

ผลจากการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ที่มีต่อค่านิยมในการเข้าสู่วงการบันเทิง ของวัยรุ่น

ศศิวิมล นิจโกฎิยานนท์
ดร.โสภัทร นาสวัสดิ์**

บทคัดย่อ

การศึกษาวัยรุ่นครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ของวัยรุ่น และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ ที่มีต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิงของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นชาย - หญิง ที่มีอายุระหว่าง 13 - 23 ปี ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 194 คน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 94 คน นครศรีธรรมราช จำนวน 57 คน และเชียงใหม่ จำนวน 55 คน รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 16 - 18 ปี และมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ส่วนพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ 2 - 3 วัน/สัปดาห์ โดยมีระยะเวลาในการเปิดรับชม 1 - 2 ชั่วโมงต่อครั้ง รับชมในช่วงเวลาระหว่าง 19.31 - 20.30 น. สถานที่ที่เปิดรับชมมากที่สุดได้แก่ บ้านตัวเอง และสื่อโทรทัศน์ถือเป็นสื่อที่เปิดรับชมรายการเรียลลิตี้มากที่สุด ส่วนช่องสถานี Workpoint เป็นช่องที่เปิดรับชมรายการมากที่สุด สำหรับประเภทของรายการที่เปิดรับชมมากที่สุด คือ รายการประเภทประกวดร้องเพลง และรายการที่เปิดรับชมมากที่สุดได้แก่ รายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ และมีค่านิยมในการเข้าสู่วงการบันเทิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ และมีค่านิยมในการเข้าสู่วงการบันเทิงในด้านทัศนคติมากกว่าด้านพฤติกรรม การทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ และค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิง ทั้งในภาพรวม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิง มีการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ และมีค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิง ทั้งในภาพรวม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรม สูงกว่าเพศชาย ส่วนอายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ และค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิง ทั้งใน

* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

** ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ภาพรวม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับชมรายการเรียลลิตีมีความสัมพันธ์ต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่การบันเทิงแตกต่างกัน

1. บทนำ

ปัจจุบันวงการโทรทัศน์ประเภทรายการที่ได้รับความนิยมและครองใจคนดูเป็นอย่างมากจนติดฝั่งรายการแทบทุกช่องสถานี ในขณะนี้คือรายการเรียลลิตีโชว์ (Reality Show) ซึ่งเป็นรายการรูปแบบใหม่ที่สร้างปรากฏการณ์ให้กับวงการโทรทัศน์ โดยรูปแบบและเนื้อหาของเรียลลิตีจะเป็นสถานการณ์จริงที่ผู้เข้าร่วมรายการหรือผู้เข้าแข่งขัน จะต้องเผชิญกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่ทางรายการได้เตรียมไว้เพื่อถ่ายทำแบบติดตามดูพฤติกรรมของคนในรายการเพื่อให้เผยความจริงออกมาเองโดยไม่ต้องมีการกำกับหรือชี้นำ และทำให้คนดูมีส่วนร่วมในการตัดสินผู้ชนะ จึงเป็นความแปลกใหม่และ ความท้าทายของคนดูในปัจจุบัน จนทำให้ผู้ผลิตรายการแทบทุกช่องต่างซื้อลิขสิทธิ์ จากต่างประเทศและนำมาออกอากาศในเมืองไทย สำหรับรายการ เรียลลิตี โชว์นั้น(Reality Show) ได้รับความนิยมจากคนดูมากกว่ารายการโทรทัศน์ทั่วไป เพราะเนื้อหาของรายการสามารถ ดึงจุดสนใจให้ผู้ชมและ เรียกอารมณ์จากคนดูให้มีส่วนร่วมในการตัดสินซึ่งจะเห็นว่าในปัจจุบันรายการประกวดร้องเพลงแข่งขันความสามารถหรือประเภทค้นหานักแสดงหน้าใหม่ เพื่อมาประดับวงการบันเทิงได้รับความนิยมจากคนดู โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีการเปิดรับชมรายการเรียลลิตีมากกว่าวัยอื่น ๆ จนมีผลสำรวจการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์ของกลุ่มวัยรุ่นจากโพลสำรวจ เรื่องพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการโทรทัศน์และพฤติกรรมการเล่นแบบดารา หรือตัวละคร โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์โดยเฉลี่ย 1 ถึง 3 ชั่วโมงต่อวัน โดยคิดเป็นร้อยละ 43.03 หรือเท่ากับจำนวน 451 คน รองลงมารับชมโทรทัศน์โดยเฉลี่ย 4 ถึง 5 ชั่วโมงต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 27.10 ขณะที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 17.27 และ 12.60 รับชมโทรทัศน์โดยเฉลี่ย น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน และมากกว่า 5 ชั่วโมงส่วนใหญ่รับชมโทรทัศน์ในช่วงเวลา 19:01-23:00 น.

