

บทที่ 1

บทนำ (Introduction)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่อดิจิทัล ถือเป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตประจำวันของบุคคลในสังคมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุออนไลน์ อินเทอร์เน็ต (Internet) ยูทูบ (Youtube) ไลน์ทีวี (Line tv) หรือแม้แต่กระทั่งสื่อที่ใกล้ตัวที่สุดคืออย่างโทรศัพท์มือถือ การเข้าสู่ยุคดิจิทัลนี้ เป็นการเพิ่มโอกาสและขีดความสามารถของสื่อในการเข้าถึงผู้บริโภคด้วยความรวดเร็ว สื่อต่างๆ มีความพยายามที่จะเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น เพื่อพัฒนาเนื้อหาและรูปแบบของสื่อให้มีความเฉพาะเจาะจงกับกลุ่มผู้บริโภค ยุคนี้จึงถือเป็นยุคที่สื่อดิจิทัลเข้าถึงบุคคลได้มากขึ้นเรื่อยๆ และทำให้เห็นว่าวิถีชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไปจากเดิม กล่าวคือคนในยุคปัจจุบันมักใช้สื่อดิจิทัลในการรับรู้ข่าวสารต่างๆ มากขึ้น

สมาคมโฆษณาดิจิทัล (ประเทศไทย) หรือ DAAT เผยตัวเลขค่าโฆษณาสื่อดิจิทัล ปี 2559 มีมูลค่าถึง 9,150 ล้านบาท เติบโตจากปี 2558 ซึ่งอยู่ที่ 8,084 ล้านบาท คิดเป็นเพิ่มขึ้น 13.2% ในขณะที่สื่อ ทีวี วิทยุ รวมถึงสิ่งพิมพ์ลดลง (<https://www.brandbuffet.in.th>) จากกระแสสื่อดิจิทัลดังกล่าว ส่งผลให้นักการตลาดใช้สื่อดิจิทัลในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนาเทคโนโลยีจึงมีลูกเล่นใหม่อย่างต่อเนื่อง

สถานีโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลเริ่มทดลองออกอากาศมาตั้งแต่ปี 2556 ภายใต้การดูแลของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. แนนอนว่าจำนวนช่องที่เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัวทำให้เกิดการแย่งชิงบโฆษณาซึ่งเป็นน้ำหล่อเลี้ยงหลักของสื่อ เมื่อครั้งที่มีการกำหนดจำนวนช่องของโทรทัศน์ธุรกิจน่าจะเป็นจำนวนที่สูงและก้าวกระโดดมากเกินไปจากของเดิมที่มีอยู่เพียง 4 ช่องที่ฟังฟังรายได้จากการโฆษณา (คือ ช่อง 3, 5, 7 และ 9 เดิม) จากการวิจัยและคาดการณ์ทางเศรษฐศาสตร์ มีเม็ดเงินเพียงพอสำหรับ 24 ช่อง (Bangkokbiznews.com)

ทีวีดิจิทัลอลในยุคปัจจุบัน เข้ามามีบทบาทกับผู้ชมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ช่องดิจิทัลเป็นทางเลือกที่ดีให้กับผู้ชมมากขึ้นด้วย หากมองว่าในยุคปัจจุบันช่องทีวีดิจิทัลที่มาแรงไม่แพ้ใครนั้นคงเป็นช่อง GMM25 คือ ช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ภาพคมชัดมาตรฐาน ในเครือ

จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ นำเสนอรายการวาไรตี้ ดนตรี กีฬา ข่าวสาร สารบันเทิง รวมถึงรายการเด็กและครอบครัว บริหารงานโดย สายทิพย์ มนตรีกุล ณ อยุธยา ซึ่งมีคำขวัญ คือสนุกทุกวัน อยู่ด้วยกันตลอดเวลา ทางช่องมีการนำเสนอละคร ซีรีส์ที่เป็นจุดเด่น มีการนำเรื่องราวเพลง เรื่องจริงจากผู้ชม ทำให้ผู้ชมได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่เรื่องราวของตนเองด้วยเช่นกัน

