

การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย
ของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง



นางสาวกมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์

คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

EXPOSURE, BEHAVIOR AND DEMAND OF THAI TELEVISION DRAMA SERIES
AMONG MYANMAR AUDIENCES IN YANGON



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) Program in Communication

Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2017

Copyright of Chulalongkorn University

กมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล : การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง (EXPOSURE, BEHAVIOR AND DEMAND OF THAI TELEVISION DRAMA SERIES AMONG MYANMAR AUDIENCES IN YANGON) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร. พนม คลีฉายา, หน้า.

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง รวมถึงเพื่ออธิบายการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คนที่เป็นผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และชมละครโทรทัศน์ไทยภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา

ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชนโดยเฉลี่ยในระดับบางครั้ง แต่เปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลและสื่อออนไลน์บ่อยๆ กลุ่มตัวอย่างชมละครโทรทัศน์ไทยที่บ้านผ่านทางโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีชมเพียงคนเดียวเฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมง/วัน และชมช่วงเช้าเวลา 09.01 - 12.00 น. มากที่สุดทั้งในวันทำงานและวันหยุด ทั้งนี้ เวลาดังกล่าวตรงกับช่วงที่เบรก (Tea Break) และออกอากาศซ้ำของละครโทรทัศน์ไทย (Re-Run) นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแบบบรรยายภาษาเมียนมาและคงเสียงภาษาไทยมากกว่าแบบพากย์ ต้องการนักแสดงนำที่แสดงละครสมบทบาทและมีหน้าตารูปร่างสวยงาม ต้องการละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาเรื่องราวสัมพันธ์กับชาวเมียนมา องค์กรประกอบละครที่มีเค้าโครงเรื่องสุข เศร้า ตลก แก่นเรื่องที่ทำได้ขบคิด และต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแนวชีวิตรัก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้ชมชาวเมียนมาที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกัน เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชน สื่อออนไลน์ และสื่อบุคคลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผู้ชมชาวเมียนมาเพศชายเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนมากกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การรับชมละครโทรทัศน์ไทย สรุปได้ว่า ผู้ชมชาวเมียนมาที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้ชมเพศหญิงมีความถี่ในการชมสูงกว่าเพศชาย ส่วนผู้ชมอายุ 56 ปีขึ้นไปมีความถี่ในการชมสูงกว่าผู้ชมอายุ 18 – 55 ปี

ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย สรุปได้ว่า ผู้ชมชาวเมียนมาที่อายุต่างกันต้องการชมด้าน องค์กรประกอบละครและเนื้อหาเรื่องราวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนผู้ชมชาวเมียนมาที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ต้องการชมด้านดารานักแสดงนำ เนื้อหาเรื่องราว องค์กรประกอบละคร และแนวละครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

5984851828 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS: EXPOSURE / BEHAVIOR / DEMAND / THAI TELEVISION DRAMA SERIES / MYANMAR AUDIENCES IN YANGON

KAMONRAT KIJRUNGPAISARN: EXPOSURE, BEHAVIOR AND DEMAND OF THAI TELEVISION DRAMA SERIES AMONG MYANMAR AUDIENCES IN YANGON. ADVISOR: ASST. PROF. PHNOM KLEECHAYA, Ph.D., pp.

The objectives of this research are to explore and explain about Media Exposure, Behavior, and Demand of Myanmar audiences in Yangon from different genders, ages, and education levels towards Thai television drama series. The research survey was conducted by using questionnaires in order to collect data from 400 Myanmar audiences who are 18 years old and over, live in Yangon, and watched Thai television drama series in the last 6 months.

The result shows that, news about Thai television drama series are exposed to the Myanmar audiences through mass media sometime, but exposed through personal media and online media often. During weekday and weekend, the Myanmar audiences watch Thai television drama series at 09.01-12.00 o'clock, which is a "Tea Break" and a "Re-Run" time of for those series, and they watch the series 1-2 hours/day. Besides, they prefer watching with Myanmar subtitle and Thai sound, and prefer main actors with good performance and good looks. Moreover, they demand the contents that are related to the Myanmar, the happy-sad-funny plots, the considered themes, and Love Drama genres.

The hypothesis testing shows that, Myanmar audiences who have different ages and education levels, differently receive the news of Thai television drama series from mass media, online media and personal media with the statistically significant value at the .05 level. The gender difference leads to the differences of exposure Thai television drama series news from mass media with statistically significant at the .05 level.

For watching behavior, Myanmar audiences from different genders and ages also differently watch the series with the statistical significant value at the .05 level. The majority of audiences are female. And the audiences whose age are 56 years old and over, watch the series more than those who are younger (18 - 55 years old).

For demand for watching, the audiences' age difference also leads to the different demand for the series' elements and contents that are related to the Myanmar, with the statistically significant value at the .05 level. Moreover, Myanmar audiences who have different education levels, also have different demand for main actors, series' elements, genres and contents that are related to Myanmar, with the statistically significant value at the .05 level.

Field of Study: Communication Arts

Academic Year: 2017

Student's Signature

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนม คลีฉายา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งให้คำปรึกษา ให้ความรู้ และชี้แนะแนวทางที่ตีมาตลอดการเขียนวิทยานิพนธ์ ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. วรพรรณ องค์กรุทธิรักษา ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ ดร. กุลธิดา ธรรมวิวัฒน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ภายนอกจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งให้เกียรติและกรุณาเป็นกรรมการสอบ พร้อมให้คำแนะนำในการทำวิทยานิพนธ์เพื่อให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริชัย อรรถอุดม รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และอาจารย์ ดร. เจษฎา ศาลาทอง อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ขอขอบคุณทีมงานบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลการผลิตรายการและละครโทรทัศน์ของ Forever BEC-Tero Entertainment Public Company Limited. ที่ประเทศเมียนมา ได้แก่ คุณชลิตา ชียงคบุตร ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายการผลิตรายการโทรทัศน์ประเทศเมียนมา และคุณมณรวี แยมนาม ผู้ผลิตรายการและดูแลการผลิตละครโทรทัศน์ไทยสำหรับออกอากาศทาง Channel7 ประเทศเมียนมา ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าตรวจสอบความตรงของแบบสอบถามการวิจัยฉบับภาษาไทยเพื่อสามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญชาวเมียนมาด้านภาษาเขียน ได้แก่ โก ไช อ่อง อ่อง (Ko Sai Aung Aung) นักแปลระดับอาวุโส มะ เต็ง ตีนซ่า วิน (Ma Theint Thinzar Win) หัวหน้าแผนกตัดต่อรายการโทรทัศน์ประเภทการศึกษาและสาระบันเทิง สถานีโทรทัศน์ MRTV4 และ มะ ตัน ตัน เอย์ (Ma Than Than Aye) ผู้ผลิตโฆษณาและภาพยนตร์ในประเทศเมียนมา ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่าตรวจสอบความถูกต้องทางภาษา ความเหมาะสมทางวัฒนธรรมของเมียนมา รวมถึงความตรงตามความหมายที่ต้องการจะสื่อสารของแบบสอบถามฉบับแปลเป็นภาษาเมียนมา เพื่อสามารถนำไปใช้ในงานวิจัยได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ

ขอขอบคุณเพื่อน พี่ น้อง ชาวไทยและชาวเมียนมาทุกท่านที่ช่วยประสานงานและให้ข้อมูลเชิงลึกอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ด้วยความเต็มใจเสมอมา โดยเฉพาะจอม อ้อ กิ๊ฟ นาง ชันดา อู (Nang Thandar Oo) แซนดี้ จอว์ ลวิน (Sandi Kyaw Lwin) ปิเย่ เพียว ไปน์ (Pyae Physo Paing) และ ไช ทุระ โซ (Sai Thura Soe) รวมไปถึงชาวเมียนมาทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลและส่งต่อแบบสอบถามงานวิจัยนี้

ขอขอบคุณเพื่อน พี่ น้องทุกคนทั้งชาวนิเทศศาสตร์ จุฬาฯ รุ่น 7Wonder วารสารศาสตร์ฯ ธรรมศาสตร์ และบีอีซี-เทโรฯ ที่เป็นกำลังใจที่ดี ให้คำปรึกษา และช่วยเหลือเสมอมา โดยเฉพาะแก๊ง Hobbit gals และแก๊งธีส...ลูกสาวเจ้าพ่อ เนยหวาน ลูกไม้ ปูน ที่ทำให้ชีวิตการทำวิจัยสนุกसान

ขอขอบคุณสมาชิกบ้านกิงรุ่งไพศาลที่เข้าใจและเป็นกำลังใจที่ตีมาตลอด โดยเฉพาะแจ้จูนกับก๊อกลงที่ที่ยอมปวดหัวกับน้องมาตลอดการเรียนปริญญาโท ทั้งการรับ-ส่งที่คณะ การเดินทางไปเมียนมา การลงโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และการส่งเสบียงอาหาร

และสุดท้าย ขอขอบพระคุณอดีตเจ้านายผู้ชักชวนให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าไปสัมผัสประสบการณ์การใช้ชีวิตและการทำงานในนครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้วิจัยตัดสินใจเขียนวิทยานิพนธ์เล่มนี้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหาคำวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
สมมติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตการวิจัย	6
นิยามคำศัพท์.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้.....	8
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC).....	18
การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC).....	19
การตัดสินใจของผู้บริโภค	20
เหตุผลในการตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์.....	27
3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทละคร ประเภทของละครโทรทัศน์ (Genres) และองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย	30
ประเภทของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ (Genres).....	33
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย	43

องค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ประเภทละคร	45
4. ช่องทางการรับชมและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมา	48
ช่องทางและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมา	50
ช่องทางการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบดั้งเดิม	50
ช่องทางดั้งเดิมกลุ่มที่ 1	50
ช่องทางดั้งเดิมกลุ่มที่ 2	51
ช่องทางการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบใหม่	52
การรับชมผ่านทางสถานีโทรทัศน์เมียนมา	52
การรับชมผ่านเว็บไซต์ (Website)	56
บริบทการชมละครโทรทัศน์ไทยในเมียนมา	61
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย	61
ช่องทางและช่วงเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย	62
ความนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมา	64
ด้านความชื่นชอบดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ชาวไทย	66
5. ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และการเลือกชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมา	67
ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมกับการชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมา	67
การเลือกชมละครโทรทัศน์ไทย	70
6. แนวคิดเกี่ยวกับดารานักแสดงกับความตั้งใจ และรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย ของผู้ชมชาวเมียนมาร์	73
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	83
กรอบแนวคิดการวิจัย	87
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	88
กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	88

วิธีการสุ่มตัวอย่าง	89
เครื่องมือในการเก็บข้อมูล.....	90
สมมติฐานและตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย.....	92
การวัดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	95
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย	100
การวิเคราะห์ข้อมูล	103
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	104
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....	105
ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง	109
ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง.....	112
ส่วนที่ 4 ความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง	122
ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย.....	128
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	142
สรุปผลการวิจัย.....	143
อภิปรายผลการวิจัย.....	149
ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้.....	160
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	161
รายการอ้างอิง	162
ภาคผนวก ก แบบสอบถามฉบับภาษาไทย.....	169
ภาคผนวก ข แบบสอบถามฉบับภาษาเมียนมา.....	176
ภาคผนวก ค ตัวอย่างภาพโปรมโหละครโทรทัศน์ไทย ที่ออกอากาศอย่างเป็นทางการใน ประเทศเมียนมา.....	187
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	195

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง	105
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง	106
ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง	106
ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง	107
ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง	108
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร.....	110
ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่องทางในการรับชม.....	112
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำนวน ร้อยละ และความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ต่อ 1 สัปดาห์.....	113
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละวัน	114
ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงเวลาการรับชมในวันทำงาน หรือวันจันทร์ - วันศุกร์.....	115
ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงเวลาการรับชมในวันหยุด หรือวันเสาร์ - วันอาทิตย์.....	116
ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามสถานที่ในการรับชม.....	117
ตารางที่ 4.13 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างรับชมด้วยกัน	118

ตารางที่ 4.14 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาว เมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชม.....	119
ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพฤติกรรมการรับชมละคร โทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับความต่อเนื่องใน การติดตามรับชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละเรื่อง	120
ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพฤติกรรมการรับชมละคร โทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับเหตุผลในการ เลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทย	121
ตารางที่ 4.17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชม ละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งโดยภาพรวม.....	122
ตารางที่ 4.18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชม ละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามแนวละครโทรทัศน์ไทย.....	123
ตารางที่ 4.19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชม ละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย.....	124
ตารางที่ 4.20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชม ละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามคุณสมบัติของดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทย.....	126
ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการ รับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตาม เนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมา	127
ตารางที่ 4.22 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาว เมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามรูปแบบของละครโทรทัศน์ไทย ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชม	128
ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละคร โทรทัศน์ไทยโดยรวมของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เพศชายและหญิง	129

ตารางที่ 4.24	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงอายุ	130
ตารางที่ 4.25	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	132
ตารางที่ 4.26	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละคร โทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เพศชายและเพศหญิง	134
ตารางที่ 4.27	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละคร โทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงอายุ	135
ตารางที่ 4.28	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละคร โทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	136
ตารางที่ 4.29	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชม ละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เพศชายและเพศหญิง	137
ตารางที่ 4.30	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชม ละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงอายุ	138
ตารางที่ 4.31	ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชม ละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด	140

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว ในยุคที่ประเทศพม่า หรือ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา (The Republic of the Union of Myanmar) ในปัจจุบัน เริ่มเปิดประเทศด้านเศรษฐกิจการค้าและมีเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยขึ้น ละครโทรทัศน์ไทยประเภทจักร ๆ วงศ์ ๆ ของช่อง 7 สีก็เริ่มเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ชมชาวเมียนมาในรัฐฉานซึ่งเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าชาวไทใหญ่ หรือ ชาวไตในภาษาไทใหญ่ ผ่านการลักลอบอัดสำเนาของผู้ผลิตชาวไทใหญ่ แล้วให้ผู้รู้ภาษาไทยนำมาแปล เปลี่ยนชื่อเรื่อง ชื่อตัวละคร เปลี่ยนเนื้อเพลงใหม่ทั้งหมด จากนั้นจึงผลิตใหม่เป็นวิดีโอ วีซีดี และดีวีดีตามลำดับแล้วให้เช่าหรือออกจำหน่ายในราคาไม่แพง (Runghapa Kasemrat, 2009) นอกจากนี้ยังรวมไปถึงชาวเมียนมาชนกลุ่มน้อยตามแถบชายแดนของประเทศไทย-เมียนมาบางกลุ่มที่นิยมรับชมละครโทรทัศน์ภาษาไทยโดยตรงผ่านทางสัญญาณดาวเทียมที่บังเอิญส่งมาถึงด้วย (นางสาวนาง ันดา อู (Nang Thandar Oo), ชาวรัฐฉาน หรือ ชาวไทใหญ่ซึ่งทำงานในนครย่างกุ้งเป็นเวลานาน, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560) ซึ่งทั้ง 2 ช่องทางการรับชมอย่างไม่เป็นทางการนี้ ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ชาวไทยไม่เคยทราบและได้รับผลประโยชน์ทางการตลาดใด

ทั้งนี้ การตัดสินใจเลือกละครโทรทัศน์ไทยแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ มาผลิตใหม่เป็นภาษาไทใหญ่ของผู้ผลิตมาจากการคาดเดาด้านรสนิยมของชาวไทใหญ่ซึ่งมีความเชื่อและวัฒนธรรมประเพณีบางอย่างที่คล้ายคลึงกับชาวไทย เช่น มีนิทานพื้นบ้านที่ใกล้เคียงกันและนับถือพระพุทธศาสนาเช่นกัน (Runghapa Kasemrat, 2009) ซึ่งการคาดเดานี้ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมากเพราะละครโทรทัศน์ไทยจักร ๆ วงศ์ ๆ ที่นำไปฉายได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวไทใหญ่ ไม่ว่าจะของเด็ก ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ ดังนั้นต่อมาผู้ผลิตจึงได้ขยับขยายมาผลิตละครแนวรักเพิ่มเติม โดยยังคงเลือกละครโทรทัศน์ที่ผลิตโดยช่อง 7 สีของไทยเป็นหลักซึ่งก็ได้รับความนิยมมากไม่แพ้กัน ทั้งนี้แม้ว่าระยะหลังผู้ผลิตจะหันมาแปลและพากย์เสียงละครโทรทัศน์ไทยช่อง 3 ออกจำหน่ายมากขึ้น แต่ผู้ชมชาวไทใหญ่ส่วนมากก็ยังคงนิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยช่อง 7 ไม่เสื่อมคลายเพราะความนิยมและชื่นชอบดารานักแสดงช่อง 7 อย่างเหนียวแน่น (อัมพร จิรัฐติกร, 2559)

ต่อมา เมื่อประเทศเมียนมาเริ่มเปิดประเทศและปรับเปลี่ยนนโยบายทางเศรษฐกิจและการเมืองอย่างจริงจัง ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงกฎหมายด้านการควบคุมเนื้อหาสื่อ ผู้ผลิตและจัด

จำหน่ายละครโทรทัศน์ของประเทศไทย 2 รายจึงเริ่มนำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ในประเทศเมียนมาอย่างเป็นทางการในปีพ.ศ.2557 เพื่อเป้าหมายทางธุรกิจบันเทิงที่สามารถเติบโตได้ในอนาคต ได้แก่ บริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ชื่อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ไทยที่ผลิตโดยบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด ไปออกอากาศทางช่องมียวัดดี (Myawaddy) และบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัดมหาชน หรือในนาม Forever BEC-Tero Entertainment Public Company Limited. ที่เป็นการร่วมทุนกับกลุ่มธุรกิจสื่อบันเทิงของเอกชนในประเทศเมียนมา ชื่อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ไทยที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มาออกอากาศทางช่อง MRTV4 (อัมพร จิรัฐติกร , 2559) และ Channel 7 ในเวลาต่อมา ส่งผลให้ผู้ชมชาวเมียนมาทั่วไปเริ่มรู้จักและหันมาสนใจรับชมละครโทรทัศน์ไทยเรื่องยาวหรือที่ชาวเมียนมาเรียกว่า “โยเดีย เซ้ะเหล่นตวย” (Yodia Setlanthwe) กันมากขึ้นหลังจากที่รู้จักและรับชมเพียงภาพยนตร์ไทยเสียเป็นส่วนใหญ่ (นาง ธันดา อู, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560)

ทั้งนี้ความชื่นชอบและคลั่งไคล้ดารานักแสดงชาวไทยจากภาพยนตร์ไทยถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ชมชาวเมียนมาโดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นเพศหญิงหันมาสนใจติดตามและเปิดรับสื่อบันเทิงไทยมากขึ้น เช่น “มาริโอ้ เมาเร่อ” พระเอกชื่อดังจากภาพยนตร์ไทยแนวผีปนตลกเรื่อง “พี่มาก...พระโขนง” ที่โด่งดังมากในประเทศเมียนมาเมื่อหลายปีก่อน (นาย ลวิน หม่า ทุน (Lwin Mar Htun), 2014) และยังคงได้รับกระแสตอบรับที่ดีอย่างต่อเนื่องจนผู้จัดจำหน่ายสินค้าไทยในประเทศเมียนมาบางรายที่ “มาริโอ้ เมาเร่อ” เป็นผู้แสดงภาพยนตร์โฆษณาสินค้า (Presenter) ที่ประเทศไทยอยู่แล้ว ถึงกับเชิญมาริโอ้ให้มาร่วมงานเลี้ยงเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่นครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา เพื่อดึงดูดความสนใจของบรรดาสื่อมวลชนและผู้บริโภคสาว ๆ ชาวเมียนมา (“Thai Superstar, Mario Maurer Joined POND’s Men Launch Party In Yangon,” 2015)