สถิติที่น่าสนใจพบว่า กลุ่มวัยรุ่นตัวอย่างที่สำรวจร้อยละ 35.69 มักรับชมโทรทัศน์ตามลำพัง ส่วนใหญ่หรือ 68.13 % ชอบชมรายการประเภทปิกนิกะบันเทิง (variety show) 75.57 % นิยมรับชมรายการเรียลลิตี/การแสดงความสามารถ กลุ่มวัยรุ่นนิยมรับชมละคร/ภาพยนตร์ มีอัตราสูงที่สุดคือ 79.10% (ศรีศักดิ์ จามรมานและคณะ, 2555)

ขณะที่สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต (2556) พบว่า ปัจจุบันวัยรุ่นมีการเปิดรับชมรายการบันเทิงจากสื่อต่างๆ มากขึ้นและมีพฤติกรรมเล่นแบบ ดารา ศิลปิน มากที่สุด เพราะดารา ศิลปินมักได้รับความสนใจทั้งจากสื่อและประชาชนโดยเฉพาะวัยรุ่น ที่มีค่านิยมที่อยากจะเข้าสู่การบันเทิงมากที่สุด จากการสำรวจประชากรวัยรุ่นจำนวน 1,048 คนโดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง(Purposive Sampling) ในระหว่างวันที่ 5-11 มิถุนายน 2556 พบว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมเล่นแบบตัวละครหรือนักแสดงสูงถึง 81.10% , แกร็บเชิญ/ผู้ร่วมแข่งขัน 75.38% , พิธีกร/ผู้ดำเนินรายการ 73.14 % , บุคคลในข่าว/สารคดี 66.50 % , ผู้ประกาศข่าว/นักข่าว 47.19% และบุคคลอื่น 8.99 % ตามลำดับ

ผลสำรวจดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า วัยรุ่นมีพฤติกรรมเลียนแบบตัวละครหรือนักแสดงมากที่สุดและประเภทรายการโทรทัศน์ที่เปิดรับชมจะเป็นรายการเรียลลิตี้ ที่ทำให้เยาวชนและวัยรุ่นมีความผันและความสนใจจนนิยมติดตามรับชมและส่งผลให้เกิดพฤติกรรมอยากจะทำตามเข้าไปยังอิทธิพลของศิลปิน ดารา นักแสดง คือผู้ทรงอิทธิพลทางด้านสื่อบันเทิงต่าง ๆ และมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทิศทางส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งอาจส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้คนในสังคม โดยสาเหตุของพฤติกรรมเลียนแบบดาราที่เพิ่มมากขึ้นในยุคปัจจุบันนั้นเนื่องจาก ดารา นักแสดงหรือบทบาทของตัวละครยังเป็นต้นแบบในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งก่อให้เกิดเป็นค่านิยมต่างๆ รวมทั้งส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยรุ่นในปัจจุบัน จึงทำให้ วัยรุ่นมีความต้องการอยากเข้าสู่ วงการบันเทิงมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากวัยรุ่นมีการสร้างตัวตนให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในสื่อออนไลน์ อาทิ การเป็นเน็ตไอดอล หรือการสาธิตสินค้าการใช้ผลิตภัณฑ์ความงามต่างๆ รวมไปถึงการร้องเพลงผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้คนเข้ามาคอยติดตามผลงาน ให้เป็นที่รู้จักและเข้าสู่วงการบันเทิงในที่สุด (ดิศราพร ทรงแสง , 2554)