นอกจากการการแพร่ภาพทางทีวีดิจิทัลแล้ว ช่อง GMM25 ยังมีการขายรายการซ้ำในสื่อดิจิทัลช่องทางอื่น ได้แก่ ยูทูบ (You tube) และ ไลน์ทีวี (Line tv) ดังนั้น นักการตลาดจึงเลือกช่องทางดังกล่าวในการทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ เนื่องจากสื่อในช่องทางดังกล่าวได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและเหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิต (Life style) ของคนในยุคสมัยนี้ ที่ใช้เวลากับโทรศัพท์มือถือมากกว่าการดูโทรทัศน์ ไม่ว่าจะเป็นการดูออนไลน์หรือดูย้อนหลัง การแชร์ลิงค์ (Share link) ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สร้างเรตติ้งให้กับละครหรือซีรีส์นั้นด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดการพูดถึงในแง่ต่างๆผ่านทางคอมเมนต์จากสังคมนี้ๆ

ละคร Club Friday The Series เป็นละครชุดทางช่อง GMM25 ที่มีความเป็นเอกลักษณ์มาก เนื่องจากเป็นรายการวิทยุที่นำเสนอเรื่องราวผ่านทางผู้ฟังที่เข้ามาร่วมเล่าเรื่องผ่านทางคลื่นวิทยุ Greenwave 106.5 ในเครือ A-time media ตลอด 2 ชั่วโมงที่เปิดสายให้คนฟังที่มีประสบการณ์ตรงกับชื่อตอน โทรศัพท์มาเล่าเรื่องราวของตนเอง จึงมีเรื่องราวของความสุข ความเศร้า ที่คาดไม่ถึงอยู่มากมาย ซึ่งมี 2 ดีเจ พี่อ้อย และพี่จ๊อดเป็นผู้ดำเนินรายการ ถาม - ตอบ ชี้แนะให้กำลังใจ เป็นเหมือนนักจิตวิทยาด้านความรัก เนื่องจากมีเรื่องราวจากผู้เล่ามากมายจึงมีการคัดเลือกเรื่องราวของทางผู้ฟังบางส่วนมาสร้างเป็นละครชุดโดยมีนักแสดงดังมากมายมาร่วมถ่ายทอดเรื่องราวจากทางบ้าน ที่เรียกกันว่า Club Friday The Series ซึ่งในแต่ละ Season ล้วนมีชื่อตอนในการนำเสนอ ดังนี้

1. Club Friday The Series 1
2. Club Friday The Series 2
3. Club Friday The Series 3 สามรักสามชีวิต
4. Club Friday The Series 4 หรือรักแท้จะแพ้...
5. Club Friday The Series 5 ความรักกับความลับ
6. Club Friday The Series 6 ความรักไม่ผิด ผิดที่...
7. Club Friday The Series 7 เหตุเกิดจากความรัก
8. Club Friday The Series 8 รักแท้...มีหรือไม่มีจริง
9. Club Friday The Series 9 รักครั้งหนึ่งที่ไม่ถึงตาย

ในแต่ละตอนจะแยกย่อยออกมาเป็นเรื่องแต่ละเรื่องที่น่าสนใจเรื่องราวต่างๆจากผู้ฟังทางบ้านที่โทรมาเล่า ถ่ายทอดออกมาในแต่ละตอนที่แตกต่างกัน ในแต่ละ Season จะแบ่งออกมาเป็นตอนย่อย 6-7 ตอน มีการออกอากาศทุกวันเสาร์ เวลา 20.30 น ทางช่อง GMM25 จากทฤษฎีการเลือกรับสื่อ (Selective exposure) ของแคลปเปอร์ (Klapper, 1960) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับสารตามความต้องการและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่นเดียวกัน ละคร club Friday เป็นละครที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตคู่เป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า กลุ่มผู้รับชมละครดังกล่าว ละครดังกล่าว ย่อมที่จะต้องมีความสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่ด้วยเช่นกัน ดังนั้นหากมองชีวิตคู่ในปัจจุบัน การที่จะประคองชีวิตคู่ให้ไปตลอดรอดฝั่ง จึงเป็นสิ่งที่ยากในสังคมปัจจุบัน ยิ่งทั้งสามีและภรรยาต่างต้องทำงานนอกบ้านด้วยกันทั้งคู่ และสามารถหารายได้ด้วยตัวเอง ยิ่งทำให้ชีวิตความอดทนลดลง ขณะที่ความเก่งรอบด้านของผู้หญิงในยุคปัจจุบันมีมากขึ้น ทำให้ฝ่ายชายเกิดความรู้สึกด้อยค่า ก็อาจทำให้เป็นสาเหตุของการหย่าร้างแยกทางกันได้