อย่างไรก็ตาม บริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ถือเป็นผู้บุกเบิกในการนำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศที่ต่างประเทศ ซึ่งสำหรับประเทศเมียนมานั้นจะออกอากาศด้วยเสียงภาษาไทยและใส่บทบรรยาย (Subtitle) เป็นภาษาเมียนมาเพื่อให้ได้รรถรสจากเสียงนักแสดงจริงมากกว่าเสียงพากย์ที่ไม่ค่อยสื่ออารมณ์นัก ทั้งนี้ละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ที่เลือกมาจะเป็นแนวผีเนื่องจากทางบริษัทเคยสำรวจความชื่นชอบระหว่างละครแนวรักกับละครแนวผีมาแล้ว ซึ่งผลปรากฏว่าชาวเมียนมาส่วนใหญ่ชื่นชอบละครแนวผีมากกว่า ที่เป็นเช่นนี้อาจเพราะชาวเมียนมานิยมรับชมละครแนวรักจากเกาหลีได้เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว เมื่อเปิดประเทศและกฎหมายการควบคุมเนื้อหาสื่อถูกปรับเปลี่ยนจึงทำให้ผู้ชมชาวเมียนมาที่มีประเพณีความเชื่อเกี่ยวกับผีสงและโชคลางอยู่ก่อนแล้วหันมาตอบสนองความต้องการในการรับชมเนื้อหาส่วนที่ถูกปิดกั้นมาเป็นเวลานานจากละครโทรทัศน์แนวผีซึ่งมีปริมาณการผลิตจำนวนมากในประเทศไทย (อัมพร จิรัฐติกร, 2559)

ขณะที่ Forever BEC-Tero Entertainment Public Company Limited จะคัดเลือกจากละครโทรทัศน์ไทยที่ผลิตโดยสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวไทยมาออกอากาศทาง Channel 7 โดยแบ่งเป็นแบบเสียงภาษาไทยพร้อมบทบรรยายแปลภาษาเมียนมา (Subtitle) และแบบพากย์เสียงใหม่เป็นภาษาเมียนมา (Dubbing) โดยละครโทรทัศน์ไทยแบบพากย์เสียงภาษาเมียนมาเรื่องแรกที่ได้ออกอากาศอย่างเป็นทางการและถือว่าเป็นใบเบิกทางที่ดีในการทำให้ละครโทรทัศน์ไทยเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้ชมชาวเมียนมาทั่วไป รวมถึงได้รับการยอมรับจากผู้บริหารชาวเมียนมาของ Channel 7 จนทำให้ได้สิทธิ์ในการออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันคือละครชื่อดังเรื่อง “วนิดา” ฉบับ (Version) นำแสดงโดยเจษฎาภรณ์ ผลดี และ ทักษอร เตชะณรงค์ (ภักดีสุขเจริญ) ดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย โดย “วนิดา” เป็นละครย้อนยุคแนวรักโรแมนติกที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับนายทหารยศพันตรีนามว่า “ประจักษ์” หนุ่มกตัญญูรูปงามที่มีมารดาติดหนี้เศรษฐีคนหนึ่ง จนเขาต้องตอบรับการแต่งงานทั้งที่มีคนรักอยู่แล้วเพื่อชดใช้หนี้แทนมารดาให้กับเศรษฐีเจ้าหนี้ ซึ่งเป็นบิดาของสาวสวย เก่ง ฉลาดที่ชื่อว่า “วนิดา หรือ นิด” โดยเศรษฐีต้องการให้วนิดาแต่งงานกับพันตรีประจักษ์เพราะรู้ว่าชายคนนี้เป็นคนดีและจะสามารถดูแลบุตรสาวของตนได้ในอนาคต ซึ่งแม้การแต่งงานจะเกิดขึ้นจากความไม่เต็มใจของทั้งคู่แต่เรื่องราวและอุปสรรคปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ประกอบกับความดีและความจริงใจของกันและกันก็ทำให้จิตใจของทั้งคู่เกิดเป็นความรักความผูกพันขึ้นในที่สุด

ทั้งนี้นาย โซ ทูระ (Soe Thura) ผู้จัดการฝ่ายภูมิภาคชาวเมียนมา (Country manager) ของ Forever BEC-Tero ได้ให้สัมภาษณ์ผ่านทางเว็บไซต์ mizzima news from Myanmar ในปี 2014 ถึงเหตุผลที่เลือกละครเรื่อง “วนิดา” มาออกอากาศเป็นเรื่องแรกว่าเป็นละครที่ค่อนข้างได้รับความนิยมในประเทศไทย นอกจากนี้ทางบริษัทยังวางแผนที่จะผลิตละครไทยแบบพากย์เสียงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในอนาคต (Phyu Phyu Zin, 2014)

นับจากวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ.2557 ซึ่งเป็นวันที่ละครเรื่องวนิดาเริ่มออกอากาศครั้งแรกทางสถานีโทรทัศน์ Free TV ช่อง Channel7 ของประเทศเมียนมา ละครโทรทัศน์ไทยยอดนิยมเรื่องต่อ ๆ มากี่ได้รับการแปลและพากย์เสียงใหม่เป็นภาษาเมียนมา (Dubbing) อย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลากว่า 3 ปีแล้ว โดยจนถึงปัจจุบัน (พฤษภาคม พ.ศ.2561) มีละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศแล้วและที่กำลังออกอากาศอยู่ทาง Channel7 จำนวน 27 เรื่อง ได้แก่ 1.วนิดา 2.ธราหิมาลัย 3.ดวงใจอัคนี 4.ปฐพี เล่ห์รัก 5.วายุภักตมนตรา (เรื่องที่ 2 - 5 เป็นละครชุดสี่หัวใจแห่งขุนเขา) 6.คุณชายธราธร 7.คุณชายปวรจุ 8.คุณชายพุมิภัทร 9.คุณชายรัชชานนท์ 10.คุณชายรณพีร์ (เรื่องที่ 6 - 10 เป็นละครชุดสุภาพบุรุษจุฑาเทพ) 11.ธณีนีนี่ใครครอง 12.รักประกาศิต 13.รักเกิดในตลาดสด 14.มายาตวัน 15.มนต์จันทร์ 16.ฟ้ากระจ่างดาว (เรื่องที่ 14 - 16 เป็นละครชุดสามทหารเสือ) 17.รักนี้ใจจัดให้

18.สามีตีตรา 19.ทรายสีเพลิง 20.ไฟรักเพลิงแค้น 21.ต้นรักกริมรั้ว 22.มาตามดัน 23.สามี 24.ดาวเรือง 25.รักคุณเท่าฟ้า 26.คุณสามี(กำมะลอ)ที่รัก และ 27.แอบรักออนไลน์ โดยทีมงานจะตั้งชื่อละครเหล่านี้ใหม่เป็นภาษาเมียนมาทั้งหมด (มณรวี แยมนวนม, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2560)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าในระยะเวลากว่า 3 ปีนี้ละครโทรทัศน์ไทยจะเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับมากขึ้นเรื่อย ๆ จากการนำเข้ามาออกอากาศอย่างเป็นทางการผ่านสถานีโทรทัศน์เมียนมาทั้ง 2 ช่อง แต่ละละครโทรทัศน์ที่ผู้จัดจำหน่ายได้คัดเลือกมาจากความนิยมของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวไทยกลับไม่ได้รับความนิยมนเท่าที่ควรจากผู้ชมชาวเมียนมาเสมอไป ดังเช่นละครชุดสุภาพบุรุษจุฑาเทพทั้ง 5 เรื่อง ได้แก่ คุณชายธราธร คุณชายปวรรุจ คุณชายพุมิภัทร คุณชายรัชชานนท์ และคุณชายรณพีร์ ที่ได้รับความนิยมนอย่างท่วมท้นจากผู้ชมชาวไทยจนทำให้ดารานักแสดงหน้าใหม่หลายคนโด่งดังในช่วงข้ามคืน กลับไม่มีผลด้านความชื่นชอบหรือความนิยมของผู้ชมชาวเมียนมาเท่าไรนัก (อัมพร จิรัฐติกร, 2559) ซึ่งประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาเป็นอย่างไร มีรสนิยมความชื่นชอบแบบใด ตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยเหตุจูงใจใด เช่น เนื้อเรื่องสนุกมีสาระ การเล่าเรื่องที่ชวนติดตาม เครื่องแต่งกายงดงาม มีนักแสดงนำสวยหล่อ เป็นต้น นอกจากนี้หากทราบถึงการเปิดรับข่าวสารและพฤติกรรมกรรมการรับชมที่มีต่อละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมา ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการตลาดและการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมละครโทรทัศน์ไทยด้วย

งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งศึกษาผู้รับชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมา โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายในนครย่างกุ้ง (Yangon) ที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปเป็นหลัก ซึ่งถือว่าบรรลุนิติภาวะตามกฎหมายของประเทศเมียนมาแล้ว โดยมีข้อมูลด้านการเปิดรับข่าวสารและพฤติกรรมกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันมาเป็นแนวทางในการศึกษาด้านความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยในด้านต่าง ๆ ของผู้ชมชาวเมียนมาในอนาคต เพื่อประยุกต์เป็นแนวทางทางการตลาดให้แก่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายชาวไทยได้ทำความเข้าใจผู้ชมชาวเมียนมาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด สำหรับเป็นองค์ความรู้พื้นฐานในการตัดสินใจคัดเลือกและซื้อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศจนละครโทรทัศน์ไทยได้รับความนิยมยิ่งขึ้น และอาจเป็นการเปิดทางให้ธุรกิจละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมาได้เติบโตต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ และใช้ความคิดสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญาที่พร้อมสร้างสรรค์ผลงานต่อไปเพื่อเพิ่มพูนมูลค่าของสินค้าและบริการ ซึ่งย่อมนรวมไปถึงอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงด้วย ทั้งนี้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นับเป็นนโยบายสำคัญในนโยบาย Thailand 4.0 ของรัฐบาลปัจจุบัน (พ.ศ.2561) ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาโดยมีปัญหานำวิจัยดังต่อไปนี้

ปัญหานำวิจัย

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เป็นอย่างไร
2. พฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เป็นอย่างไร
3. ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เป็นอย่างไร
4. ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง
2. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง
3. เพื่อสำรวจความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง
4. เพื่ออธิบายการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

1. ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน
2. ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน
3. ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งจะมุ่งศึกษาเฉพาะผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมาที่มีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนที่อาศัยอยู่ในนครย่างกุ้ง ใช้การวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิงสำหรับการทดสอบสมมติฐานด้วยการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยด้วยวิธี t-test, ANOVA และ LSD

นิยามคำศัพท์

ผู้วิจัยได้นิยามคำศัพท์สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ เพื่อความเข้าใจที่ตรงกันของผู้วิจัยและผู้อ่าน ได้แก่

1. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง การที่ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในนครย่างกุ้งประเทศเมียนมาได้รู้ ได้เห็น ได้ฟังเนื้อหาเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย โดยพิจารณาจากช่องทางที่ประกอบไปด้วยสื่อมวลชน สื่อออนไลน์ และสื่อบุคคล รวมถึงความถี่ในการเปิดรับ

2. พฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง การรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ได้แก่ ช่องทางการรับชม สถานที่ที่รับชม บุคคลที่รับชมด้วยกัน ระยะเวลาการรับชม ความถี่ในการรับชม ความต่อเนื่องในการรับชม และเหตุผลในการรับชม

3. ความต้องการชมละคร หมายถึง การที่ผู้ชมระบุถึงลักษณะของละครโทรทัศน์ไทยที่ชื่นชอบ โดยพิจารณาจากประเภทละคร (Genres) องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย ดารานักแสดงนำ มิติทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางเนื้อหาของละครกับผู้ชม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1) ประเภทละคร (Genres) หมายถึง ตระกูลหรือแนวของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ที่สร้างความคาดหวังให้แก่ผู้ชมว่าสิ่งที่กำลังจะได้ชมนั้นมีเนื้อหาและรูปแบบเช่นไร โดยในงานวิจัยนี้จำแนกภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ไทยออกเป็น 13 ประเภทหลัก ได้แก่

- 1.แนวรัก แยกออกเป็นแนวชีวิตรักและแนวรักโรแมนติก
- 2.แนวสยองขวัญและแนวผี แยกออกเป็นแนวผีน่ากลัวและแนวผีตลก
- 3.แนวตลก
- 4.แนวประวัติศาสตร์
- 5.แนวสะท้อนปัญหาสังคม
- 6.แนวอาชญากรรม
- 7.แนวสืบสวนสอบสวน
- 8.แนวบู๊และต่อสู้ด้วยศิลปะป้องกันตัว
- 9.แนวผจญภัย
- 10.แนวจินตนาการ (แฟนตาซี)
- 11.แนวที่เกี่ยวกับสัตว์
- 12.แนวที่เกี่ยวกับเด็ก และ
- 13.แนวเพลง

3.2) องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่รวมกันเป็นละครโทรทัศน์ไทย เช่น คำโครงเรื่อง แก่นเรื่อง การเล่าเรื่อง สถานที่ ตัวละคร การแสดงออกทางภาษากาย และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

3.3) ดารานักแสดงนำ หมายถึง ผู้แสดงหลักของละครโทรทัศน์ไทย เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวและอารมณ์ของตัวละครมาสู่ผู้ชม เช่น นักแสดงนำในบทพระเอกและนางเอก โดยมีคุณสมบัติที่ดี ได้แก่ ผลงาน ฝีมือการแสดง รูปร่างหน้าตา บุคลิกภาพ

3.4) มิติทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางเนื้อหาของละครกับผู้ชม หมายถึง ความใกล้เคียงทางประเพณี วัฒนธรรม และความเชื่อระหว่างชาวไทยกับชาวเมียนมา รวมถึงเนื้อหาของละครโทรทัศน์ที่สัมพันธ์และใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของชาวเมียนมา

4. ละครโทรทัศน์ไทย หมายถึง รายการโทรทัศน์ในรูปแบบการแสดงเพื่อความบันเทิงที่ผลิตโดยผู้ผลิตชาวไทย มีบทพูดเป็นภาษาไทย ดำเนินเรื่องต่อเนื่องกันทั้งเรื่อง โดยในงานวิจัยนี้หมายถึงเฉพาะละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศที่ประเทศเมียนมา เช่น ละครเรื่องวนิดา ธรณีนีนี้ใครครอง รักเกิดในตลาดสด มาตามดั้น มนต์จันทร์รา สามีตีตรา เป็นต้น

5. ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง หมายถึง ผู้มีสัญชาติเมียนมาและอาศัยอยู่ในนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา (Myanmar) และเคยรับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างน้อย 1 เรื่องภายในระยะเวลา 6 เดือน

6. ลักษณะทางประชากร หมายถึง คุณลักษณะทางกายภาพของประชากร ในงานวิจัยครั้งนี้หมายถึงเฉพาะเพศ อายุ และระดับการศึกษา

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายละครโทรทัศน์ชาวไทยในการตัดสินใจเลือกและซื้อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ไทยเรื่องต่อ ๆ ไป มาตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง (Yangon) ได้
2. เพิ่มพูนองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิต องค์ประกอบละคร และการสื่อสารการตลาดของละครโทรทัศน์ไทย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง” มีแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)
3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทละคร ประเภทของละครโทรทัศน์ (Genres) และองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย
4. ช่องทางและพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมา
5. ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และการเลือกชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมา
6. แนวคิดเกี่ยวกับดารานักแสดงและความดึงดูดใจ และรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมา
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและการรับรู้

ข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่จำนวนมากในสังคมมาจากหลายแหล่งข้อมูลและหลายช่องทาง ซึ่งล้วนคอยกระตุ้นความสนใจของบุคคลอยู่เสมอ เช่น ข่าวสังคมความเป็นอยู่ สภาพเศรษฐกิจและการเมืองที่มีผลต่อปากท้อง การศึกษา รวมถึงสารบันเทิง ซึ่งแม้ว่าข่าวสารจะมีประโยชน์ในการนำไปใช้ประกอบการตัดสินใจหรือทำกิจกรรมในชีวิตประจำวัน แต่บุคคลก็ไม่สามารถรับข่าวสารทั้งหมดที่ผ่านเข้ามาได้ จึงจำเป็นต้องเลือกเปิดรับสื่อและรับรู้เฉพาะข้อมูลที่ตนสนใจและหลีกเลี่ยงการเปิดรับข้อมูลที่ไม่ต้องการหรือคิดว่าไม่มีคุณค่าเพียงพอ

การเปิดรับข่าวสาร เริ่มจากการเปิดรับสิ่งเร้าขั้นพื้นฐาน เช่น แสง สี รส กลิ่น เสียง และผิวสัมผัส ผ่านทางประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของมนุษย์ ได้แก่ ตา ปาก จมูก หู นิ้วและผิวหนัง ส่วนการรับรู้ นั้นเป็นกระบวนการในการเลือก จัดการทำความเข้าใจ และตีความสิ่งที่เข้ามากระตุ้นเร้าความสนใจเหล่านั้น ซึ่งแต่ละบุคคลย่อมสนใจ เลือกรับรู้ และตีความหมายของสิ่งเร้า ข่าวสาร และสิ่งที่มีรอบกาย

ไปตามความสอดคล้องด้านประสบการณ์ ความต้องการ และอคติที่ตนเองมี นอกจากนี้สิ่งเร้ายังสามารถกระตุ้นให้บุคคลนึกย้อนไปถึงความทรงจำในอดีตได้อีกด้วย (Solomon, 2015)

ทั้งนี้ หากเปรียบเทียบมนุษย์กับคอมพิวเตอร์แล้ว Solomon (2015) กล่าวว่ามนุษย์มีการดำเนินการข้อมูลข่าวสาร (Information Processing) โดยการใส่และเก็บข้อมูลเช่นเดียวกับคอมพิวเตอร์ แต่สิ่งที่ต่างก็คือมนุษย์จะไม่ดำเนินการข้อมูลอะไรก็ตามที่เข้ามาไปเรื่อย ๆ ดังนั้น **กระบวนการในการรับรู้ข่าวสาร**ของมนุษย์จึงประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเปิดรับ (Exposure) เกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้าเข้ามากระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของบุคคล ได้แก่ ตา หู จมูก ปาก ผิวหนัง (Sensory Receptors) ทั้งนี้ในแง่การตลาดจะใช้เทคนิคต่าง ๆ ที่สามารถทำให้สิ่งเร้าเหล่านั้นสามารถกระตุ้นการตอบสนองของผู้บริโภคจนเปิดรับสารทั้งที่ยังมีสติ แต่บางครั้งก็จะใช้เทคนิคการส่งสิ่งเร้าไปกระตุ้นจิตใต้สำนึกของบุคคล (Subliminal Messaging Techniques) ซึ่งเบาเกินกว่าที่ผู้บริโภคจะรับรู้ได้จนสามารถชักจูงผู้บริโภคให้คิด เชื่อ หรือมีพฤติกรรมที่คล้อยตามสารโดยไม่รู้ตัว

