- Wolf, M. A., Meyer, T. P., & White, C. (1982). A rules-based study of television's role in the construction  
of social reality. *Journal of Broadcasting*, 26, 813-829.