Generation Y ณ ปัจจุบันเป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงที่บ้านเมืองสงบสุข และเติบโตมาในยุคของการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมถึงเทคโนโลยี เป็นวัยที่กำลังเข้าสู่ช่วงวัยทำงาน และนับเป็น Generation ที่ได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่อย่างดีที่สุด ในประวัติศาสตร์เลยก็ว่าได้ (เสาวนีย์ พิสิฐวานุสรณ์, 2550) การอยู่ในช่วงวัยทำงานนับเป็นวัยที่เหมาะสมกับการแต่งงานเช่นกัน ในขณะที่ Generation Y เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง มีศักยภาพในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มากกว่าคนรุ่นอื่น รวมถึงกล้าแสดงออก และรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (อภิวุฒิ พิมลแสงสุริยา, 2553) ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้ พัฒนา และทำงานให้ประสบความสำเร็จนั้นทำให้ Generation Y ส่วนใหญ่แต่งงานช้า หรือหากมีแฟนแล้วแฟนเป็นอุปสรรคต่อการทำงานมีความเป็นไปได้สูงที่จะเลือกเลิกกับแฟน เพื่อมุ่งมั่นให้ประสบความสำเร็จในการทำงานแทน ซึ่งเป็นสาเหตุของการหย่าร้างของประชากรในปัจจุบัน

ความมุ่งมั่นดังกล่าวทำให้จากครอบครัวในปัจจุบัน ต่างจากครอบครัวไทยในอดีตที่ พ่อแม่ ลูกสนทนากลมเกลียวกัน แต่ในปัจจุบันทุกคนในครอบครัวต่างเป็นอิสระจากกัน ทำให้ทิศทางของทุกคนในครอบครัวใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่สังคมนอกบ้าน ทำงานอย่างหนัก หรือเรียนอย่างหนัก ข้อมูลสถิติการสมรสและการหย่าร้างในรอบ 10 ปี ของประเทศไทยจากสำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครองระบุว่า ตั้งแต่ พ.ศ. 2549 - 2559 ที่ผ่านมามีคู่สามีภรรยาจดทะเบียนสมรสลดน้อยลงทุกปี แต่กลับมีคู่แต่งงานที่ตัดสินใจเซ็นใบหย่าเพิ่มสูงขึ้นสวนทางกันทุกปี โดยพบว่าอัตราการหย่าร้างใน พ.ศ. 2559 เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2549 ถึง 33% (สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, ออนไลน์)

พฤติกรรมความห่างเหินต่างๆมากมาย เป็นฉนวนก่อให้เกิดความขัดแย้งกับสมาชิกในครอบครัว อาจทำให้มีความคิดที่แตกต่างกัน การสื่อสารที่ไม่เข้าใจกันหรือมีบทบาทที่ไม่สอดคล้องกัน ทำให้เกิดปัญหาส่งผลต่อการใช้ชีวิต ปัญหาชีวิตที่มีอัตราสูงขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นความอดทนที่น้อยลง ไม่มีการปรับตัว ไม่ซื่อสัตย์ต่อกัน การไม่ให้เกิดเรื่องซึ่งกันและกัน ล้วนส่งผลให้ความสัมพันธ์ในการใช้ชีวิตจวบลง เป็นสาเหตุให้เป็นที่เริ่มไปสู่บทบาททางสังคม พฤติกรรมที่แสดงออกจึงเกิดการเข้าสังคมที่ยากตามไปด้วย

จากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัญหาของครอบครัวหรือชีวิตคู่ที่เริ่มมีอัตราสูงขึ้น หากมีการแก้ไขข้อขัดแย้งถือเป็นภาระที่สำคัญอย่างหนึ่งของการใช้ชีวิตคู่ เพื่อให้การครองรักของคุณ สามารถผ่านมรสุมชีวิต และสามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข ไม่ว่าจะเป็นภาวะทางด้านอารมณ์ ความประพฤติด้านความซื่อสัตย์ ด้านทัศนคติและค่านิยม หากมีการยอมรับในตัวตนของกันและกัน การเคารพให้เกิดเกียรติ รู้จักอดทนและให้อภัย ทั้งหมดนี้เป็นพฤติกรรมที่ส่งเสริมให้ชีวิตคู่เข้าใจซึ่งกันและกัน และใช้ชีวิตคู่ได้อย่างราบรื่น