2. ความสนใจ (Attention) เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องมาจากการเปิดรับสิ่งเร้า ซึ่งย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งเร้าว่าน่าสนใจมากน้อยเพียงใด เช่น ขนาด สี ความแปลกใหม่ นอกจากนี้ตัวผู้รับสารเองก็เป็นปัจจัยสำคัญด้วย เนื่องจากในวันและเวลาเดียวกัน มีเหตุการณ์และข้อมูลเข้ามาสู่ผู้รับสารเป็นจำนวนมาก จึงอาจทำให้สับสน เครียด และยากที่จะตั้งใจหรือมีสมาธิ ดังนั้นผู้รับสารจึงเลือกสนใจเฉพาะสิ่งที่ต้องการในเวลานั้นเท่านั้น

3. การตีความ (Interpretation) เป็นการให้ความหมายต่อสิ่งเร้า ซึ่งแต่ละบุคคลสามารถให้ความหมายที่แตกต่างกันได้อย่างสิ้นเชิงแม้ว่าจะเป็นเหตุการณ์เดียวกัน โดยขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีต ภูมิหลัง ความต้องการ และความคาดหวังที่แต่ละบุคคลมีต่อสิ่งเร้า

กระบวนการรับรู้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการส่งข่าวสารข้อมูล ซึ่งอันธนูไร เตชะสวัสดิ์ (2547) อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการส่งข่าวสารข้อมูล หรือ การดำเนินงานส่งข่าวสารข้อมูล (Information Processing) ไว้ว่ามีทั้งหมด 4 ขั้นตอน โดยมีการรับรู้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการส่งข่าวสารข้อมูลที่ต่อเนื่องกันมาตั้งแต่ผู้รับสารเปิดรับสิ่งเร้าจากภายนอก ไม่ว่าจะเป็นสภาวะแวดล้อมรอบตัวหรือกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ มาจนถึงการเก็บบันทึกข้อมูลข่าวสารไว้ในความทรงจำเพื่อนำออกมาใช้ในยามที่ต้องตัดสินใจอะไรบางอย่างในอนาคต ซึ่งรายละเอียดทั้ง 4 ขั้นตอนได้แก่

1. การเปิดรับ (Exposure) เกิดขึ้นเมื่อสิ่งเร้าหรือข่าวสารที่มีประสิทธิภาพสามารถผ่านเข้าไปกระตุ้นประสาทสัมผัสของบุคคลจนการเปิดรับและเริ่มต้นการรับรู้ เช่น เห็นภาพ ได้ยินเสียง ได้กลิ่น หอม ทั้งนี้การเปิดรับแบ่งเป็นเปิดรับโดยบังเอิญและแบบจงใจ โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

2. ความใส่ใจหรือตั้งใจ (Attention) เกิดจากการที่ผู้รับสารสนใจสิ่งเร้าและตั้งใจนำมาขบคิดตีความในสมองอย่างมีสติ โดยแบ่งเป็นระดับความทุ่มเทใส่ใจต่ำและระดับความทุ่มเทใส่ใจสูง ขึ้นอยู่กับระดับความเกี่ยวพันและความต้องการในใจที่มากน้อยระหว่างข่าวสารและบุคคลที่รับสาร รวมถึงลักษณะความดึงดูดใจของข่าวสาร เช่น ความแปลกพิสดาร ความเคลื่อนไหว การใช้เสียงพิเศษ การใช้ผู้มีชื่อเสียงอย่างดารา นักร้อง

3. ความเข้าใจ (Comprehension) เป็นความพยายามในการแปลความหมายสารและให้ข้อสรุปตามความเข้าใจของผู้รับสาร โดยแบ่งเป็นความพยายามระดับต่ำและระดับสูงเช่นกัน ทั้งนี้ ความรู้ ประสบการณ์ และความคาดหวังของบุคคลล้วนส่งผลต่อการแปลความหมายทั้งสิ้น ดังนั้นผู้รับสารจึงมีแนวโน้มที่แปลความหมายข้อมูลข่าวสารตามความคาดหวังในใจ

4. ความทรงจำ (Memory) คือการบันทึกความหมายของข้อมูลข่าวสารที่ตนเองเข้าใจไว้ในสมอง โดยแบ่งเป็นความทรงจำระยะสั้นที่นำข้อมูลไปใช้ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในช่วงเวลานั้น และความทรงจำระยะยาวซึ่งบุคคลจะเก็บข้อมูลความรู้สึกไว้เป็นประสบการณ์เพื่อช่วยในการตัดสินใจครั้งต่อไป

รายละเอียดดังกล่าวสอดคล้องกับกระบวนการเลือกเปิดรับสื่อหรือข่าวสารของ Klapper (1960) ที่ว่าความสนใจ ความคิดเห็น และความมีใจโน้มเอียงของบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในแง่ของสื่อมวลชนและผลกระทบจากการสื่อสาร โดยคนส่วนใหญ่มีแนวโน้มจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารตามที่สนใจและสอดคล้องกับทัศนคติที่ย่อมต่างกันไป นอกจากนี้ยังหลีกเลี่ยงการเปิดรับและรับรู้ข่าวสารที่ขัดแย้งกับตนเองไม่ว่าจะโดยตั้งใจหรือโดยไม่รู้ตัว มีการตีความหรือสร้างข่าวสารที่ไม่เห็นด้วยขึ้นใหม่ให้สอดคล้องกับมุมมองของตนหรือพร้อมจะลืมข่าวสารที่ไม่รู้สึกคล้อยตามทั้งไป กระบวนการเหล่านี้สัมพันธ์กับการป้องกันตนเอง (Self-protective) ซึ่งกลายเป็น 3 ขั้นตอนในการเลือกของแต่ละบุคคล คือ

1. การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure or Self Selection) คือบุคคลมีแนวโน้มจะเปิดเผยตนเองต่อสื่อมวลชนที่สอดคล้องกับความคิดเห็นและความสนใจของตน พร้อมกับหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ตนไม่พอใจหรือไม่รู้สึกเห็นใจ

2. การเลือกรับรู้ (Selective Perception) คือการเลือกรับรู้และตีความข่าวสารที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลแม้ว่าจะได้รับสารชนิดเดียวกันในเวลาเดียวกันก็ตาม เพราะบุคคลย่อมตีความสารให้สอดคล้องกับประสบการณ์ ความเชื่อ และทัศนคติของตนเอง ยิ่งกว่านั้นยังมักบิดเบือนข้อมูลข่าวสารที่ขัดแย้งให้มาสอดคล้องกับมุมมองของตน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) คือบุคคลจะเลือกจดจำข้อมูลข่าวสารที่เลือกรับรู้ เฉพาะในส่วนที่ตรงกับทัศนคติ ขณะเดียวกันก็พร้อมลืมข้อมูลที่มีทัศนคติไม่ตรงกันหรือไม่สนใจ

ทั้งนี้ระยะเวลาของความทรงจำเกี่ยวกับข่าวสารอาจเป็นไม่กี่วัน หลายสัปดาห์ หรือนานกว่านั้น ขึ้นอยู่กับความสนใจและความต้องการของบุคคลที่มีต่อข่าวสารแต่ละเรื่อง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าเมื่อมีข้อมูลข่าวสารผ่านเข้ามาในชีวิตประจำวัน แต่ละบุคคลจะมีกระบวนการในการป้องกันตนเองจากข้อมูลที่มาจนเกินไป โดยใช้กระบวนการดำเนินข่าวสารข้อมูล 4 ขั้นตอนหลัก คือ การเปิดรับเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่สนใจและสอดคล้องกับทัศนคติ การรับรู้ การตีความและทำความเข้าใจ และการบันทึกจดจำข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ไว้ใช้ในยามที่ต้องการ

ทั้งนี้ ในด้านสื่อ นั้น McQuail (1997) อธิบายว่าสื่อแต่ละชนิดมีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับช่วงเวลาต่าง ๆ ของผู้รับสารมากไปกว่ากิจกรรมที่ทำในชีวิตประจำวัน เช่น สื่อวิทยุและเครื่องเล่นเพลงสามารถเป็นเพื่อนเวลาขับรถหรือทำงานบ้าน สื่อสิ่งพิมพ์ใช้อ่านแก้เหงาขณะนั่งรอหรือท่องเที่ยว ขณะที่โทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อที่ให้ข้อมูลหลากหลายโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายและยังสามารถเข้าถึงผู้รับสารได้เป็นจำนวนมากนั้นถือได้ว่ามีอิทธิพลมากกว่าใคร เนื่องจากผู้รับสารสามารถใช้ได้ทั้งในยามที่ต้องการความเป็นส่วนตัว ใช้เมื่ออยู่กับครอบครัว หรือเป็นเพื่อนแก้เหงาในครัวเรือนยามว่าง ทั้งนี้ผู้รับสารในแต่ละช่วงวัยย่อมมีพฤติกรรมการใช้สื่อที่แตกต่างกันไป กาญจนา แก้วเทพ (2552) จึงได้วิเคราะห์แบบแผนการใช้สื่อและข่าวสารของผู้รับที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการและลำดับขั้นของชีวิต (Life cycle) เช่น

วัยเด็ก ส่วนใหญ่จะใช้สื่อและเปิดรับข่าวสารตามการตัดสินใจเลือกของพ่อแม่ผู้ปกครอง โดยผู้รับสารวัยเด็กมักจะรับสื่อภายในบ้าน เช่น สื่อโทรทัศน์ นอกจากนี้ผู้ปกครองโดยทั่วไปยังกำหนดด้วยว่าเด็ก ๆ สามารถรับชมโทรทัศน์ได้จนถึงเวลากี่โมง

วัยรุ่น จะลดปริมาณการใช้สื่อภายในบ้านลง แล้วหันไปใช้สื่อออนไลน์ร่วมกับกลุ่มเพื่อนมากขึ้น เช่น ลดการรับชมโทรทัศน์ที่บ้านแล้วหันไปชมภาพยนตร์กับเพื่อนแทน

วัยทำงาน เป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีพฤติกรรมการใช้สื่อทั้งภายในและภายนอกบ้าน แต่ชนิดของสื่อและรูปแบบของข้อมูลข่าวสารที่สนใจเลือกเปิดรับนั้นจะเปลี่ยนแปลงไป เช่น ผู้หญิงวัยทำงานฐานะค่อนข้างดีอาจติดตามข่าวสารรอบตัวจากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร คลายเครียดจากงานด้วยการรับชมรายการโทรทัศน์ และปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับสื่อบุคคลต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้สามารถทำได้อย่างสะดวกและง่ายดายเพียงแค่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต

วัยสูงอายุ ส่วนใหญ่มักจะหันกลับมาใช้สื่อภายในบ้านอีกครั้งหนึ่ง

อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์ดังกล่าวอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้นเสมอไป เนื่องจากปัจจุบันพฤติกรรมการใช้สื่อของผู้คนในหลายช่วงอายุเปลี่ยนแปลงไปมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ส่วนใหญ่มักหันมาใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่รองรับการใช้งานอินเทอร์เน็ต (Smartphone) กันมากขึ้น เนื่องจาก

ต้องการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) ยูทูบ (YouTube) เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับลูกหลานและเพื่อนฝูง ความเพลิดเพลินกับการอยู่ในโลกแห่งความบันเทิง รวมถึงเพื่อความทันสมัยในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจและอยากรู้อย่างต่อเนื่อง

แต่ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลการใช้สื่อแบบใดก็ตาม บุคคลต่างก็เปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นหลักตามการวิเคราะห์ของ McCombs และ Becker (1979, อ้างถึงในณัฐญา โรจนพิทยากุล, 2556) คือ

1. เพื่อเฝ้าระวังและรู้เท่าทันเหตุการณ์ความเคลื่อนไหวรอบตัว (Surveillance)
2. เพื่อให้มีข้อมูลและความคิดเห็นเพิ่มเติมมาช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะเรื่องในชีวิตประจำวัน

3. เพื่อใช้เป็นหัวข้อและเรื่องราวในการสนทนาพูดคุยกับผู้อื่น (Discussion)
4. เพื่อการมีส่วนร่วมในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม (Participation)
5. เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดและรับความบันเทิง (Relax and Entertainment)

การใช้สื่อเพื่อตอบสนองความต้องการจากการวิเคราะห์ของ McCombs และ Becker ใกล้เคียงกับที่ J. Lull (1982, อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552) ได้วิเคราะห์ถึงตัวอย่างการใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสังคม (Social Uses of Media) โดยขึ้นอยู่กับชนิดของสื่อที่ผู้รับสารเลือกใช้ด้วย เช่น

1. เพื่อเพิ่มศักยภาพในการควบคุมสถานการณ์ เนื่องจากการได้ทราบข้อมูลข่าวสารก่อนผู้อื่น อาจทำให้ผู้รับสารนั้นสามารถเตรียมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี
2. เพื่อเรียนรู้สังคม ซึ่งไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่สามเส้า การเสพยาเสพติด หรือการใช้ชีวิตในเรือนจำ ผู้รับสารสามารถเรียนรู้และเข้าใจวิธีการรับมือกับปัญหาแบบต่าง ๆ พร้อมกับผลลัพธ์ที่ได้รับโดยไม่เป็นอันตราย ผ่านการรับชมละครโทรทัศน์
3. เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น โดยข้อมูลข่าวสารที่ได้รับรู้ทำให้ผู้รับสารนำมาเป็นหัวข้อในการสนทนาเพื่อผูกสัมพันธ์และเชื่อมต่อมิตรภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกครอบครัวหรือเพื่อนฝูง ดังเช่น ผู้ชายวัยทำงานบางกลุ่มที่รับชมละครโทรทัศน์หลังข่าวเพื่อจะได้สามารถร่วมวงสนทนากับเพื่อนร่วมงานผู้หญิงได้
4. เพื่อหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์หรือบางสถานการณ์ที่ไม่ต้องการ เช่น วัยรุ่นรับชมโทรทัศน์ภายในห้องส่วนตัวแทนการรับชมร่วมกับสมาชิกคนอื่นที่ห้องนั่งเล่น เพราะต้องการอยู่คนเดียว หลีกเลี่ยงการสนทนา รวมถึงจัดการอารมณ์และความคิด
5. เพื่อจัดวางตารางการใช้ชีวิตประจำวันให้เป็นปกติ เนื่องจากผู้คนส่วนใหญ่ผูกพันกับการใช้สื่อตั้งแต่เช้าจนค่ำ เช่น เริ่มเปิดโทรทัศน์หรือวิทยุตั้งแต่ตื่นนอนเพื่อใช้เสียงเป็นเพื่อน อ่าน

หนังสือพิมพ์ในช่วงเวลาอาหารเช้า เปิดวิทยุฟังขณะขับรถ รับชมข่าวช่วงอาหารเย็น และรับชมละครโทรทัศน์ก่อนเข้านอน ถึงแม้ว่าสื่อที่ผู้คนส่วนใหญ่ใช้เปิดเพื่อรับข้อมูลข่าวสารประเภทต่าง ๆ ในปัจจุบันจะเปลี่ยนเป็นสื่อทันสมัยอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่เรียกว่าสมาร์ทโฟน (Smartphone) ก็ตาม

ความต้องการจากการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารในช่วงต้นของบุคคลสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ของละครโทรทัศน์ในฐานะที่เป็นสื่อด้านความบันเทิงแขนงหนึ่ง โดย McQuail, Blumler, และ Brown (1972, as cited in McQuail, 1997) ได้ศึกษาเกี่ยวกับรายการวิทยุและโทรทัศน์ใน Britain และสรุปความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อสื่อในด้านที่สำคัญที่สุดไว้ 4 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความบันเทิง (Diversion) เป็นการหลีกเลี่ยงไปจากชีวิตประจำวันหรือปัญหาต่าง ๆ รวมถึงการผ่อนคลายทางอารมณ์
2. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Personal relationships) เช่น การสร้างมิตรภาพไมตรี และการใช้ประโยชน์ในการเข้าสังคม
3. ด้านเอกลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) โดยใช้สื่อเป็นแหล่งอ้างอิงของตนเอง สำนึกความจริง และสนับสนุนค่านิยม
4. ด้านการสอดส่องดูแล (Surveillance) ซึ่งอยู่ในรูปแบบของการค้นหาข้อมูลเพื่อทราบถึงสถานการณ์ต่าง ๆ และระมัดระวังยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ นอกจากความพึงพอใจต่อสื่อในช่วงต้นแล้ว สมสุข หินวิมาน (2545) เพิ่มเติมว่าการรับชมละครโทรทัศน์ยังมีบทบาทในการบำบัดหรือทดแทนบางสิ่งซึ่งขาดหายไปในโลกแห่งความเป็นจริง รวมถึงทำให้ผู้ชมได้เห็นโลกกว้างและได้เรียนรู้เหตุการณ์ที่อาจไม่มีทางได้เข้าไปมีส่วนร่วมได้เลยในชีวิต เช่น การได้ย้อนกลับไปเห็นวิถีชีวิตและการแต่งกายของประชาชนในสมัยรัชกาลที่ 5 ผ่านการรับชมละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาย้อนยุคสลับกับปัจจุบันเรื่อง “ทวิภพ”

ดังนั้นจากวิเคราะห์ของนักวิชาการหลายท่านดังข้างต้น จึงสรุปได้ว่าบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวกับละครโทรทัศน์เนื่องจากเหตุผลและความพึงพอใจหลายด้าน เช่น เพื่อความบันเทิงและคลายเหงา เพื่อเข้าสังคมและสานสัมพันธ์โดยการสนทนาเรื่องละคร เพื่อให้มีข้อมูลเพิ่มเติมในการระแวดระวังและช่วยคิดตัดสินใจในบางเรื่อง รวมถึงการได้เห็นและได้เรียนรู้โลกกว้างโดยไม่อันตราย

อย่างไรก็ตาม McQuail (1997) วิเคราะห์ว่าการใช้สื่อย่อมสัมพันธ์กับลักษณะทางสังคมและประชากรของผู้รับสาร โดยเฉพาะด้านอายุ รายได้ เพศ อาชีพ ในขณะที่ความต้องการในการเลือกเปิดรับข่าวสารจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ เช่น การต้องการหาข้อมูล ต้องการพักผ่อน ต้องการสัมผัสสังคมภายนอก นอกจากนี้ปัจจัยด้านสื่อตัวเลือกและปัจจัยด้านรูปแบบของผู้รับสารก็มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับข่าวสารของแต่ละคนเช่นกัน ซึ่งปัจจัยด้านผู้รับสารที่ McQuail ได้วิเคราะห์ไว้มีดังนี้

1. ภูมิหลังและสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยเฉพาะระดับสังคม การศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม การเมือง สิ่งแวดล้อมของครอบครัว และถิ่นที่อยู่
 2. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพครอบครัว ระดับรายได้ รวมถึงรูปแบบ การใช้ชีวิต เนื่องจากลักษณะการใช้ชีวิตที่ไม่เหมือนเดิมในแต่ละวันย่อมส่งผลต่อรสนิยมและความต้องการในการเลือกเปิดรับสื่อที่ต่างกัน
 3. ความต้องการในการเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องผลประโยชน์ของตนเอง โดยขึ้นอยู่กับภูมิหลังของแต่ละคนประกอบกับสถานการณ์ในช่วงเวลานั้น
 4. รสนิยมและความชอบส่วนบุคคล เช่น รูปแบบ ประเภท หรือเนื้อหาที่ชื่นชอบโดยเฉพาะ
 5. ลักษณะนิสัยทั่วไปในการเปิดรับสื่อยามว่าง โดยมีเวลาและสถานที่ในการเปิดรับเป็นส่วนประกอบ เช่น ที่บ้าน ขณะขับรถ ขณะเดินทางบนรถโดยสาร รวมถึงศักยภาพทางการเงินในการเป็นผู้รับสารของสื่อบางชนิด เช่น ความเต็มใจในการจ่ายเงินซื้อบัตรชมภาพยนตร์หรือเทศกาลดนตรี
 6. การตระหนักถึงสื่อที่เป็นตัวเลือกและประเภทของข้อมูลข่าวสาร
 7. บริบทเฉพาะทางสังคมและสถานที่ในการเปิดรับสื่อ ซึ่งย่อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับสื่อและประสบการณ์ที่จะได้รับของผู้รับสารเช่น เปิดรับสื่อเมื่ออยู่คนเดียวหรืออยู่กับผู้อื่น เปิดรับสื่อที่บ้านหรือที่ทำงานหรือระหว่างท่องเที่ยว
 8. โอกาส มักอยู่ในส่วนของการเปิดรับและการแทรกแซงสื่อซึ่งจะลดระดับความสามารถในการอธิบายทางเลือกหรือองค์ประกอบของผู้รับสารที่แท้จริง
- สอดคล้องกับที่ วรวรรณ องค์กรธุรกิจฯ (2559) อธิบายว่าศักยภาพของแต่ละบุคคลในการเลือกเปิดรับสารอย่างมีประสิทธิภาพนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบเฉพาะบุคคล 5 ด้าน ได้แก่ ทักษะทางการสื่อสาร ทักษะคิด ความรู้ ระบบสังคม และวัฒนธรรม ส่วนศักยภาพในการรับรู้ ความคิด และพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลเมื่อได้รับรู้ข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ด้าน คือ
1. ปัจจัยด้านกายภาพของบุคคล โดยเฉพาะลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ สัญชาติ สถานภาพโสดหรือสมรส ศาสนา ระดับการศึกษา
 2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา ซึ่งจะไม่อยู่นิ่ง สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตลอด เช่น แรงจูงใจ ทักษะอารมณ์ บุคลิกภาพ รูปแบบในการดำเนินชีวิต
 3. ปัจจัยด้านสังคม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง (Reference Class) ผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ระดับชั้นทางสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งที่ฝังรากลึกและเปลี่ยนแปลงยาก
- ส่วนในแง่ของการปฏิบัตินั้นสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารได้โดยแบ่งออกเป็น 3 แนวทางเช่นกัน โดย 2 แนวทางแรกนั้นสอดคล้องกับปัจจัยด้านบน ได้แก่ แนวทางที่ 1 แบ่งตามลักษณะประชากร (Demographic aspect) เช่น อายุ ที่อยู่ การศึกษา รายได้ เพศ แนวทางที่ 2 แบ่งตามลักษณะทาง

จิตวิทยา (Psychological aspect) เช่น บุคลิกภาพ วิธีคิด ลักษณะทางอารมณ์ ซึ่งต่อมาแนวทางนี้ได้พัฒนาเป็นแนวทางด้านการใช้ชีวิต ในขณะที่แนวทางที่ 3 นั้นเป็นการแบ่งตามการหาข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร (Information Acquisition) เนื่องจากผู้รับสารเป็นผู้เลือกเองว่าจะเปิดรับสื่อและข่าวสารใดตามความสามารถและสถานการณ์จริง โดยผ่านขั้นตอนตั้งแต่การเลือกเข้าถึง เลือกเปิดรับเลือกรับรู้ เลือกตีความ เลือกจดจำ และเลือกนำสารที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการค้นหาข้อมูล (Information Seeking) ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวคิดย่อยของกลุ่มแนวคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications) ที่มองว่าปัจจุบันนี้มีปริมาณการผลิตข้อมูลข่าวสารมากมายจนทำให้ผู้รับสารสับสน จึงจำเป็นต้องค้นหาข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของตนมากที่สุด (กาญจนา แก้วเทพ 2552)

ทั้งนี้ หากกล่าวถึงผู้รับสารหรือผู้รับชมละครโทรทัศน์ ผู้ผลิตส่วนมากมักนึกถึง “**ผู้ชมกลุ่มแม่บ้าน**” เป็นอันดับแรก อาจเพราะแม่บ้านนั้นใช้ชีวิตอยู่ในบ้าน ทำงานบ้านโดยมีละครวิทยุและละครโทรทัศน์เป็นเพื่อนแก้เหงามาตั้งแต่แรกเริ่มเดิมที ฉะนั้นละครโทรทัศน์จึงเป็นเสมือนรายการที่คู่กับ “**ผู้หญิง**” ขณะที่รายการข่าวและกีฬาที่เสมือนคู่กับ “**ผู้ชาย**” (ปนัดดา ธนสถิต, 2531) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Straubhaar (2003, อ้างถึงในอัมพร จิรัฐติกร, 2559) ซึ่งศึกษาการรับชมละครโทรทัศน์ในหลายประเทศ พบว่า ผู้หญิงในสหรัฐอเมริกาเลือกรับชมละครโทรทัศน์มากกว่าผู้ชาย ส่วนผู้ชายเลือกรับชมรายการกีฬามากกว่าผู้หญิง ใกล้เคียงกับที่ Alounyang Yongye (2012, อ้างถึงในอัมพร จิรัฐติกร, 2559) ศึกษาพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยขวามั่งในประเทศลาวส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง สอดคล้องกับที่ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) วิเคราะห์ผู้รับสารว่า หญิงชายแตกต่างกันในด้านความคิด ทัศนคติ และค่านิยม เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมนั้นกำหนดบทบาท หน้าที่ รวมถึงกิจกรรมของบุคคลเพศชายและเพศหญิงไว้แตกต่างกัน ดังนั้นหากกล่าวถึงการรับชมละครโทรทัศน์ ผู้รับสารเพศหญิงจึงมักรับชมละครโทรทัศน์ขณะที่ทำงานหรือกิจกรรมอื่น ๆ ไปด้วย รวมถึงมีแนวโน้มที่จะต้องการรับข่าวสารและส่งข่าวสารมากกว่าผู้รับชมเพศชาย แต่สำหรับผู้ชมชาวเมียนมาที่ยังไม่ค่อยคุ้นเคยกับละครโทรทัศน์ไทยที่เพิ่งเข้ามาออกอากาศอย่างเป็นทางการได้ไม่กี่ปีแต่จะคุ้นกับภาพยนตร์ไทยเสียมากกว่า นาย มิน ตัน (Min Thant) (สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561) ชาวนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และ นางสาว นาง ธันดา อู (Nang Thandar Oo) (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560) ชาวรัฐฉาน ซึ่งประกอบอาชีพนักแปลภาษาเมียนมา-ไทย และเป็นพนักงานบริษัทเอกชนในนครย่างกุ้งเป็นเวลานาน อธิบายว่า ชาวเมียนมาโดยทั่วไปมักรับชมภาพยนตร์ไทยทั้งจากแผ่นดีวีดีและจากโรงภาพยนตร์ที่ปัจจุบันเริ่มมีจำนวนและคุณภาพที่ดีขึ้น โดยผู้ชายจะรู้จักและชอบรับชมภาพยนตร์มากกว่าผู้หญิง ดังนั้นผู้ชายจึงมักหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย ดารานักแสดงไทยที่เห็นในภาพยนตร์ รวมถึงเพลงไทย มาพูดคุยกันในวงสนทนาขวาม่ากว่าผู้หญิง

นอกจากนี้ หากเป็นคู่รัก ฝ่ายชายมักจะเป็นฝ่ายหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์แล้วนำไปเล่าให้ฝ่ายหญิง ฟังเพื่อชักชวนไปรับชมภาพยนตร์ด้วยกัน โดยนางสาว แซนด์ จอร์ ลวิน (Sandi Kyaw Lwin) (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) วิทยุชุมชนคราย่างกุ้งซึ่งเป็นพนักงานแผนกติดต่อรายการโทรทัศน์ของ สถานีโทรทัศน์ MRTV4 ในนครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา ขยายความเพิ่มเติมว่า ผู้หญิงชาวเมียนมาส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์มากกว่าภาพยนตร์ รับชมละครโทรทัศน์มากกว่าผู้ชาย และส่วนใหญ่เน้น ที่การรับชมโดยตรงมากกว่าการหาข้อมูลหรือเปิดรับข่าวสารใด ๆ แต่ในทางกลับกันแม้ว่าแม่บ้านจะเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีผลอย่างมากต่อการกำหนดเนื้อหาของละครวิทยุจนกระทั่งสืบทอดมาสู่ละคร โทรทัศน์ในปัจจุบัน กาญจนา แก้วเทพ (2536, 2543) ได้โต้แย้งในเวลาต่อมาว่าระยะหลังผู้ชมละคร โทรทัศน์ไม่ได้จำกัดเฉพาะกลุ่มแม่บ้านอีกต่อไป เนื่องจากการชมละครโทรทัศน์นั้นครอบคลุมไปยังคน หลายกลุ่มและหลายระดับไม่ว่าแม่แต่กลุ่มผู้ชายซึ่งมีจำนวนไม่น้อยที่เป็นแฟนตัวยง มานั่งหน้าจอ เพื่อรอรับชมละครโทรทัศน์หลายเรื่อง จนอาจกล่าวได้ว่าจำนวนของผู้ชมโทรทัศน์ที่ไม่ได้ชมละคร โทรทัศน์เลยคงมีแค่เพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกเปิดรับและพฤติกรรม การรับชมละครโทรทัศน์ของกลุ่มเป้าหมายนั้นยังคงเป็น “เพศและอายุ” ใกล้เคียงกับที่ Alounyang Yongye (2012, อ้างถึงในอัมพร จิรัฐติกร, 2559) ศึกษาผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยที่เป็นชาวม้ง ประเทศ ลาว พบว่า ผู้ชมชาวม้งทั้งเพศหญิงและชายต่างก็นิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยในรูปแบบการนำไป พากย์เสียงเป็นภาษาม้ง โดยผู้ชมส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง ในขณะที่เพศชายจะนิยมรับชมละครแนว ต่อสู้ อย่างไรก็ตาม กาญจนา แก้วเทพ (2552) ขยายความว่า ตัวแปรด้านอายุ ลักษณะครอบครัว การศึกษา รายได้ และอาชีพ เป็นตัวแปรด้านประชากรที่สาขานิเทศศาสตร์นิยมนำมาใช้ในการทำวิจัย เนื่องจากอาชีพเป็นตัวกำหนดรูปแบบและเวลาในการใช้สื่อ เช่น ผู้รับสารกลุ่มแม่บ้านย่อมมีเวลาและ โอกาสในการใช้สื่อภายในบ้าน ขณะที่ผู้รับสารที่ทำงานนอกบ้านย่อมรับสื่อนอกบ้านมากกว่า สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของ McQuail (1997) ที่ว่ารสนิยมและความชื่นชอบส่วนบุคคลนั้นเป็นผล มาจากการได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย เช่น “การศึกษา อายุ เพศ” แต่ในทางกลับกันงานวิจัยของ ชนาพร พิทยาบุรณ์ (2557) โต้แย้งว่าปัจจัยด้าน “อายุ” ไม่มีผลใดต่อการตัดสินใจเปิดรับชมละคร โทรทัศน์ เนื่องจากทุกวันนี้ละครโทรทัศน์ได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้ชมทุกช่วงวัย ไม่ว่าจะเด็กหรือผู้ใหญ่ เช่นเดียวกับที่จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย (2542) โต้แย้งว่า “ระดับการศึกษา” หรือแม้แต่ “ระดับชนชั้นและสังคม” นั้นอาจจะไม่เป็นผลอีกต่อไป โดยจำเริญลักษณ์ชี้แจงว่าไม่ว่าจะ กลุ่มแม่บ้านหรือกลุ่มปัญญาชนก็รับชมละครโทรทัศน์เรื่องเดียวกัน ผู้ชมฉลาดและรู้เยอะ ฉะนั้นผู้ผลิต จึงไม่ควรแบ่งกลุ่มเป้าหมายละครโทรทัศน์ให้เฉพาะกลุ่มมากเกินไป อีกทั้งยังไม่ควรนำเสนอแบบ ต่อย้ามากเกินไปและไม่ควรใส่เนื้อหาเท็จ

อีกมุมมองหนึ่งทางวิชาการ Bob Hodge และ David Tripp (1986, อ้างถึงในสมสุข หินวิมาน , 2545) ชี้ให้เห็นว่าแม้จะมีผู้รับสารจำนวนมากที่นิยมเลือกเปิดรับชมละครโทรทัศน์ แต่ก็ยังมีผู้ใหญ่บางกลุ่มในสังคมที่เลือกจะไม่เปิดรับและไม่ต้องการให้ลูกหลานของตนเองรับชมละครโทรทัศน์ด้วย เพราะเชื่อว่าละครโทรทัศน์นั้น “น้ำเน่า” และเป็นสิ่งไม่ดีประหนึ่ง “ยาฝิ่น” ที่มอมเมาเด็ก ๆ ซึ่งงานของ Bob Hodge และ David Tripp สอดรับกับงานของอิติรัตน์ อรัณยวงศกร (2544) ที่ได้ข้อสรุปว่าการนำเสนอพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของละครโทรทัศน์ ได้แก่ การแต่งกาย การแสดงบทรักโรแมนติก การพูดจา และอบายมุข ส่งผลให้ผู้ชมกลุ่มแม่บ้านที่มีบุตรหลานในปกครองรู้สึกไม่พึงพอใจ ต้องการเปลี่ยนช่อง เลิกรับชม และที่สำคัญคือไม่ต้องการให้บุตรหลานรับชมละครโทรทัศน์ เนื่องจากละครโทรทัศน์ทำให้เด็กจดจำง่ายและรวดเร็ว และเด็กอาจลอกเลียนแบบพฤติกรรมการแสดงของตัวละครนั้นโดยไม่รู้ตัวก็เป็นได้ดังนั้นแม่บ้านซึ่งมีบทบาทหน้าที่หลักในการอบรมบ่มนิสัยและเลี้ยงดูบุตรหลาน จึงย่อมให้ความสำคัญกับการคัดเลือกเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมให้แก่เด็ก ๆ เช่นเดียวกับรายการโทรทัศน์อื่น ๆ ซึ่งสิริอัญญา (2547) มองว่าบางรายการนั้นก็เหมาะสมเพราะมีการเล่นเกมเสี่ยงโชคแล้วแจกของรางวัล สิ่งนี้อาจก่อให้เกิดการหลงไปเล่นการพนันหรือนำไปสู่อบายมุขที่มอมเมาเยาวชนและประชาชนทั่วไปได้

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้สอดคล้องกับการสรุปข้อเสียของละครโทรทัศน์ที่สมสุข หินวิมาน (2545) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าละครโทรทัศน์อาจกลายเป็นแหล่งบ่มเพาะความรุนแรงและกิเลสตัณหามากขึ้นเรื่อย ๆ ก็เป็นได้เนื่องจากผู้ชมอาจถูกเนื้อหาในละครที่ไม่มีคุณภาพครอบงำ โดยเฉพาะผู้ชมวัยเด็กและผู้ชมวัยรุ่นที่อาจรับชมโดยไม่มีผู้ปกครองให้คำแนะนำ รวมถึงยังไม่มีวิจารณญาณในการรับชมเพียงพอจึงอาจนำไปสู่การลอกเลียนแบบแล้วเกิดเป็นปัญหาสังคมตามมา เช่น การก่ออาชญากรรม การพูดจาหยาบคายและทำร้ายจิตใจผู้อื่น การตั้งครรภในวัยเรียน การนิยมสินค้าราคาแพง การเสพของมีนเมา

นอกเหนือจากการเลือกเปิดรับชมละครโทรทัศน์เพื่อความเพลิดเพลินรื่นรมย์ และนำไปสนทนาในทางบวกแล้ว สุทธากร สันติธวัช (2542) อธิบายว่ายังมีผู้ชมบางกลุ่มที่ติดตามชมละครโทรทัศน์เพราะ “อยากด่า” ด้วย โดยจะรับชมละครโทรทัศน์ไปแล้วก็บ่นด่าตัวละครไป เช่น มีแต่เสียงนางร้ายกรี๊ดไม่เห็นจะมีอะไร หรือ นางเอกโง่เหลือเกิน แต่เมื่อถึงเวลาที่ละครใกล้ออกอากาศก็ยังคงเปิดโทรทัศน์และติดตามรับชมทุกตอนไม่มีพลาด ดูไปด่าไปซึ่งอาจเพราะความสนใจ แต่หากมองในด้านการขายแล้ว บางครั้งการวิพากษ์วิจารณ์ไปในแง่ลบก็ถือว่าเป็นผลดี เนื่องจากสามารถกระตุ้นความอยากรู้อยากชมของผู้ชมละครโทรทัศน์บางกลุ่มได้ ซึ่งในแง่ของความชื่นชอบหรือไม่นั้นฉัตรนันท อนุวัชศิริวงศ์ (2542) กล่าวว่าแม้จะมีผู้ชมบางกลุ่มที่บอกตามตรงว่าคิดอย่างไร ชอบ ไม่ชอบ หรือตัดสินใจเลือกเปิดชมละครโทรทัศน์แบบใด แต่ก็ยังมีผู้ชมอีกมากที่ไม่ได้พูดในสิ่งที่อยากพูดจริง ๆ โดย

เลือกพูดในสิ่งที่รู้สึกว่าจะส่งคอมโยกให้พูดมากกว่า ที่เป็นเช่นนี้ สุลล วิเชียรฉาย (2542) ชี้แจงในแง่ของผู้ผลิตและผู้กำกับละครโทรทัศน์ไทยว่า มนุษย์มักปฏิเสธอารมณ์ส่วนลึกของตนและไม่แสดงอารมณ์ออกมาทั้งที่เป็นความจริง ยิ่งอยู่ในชนชั้นสูงขึ้นไปก็ยิ่งปิดอารมณ์ความรู้สึกมากขึ้นเท่านั้น เช่น เมื่อถามว่ารับชมละครเรื่องนี้แล้วรู้สึกอย่างไร ผู้ชมส่วนใหญ่จะไม่ตอบว่ามันเร้าใจหรือยั่วอารมณ์แม้จะรู้สึกแบบนั้น แต่กลับตอบว่าละครเรื่องนี้ให้แง่คิด มีศีลธรรม และทำให้มีสติ ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ก็ย่อมส่งผลต่อความเข้าใจเหตุผลและรสนิยมของผู้ชมในการตัดสินใจเลือกและชมละครโทรทัศน์ได้ยากขึ้น

จะเห็นได้ว่าจากที่กล่าวมา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับหรือไม่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ รวมถึงพฤติกรรมการชมของผู้รับสารนั้นมีหลากหลายด้าน โดยเฉพาะด้านเพศ อายุ อาชีพ การศึกษา ทักษะคิด รสนิยม และความต้องการในการนำไปใช้ประโยชน์ส่วนบุคคล ผู้ผลิตสินค้าและการบริการจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนแปลงไปมาอยู่เสมอเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ทันสมัยและสามารถนำมาต่อยอดต่อไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนิยามศัพท์ด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยในงานวิจัยครั้งนี้ด้วย