สรุปได้ว่า รายการเรียลลิตี้โชว์ในปัจจุบัน ที่นำเสนอสิ่งที่เรียกว่า ‘ความจริง’ ผ่านสื่อ ก่อให้เกิดปรากฏการณ์จากผู้คนในสังคม โดยสิ่งที่ปรากฏสู่สายตาผู้ชม คือ ภาพพฤติกรรมและปฏิกิริยาของผู้แสดงในรายการเรียลลิตี้ ที่ผ่านกระบวนการประกอบสร้างความจริงจากความรู้สึก และความต้องการของผู้ชมรวมทั้งขับเคลื่อนและสนับสนุนให้เกิดความรู้สึกนิยมชมชอบและคลั่งไคล้ จนในที่สุดก้าวไปสู่ภาวะที่เปิดรับชม และก่อให้เกิดเป็นค่านิยมที่อยากจะทำเป็นส่วนหนึ่งในผู้แข่งขัน เพื่ออยากจะทำประสบความสำเร็จและก้าวเข้าสู่วงการบันเทิงในที่สุด จึงเป็นเหตุผลและที่มาความสำคัญของเรื่องที่ศึกษาดังกล่าวข้างต้น

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ของวัยรุ่น
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ ที่มีต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิงของวัยรุ่น

3. สมมติฐาน

1. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ไม่แตกต่างกัน
2. ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิงของวัยรุ่นไม่แตกต่างกัน
3. การเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้มีความสัมพันธ์ต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิงไม่แตกต่างกัน

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลจากการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ที่มีต่อค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงสำรวจ (Survey Research) แบบวัดผลครั้งเดียว (One Shot Case Study)

1. ประชากรที่ใช้การวิจัย คือ วัยรุ่น ชาย - หญิง ระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลายและระดับอุดมศึกษา ที่อายุระหว่าง 13-23 ปี ได้แก่ วัยรุ่น ชาย - หญิง ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และต่างจังหวัด โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาในกรุงเทพมหานคร โดยเลือกจำนวนเขตในกรุงเทพมหานครจำนวน 10 เขตโดยวิธีสุ่มอย่างง่าย 1.ปทุมวัน 2. บางเขน 3.หลักสี่ 4.ลาดพร้าว เขตละ 19 ชุด รวมเป็น 190 ชุด และต่างจังหวัดอีก 3 จังหวัดที่มีประชากรอาศัยมากที่สุดในแต่ละภาค ได้แก่ 1.จังหวัดนครราชสีมา 94 ชุด 2.จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 57 ชุด 3.จังหวัดเชียงใหม่ 55 ชุด รวมเป็น 400 ชุด

2. ด้านเนื้อหา ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาเฉพาะเรื่องการเปิดรับชม รายการเรียลลิตี้ และค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่น

3. ด้านระยะเวลา ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ เริ่มเก็บข้อมูลในเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2559 ระยะเวลา 2 เดือน

ผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ว่า ผลการศึกษาที่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ และค่านิยมที่จะเข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่น โดยรวม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมไม่แตกต่าง ในทางตรงกันข้ามผลการศึกษาที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ เพศที่ต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ และค่านิยมที่จะเข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่น โดยรวม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมแตกต่าง นอกจากนี้ยังพบว่า การเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ โดยรวม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่การบันเทิง โดยรวม ด้านทัศนคติ และด้านพฤติกรรมแตกต่าง

5. ผลการวิจัยและอภิปราย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรที่แตกต่างมีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า เพศ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงมีการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ มากกว่าเพศชาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าการที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจอธิบายได้ตามแนวคิดทฤษฎีประชากรศาสตร์ที่กล่าวไว้ว่า บุคคลที่มีคุณสมบัติทางประชากรศาสตร์ที่ต่างกันจะมีแบบแผนพฤติกรรมที่ต่างกันเพราะสังคมและวัฒนธรรมกำหนด บทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้แตกต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อที่กล่าวว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันมากในเรื่อง

ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ โดยเพศหญิงมักมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโดยใช้เวลาในการรับชมมากกว่าเพศชายซึ่งเพศหญิงชื่นชอบในการเปิดรับสื่อบันเทิงมากกว่า (ปรมะ สตะเวทิน, 2546) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตชูลี นุตประวีณ์ และคณะ(2557) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมี พฤติกรรมในการเปิดรับชมรายการทุกซีซั่น ผ่านช่องทางโทรทัศน์ โดยความถี่ในการรับชมคือ 1- 4 สัปดาห์/ซีซั่น และรับชมจนจบรายการ

ส่วนลักษณะประชากรด้านอายุและระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ที่ว่า อายุระดับและการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในด้านความคิดและพฤติกรรมและเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องการรับสื่อนอกจากนี้คนที่อายุน้อยมักจะเปิดรับสื่อมากกว่าโดยเฉพาะสื่อบันเทิงได้ วิลเลียม ดี บรูค , (Brook 1971) แต่การศึกษาในงานวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 13-23 ปี โดยจะพบว่าตามหลักทฤษฎีอาจจะไม่สอดคล้องในเรื่องของปัจจัยด้านอายุและระดับการศึกษาแต่ก็พบได้ว่ากลุ่มประชากรที่ศึกษาอยู่ในช่วงวัยรุ่นเป็นกลุ่มอายุที่มักจะนิยมเปิดรับสื่อด้านความบันเทิงมากกว่ากลุ่มคนที่อายุมากและในปัจจุบันเทคโนโลยีทางการสื่อสารเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้เท่าเทียมกันอาจส่งผลให้พฤติกรรมการเปิดรับสื่อของบุคคลมีความใกล้เคียงกันได้ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่นที่กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษานั้นมีอายุระหว่าง 13-23ปีและศึกษาอยู่ในระดับชั้นมัธยมศึกษา-ปวช.ปวส.ปริญญาตรี ถือว่าเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วงที่กำลังก้าวไปสู่วุฒิภาวะการเจริญเติบโตของวัยรุ่น ทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจและความรู้สึกนึกคิด มีความสนใจ ใส่ใจ ที่มีลักษณะไปในทิศทางเดียวกัน มีความสนใจในสิ่งที่เป็นความเพลิดเพลิน บันเทิงใจ (สุชา จันท์เอม,2540)สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ ที่กล่าวว่า ปัจจัยภายในของผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นด้านปัจจัยทางด้านจิตวิทยา หรือปัจจัยภายนอก ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในเชิงกายภาพ (Physical Accessibility) หรือผู้เปิดรับสาร อายุและระดับการศึกษาอาจจะห่างกันแต่สามารถเข้าถึงสารนั้นได้แม้ในเชิงสังคม-วัฒนธรรมต่างกัน เช่น การรับชมรายการเรียลลิตี้สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย เพราะผู้รับชมมีวัตถุประสงค์ในการรับชมเพื่อความบันเทิง ผ่อนคลาย (วิไล พิศาลชนะกุล,2555)สอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน(2541)ที่กล่าวว่า ในปัจจุบันการสื่อสารเข้าถึงข้อมูลได้ครอบคลุมทุกระดับชนชั้นแม้กระทั่งคนที่มีอายุหรือระดับการศึกษาที่ต่างกันแต่มีการเปิดรับข้อมูลที่ไม่แตกต่างกันได้เนื่องจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

ลักษณะประชากรที่มีต่อค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิง

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่นไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษา พบว่า เพศ มีค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิงแตกต่างกันโดยเฉพาะเพศหญิงที่มีค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิงมากกว่าเพศชาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจอธิบายได้ตามแนวคิดทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ ที่ว่า ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมี

พฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรม และสังคม กำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน (ประมะ สตะเวทิน, 2546) สอดคล้องกับแนวคิด ด้านค่านิยม ได้กล่าวว่า ค่านิยมหมายถึง เครื่องบ่งชี้ให้เห็นคุณค่าของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ตัวเรา เลือกและเห็นคุณค่าในสิ่งนั้นมากกว่าสิ่งอื่น ค่านิยมจึงเป็นคุณสมบัติที่มีคุณค่าแก่การตัดสินใจ เช่นค่านิยม เกี่ยวกับพฤติกรรมเลียนแบบ เนื่องจากสื่อทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และจากหนังสือนิตยสารต่าง ๆ ที่มี อิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออก (กรวิชัย จงอุดมทรัพย์, 2556) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธน ธิดา อยู่คง (2555) ศึกษาเรื่องทัศนคติและพฤติกรรมเลียนแบบที่มีต่อศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีของวัยรุ่น ไทย พบว่า เพศหญิงมีทัศนคติต่อเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลี มากที่สุด คือ ชอบการเต้นของศิลปินเกิร์ลกรุ๊ป

ส่วนลักษณะประชากรด้านอายุและระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและระดับ การศึกษาที่แตกต่างกัน มีค่านิยมในการเข้าสู่การบันเทิงไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้ง ไว้ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ตามแนวคิดด้านค่านิยมที่ว่า ค่านิยมคือ สภาพหรือการ กระทำบางประการที่เราเชื่อ หรือนิยามว่า ควรยึดถือหรือยึดมั่น เพื่อจะได้บรรลุจุดประสงค์ หรือความมุ่ง หมายของสังคมหรือของเราเองคือ ค่านิยมเฉพาะตัว (Individual Value) เป็นการตัดสินใจเลือกในสิ่ง หรือสถานการณ์ที่ตนต้องการหรือพอใจ อรพินทร์ ชูชมและคณะ(2551) สอดคล้องกับปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ (2551) ศึกษาเรื่อง สื่อบันเทิงเกาหลีกับค่านิยมในวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่นไทย พบว่า วัยรุ่น ไทยในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ตอนปลายและระดับอุดมศึกษามีค่านิยมในวัฒนธรรมเกาหลีภาพรวมอยู่ ในระดับที่ดี โดยให้ความสำคัญในเรื่องต่างๆ ของนักแสดง นักร้อง ที่มีนักร้องนักแสดงเกาหลีมาเป็นพรี่ เซ็นเตอร์และแสดงแฟชั่นโชว์ แสดงดนตรีคอนเสิร์ตเพลงมิวสิควีดีโอและภาพยนตร์สอดคล้องกับ พิชา พัทธ์ เลิศจาทุพัฒน์ (2552) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะเข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่น ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่ การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 พบว่า วัยรุ่นในระดับชั้น มัธยมศึกษาตอนปลายที่ระดับชั้นที่ศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะ เข้าสู่การบันเทิงของวัยรุ่น ภาพรวม และรายได้ ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัชชา ลีม่วงศ์ทอง (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อการตัดสินใจเข้าสู่การบันเทิง ของวัยรุ่น พบว่า อายุ และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าสู่การบันเทิง ข้อค้นพบในงานวิจัย พบว่า เพศหญิง ถ้ามีการเปิดรับชมในระดับมากเท่าใดก็จะมีค่านิยมที่อยากจะเข้าสู่การบันเทิงมากขึ้น

ศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ที่มีต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่การ บันเทิงของวัยรุ่น

สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้มีความสัมพันธ์ต่อค่านิยมที่จะเข้าสู่การ บันเทิงไม่แตกต่างกัน

จากผลการศึกษา ความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้กับค่านิยมที่จะเข้าสู่การ บันเทิงของวัยรุ่น พบว่า ความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางโดยมีค่าสหสัมพันธ์ 0.541 อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเปิด รับชมมี มากกว่าด้าน ค่านิยม ทั้งด้านทัศนคติและพฤติกรรม

จึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้เพื่อความบันเทิงมากกว่าค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิง ที่ผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อธิบายได้ตามแนวคิดทฤษฎีการเปิดรับสื่อที่กล่าวว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนมิได้มีอิทธิพลกับผู้รับสารเสมอไป ผู้รับสารต่างหากที่เป็นตัวกำหนดอิทธิพลของข่าวสาร ถ้าผู้รับสารไม่แสวงหา ไม่เปิดรับข่าวสารหรือไม่ใช้ประโยชน์จากข่าวสาร ก็ไม่มีผลกับผู้รับสาร จะมีอิทธิพลก็ต่อเมื่อ ผู้รับสารเปิดรับ หรือ ใช้ข่าวสารนั้นเพื่อสนองความพึงพอใจของตน เช่น เพื่อเป็นคนทันสมัย เพื่อความรู้หรือเพื่อความบันเทิง โดยผู้รับสารมิใช่ผู้ถูกป้อนข่าวสาร หรือเฉื่อยชาคอยแต่รับข่าวสาร (Passive Audience) เท่านั้น แต่เป็นผู้มีความกระตือรือร้น(Active Audience) มีบทบาทในการแสวงหาหลีกเลี่ยง หรือทำการเลือกสรรที่จะเปิดรับข่าวสารต่างๆตามความพึงพอใจของตนเอง (พีระ จิระโสภณ ,2531)สอดคล้องกับ แซมมวล เบคเกอร์ (Samuel L. Becker, 1972)ที่กล่าวว่าการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมคือ การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) เมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไปหรือเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity)เพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความเอาใจใส่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษและเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) เพราะต้องการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐชุลี นุตประวีณ์ และคณะ(2557) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจที่มีต่อการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านความบันเทิงเช่นเดียวกับ ภัททิรา กลิ่นเลขา (2559) ที่ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ของวัยรุ่นในภาคใต้ตอนล่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมประเภทรายการโทรทัศน์ที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด คือ รายการเพลงและดนตรีและ ละคร วัตถุประสงค์สำคัญของเปิดรับชม คือ เพื่อความบันเทิงสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิณา วัฒนาศิริพานิช (2549) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการโทรทัศน์เรียลลิตี้โชว์ กรณีศึกษา รายการอะคาเดมี่แฟนตาซี 2 ประเทศไทย พบว่า เพศหญิงรับชมบ่อยกว่า เพศชาย กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากการรับชมเพื่อความบันเทิงเพลิดเพลินมากที่สุด

6. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลจากการเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ที่มีต่อค่านิยมในการเข้าสู่วงการบันเทิงของวัยรุ่น ได้ทำการศึกษาและค้นพบว่า เพศหญิงมีการเปิดรับชมและค่านิยมแตกต่างจากเพศชายโดยความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมรายการที่มีผลต่อค่านิยมในการเข้าสู่วงการอยู่ในระดับปานกลาง จึงพิจารณาได้ว่า การเปิดรับชมรายการเรียลลิตี้ของวัยรุ่นเพื่อต้องการความบันเทิงมากกว่าค่านิยมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิงแต่อย่างใด

7. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

1. ควรทำการศึกษาการเปิดรับชมรายการเรียลลิตีของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ที่มีต่อวงการบันเทิง โดยแบ่งเป็นวัยรุ่นในแต่ละจังหวัดเพื่อหาความแตกต่างในการเปิดรับชมและค่านิยมและความสัมพันธ์ให้ชัดเจน

2. ควรทำการศึกษาประเภทรูปแบบรายการเรียลลิตีที่เหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิง ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหารายการ สารความรู้ที่เป็นประโยชน์พร้อมทั้งแนวคิดสร้างสรรค์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคม

8. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเชิงปริมาณควบคู่กับเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เช่น การเก็บข้อมูลจากกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นแฟนรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์หรือทีมผู้จัดรายการช่องเวิร์คพอยท์ให้มีการพัฒนารูปแบบเนื้อหารายการที่เหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิง ซึ่งจะทำให้ทราบถึงข้อมูลที่เป็นจริง และแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข ตลอดจนพัฒนารายการให้เกิดความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

2. เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นชายหญิงที่มีอายุระหว่าง 13-23 ปี งานวิจัยครั้งต่อไปควรจะทำการศึกษาเด็กนักเรียนเยาวชนเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 7-15 หรือระดับชั้นประถมศึกษาถึงชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โดยเป็นการศึกษา ว่าเยาวชนในวัยนี้จะมีค่านิยมในการเข้าสู่วงการบันเทิงอย่างไรซึ่งข้อมูลที่ได้นี้อาจจะมีมุมมองใหม่ๆ และเนื้อหาต่างอื่น ๆ ซึ่งผลการศึกษาวิจัยในส่วนนี้จะสามารถนำมาปรับปรุงรายการเรียลลิตีได้ต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

กรวิษญ์ จงอุดมทรัพย์. (2556). การรับรู้และความสอดคล้องของค่านิยมไทยในละครซิตคอมเรื่อง บ้านนี้มีรักของผู้ชมในกรุงเทพมหานคร.(สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.