Club Friday The Series ตามวัตถุประสงค์ของผู้จัด คือ มุ่งสะท้อนปัญหาครอบครัวชีวิตคู่ หรือชีวิตรัก ของคนในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปมากจากค่านิยมเดิมของสังคมไทย ไม่ว่าจะเป็นการรักเพศเดียวกัน การรักซ้อนแบบที่ไม่คิดว่ามีความผิดใด หรือ ความรักที่แท้จริงซึ่งหลายคนคิดว่าไม่มีแล้วบนโลกใบนี้ ความรักในหลากหลายรูปแบบจากชีวิตของคนทั่วไปที่ไม่ใช่เรื่องแต่ง ไม่ใช่ชีวิตของบุคคลสำคัญ ย่อมเข้าถึงจิตใจ และอาจนำไปสู่การนำแนวทางที่ละครเสนอนั้นมาปรับใช้ในชีวิตจริงของผู้ชมก็เป็นไป จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับ การเปิดรับชมละคร Club Friday ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่ ในเขตกรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของผู้ชมละคร Club Friday The Series ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมละคร Club Friday The Series ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่
3. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อ Club Friday The Series ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อ Club Friday The Series ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน พฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่แตกต่างกัน
2. พฤติกรรมการรับชมที่ต่างกัน พฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่แตกต่างกัน
3. ทักษะจิตของผู้ชมที่ต่างกัน ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่แตกต่างกัน
4. ทักษะจิตของผู้ชมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัย
การศึกษาครั้งนี้ศึกษาเฉพาะการชมละคร Club Friday The Series ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่ เท่านั้น
2. ขอบเขตด้านประชากร
การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษากลุ่ม Generation Y ซึ่งเกิดในช่วง พ.ศ. 2520 – 2537 (Grout & Perrin, 2002 อ้างใน ชัยวัฒน์ ไพนุงพงศ์, 2549 หน้า 7) ปัจจุบันอายุ 22 – 39 ปี
3. ด้านพื้นที่การวิจัย
การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ชมละครที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
4. ช่วงเวลาการเก็บข้อมูล
เดือนสิงหาคม 2560 - เดือนตุลาคม 2560

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่ที่แตกต่างกัน
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับทีมผู้ผลิตได้นำมาพัฒนาเนื้อหาสาระในการชมละคร เพื่อให้มีประโยชน์แก่ผู้รับชมในการนำไปประยุกต์ใช้ในการใช้ชีวิตคู่
3. เพื่อให้ทราบถึงการรับชมละคร Club Friday The Series อย่างมีวิจารณญาณ ส่งผลบวกต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตคู่
4. เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดงานวิจัยสำหรับผู้สนใจ

นิตยสารศัพท์

ละคร Club Friday The Series หมายถึง ละครโทรทัศน์ ประเภทเมโลดราม่า ที่ออกอากาศทุกวันเสาร์เวลา 2 ทุ่ม ครึ่ง

พฤติกรรมกรับชม หมายถึง พฤติกรรมของผู้ชมละคร Club Friday The Series อันประกอบด้วย พฤติกรรมติดตามและรับชม วันที่สะดวกต่อการรับชม เวลาที่สะดวกต่อการรับชม อุปกรณ์ในการรับชม ความถี่ในการรับชมในแต่ละครั้ง สถานที่ในการรับชม วัตถุประสงค์ในการรับชม

ทัศนคติของผู้ชม หมายถึง ความคิดและความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อละคร Club Friday The Series อันประกอบด้วย นักแสดง การดำเนินเรื่อง เนื้อเรื่อง เพลงประกอบซีรี่ส์

การใช้ชีวิตคู่ หมายถึง พฤติกรรมการดำเนินชีวิตของคู่รักในกลุ่ม Gen Y อันประกอบด้วย ด้านสัมพันธภาพ ด้านการยอมรับและเคารพความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ด้านการสื่อสารกันอย่างมีคุณภาพ ด้านการมีส่วนร่วมแก้ปัญหาด้วยเหตุผล ไม่ใช่ความรุนแรง ด้านการการปฏิบัติต่อสมาชิกภายในครอบครัว