2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นสิ่งที่ไม่อยู่นิ่งเนื่องจากทุกวันนี้มีผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าและการบริการรายใหม่เกิดขึ้น พร้อมกับใช้เทคนิคการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสานเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ในขณะที่ผู้บริโภคเองก็เปิดรับข่าวสารใหม่ ๆ อยู่ทุกวันเช่นกัน ส่วนการตัดสินใจนั้นเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคต้องเผชิญหน้ากับ “ทางเลือก” ที่มีสองทางหรือมากกว่านั้น โดยการตัดสินใจอาจเกี่ยวข้องกับชนิดสินค้า รูปแบบ ยี่ห้อ ราคา รายละเอียดการส่งเสริมการตลาด และสถานที่ ทั้งนี้ผู้บริโภคบางคนอาจตัดสินใจเลือกสินค้าจากศักยภาพในการใช้งาน บางคนอาจตัดสินใจเลือกจากความรู้สึกเป็นหลักเพราะสินค้านั้นมีแรงดึงดูดทางอารมณ์ บางคนเลือกซื้อจากสถานที่ที่สะดวกแม้สินค้าจะมีราคาแพงกว่า และในทางกลับกันผู้บริโภคคนเดียวกันนี้อาจตัดสินใจเลือกซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าชนิดเดิมด้วยเหตุผลที่ไม่เหมือนเดิมในวันรุ่งขึ้นก็เป็นได้

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) เป็นการดำเนินงานของผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีต่อผู้บริโภค โดยเน้นการใช้เทคนิคและเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดต่าง ๆ อย่างผสมผสาน เช่น ภาพยนตร์โฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ การตลาดทางตรง

ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์เองก็เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ดังนั้นจึงต้องมีการใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการเพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคหรือผู้รับชมหันมาเลือกเปิดรับ รับรู้ และตัดสินใจเลือกรับชมอย่างต่อเนื่องในที่สุด ทั้งนี้ พรรษา ริมกาญจนวัฒน์ (2553) ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย พบว่า ผู้ผลิตจะใช้เครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดหลายชนิดเพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงหลักคือ 1.ช่วงก่อนการถ่ายทำละคร เช่น การเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงานแถลงข่าวเปิดตัวละครและงานบวงสรวงละครโทรทัศน์ รวมถึงการส่งข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาละครและภาพข่าวชูปะติดเกี่ยวกับนักแสดงไปให้สื่อมวลชนลงข่าวบันเทิง 2.ช่วงระหว่างการทำและขณะที่ออกอากาศละครโทรทัศน์ เช่น การส่งข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลการตอบรับจากผู้ชมในวันที่ออกอากาศครั้งแรก การส่งภาพฉากสำคัญ ๆ ของละครในแต่ละสัปดาห์หรือเชิญนักข่าวมาเก็บภาพการทำด้วยตนเองเพื่อให้ได้เนื้อหาที่เหมาะสมกับรายการข่าวบันเทิงของแต่ละกลุ่ม การส่งข่าวและภาพชูปะติดวางในกองถ่าย การส่งบทสัมภาษณ์และภาพดารานักแสดงเกี่ยวกับละครและชีวิตส่วนตัว เป็นต้น ทั้งนี้ เครื่องมือหรือวิธีการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทยดังกล่าวสามารถสรุปได้เป็น 5 กลุ่มคือ

1. สื่อบุคคล ได้แก่ การพูดคุยระหว่างสมาชิกในครอบครัวและเพื่อนฝูง
2. สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ โดยการประชาสัมพันธ์และนำเสนอข่าวบันเทิงเกี่ยวกับเนื้อหาละครและดารานักแสดงนำ รวมถึงการโฆษณา (TVC) โดยนำเสนอฉากที่น่าสนใจของละครแต่ละเรื่อง
3. สื่อเฉพาะกิจ ได้แก่ การผลิตปฏิทินเนื่องในโอกาสวันปีใหม่โดยให้ดารานักแสดงจากละครโทรทัศน์เรื่องต่าง ๆ มาถ่ายภาพ
4. สื่อกิจกรรม ได้แก่ การประกวดและตอบคำถามท้ายละครเพื่อชิงรางวัลหรือพบปะทำกิจกรรมร่วมกับดารานักแสดงจากละคร การเดินสายเพื่อประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ตามแหล่งชุมชนของดารานักแสดงนำ

5. สื่ออินเทอร์เน็ต ได้แก่ การจัดทำเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ (Twitter) เพื่อให้แฟนคลับและแฟนละคร ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงส่งข่าวและภาพข่าวเพื่อนำเสนอทางเว็บไซต์ด้านข่าวบันเทิง

ส่วนผลจากการสำรวจนั้นพบว่าผู้รับสารเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย ผ่านทางรายการข่าวบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ เช่น รายการโต๊ะข่าวบันเทิง คันปาก โน้ตเอ็นเตอร์เทน รวมถึงรับชมละครย้อนหลังผ่านทางเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) มากที่สุด ส่วนการเปิดรับข่าวสารที่มาจากโรงละครมีหลายช่องทาง เช่น รายการข่าวบันเทิงทั่วไป เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ เว็บไซต์นิตยสารบันเทิง การออกรายการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ของนักแสดงจากละคร ขณะที่ช่องทางที่มีการเปิดรับในระดับปานกลาง เช่น สื่อบุคคลอย่างสมาชิกในครอบครัวหรือเพื่อน ของที่ระลึกจากละครโทรทัศน์ และการเดินสายตามแหล่งชุมชนของนักแสดงจากละคร นอกจากนี้ยังพบว่าโดยรวมแล้วการประชาสัมพันธ์ข่าวสารละครโทรทัศน์ไทยตามสื่อต่าง ๆ มีประสิทธิภาพที่ทำให้ผู้รับชมมีทัศนคติที่ดีต่อละครโทรทัศน์ไทยซึ่งส่งผลต่อการติดตามรับชมด้วย

ดังนั้นการใช้การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ เช่น ผ่านทางสื่อมวลชน สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อกิจกรรม สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่ผู้บริโภคซึ่งมีความแตกต่างกัน ในการเลือกเปิดรับข่าวสารและการรับรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไม่ควรมองข้าม เนื่องจากรอบตัวผู้บริโภคนั้นมีข้อมูลข่าวสารและทางเลือกใหม่ ๆ มากมายที่พร้อมจะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจไปมาได้ทุกนาที โดยเฉพาะในยุคแห่งข้อมูลข่าวสารที่ไหลข้ามผ่านพรมแดนอย่างง่ายดายและภาษาอาจไม่ใช่อุปสรรคอีกต่อไปด้วยการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยและสัญญาณอินเทอร์เน็ต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

การตัดสินใจของผู้บริโภค

ทุกการตัดสินใจของผู้บริโภคคือการตอบสนองและแก้ไขต่อปัญหา บางครั้งกระบวนการตัดสินใจแทบจะเป็นไปโดยอัตโนมัติโดยใช้ข้อมูลเพียงน้อยนิด ขณะที่บางครั้งเป็นการตัดสินใจที่สำคัญมากจึงต้องใช้เวลาเป็นวันหรือสัปดาห์เพื่อศึกษาหาข้อมูล เปรียบเทียบข้อดีข้อเสียระหว่างตัวเลือกที่มี เช่น การซื้อบ้าน ซื้อรถยนต์ ในทางกลับกันผู้บริโภคก็อาจใช้เพียงอารมณ์ซึ่งเป็นงบประมาณทางจิตใจ (Mental budget) ในการตัดสินใจเลือกสิ่งที่ถูกใจทันที (Solomon, 2015)

ทั้งนี้การตัดสินใจที่ซับซ้อน (Complex Decision Making) จนผู้บริโภคต้องหาข้อมูลมากขึ้น ทำความเข้าใจ และประเมินทางเลือกจะสัมพันธ์กับเวลาที่มีเพียงพอในการคิดพิจารณาและความเสี่ยง

ที่ผู้บริโภครับรู้ (Perceived risks) หากตัดสินใจบริโภคหรือไม่บริโภคสินค้าบริการด้วย ซึ่งความเสี่ยงตามการรับรู้ (Perceived risks) ดังกล่าวได้แก่ (ชูชัย สมितिไกร, 2558)

- ความเสี่ยงทางการเงิน เช่น ซื้อมาแล้วจะทำให้เป็นหนี้หรือไม่
- ความเสี่ยงทางร่างกายว่าสินค้านี้จะปลอดภัยต่อชีวิตของทั้งคนและสัตว์เลี้ยงหรือไม่
- ความเสี่ยงด้านการทำหน้าที่ของสินค้าว่าจะใช้ดีมีคุณภาพตามที่หวังไว้หรือไม่
- ความเสี่ยงด้านจิตใจ เช่น การซื้อสินค้าแพงมาก ๆ จะทำให้ตนเองรู้สึกผิดหรือไม่
- ความเสี่ยงทางสังคม เช่น สินค้านี้จะทำให้มันใจและได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนหรือไม่

แต่นอกจากจะสัมพันธ์กับเวลาและความเสี่ยงดังกล่าวแล้ว Hawkins, Best, และ Coney (2004) ยังเสริมว่าระดับความเกี่ยวพันในการซื้อ (Purchase Involvement) ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น ระดับความสนใจและใส่ใจของผู้บริโภค ตัวสินค้า สถานการณ์ และโอกาสพิเศษหรือวันสำคัญก็มีอิทธิพลต่อระดับความซับซ้อนในการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision Making) ด้วยเช่นกัน เช่น การซื้อเครื่องประดับราคาแพงอย่างแหวนเพชร หรือ อุปกรณ์ที่มีความซับซ้อนสูงอย่างคอมพิวเตอร์ สอดคล้องกับการวิเคราะห์สาเหตุของความเกี่ยวพันจากมุมมองของ Solomon (2015) ที่มาจาก 3 ตัวแปร คือ

- ปัจจัยด้านบุคคล (Person) ได้แก่ ความต้องการ ความสนใจ ความสำคัญค่านิยม
 - ปัจจัยด้านวัตถุหรือสิ่งเร้า (Object or Stimulus) ได้แก่ ความแตกต่างระหว่างตัวเลือก
- แหล่งข้อมูล เนื้อหาข้อมูล
- ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Situational) ได้แก่ การซื้อ การใช้ประโยชน์ และโอกาส

ขณะที่ “การตัดสินใจที่สำคัญของผู้บริโภค” นั้น Solomon วิเคราะห์และแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การตัดสินใจโดยใช้ความคิด การตัดสินใจตามความเคยชิน และการตัดสินใจตามความรู้สึก

1. การตัดสินใจโดยใช้ความคิด (Cognitive Decision Making) โดยไตร่ตรองอย่างระมัดระวัง ใช้เหตุผล และมีการจัดลำดับความสำคัญ ซึ่งเกิดเป็นกระบวนการในการตัดสินใจที่ซับซ้อนโดยผ่านการคิดวิเคราะห์ทางสมอง ทั้งนี้แต่เดิมนั้นกระบวนการตัดสินใจโดยใช้ความคิด (Cognitive Decision Making Process) มาจากมุมมองด้านกระบวนการของการส่งข้อมูลข่าวสาร (Information-processing perspective) ที่มองว่าผู้รับสารหรือผู้บริโภคมีข้อมูลที่ทำให้รู้จักสินค้ามากมาย จึงต้องคิดให้รอบคอบ บวกลบข้อดีข้อเสียของแต่ละทางเลือก รวมถึงมีการวางแผนทางการเงินเพื่อให้ทุกการตัดสินใจสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดย Hawkins, Best, และ Coney (2004) เสริมว่าการตัดสินใจแบบใช้ความคิด หรือ การตัดสินใจที่ต้องพิจารณาอย่างรอบด้านนั้นสัมพันธ์กับสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูงจนมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคให้รู้สึกถึงปัญหา นอกจากนี้หลังตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคบางรายยังอาจสงสัยด้วยว่าสินค้านั้นดีหรือคุ้มค่ากับการซื้อจริงหรือไม่

ทั้งนี้ Solomon (2015) สรุปขั้นตอนและรายละเอียดของ “กระบวนการตัดสินใจโดยใช้ความคิด” (Cognitive Decision Making Process) ออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ และการประเมินหลังการซื้อ ดังนี้

1.) การตระหนักถึงปัญหา (Problem Recognition) หรือตระหนักถึงความต้องการ เป็นสภาวะความเครียดที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลต้องเผชิญกับความแตกต่างระหว่างสภาวะที่มีอยู่หรือเป็นอยู่ในปัจจุบัน (Actual state) กับสภาวะที่อยากมีหรืออยากเป็น (Ideal state or desired state) โดย Hawkins, Best, และ Coney (2004) ได้ยกตัวอย่างสภาวะข้างต้นจากสถานการณ์ความเป็นจริงของร้านค้าวันศุกร์ที่หลายคนรู้สึกเบื่อหน่ายเพราะอยู่คนเดียว ซึ่งแตกต่างกับสภาวะความรื่นรมย์ที่อยากให้เป็น ดังนั้นจึงต้องแก้ปัญหาความเบื่อที่เกิดขึ้นโดยเลือกทำกิจกรรมบางอย่าง เช่น ชมรายการโทรทัศน์ โทรหาเพื่อน ออกไปเที่ยว นอกจากนี้ผู้บริโภคยังอาจตระหนักถึงปัญหาในเวลาที่สายไปทำให้การแก้ปัญหาเป็นไปได้ยากหรือเป็นไปได้ เช่น ตระหนักว่าต้องการประกันภัยหลังจากที่เกิดอุบัติเหตุแล้ว

ทั้งนี้ ชูชัย สมितिกร (2558) ขยายความโดยยกตัวอย่างปัจจัยที่ส่งผลต่อสภาวะที่มีอุดมคติหรือที่อยากมีอยากเป็น (Ideal state) เช่น วัฒนธรรมทางสังคม กลุ่มอ้างอิง แรงจูงใจ ครอบครัว สถานะทางการเงิน การเติบโตและพัฒนาการของผู้บริโภคแต่ละคน โฆษณาและกิจกรรมทางการตลาดของผู้ผลิต ส่วนปัจจัยซึ่งส่งผลต่อสภาวะความต้องการที่มีอยู่หรือเป็นอยู่ในความจริง (Actual state) ได้แก่ ความเสียหายหรือหมดไปของผลิตภัณฑ์เดิม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้อยู่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ตามที่คาดหวัง พัฒนาการทั้งทางกายและใจของผู้บริโภคแต่ละคน ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการบางชนิดไม่มีจำหน่ายในตลาด และปัจจัยสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น อากาศร้อนทำให้ไม่พอใจจึงต้องการซื้อเครื่องปรับอากาศ

2.) การค้นหาข้อมูล (Information Search) หรือเรียกอีกอย่างว่ากระบวนการหาข้อมูลก่อนการซื้อ (Pre-purchase search) เป็นขั้นตอนหลังจากตระหนักถึงความต้องการที่ผู้บริโภคจะพยายามสำรวจและหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ร้านค้า การซื้อ เพื่อใช้ในการตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม โดยทัศนะในด้านเศรษฐศาสตร์ข้อมูล (Economics of information perspective) กล่าวว่าคนเราจะสะสมข้อมูลให้มากเท่าที่ต้องการเพื่อให้ไม่ต้องเสียเวลาหาเมื่อต้องใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจ แต่ผู้บริโภคจะหาข้อมูลภายนอกเพิ่มเติมก็ต่อเมื่อผลประโยชน์ที่ได้รับมีมากกว่าหรือเท่ากับเวลาและค่าใช้จ่ายที่เสียไปเท่านั้น ทั้งนี้ผู้บริโภคบางกลุ่มอาจค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ต้องการแบบมีสติและเจาะจงเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Direct search or Purchase specific search) ขณะเดียวกันก็มีผู้บริโภคบางกลุ่มที่สนุกกับการค้นหาข้อมูลไปเรื่อย ๆ (Ongoing search) เพื่อสำรวจ

ควรมีสินค้าได้ออกใหม่และน่าสนใจบ้าง โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้จะไม่ตัดสินใจแต่จะสะสมข้อมูลไว้เพื่อการนำไปใช้ในอนาคต (Solomon, 2015)

อย่างไรก็ตามการค้นหาข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 แบบ คือ การค้นหาข้อมูลจากภายใน (Internal search) ซึ่งเป็นการค้นหาข้อมูลจากความทรงจำระยะยาวที่ผู้บริโภคเคยเลือกเปิดรับ รับรู้ และเก็บข้อมูลไว้เป็นประสบการณ์เพื่อแก้ปัญหา แต่หากข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่ไม่เพียงพอ ผู้บริโภคก็จะใช้การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมจากภายนอก (External search) เช่น ทักษะคิดและความคิดเห็นจากเพื่อน และครอบครัว ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ การสังเกต การทดลองใช้ ข้อมูลจากโฆษณาและพนักงานขาย หรือแม้แต่คนแปลกหน้าที่สื่อสารกันผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Solomon, 2015) โดยมีความต้องการตัดสินใจซื้อเป็นส่วนหนึ่งของการค้นหาข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนั้น Hawkins, Best, และ Coney (2004) จึงได้จำแนกแหล่งข้อมูลข่าวสาร (Sources of information) สำหรับผู้บริโภคออกเป็น 5 แหล่ง ได้แก่

1. ความทรงจำจากการหาข้อมูลในอดีต ประสบการณ์ส่วนตัว และการเรียนรู้
2. แหล่งข้อมูลส่วนบุคคล เช่น เพื่อน ครอบครัว
3. แหล่งข้อมูลอิสระ เช่น กลุ่มผู้บริโภค นิตยสาร หน่วยงานรัฐบาล
4. แหล่งข้อมูลทางการตลาด เช่น โฆษณา เว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ พนักงานขาย
5. แหล่งข้อมูลทางประสบการณ์ เช่น การสังเกตและทดลองใช้ผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้ เมื่อสังเกตจากวิธีการค้นหาข้อมูลของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน Solomon (2015) อธิบายเพิ่มเติมว่าการค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ต้องการผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Online search) เป็นวิธีหลักและเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากสะดวกสบาย ง่าย รวมถึงประหยัดเวลา ค่าใช้จ่าย และไม่ต้องเดินทางไกล โดยผู้บริโภคจะหาข้อมูลผ่าน Google Bing และเว็บไซต์ (Website) ของบริษัทผู้ผลิตสินค้า ร่วมกับการค้นหาข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคทั่วไปที่ใช้สินค้าจริงโดยไม่มีเจตนาในการชักจูงใจมาเจือปนมากที่สุดผ่านทางสื่อสังคม (Social media) เช่น บล็อก(Blogs) เฟซบุ๊ก(Facebook) ยูทูบ(YouTube) ทวิตเตอร์(Twitter) เพื่อกำจัดทางเลือกที่กำลังคิดพิจารณาออกไปจากกลุ่มที่เลือกไว้ โดยผู้บริโภคจะหาข้อมูลมากขึ้นหากรู้สึกว่าการตัดสินใจนั้นมีความเสี่ยง (Perceived risk)

3.) **การประเมินทางเลือก** (Evaluation of alternatives) ปัจจุบันผู้บริโภคต้องเผชิญกับความยากลำบากในการตัดสินใจเนื่องจากมีแบรนด์ (Brands) เกิดใหม่ที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกันมากมาย ยิ่งไปกว่านั้นในหนึ่งสินค้าของหนึ่งแบรนด์ยังมีหลากหลายให้ตัดสินใจเลือก เช่น ลิปสติกเนื้อสัมผัสเดียวกันแต่มีให้เลือกมากถึง 20 เฉดสี ทั้งนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมี “Evoked Set” ซึ่งเป็นแบรนด์ที่โดดเด่นอยู่ในใจเป็นอันดับต้น ๆ โดยแบรนด์ในใจเหล่านั้นจะเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ผู้บริโภคมี