ความเป็นมาโทรทัศน์ไทย.(2556).สืบค้นวันที่1กุมภาพันธ์ 2559 จาก

<http://faceblog.in.th/2015/12/the-face-thailand-case-study/>กรณีศึกษา: The Face Thailand กับการใช้ Social Media #thefacethailand

ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). พฤติกรรมการลอกเลียนแบบดารา ศิลปิน. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2559, จาก

<http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9560000072681>

- ธนัชฐา ลีม่วงษ์ทอง. (2550). อิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ต่อการตัดสินใจเข้าสู่วงการบันเทิงของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ประมะ สตะเวทิน. (2541). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.
- “_____”. (2546). หลักและทฤษฎีการสื่อสาร. สาขาวิชานิเทศศาสตร์.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ.(2551) .สื่อบันเทิงเกาหลีกับค่านิยมในวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่นไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- ณัฐชี่ นุตประวีณ์ และ พจนา รูปแก้ว. (2557). พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ จากการรับชมรายการเดอะวอยซ์ไทยแลนด์ ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร . (ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ , กรุงเทพฯ.
- ธนธิดา อยู่คง. (2555). ทักษะคิดและพฤติกรรมเลียนแบบที่มีต่อศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปเกาหลีของวัยรุ่นไทย. (ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- พิชาพัทธ์ เลิศจาดุพัฒน์. (2552) . ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่ จะเข้าสู่วงการบันเทิงของวัยรุ่นในระดับมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตพื้นที่ การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
- ภัททิรา กลิ่นเลขา. (2559). พฤติกรรมการเปิดรับชมโทรทัศน์ของวัยรุ่นในภาคใต้ตอนล่าง. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- รายการเรียลลิตี้โชว์ ทางเลือกในการทำการตลาด.(2555). สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2559 จาก จาก <http://www.positioningmag.com/content>
- วิไล พิศาลชนะกุล(2551). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การรู้จัก ทักษะคิด ของนักเรียนสตรีระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่ออันก๊อริงเกาหลี. (ปริญญาโทมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ,กรุงเทพฯ.
- วีณา วัฒนาศิริพานิช. (2549). พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์ประเภทเรียลลิตี้โชว์: กรณีศึกษารายการ UBC Academy Fantasia 2 ประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- พีระ จิระโสภณ. (2531). องค์ประกอบและกระบวนการสื่อสาร ใน หลักการและทฤษฎีการ
- ดิศราพร ทรงแสง. (2554). พฤติกรรมการเปิดรับ และทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อช่องเฮฮา ทางทิวทัศน์ส์. (ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, กรุงเทพฯ.
- ศรีศักดิ์ จามรมาน และคณะ. (2556) .โพลล์สำรวจพฤติกรรมการเลียนแบบซูเปอร์สตาร์หรือนักแสดงจากบทบาทสมมุติของวัยรุ่นไทยในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ : สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตโพลล์ สำนักพิมพ์ สยามเทคโนโลยี.

สื่อสารมวลชน (หน่วยที่ 11, น. 433-440), นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
สำนักวิจัยสยามเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตโพลล์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม (2555) สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน
2559 จาก www.siamintelligence.com

สุชา จันทร์เอม. (2540). จิตวิทยาพัฒนาการ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
อรพินทร์ ชูชม และคณะ. (2551). การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญา
และคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

Brooks, W.D. (1971). **Speech Communication**: Dubuque. Iowa: W.M.C. Brown.

Samuel L. Becker. (1972). **Discovering Mass Communication**. Illinois: Scott Foresman and
Company Glenview.