แนวโน้มในการพิจารณาและประเมินอย่างจริงจังเพื่อแก้ปัญหาที่ตระหนักในขั้นตอนที่หนึ่ง (Solomon, 2015) ทั้งนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีความภักดีต่อตราสินค้าสูง (Brand loyalty) จะมีปริมาณทางเลือกในใจน้อยกว่าผู้ที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าเลย เนื่องจากผู้บริโภคที่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการบริโภคสินค้าชนิดนั้นเลยจะต้องหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ มากมายเพื่อนำมาประเมินทางเลือกและตัดทางเลือกที่ไม่น่าสนใจทิ้งไป เช่น ปรึกษาครอบครัว ถ้ามเพื่อน อ่านความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปทางอินเทอร์เน็ต ในทางกลับกันหากผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์ในการบริโภคสินค้านั้นมาก่อนก็จะค้นหาข้อมูลจากความทรงจำที่มีมาใช้ในการประเมินทางเลือก (ชูชัย สมิทธิไกร, 2558) เช่น ยาสระผมมีให้เลือกหลายแบรนด์แต่ผู้บริโภคจำได้ว่าถ้าเป็นยาสระผมกลุ่มขจัดรังแคต้องเป็นชื่อนี้สินนี้เท่านั้นจึงจะใช้ดีและหอมถูกใจ

ทั้งนี้ ในกระบวนการตัดสินใจนั้นผู้บริโภคจะทำการเปรียบเทียบความต่างระหว่างแบรนด์มากกว่าความคล้ายคลึง แต่หากพิจารณาแล้วว่าแบรนด์เหล่านั้นมีคุณสมบัติพอ ๆ กัน ผู้บริโภคก็จะหาเหตุผลอื่นมาสนับสนุนในการเลือกแบรนด์หนึ่งมากกว่า (Determinant attributes) ในทางกลับกันผู้บริโภคอาจตัดสินใจเลือกอย่างรวดเร็วโดยใช้เพียงอารมณ์รู้สึกและความพึงพอใจ เช่น ชอบสี กลิ่นหอม ความเชื่อว่าของแพงคือของดี รวมถึงใช้ความเคยชินในการตัดสินใจโดยเพิกเฉยต่อการประเมินด้านคุณสมบัติก็เป็นที่ (Solomon, 2015)

4.) การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ (Product choices) เป็นขั้นตอนหลังจากที่ผู้บริโภคประเมินทางเลือกทั้งหมดที่มีแล้วต้องตัดสินใจเลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งในที่สุด โดย Sproles และ Kendall (1986, อ้างถึงในชูชัย สมิทธิไกร, 2558) เสนอว่าผู้บริโภคมีรูปแบบการตัดสินใจซื้อทั้งหมด 8 รูปแบบ ได้แก่ 1.แบบเน้นคุณภาพของสินค้า 2.แบบเน้นชื่อเสียงของตราสินค้า 3.แบบตามความนิยม 4.แบบเน้นความสุขและเพลิดเพลิน 5.แบบตามใจตนเองโดยไม่คิดไตร่ตรอง 6.แบบเน้นราคาถูก เพราะต้องการให้คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป 7.แบบสับสนเพราะได้รับข้อมูลมากเกินไปจนเลือกไม่ถูก 8.แบบตามความเคยชินคือซื้อสินค้าแบรนด์เดิมทุกครั้ง หรือ เจาะจงเฉพาะแบรนด์ที่ชอบเพราะภักดีในตราสินค้า (Brand loyalty)

อย่างไรก็ตาม ขั้นตอนการตัดสินใจเลือกย่อมส่งผลไปถึงขั้นตอนการซื้อ (Purchase) ที่วางแผนไว้ล่วงหน้า แต่สำหรับการซื้อที่ไม่ได้ผ่านการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนและประเมินทางเลือก ซึ่งเรียกว่าการซื้อแบบไม่ได้วางแผนล่วงหน้า (Unplanned Purchases) นั้น Hawkins, Best, และ Coney (2004) อธิบายว่า การลดแลกแจกแถม บรรยากาศและการบริการที่ดีของร้าน การออกแบบเว็บไซต์ เทคนิคการขายของพนักงาน การจัดแสดงสินค้า ณ จุดซื้อ รวมถึงการเห็นสินค้าแล้วนึกขึ้นได้ว่าต้องซื้อของผู้บริโภค ล้วนมีอิทธิพลในการจูงใจผู้บริโภคที่เข้าไปในร้านค้าโดยไม่ได้ตั้งใจว่าจะซื้อมาก่อน ให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้

ทั้งนี้ ปัจจุบันการซื้อหรือเช่าสามารถทำได้สะดวก รวดเร็ว และง่ายดายเพราะเทคโนโลยีการค้นหาและเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร การจ่ายเงิน และการขนส่งอันทันสมัย โดยผู้บริโภคส่วนมากนิยมซื้อสินค้าหลายชนิดทางร้านค้าบนอินเทอร์เน็ต (Internet store) ซึ่งทำให้ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไปเลือกซื้อและขนส่งด้วยตนเอง ขณะเดียวกันก็ยังมีผู้บริโภคจำนวนมากที่ยังคงต้องการเดินเลือกซื้อสินค้าบางชนิดตามร้านค้าด้วยตนเองเพื่อจะได้พิจารณาคุณภาพของสินค้าที่แท้จริงก่อนจ่ายเงิน

เมื่อซื้อแล้วก็ต้องมีการบริโภค (Consumption) แต่ผู้ซื้อและผู้บริโภคที่แท้จริงนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นคนคนเดียวกันเสมอไป เช่น แม่ไม่ชอบกินขนมแต่กลับซื้อขนมที่ลูกชอบ ดังนั้นแม่จึงเป็นผู้ตัดสินใจซื้อ ส่วนลูกก็คือผู้บริโภคขนมที่แท้จริงซึ่งสามารถจูงใจแม่ให้ตัดสินใจและจ่ายเงินซื้อ เพราะความรักลูก นอกจากนี้ Solomon (2015) ยังเพิ่มเติมว่าการบริโภคแบ่งออกเป็นการบริโภคที่เกิดขึ้นเป็นปกติในชีวิตประจำวัน (Profane consumption) เช่น การรับประทานอาหารทั่วไปในแต่ละวัน กับการบริโภคในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลสำคัญที่ไม่จำเป็นต้องเป็นเกี่ยวข้องกับทางศาสนาเท่านั้น (Sacred consumption) เช่น การเลี้ยงฉลองด้วยอาหารเมนูพิเศษร่วมกับการมอบของขวัญแก่คนสำคัญในวันเกิด วันแห่งความรัก หรือ วันขึ้นปีใหม่

5.) การประเมินหลังการซื้อ (Postpurchase Evaluation) Solomon (2015) กล่าวว่า การทดสอบที่ถูกต้องของกระบวนการตัดสินใจก็คือความสุขที่ได้รับจากทางเลือกที่ตัดสินใจไปแล้ว กล่าวคือประสบการณ์จริงที่ได้รับจากสินค้าและบริการที่เลือกนั้นต่ำกว่า พอดี หรือมากเกินไป ผู้บริโภคคาดหวังไว้หรือไม่ อย่างไร สอดคล้องกับที่ Hawkins, Best, และ Coney (2004) อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมหลังการซื้อว่าบางครั้งผู้บริโภคอาจรู้สึกขัดแย้งหรือไม่สบายใจได้ (Postpurchase dissonance) โดยความรู้สึกนี้จะเกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคไม่มั่นใจหรือสงสัยว่าการซื้อของตนถูกต้องหรือเหมาะสมแล้วใช่หรือไม่ ไม่ว่าจะสินค้าที่ซื้อใช้เองหรือเป็นของขวัญที่ได้รับมา โดยผู้บริโภคอาจเพียงเก็บสินค้าไว้ ส่งคืนโดยไม่ใช้ หรือทิ้งไป แต่หากเกิดการใช้หรือการบริโภค (Usage) ขึ้นก็จะมี การประเมินผลตามมา (Evaluation) โดยการประเมินผลจากปฏิกิริยาหลังการบริโภคแบ่งออกเป็น 2 ด้าน คือ ความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจของผู้บริโภค (Consumer satisfaction / dissatisfaction) โดยหากผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจก็จะเป็นไปได้สูงที่จะซื้อเพิ่ม ซื้อซ้ำ และหากว่าพอใจทุกครั้งก็ซื้อซ้ำก็อาจนำไปสู่ความผูกพันและความภักดีต่อตราสินค้าได้ (Brand loyalty) แต่ก็อาจเปลี่ยนแบรนด์ หยุดใช้ หรือยกให้ผู้อื่นหากความพึงพอใจที่มีต่อสินค้านั้นลดลง ตรงกันข้าม หากผู้บริโภครู้สึกไม่พึงพอใจจากประสบการณ์การบริโภคครั้งแรกก็ยากที่จะทำให้กลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีกเป็นครั้งที่ 2 นอกจากนี้ ผู้บริโภคที่ไม่พึงพอใจยังมีโอกาสที่จะบอกต่อความรู้สึกไม่ดีนั้นเพื่อตักเตือนผู้บริโภคคนอื่น เช่น

ครอบครัว เพื่อน ผู้คนในสังคมออนไลน์ รวมถึงการร้องเรียนไปยังหน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและดำเนินการทางกฎหมาย

ดังนั้นหากมีการแสดงความคิดเห็นในเชิงไม่พอใจหรือมีการร้องเรียนเกี่ยวกับข้อบกพร่องของสินค้าหรือการบริการ ผู้ผลิตควรต้องรับฟัง รับผิดชอบ และปรับปรุงแก้ไขด้วยความจริงจัง เสมอ เพื่อให้ทั้งผู้บริโภคกลุ่มใหม่และผู้บริโภคกลุ่มเดิมที่ไม่พึงพอใจกลับมาเป็นลูกค้าอีกครั้งด้วยความสบายใจและมั่นใจ รวมถึงไม่เกิดผลกระทบเชิงลบกับภาพลักษณ์ของตราสินค้าและบริษัทในวงกว้างจนอาจเกินเยียวยา

2. **การตัดสินใจตามความเคยชินหรือติดเป็นนิสัย (Habitual Decision Making)** เป็นพฤติกรรมที่เป็นไปโดยอัตโนมัติ เป็นเรื่องที่ทำเป็นประจำ(Routine) และแทบไม่ได้ใช้ความพยายามในการมีสติ ซึ่งบางครั้งการตัดสินใจเช่นนี้อาจมีอคติปนอยู่ด้วย เช่น ซื้อตามความพอใจ ซื้อตามครอบครัว ซื้อเพราะเชื่อว่าสินค้าแพงคือสินค้าที่ดี รวมไปถึงการซื้อเพราะความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyal Purchases) และการซื้อซ้ำทั่วไป (Repeat Purchases) (อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์, 2547)

3. **การตัดสินใจตามความรู้สึก (Affective Decision Making)** เป็นการตอบสนองโดยการใช้อารมณ์เป็นใหญ่และทันทีในการบริโภคสินค้า ซึ่งอาจเป็นผลมาจากแรงจูงใจที่สำคัญ ความหลงใหลหรือประสบการณ์ในอดีต เช่น การเต็มใจจ่ายเงินจำนวนมากของผู้บริโภคเพื่อซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง แม้ว่าสินค้านั้นจะมีลักษณะภายนอกที่ไม่ต่างกับสินค้าที่ราคาย่อมเยากว่าก็ตาม (Solomon, 2015)

จากที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคแต่ละคนมีแนวโน้มในการตัดสินใจเลือกสินค้าและการบริการที่มีอยู่มากมายในท้องตลาดจากสาเหตุที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นตามความเสี่ยง ความเกี่ยวพันสูงต่ำ โอกาส สถานการณ์ รวมไปถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวพัน เช่น ลักษณะทางประชากร ลักษณะทางจิตวิทยา นอกจากนี้บางครั้งผู้บริโภคยังตัดสินใจตามหลักเหตุและผลที่คิดอย่างถี่ถ้วน ตามความเคยชินโดยไม่รู้ตัว และตามอารมณ์ความรู้สึกที่มาก่อนสติและเหตุผลอีกด้วย ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรใช้เครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการเข้ามาช่วยสนับสนุนแผนงานและกลยุทธ์ทางการตลาดต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่มีเหตุผลในการตัดสินใจแตกต่างกันให้หันมาสนใจและตัดสินใจเลือกสินค้าและการบริการของแบรนด์มากที่สุดและต่อเนื่องยาวนาน

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์

หากจะเปรียบกับสินค้าและการบริการ ละครโทรทัศน์ก็คือสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าทางจิตใจซึ่งผู้บริโภคหรือผู้รับชมละครโทรทัศน์สามารถเข้าถึงได้ง่ายเพียงแค่กดเปิดโทรทัศน์หรือเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตผ่านเครื่องมือสื่อสารทันสมัยมากมายในปัจจุบัน ทั้งนี้ผู้ชมมีหลากหลายประเภท ทั้งที่จำแนกด้วยลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ชนชั้นทางสังคม ที่อยู่อาศัย ภูมิภาคทางวัฒนธรรมและสังคม และที่จำแนกไปตามอารมณ์ ทัศนคติ และรสนิยม ความชอบส่วนบุคคลซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอด จึงส่งผลให้ผู้ชมหรือผู้บริโภคละครโทรทัศน์แต่ละคนมี “เหตุผลในการตัดสินใจเลือกและพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์” แตกต่างกันไป

ทั้งนี้ การตัดสินใจเลือกและรับชมละครโทรทัศน์ในมุมมองของผู้ชมหรือผู้รับสารส่วนใหญ่ ตั้งแต่อดีตจะมีเหตุผลด้านเนื้อเรื่องและดารานักแสดงเป็นหลัก อาจเป็นเพราะเนื้อเรื่องที่ดีทำให้ผู้ชมรู้สึกสนุก เพลิดเพลิน จึงตัดสินใจเลือกเปิดรับสารและติดตามรับชมอย่างต่อเนื่อง สังเกตได้จากผลสำรวจพฤติกรรมการชมและทัศนคติของแม่บ้านในกรุงเทพมหานครที่ชอบชมละครโทรทัศน์ไทยจากงานของปนัดดา ธนสถิต (2531) พบว่า ในเวลานั้นมีการรับชมละครโทรทัศน์ไทยเรื่องผู้หญิงคนหนึ่ง ประมาณ 42.1% ของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดซึ่งส่วนใหญ่อายุ 36 ปีขึ้นไป โดยเรียงลำดับเหตุผลหลักจากมากไปน้อยในการรับชมละครเรื่องนี้คือ เนื้อเรื่องดี ดาราแสดงดี มีคติสอนใจ และสะท้อนให้เห็นชีวิตจริง

นอกจากนี้ เหตุผลในการเปิดรับสารประเภทละครโทรทัศน์ของผู้ชมยังมีอีกหลายด้าน โดย ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ศึกษาและเรียงลำดับเหตุผลดังกล่าวจากมากไปหาน้อยในเวลาต่อมา ได้แก่ อันดับ 1 การรับชมเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ไม่ว่าจะเพลิดเพลินจากเนื้อเรื่องดีสนุก ดารานักแสดงคนโปรด ฉากสวย เครื่องแต่งกายตัวละครที่งดงาม อันดับ 2 การรับชมเพื่อตรวจสอบความเป็นจริงหรือความเป็นอยู่ของบุคคลอื่นและสังคมอื่น เช่น เป็นคนจนก็อยากรู้ว่าคนรวยใช้ชีวิตอย่างไร หรือเป็นคนไทยยุคปัจจุบันก็อยากรู้ว่าคนไทยโบราณสมัยรัชกาลที่ 5 กินอยู่อย่างไร และอันดับ 3 ได้แก่ การรับชมละครโทรทัศน์เพื่อพักผ่อนและบรรเทาความตึงเครียดจากปัญหาในชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน คนรัก รถติด เช่น การได้ชมละครแล้วสมมติว่าตนเองเป็นนางเอก มีพระเอกคนโปรดมาจ้องตาคอกรัก ก็สามารถทำให้สาว ๆ หรือหนุ่ม ๆ รู้สึกเขินอาย ตีใจไปกับนางเอก แล้วลืมความทุกข์ในใจไปได้ชั่วขณะหนึ่ง

ส่วนเหตุผลอันดับท้าย ๆ ในการรับชมละครโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างก็คือเพราะไม่มีรายการอะไรจะชมและการชมเพราะติดเป็นนิสัย ยิ่งกว่านั้นการเลือกเปิดรับละครโทรทัศน์ยังสามารถนำไปเป็นหัวข้อสนทนาร่วมกับเพื่อน และอาจมีการล้อกันเล่นในกลุ่มด้วยการเอาชื่อตัวละครไปเรียก

แฟนชื่อเพื่อน รวมถึงนำวิธีแก้ปัญหาที่ได้จากละครไปเป็นแนวทางหากต้องเผชิญกับสถานการณ์เช่นในละครโทรทัศน์ ส่วนประสบการณ์อื่นที่ได้รับก็คือความเชื่อเรื่องทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว และพรหมจรรย์เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิตหญิงสาว

นอกจากนี้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกชมละครโทรทัศน์ยังสามารถเห็นได้จากงานของถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ (2542) ซึ่งสำรวจความคิดเห็นชาวกรุงเทพมหานครและพบว่าคนส่วนใหญ่ชอบรับชมละครที่มีดารานักแสดงที่ชื่นชอบแสดง ส่วนเนื้อหาละครที่ชื่นชอบคือแนวรักสมหวัง แนวตลก และคิดว่าละครที่ดีต้องให้คติ แก่คิด และความรู้ ซึ่งเป็นไปในทำนองเดียวกันกับงานวิจัยของอิติรัตน์ อรัณยวงศกร (2544) และพรพชชา ริมกาญจนวัฒน์ (2553) โดยพรพชชา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกตัดสินใจรับชมละครโทรทัศน์ด้วยตนเองและชื่นชอบละครแนวตลก เบาสมองมากที่สุด ขณะที่อิติรัตน์ พบว่า ปัจจัยด้านดารานักแสดงที่ชื่นชอบมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกเปิดรับชมละครโทรทัศน์ไม่ว่าจะเป็นเรื่องซ้ำเดิมหรือไม่ ในทางตรงกันข้าม หากขาดนักแสดงที่โปรดปรานก็จะเกิดพฤติกรรมการถอนตัวจากละครโทรทัศน์ไปรับชมรายการประเภทอื่นหรือไปรับสื่ออื่นโดยง่าย ยิ่งไปกว่านั้นกลุ่มแม่บ้านยังตัดสินใจเลือกเปิดรับชมละครโทรทัศน์แนวต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการจะรับรู้ของตนเป็นหลัก ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านจิตวิทยาและบุคลิกภาพของผู้รับชมแต่ละคน เช่น บางคนซี้ดก็อาจจะไม่รับชมละครแนวผีเรื่อง “สุสานคนเป็น” อาจเปลี่ยนเรื่องหรืออาจถอนตัวเพียงชั่วคราวโดยเปลี่ยนช่องไปให้พ้นฉากที่ไม่ชอบก่อน

ละครโทรทัศน์ไทยไม่ได้เป็นที่นิยมเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น เพราะชาวเอเชียในประเทศอื่น ๆ ก็นิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นชาวจีน กัมพูชา เวียดนาม โดยเฉพาะความนิยมจากผู้ชมในประเทศลาว ซึ่งงานวิจัยของวรารุช ถนอมจิตร (2558) ศึกษา ความสัมพันธ์ของการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ไทยกับค่านิยมทางวัฒนธรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ พบว่า ชาวลาวในนครเวียงจันทน์นิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยประเภทละครชิงรักหักสวาท ละครรักโรแมนติก ละครตลกขบขัน และละครพื้นบ้านไทย ขณะที่ผมนุรัตน์ โกศัย (2545) พบว่า ชาวลาวในเวียงจันทน์นิยมรับสื่อแทบทุกชนิดของประเทศไทยเนื่องจากทันสมัยกว่าและมีภาษาใกล้เคียงกันทำให้เข้าใจไม่ยาก โดยเฉพาะละครโทรทัศน์ไทยที่ผู้ชมชาวลาวนิยมรับชมด้วยกันทั้งครอบครัวและตัดสินใจเลือกจากดารานักแสดงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผู้ชมเพศหญิงจะจดจำดารายายได้ดี ขณะที่ผู้ชมเพศชายก็จะจดจำดารานักแสดงชายได้ดี ทั้งนี้ผู้ชมวัยรุ่นชาวลาวรู้สึกว่าการชมละครไทยสนุก ทำให้เห็นการดำเนินชีวิตที่ดี ได้แนวทางความทันสมัยเรื่องเสื้อผ้ากับทรงผม และได้ฝึกภาษาไทย ยิ่งไปกว่านั้นส่วนใหญ่ยังใช้การรับชมละครโทรทัศน์ไทยในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว และกลุ่มเพื่อนด้วยการนำละครที่ชมไปเป็นหัวข้อสนทนาและนำวิธีแก้ปัญหาจากละครมาประยุกต์ใช้

กับบางสถานการณ์ในชีวิต ซึ่งประเด็นการรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อฝึกฝนการพูดและฟังภาษาไทย นั้นสอดคล้องกับที่นางสาว ตูตู (Thu Thu) (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2561) และเพื่อนชาวเมียนมาใน นครย่างกุ้งซึ่งเป็นพนักงานเอกชนมักจะกระทำบ้างเป็นบางครั้ง โดยเธอจะรับชมละครโทรทัศน์ไทย ผ่านทางแผ่นดีวีดีและเฟซบุ๊ก (Facebook) ในขณะที่ประเด็นการรับชมละครโทรทัศน์ไทยและมัก ตัดสินใจเลือกรับชมละครจากดารานักแสดงที่ชื่นชอบของผู้ชมชาวลาวในช่วงต้นนั้น ใกล้เคียงกับการ สืบสวนทัศนคติของผู้ชมชาวจีนในงานศึกษาของพรรณชรินทร์ ชัยเชาวรัตน์ (2556) และหลาน เปีน (2557) ที่พบว่า ผู้ชมชาวจีนนิยมและชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยจากความสวยหล่อของดารานักแสดง และการรับชมละครโทรทัศน์ไทยยังทำให้ผู้ชมอยากมาท่องเที่ยวประเทศไทยตามสถานที่ในละคร ยิ่งไปกว่านั้นงานวิจัยของ Nguyen Thi Tu Anh (2016) ยังเสริมว่า ผู้ชมชาวเวียดนามนิยมรับชมละคร โทรทัศน์ไทยเป็นอย่างสูง ผู้ชมชาวเวียดนามคิดว่า ตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยมีการแสดงออกทาง ความคิดและอารมณ์ที่ชัดเจนจึงทำให้พวกเขาสามารถรับรู้และเข้าใจวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาว ไทยมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยในมุมมองของกาญจนา แก้ว เทพ (2536, 2543) ก็คือการถูกผู้ชมและสื่อมวลชนเรียกไปในทางลบว่าเป็น “ละครน้ำเน่า” แต่ถึง กระนั้นละครโทรทัศน์ของไทยที่มักเป็นแนวครอบครัวและความรักแบบไทย ๆ ก็ยังคงได้รับความนิยม และคอยติดตามอย่างเหนียวแน่นจากผู้ชมหลากหลายชนชั้นมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าละคร บางเรื่องจะถูกผลิตซ้ำทำใหม่มาแล้วไม่รู้กี่ครั้งจนผู้ชมรุ่นเก่าสามารถจำเนื้อเรื่องจนถึงตอนจบได้ก็ตาม ยิ่งไปกว่านั้นละครโทรทัศน์แบบไทย ๆ ยังได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่ผู้ชมชาวต่างชาติดังที่กล่าวใน ช่วงต้นด้วย ทั้งนี้การนำละครโทรทัศน์เรื่องเก่าที่ประสบความสำเร็จมาผลิตใหม่นั้นจำเริญลักษณ์ ธนะ วังน้อย (2542) อธิบายจากคำตอบที่เคยสนทนากับผู้ผลิตว่า เป็นเพราะผู้ชมประทับใจเนื้อหาจึงอยาก ชมซ้ำ อีกทั้งเรื่องราวส่วนใหญ่ยังสร้างจากสถานที่และชนชั้นที่มีอยู่จริงในสังคมไทย ผู้ชมจึงคิดฝันไป ว่าแม้จะจนอาศัยอยู่ในสลัม แต่วันหนึ่งอาจจะได้เจอคนรักที่ดี ร่ำรวย สวยหล่อ ได้เป็นสะใภ้เศรษฐี เหมือนเช่นตอนจบในละครโทรทัศน์บ้าง นอกจากนี้ยังมีละครโทรทัศน์ไทยบางเรื่องที่มีร่องรอยของ โครงเนื้อหาที่ซ้ำกันแต่เป็นคนละชื่อเรื่อง ซึ่งก็ยังมีผู้ชมคอยติดตามชมอย่างเพลิดเพลินไม่เปลี่ยนแปลง เช่น ละครเรื่อง “ทางผ่านกามเทพ” กับเรื่อง “จำเลยรัก” ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการจับเชลยผิดตัว เพราะความเข้าใจผิดของพระเอก และความเสียสละอดทนยอมของนางเอกเพราะรักและสำนึกใน บุญคุณของพี่สาวจอมเห็นแก่ตัวและหลอกลวง ที่เป็นเช่นนี้สมสุข หินวิมาน (2545) ให้เหตุผลว่าเพราะ ผู้ชมส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์แบบ “เอารส” มากกว่า “เอาเรื่อง” นั่นเอง

จากการศึกษาในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าผู้บริโภคหรือผู้ชมละครโทรทัศน์รับชมละครโทรทัศน์เพื่อตอบสนองความต้องการที่ต่างกันออกไป เช่น เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อบรรเทาเครียด และหลีกเลี่ยงความจำเจ เพื่อสำรวจและเรียนรู้ในสิ่งที่ไม่เคยมีประสบการณ์ เพื่อการสนทนาเมื่อเข้าสู่สังคม เป็นต้น ซึ่งผู้ชมที่มีลักษณะทางประชากรต่างกัน เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ลักษณะอาชีพ ชนชั้นทางสังคม ที่อยู่อาศัย ภูมิหลังทางวัฒนธรรม รวมถึงมีทัศนคติและรสนิยมความชอบต่างกัน ย่อมมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์แตกต่างกัน โดยเหตุผลหลักในการตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ของผู้ชมส่วนใหญ่มาจากความงดงามของดารานักแสดง ฉาก เครื่องแต่งกาย รวมถึงเนื้อหาของละครที่ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวัน สามารถสะท้อนให้เห็นชีวิตจริง ประกอบกับมีสาระและคติสอนใจที่ดี

3. แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตรายการโทรทัศน์ประเภทละคร ประเภทของละครโทรทัศน์ (Genres) และองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย

ผลงานของสื่อมวลชนทุกแขนงไม่เว้นแม้แต่รายการโทรทัศน์ ล้วนประกอบไปด้วย 2 มิติ คือ เนื้อหา (Content) และรูปแบบ (Form/Format) ทั้งนี้รูปแบบจะเป็นสิ่งที่กำหนดการรับรู้ การตีความ และความคาดหวังของผู้รับสาร นอกจากนี้ ผู้รับสารก็ต้องการรับรู้ทั้งเนื้อหาและรูปแบบไปพร้อม ๆ กันเมื่อเสพผลผลิตของสื่อมวลชน กล่าวคือหากเป็นรายการโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อสาธารณะและมีเนื้อหาให้เลือกชมหลากหลายแล้ว ผู้รับสารหรือผู้ชมก็จะรับชมรายการเฉพาะในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของตนเอง เช่น รับชมข่าว กีฬา ละคร โดยรับรู้ถึงกติกาและหลักเกณฑ์ของแต่ละรูปแบบรายการด้วย เช่น ไม่คาดหวังอะไรจริงจังกับรายการเกมโชว์เหมือนที่คาดหวังจากรายการข่าว ในทำนองเดียวกันผู้ที่รับชมละครเพลงก็จะเน้นไปที่เสียงเพลงอันไพเราะมากกว่าเค้าโครงเรื่อง (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) สอดรับกับที่ Berger (1992, อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552) อธิบายว่าเมื่อเปิดรับชมรายการโทรทัศน์แล้ว ผู้ชมจะได้เรียนรู้และรับรู้ว่ารายการโทรทัศน์แต่ละรูปแบบมีหลักเกณฑ์และลักษณะอย่างไร ซึ่งในที่นี้ Berger ได้จำแนกประเภทของรายการโทรทัศน์โดยใช้หลักเกณฑ์ด้านลักษณะความจริง (Objective) และลักษณะความเร้าอารมณ์ (Emotive) เป็น 4 ประเภทรายการ ได้แก่ การแข่งขัน ข่าว การโน้มน้าวชักชวน และละคร ดังนี้

- รายการประเภทการแข่งขัน (Contest) คือรายการที่เป็นเรื่องจริงแต่สามารถเร้าอารมณ์ได้มากจนทำให้ผู้ชมรู้สึกตื่นเต้น เช่น รายการแข่งขันกีฬา รายการประกวดต่าง ๆ

- รายการประเภทข่าว (Actuality) คือรายการที่เป็นเรื่องจริง เน้นข้อเท็จจริง แต่มีลักษณะการนำเสนอแบบเรียบและไม่กระตุ้นอารมณ์ของผู้รับชม

- รายการประเภทการโน้มน้าว (Persuasion) คือรายการที่มีข้อเท็จจริงอยู่น้อยและไม่ค่อยเร้าอารมณ์ของผู้รับชมมากนัก เช่น งานโฆษณาทางโทรทัศน์บางชิ้นที่ไม่มีประสิทธิภาพ

- รายการประเภทละคร (Drama) คือรายการที่ไม่เป็นเรื่องจริงแต่สามารถเร้าอารมณ์ของผู้ชมได้มาก ทั้งนี้ในอดีต Aristotle เป็นผู้ริเริ่มการแบ่งประเภทของละครกรีกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ แนวตลก (Comedy) แนวโศกเศร้า (Tragedy) และแนวประโลมโลก (Melodrama) โดยผู้ผลิตละครย่อมจะต้องสร้างสรรค์งานละครที่อยู่ในแต่ละสังกัดให้ได้มาตรฐานด้วย เช่น หากเป็นละครแนวโศกเศร้าก็ต้องทำให้ผู้ชมรู้สึกสะเทือนจิตใจให้ได้ ส่วนรายการละครโทรทัศน์ที่ผลิตในประเทศไทยซึ่งแบ่งประเภทโดยการเปรียบเทียบกับละครโทรทัศน์ที่ผลิตในต่างประเทศนั้น ปันดดา ธนสถิตย์ (2531) จำแนกออกเป็น 6 ประเภทใหญ่ โดยมีกัญญา แก้วเทพ (2552) เพิ่มเติมรายละเอียดต่าง ๆ ในเวลาต่อมาเพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นปัจจุบันของละครโทรทัศน์ไทยมากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำรายละเอียดจากทั้ง 2 แหล่งข้อมูลมาประมวลและสรุปตั้งรายละเอียดต่อไปนี้

1. ละครมาสเปเชียล (Drama Special) คือ ละครสั้นแบบพิเศษที่จบในตอนเดียว ยาวประมาณ 60 – 120 นาที และจะออกอากาศเฉพาะในโอกาสพิเศษเท่านั้น เช่น วันแม่ หรือเนื่องในงานการกุศล

2. ทิวซีรี่ (TV Series) คือ ละครสั้นที่จบในตอนเดียวเช่นกัน แต่จะออกอากาศเป็นประจำด้วยความยาวประมาณ 30 - 60 นาที โดยมีเนื้อหาเป็นแนวเดียวกัน ผู้แสดงชุดเดียวกัน แต่เรื่องราวของแต่ละตอนจะเปลี่ยนไป

3. ทิวซีเรียล (TV Serials) หรือ โซปโอเปรา (Soap operas) คือ ละครยาวที่ดำเนินเรื่องราวต่อเนื่องกันไปหลายตอนจบโดยมีผู้แสดงชุดเดิมตลอดทั้งเรื่องและออกอากาศเป็นประจำในวันและเวลาเดิม ส่วนทิวซีเรียล (TV Serials) หรือ โซปโอเปรา (Soap operas) ของไทยในปัจจุบันนี้มีประมาณ 20 - 30 ตอนต่อ 1 เรื่อง

ทั้งนี้อารดา ครุจิต (2557) อธิบายเกี่ยวกับ “โซปโอเปรา” (Soap operas) ซึ่งหมายถึงความถึงละครทางโทรทัศน์ไว้ว่า คำนี้เริ่มใช้มาตั้งแต่ยุคที่ละครวิทยุมีผู้สนับสนุนรายการเป็นสินค้าประเภทสบู่และผงซักฟอกในค.ศ.1930 ซึ่งแม้ว่าต่อมาจะมีผู้สนับสนุนเป็นสินค้าประเภทอื่น ๆ เพิ่มขึ้น แต่ละครวิทยุและโทรทัศน์ก็ยังคงถูกเรียกว่า Soap operas หรือสั้น ๆ ว่า Soaps เช่นเดิม แต่ต่อมาในช่วงค.ศ. 1970-1980 คำว่า “ดราม่าซีรีส์” (Drama series) เริ่มถูกนำมาใช้มากขึ้นเพื่อแยกประเภทหรือแนวของละคร เช่น ละครตลกสถานการณ์ขนาดสั้น (Sit Com) ถูกจัดให้เป็นละครแนวตลก (Comedy series) ดังนั้นละครโทรทัศน์ที่จัดว่าเป็นแนวชีวิตทั้งหมดไม่ว่าจะออกอากาศในช่วงกลางวัน (Daytime soap) หรือกลางคืน (Primetime soap) จึงถูกเรียกโดยรวมว่า “ดราม่าซีรีส์” ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา แล้วค่อยจำแนกเป็นแนวย่อยลงไป เช่น แนวควาบอย แนววัยรุ่น แนวการแพทย์ แนวสืบสวน (Glen

Creeber, 2001, อ้างถึงในอารดา ครุจิต, 2557) ทั้งนี้ อารดาชี้แจงเพิ่มเติมว่าเมื่ออุตสาหกรรมบันเทิงมีลักษณะเชื่อมโยงกันอย่างไร้พรมแดน (Globalization) การเรียกสั้น ๆ ด้วยคำว่า “ซีรีส์” (Series) จึงถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในระยะหลัง โดยล้วนหมายถึงรายการในรูปแบบ “ละครทางโทรทัศน์” เช่นเดียวกัน เช่น ซีรีส์เกาหลี ซีรีส์ไต้หวัน ซีรีส์ตะวันตก

4. มินิซีรีส์ (Mini Series) คือ ละครสั้นที่มีความยาวตั้งแต่ 3 ชั่วโมงขึ้นไป จึงต้องแบ่งการออกอากาศให้จบภายใน 2 - 6 ตอนในเวลาเดิมของวันรุ่งขึ้นหรือสัปดาห์ถัดไป ทั้งนี้เนื้อหาในแต่ละเรื่องจะไม่มีความเกี่ยวข้องกันและผู้แสดงก็จะไม่ใช่ชุดเดียวกัน

5. แอนโทโลยีซีรีส์ (Anthology Series) หรือ แอนโทโลยีดราม่า (Anthology Drama) คือ ละครที่จบในตอนเดียว โดยที่แต่ละตอนมีเรื่องราวที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย ส่วนตัวผู้แสดงก็เป็นคนละชุดแต่ละครทุกเรื่องนั้นจะต้องอยู่ในประเภทหรือตระกูลเดียวกัน เช่น แนวกลีบลับ แนวเทพนิยาย

6. ชิทูเอชั่นคอมเมดี้ (Situation Comedies) หรือ ชิทคอม (Sit Com) คือ ละครสั้นแนวตลกขบขันที่จบในตอนซึ่งมีความยาวประมาณ 30 นาที ใช้ผู้แสดงชุดเดิม โดยเนื้อเรื่องในแต่ละตอนจะเป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นภายในครอบครัวหรือเสียตีสื่อเลียนเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริงในสังคม นอกจากนี้ยังบันทึกเทปที่ห้องส่งซึ่งติดตั้งฉากหลัก ๆ เพียง 2 - 3 ฉากและมีผู้ชมมารับชมการบันทึกเทปด้วย

ทั้งนี้ นอกจากรายการโทรทัศน์ 4 ประเภทหลักตามการจำแนกของ Berger แล้ว นักวิชาการหลายท่านรวมทั้งกาญจนา แก้วเทพ (2552) และอารดา ครุจิต (2557) ยังได้วิเคราะห์เพิ่มเติมและสรุปประเภทของรายการโทรทัศน์ที่แตกตัวออกมามากมาย เช่น รายการข่าว สารคดี โฆษณา กีฬา สัมภาษณ์ ดนตรี ละคร เกมโชว์ (Game show) ทอล์กโชว์ (Talk show) และ เรียลลิตี้ (Reality)

อย่างไรก็ตาม หากจะกล่าวถึงรายการละครทางโทรทัศน์แล้วทีวีซีรีส์ (TV Serials) หรือ โสบโอเปรา (Soap operas) หรือ ดราม่าซีรีส์ (Drama series) ถือเป็นประเภทของละครทางโทรทัศน์ที่คนส่วนใหญ่รวมถึงผู้ชมชาวไทยนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจาก “ละครโทรทัศน์” เป็นการบรรจบกันของโลกแห่งความเป็นจริงและความคิดฝันซึ่งสามารถสะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นบทเรียนให้ผู้ชมได้เรียนรู้ความผิดชอบชั่วดี เป็นพื้นที่ให้ผู้ชมได้เปิดโลกกว้างและหลีกเลี่ยงความจำเจ อีกทั้งยังได้จินตนาการและมีความสุขไปกับสิ่งที่เป็นไปไม่ได้หรือเป็นไปได้อย่างในชีวิตจริง (สมสุข หินวิมาน, 2545) จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่ละครโทรทัศน์จะเป็นรายการบันเทิงที่มีผู้ชมส่วนใหญ่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจและติดตามชมมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะผู้ชมชาวไทยนั้นเรียกได้ว่าอาจหงุดหงิดไม่พอใจขึ้นมาทีเดียวหากวันใดมีรายการพิเศษหรือมีโฆษณามาแทรกละครโทรทัศน์เรื่องดังในขณะที่กำลังฉายถึงจุดสำคัญของเรื่อง (Climax) อย่างกะทันหัน (กาญจนา แก้วเทพ, 2543)

ซึ่งจากการวิเคราะห์ของ Katzman (ม.ป.ป., อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2543) พบว่าความสมจริงหรือเกือบเหมือนจริงทั้งในแง่ตัวละคร บทสนทนา ฉาก เสื้อผ้า ประกอบกับระยะเวลาที่ใช้นั่งชม และที่สำคัญคือการนำเสนอเรื่องราวอย่างซ้ำ ๆ ของละครโทรทัศน์นี้เองที่มีศักยภาพมากจนส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ “ติดละครโทรทัศน์” ซึ่งสามารถดึงดูดผู้ชมให้ติดตามรับชมละครราวกับถูกมนต์สะกด

ทั้งนี้ ละครโทรทัศน์ในมุมมองของผู้ชมถือเป็น “ผลผลิตทางวัฒนธรรม” ที่ให้ความบันเทิงแก่บุคคลทั่วไปหรือที่เรียกว่า “popular culture of entertainment” (แซมมวล จอห์นสัน, 1765, อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2536, 2543) โดยสิ่งที่เป็น popular culture ซึ่งหมายถึงวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือวัฒนธรรมประชานิยมอย่างละครโทรทัศน์ย่อมถือเป็นรูปแบบหนึ่งของ “วัฒนธรรมของมวลชน” ด้วย เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อทำหน้าที่สำคัญคือช่วยให้คนในสังคมได้หลีกเลี่ยงภาระหน้าที่การงานและความ เครียดความกดดันที่เป็นอยู่ได้ถึงแม้จะเป็นเพียงชั่วคราว โดยผู้คนในสังคมจำนวนมากเหล่านั้นก็ให้การยอมรับและชื่นชมกับสิ่งนั้นด้วย (อัมพร จิรัฐติกร, 2559) ด้วยเหตุนี้ ผู้ชมละครจึงเป็นกลุ่มบุคคลสำคัญในการออกกฎของละคร ผู้ผลิตละครต้องเอาใจผู้ชมเพื่อให้ละครอยู่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่ละครโทรทัศน์ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในสินค้าทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศซึ่งได้มีการไหลข้ามพรมแดนต่างประเทศอย่างรวดเร็วผ่านทางสื่อเก่าและสื่อใหม่ ไม่ว่าจะผู้ชมเหล่านั้นจะชื่นชอบและต้องการชมละครโทรทัศน์ของประเทศต้นฉบับอย่างแท้จริงหรือชมเพียงแคให้เห็นถึงความแตกต่างทางรสนิยมก็ตามเนื่องจากผู้อุปถัมภ์รายการ (sponsor) ต่าง ๆ ย่อมต้องการสนับสนุนและซื้อเวลาโฆษณาในช่วงที่ละครโทรทัศน์ยอดนิยมนอกอากาศ ขณะเดียวกันผู้ผลิตและทางสถานีโทรทัศน์เองก็ต้องเอาใจผู้อุปถัมภ์รายการด้วยเพื่อให้มีทุนทรัพย์ในการผลิตผลงานและออกอากาศละครต่อไปได้

ดังนั้นผู้ชมซึ่งมีอิสระในการเลือกรับชม หรือ ไม่รับชมละครโทรทัศน์เรื่องใดก็ได้ตามที่ต้องการจึงเปรียบเสมือน “ผู้มีอำนาจอย่างแท้จริง” ในการกำหนดทิศทางและโฉมหน้าของละครโทรทัศน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2536, 2543) เช่นเดียวกับมุมมองของนิธิ เอียวศรีวงศ์ (2538) ที่ว่าผู้ชมการแสดงชาวไทยนั้นมีเสรีภาพสูง จะชมหรือเลิกชมเมื่อไรก็ได้ จะทำอะไรระหว่างการแสดงก็ได้ เนื่องจากผู้ชมเปรียบดั่ง “เจ้าบ้าน” ที่รับ “แขก” ซึ่งก็คือนักแสดงให้มาแสดงละครให้ชมถึงที่บ้านนั่นเอง

ประเภทของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ (Genres)

“ฉ่องค์” (Genres) เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสซึ่งแปลว่าชนิดหรือประเภท โดยเป็นคำศัพท์ที่นิยมใช้กันมานานแล้วในแวดวงสื่อเพื่อนำมาใช้ในการแบ่ง “ประเภทหรือตระกูลของภาพยนตร์”

เป็นแบบต่าง ๆ เช่น แนวตะวันตก แนววิทยาศาสตร์ โดยคำว่า ฌองค์ จะครอบคลุมหลากหลายมิติ เช่น ความยาว ลักษณะการเล่าเรื่อง ลีลา การนำเสนอ ดนตรี ช่วงเวลา ฉาก บทพูด (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) การศึกษาประเภทของภาพยนตร์ (ฌองค์) จะทำให้ผู้ชมเข้าใจรูปแบบด้านความเหมือนและความแตกต่างของภาพยนตร์ทั้งที่อยู่ในประเภทเดียวกันและที่อยู่คนละประเภท เช่น ความแตกต่างระหว่างภาพยนตร์แนวความบอยกับแนวฆาตกรรม รวมถึงทำให้ผู้ชมเข้าใจความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมซึ่งมีผลต่อวิถีคิดเกี่ยวกับเนื้อหาทั้ง 2 แนวด้วย (Gill Branston, 2006, อ้างถึงใน กัจจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน, 2552)

กฤษดา เกิดดี (2543) อธิบายว่า “Film genre” หรือ “ตระกูลของภาพยนตร์” สามารถจำแนกได้จากส่วนประกอบของเนื้อหาภาพยนตร์เป็นหลัก คือ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง ฉากสถานการณ์ ความขัดแย้ง และลักษณะตัวละคร ได้แก่ วีรบุรุษ ตัวร้าย ตัวประกอบ ซึ่งนอกจากส่วนประกอบดังกล่าวแล้ว Neale (1993, อ้างถึงในกรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์, 2557) ยังเพิ่มเติมว่าเครื่องแต่งกาย (costumes) ก็เป็นอีกส่วนประกอบหนึ่งที่น่าสนใจในการจำแนกประเภทของภาพยนตร์ด้วย โดยภาพยนตร์ที่มีลักษณะส่วนประกอบข้างต้นร่วมกันก็จะถูกจัดให้อยู่ในประเภทภาพยนตร์เดียวกัน ส่วนภาพยนตร์อีกจำนวนมากที่มีลักษณะร่วมหรือใกล้เคียงกับประเภทอื่นมาก เช่น ภาพยนตร์แนวสยองขวัญกับแนวลึกลับตื่นเต้น ภาพยนตร์นิยายวิทยาศาสตร์กับแนวจินตนาการ รวมทั้งภาพยนตร์บางเรื่องที่อาจมีเนื้อหาคาบเกี่ยวหรือปะปนไปในหลายประเภท โดยทั่วไปแล้วก็จะยึดเอาจากลักษณะที่โดดเด่นที่สุดของภาพยนตร์เพื่อจัดให้อยู่ในประเภทใดประเภทหนึ่ง ทำนองเดียวกันกับคำอธิบายของ กัจจร หลุยยะพงศ์ (2556) ที่ว่าการศึกษาประเภทของภาพยนตร์ หรือ ฌองค์ (Genres) นั้นจะเน้นศึกษาพิจารณาเกี่ยวกับกลุ่มภาพยนตร์ที่ใกล้เคียงกัน โดยสัมพันธ์กับสูตรสำเร็จในอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์ที่ผลิตเพื่อให้ขายได้และสามารถทำกำไรในเชิงพาณิชย์โดยไม่จำเป็นต้องใช้ผู้กำกับที่มีชื่อเสียง นอกจากนี้ยังสัมพันธ์กับการสร้างความคาดหวังให้แก่ผู้ชมที่จะตัดสินใจจ่ายเงินซื้อบัตรเข้าชมภาพยนตร์ด้วยว่าภาพยนตร์ประเภทต่าง ๆ ที่กำลังจะได้ชมนั้นมีเนื้อหา เรื่องราว และรูปแบบเช่นไร ทั้งนี้ผู้ผลิตสามารถพัฒนาและสร้างสรรค์เรื่องราวพร้อมกับรูปแบบที่แปลกใหม่ น่าสนใจและสนุกสนานได้เรื่อย ๆ เพื่อดึงดูดใจผู้บริโภคหรือผู้ชม อย่างไรก็ตาม กฤษดา เกิดดี (2543) ได้วิเคราะห์และจำแนกประเภทภาพยนตร์ที่ผู้ชมคุ้นเคยเพื่อตอบสนองความพยายามในการสรุปว่าภาพยนตร์แต่ละเรื่องมีลักษณะและเนื้อหาอย่างไร โดยสรุปเป็น 10 ประเภทสำคัญ ได้แก่

1. ภาพยนตร์นิยายวิทยาศาสตร์และจินตนาการ (Science Fiction and Fantasy) โดยนวนิยายวิทยาศาสตร์เกิดและพัฒนาจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อาจเกี่ยวกับอวกาศและมนุษย์ต่างดาว ในขณะที่แนวจินตนาการจะคาบเกี่ยวหรือรวมกับแนวนิยายวิทยาศาสตร์ในหลาย ๆ ครั้ง แต่ความต่างของ 2 แนวนี้ก็คือภาพยนตร์นิยายวิทยาศาสตร์จะเน้นการอธิบายสิ่งที่

เกิดขึ้น ตรงข้ามกับภาพยนตร์จินตนาการที่ไม่จำ เป็นต้องหาคำตอบหรืออธิบายด้วยเหตุผลใด ๆ เพราะเป็นการออกจากโลกความจริงมาสู่โลกแห่งความฝัน

2.ภาพยนตร์สยองขวัญ (Horror Film) มีลักษณะของความสยดสยองจากเลือด การฆ่า ความตาย และเน้นบรรยากาศที่น่ากลัว ภาพยนตร์สยองขวัญเกิดขึ้นจากแนวนิยายวิทยาศาสตร์ รวมถึงใกล้ชิดกับแนวเขย่าขวัญ (Thriller) และตื่นเต้นลึกลับ (Suspense and Mystery) เพราะมีช่วงที่ผู้ชมจะตื่นเต้นหวาดผวา ต้องเอาใจช่วยตัวละครที่โดดเดี่ยว หลบหนีหรือไม่มีทางสู้จากคนโรครจิต สัตว์ร้าย หรือตัวประหลาด ทั้งนี้ความต่างของภาพยนตร์สยองขวัญกับแนวอื่นก็คือภาพยนตร์เขย่าขวัญจะไม่เน้นการฆ่าฟันและความตายแต่เน้นการสร้างบรรยากาศให้หลอกหลอนน่ากลัว ส่วนภาพยนตร์ตื่นเต้นลึกลับจะเน้นเนื้อหาที่มีเงื่อนงำซับซ้อนเพื่อให้ผู้ชมสนใจติดตามและร่วมค้นหาไปกับตัวละคร

3.ภาพยนตร์ผจญภัย (Adventure Film) เป็นประเภทที่รวมภาพยนตร์หลายแนว เช่น แนวต่อสู้แนวสงครามในสมรภูมิ แนวบุกป่าฝ่าดง ซึ่งแต่ละแนวจะมีลักษณะร่วมกันคือตัวละครเอกเป็นวีรบุรุษที่เก่งกล้าสามารถ ได้แสดงความสามารถเต็มที่ในการเอาชนะอุปสรรคอันตราย โดยอยู่ในเวลาและสถานที่ที่แปลกประหลาดหรือไม่คุ้นเคยในชีวิตปกติ นอกจากนี้ยังมีลักษณะเครื่องแต่งกายที่โดดเด่นอีกด้วย

4.ภาพยนตร์บุกเบิกตะวันตก (The Western) หัวใจของภาพยนตร์ประเภทนี้คือการหวนคืนสู่อุดมคติที่มีคุณค่าทางใจ มีเนื้อหาที่มักเกี่ยวกับความขัดแย้งในชุมชนระหว่างความเจริญกับความป่าเถื่อนไม่พัฒนา มีตัวเอกเป็นวีรบุรุษที่รักความยุติธรรมเข้ามาร่วมวงความขัดแย้ง ต่อสู้ ตลปับกับตัวร้าย ทั้งนี้ภาพที่โดดเด่นของภาพยนตร์บุกเบิกตะวันตกคือความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคาวบอยกับกลุ่มอินเดียน

5.ภาพยนตร์แก๊งสเตอร์ (Gangster Film) มีผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีเนื้อหาเกี่ยวกับองค์กรอาชญากรรม ความรุนแรง การทำลายล้าง โดยภาพยนตร์แก๊งสเตอร์เป็นแนวที่สัมพันธ์กับภาพยนตร์บุกเบิกตะวันตกด้านสังคมและวัฒนธรรมของชาวอเมริกันแต่ต่างกันที่เวลาและสถานที่ โดยแนวบุกเบิกตะวันตกจะเน้นพื้นที่เปิด สว่างไสว และเงียบสงบ โดยเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต ขณะที่แนวแก๊งสเตอร์จะเป็นภาพที่มีดমন ปิดกัน เป็นภาพของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมเมืองปัจจุบันซึ่งเต็มไปด้วยความวุ่นวาย เสียงดังอีกทีก ยานพาหนะ และผู้คนมากมาย

6.ภาพยนตร์ฟิล์มนัวร์ (Film Noir) เป็นคำในภาษาฝรั่งเศสซึ่งแปลตรงตัวว่าภาพยนตร์มืด (Dark Film) เป็นภาพยนตร์ที่มีองค์ประกอบและเรื่องราวที่แสดงถึงความเลวร้ายมืดมน สกปรก หมดหวัง หายนะ และความตาย ตัวละครมักเป็นพวกหญิงร้ายชายเลวที่มีกิเลส ความโลภ มีการล่อลวงด้วยแรงปรารถนาทางเพศ ทฤษฎี และนำไปสู่การฆ่าผู้อื่น ส่วนเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมักเป็นช่วงเวลากลางคืน

7.ภาพยนตร์เพลง (The Musical) เป็นภาพยนตร์ที่มีการดำเนินเรื่อง เล่าเรื่อง รวมถึงแสดงอารมณ์ด้วยเสียงเพลงและการร้องเพลง มีลักษณะพิเศษคือผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ง่ายเพราะมีโครงเรื่องตรงไปตรงมา ส่วนเนื้อหาเป็นทั้งแบบเบาสมองและจริงจัง

8.ภาพยนตร์ตลก (Comedy) เป็นภาพยนตร์ที่แสดงถึงการมองโลกในแง่ดีโดยตอนจบของเรื่องแสดงถึงความรู้สึกดีในการมีชีวิต ทั้งนี้ภาพยนตร์ตลกแยกเป็น 2 แบบหลัก ได้แก่ Comedy of incidents คือการใช้มุขตลกเป็นหลักเพราะเห็นว่ามีอารมณ์ขันในตัวอยู่แล้วจึงไม่ได้กำหนดโครงเรื่องและเนื้อหาย่างชัดเจน และ Comedy of situation (Sitcom) คือการใช้เนื้อหาเป็นหลักส่วนมุขตลกจะใช้เป็นส่วนประกอบในการดำเนินเรื่องราว

9.ภาพยนตร์ศิลปะ (Art Film) แตกต่างจากภาพยนตร์เชิงพาณิชย์ คือเป็นผลงานที่สะท้อนปรัชญา การตีแผ่ และความจริงมากกว่าหลีกเลี่ยงความเป็นจริง เน้นความคิดมากกว่าบันเทิง นอกจากนี้ภาพยนตร์ศิลปะยังเน้นไปที่การแสดงออกถึงความคิดเห็น จุดยืน และมุมมองของผู้กำกับ ภาพยนตร์ในฐานะของศิลปินที่สร้างสรรค์งานศิลปะ ซึ่งบางครั้งก็ไม่ใช่เรื่องง่ายในการทำความเข้าใจ

10.ภาพยนตร์สะท้อนปัญหาสังคม (Social Problem Film) เกิดจากความเชื่อที่ว่าภาพยนตร์ควรให้สาระและข่าวสารเกี่ยวกับปัญหาหรือสถานการณ์ความขัดแย้งในสังคมซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ชมเพื่อให้ผู้ชมได้รู้ความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ดังนั้นจึงมีเนื้อหาที่สะท้อนปัญหาและความขัดแย้ง ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะได้รับการแก้ไขในตอนจบเรื่อง

สำหรับ “ตระกูลหรือประเภทของภาพยนตร์ไทย” สมชาย ศรีรักษ์ (2548) ได้วิเคราะห์จากลักษณะเนื้อหาเฉพาะและรายละเอียดที่ต่างกันของภาพยนตร์ไทยในช่วงพ.ศ.2510 - 2525 โดยพบว่าภาพยนตร์ไทยบางประเภทมีลักษณะใกล้เคียงกับภาพยนตร์ในต่างประเทศ นอกจากนี้แต่ละประเภทก็อาจมีประเภทย่อย (Sub-genre) ที่จำแนกลงไปอีกมากมาย ทั้งนี้สมชายได้วิเคราะห์แล้วจำแนกตระกูลหรือประเภทของภาพยนตร์ไทยออกเป็น 6 ประเภทสำคัญซึ่งเป็นที่รู้จักของผู้ชมชาวไทย ได้แก่

1.ภาพยนตร์แนวชีวิต มีลักษณะเนื้อหาที่เน้นไปในด้านวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งใกล้เคียงกับชีวิตจริง ทั้งนี้อาจสามารถแยกย่อยภาพยนตร์แนวชีวิตออกได้อีกหลายแนว เช่น แนวรัก แนวโศกเศร้า แนวสะท้อนปัญหาชีวิตสมรส แนวสะท้อนปัญหาเด็กและวัยรุ่น โดยมีลักษณะที่แทรกอารมณ์หลากหลายไว้ในเรื่องเดียวด้วย เช่น รัก เสียใจ ตลก สมหวัง ผิดหวัง ทั้งนี้ Krisda Kerddee (2010, อ้างถึงในอภิสิทธิ์ ปุรสาชิต, 2557) ขยายความเพิ่มเติมว่า ภาพยนตร์แนวชีวิต (Melodrama) นั้นจะมีลักษณะนิสัยตัวละครที่แยกออกจากกันอย่างชัดเจนว่าดีหรือเลว มีเหตุบังเอิญค่อนข้างบ่อยในการดำเนินเรื่อง และยังมีอารมณ์ของผู้ชมด้วยเสียงเพลง เช่น ภาพยนตร์เรื่องน้ำเซาะทราย เมียหลวง รักแห่งสยาม แสปี้เบิร์ดเดียร์

2.ภาพยนตร์แนวสะท้อนปัญหาสังคม มีลักษณะเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับภาพยนตร์แนวชีวิต แต่แนวสะท้อนปัญหาทางสังคมนั้นจะเกี่ยวกับสภาพปัญหาต่าง ๆ ที่ใหญ่กว่าและมีผลกระทบทางลบกับผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมต้องเผชิญอยู่มากกว่า ไม่ว่าจะเป็นในสังคมเมืองหรือชนบท เช่น ด้านความยากจน การกินอยู่ สาธารณสุข การโง่กึ่งทางการเมือง สิ่งแวดล้อมเป็นพิษ

3.ภาพยนตร์แนวสยองขวัญ มีลักษณะเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องลึกลับ น่าหวาดผวา โดยเรื่องราวมักเกี่ยวข้องกับพวกภูตผี วิญญาณ ปีศาจ รวมถึงเวทมนตร์คาถา เครื่องราง ของขลัง สัตว์ร้าย สัตว์ประหลาด ทั้งนี้ภาพยนตร์ผิบบเป็นส่วนหนึ่งของภาพยนตร์ประเภทสยองขวัญ แต่ส่วนใหญ่มักถูกผู้ชมเรียกแบบโดยรวมจึงเสมือนกลายเป็นประเภทเดียวกัน เช่น ภาพยนตร์เรื่องลัดดาแลนด์ ชัตเตอร์กตติต วิญญาณ บุปผาราตรี

4.ภาพยนตร์แนวตลก เป็นภาพยนตร์ที่สร้างขึ้นเพื่อมอบความสนุกสนานให้แก่ผู้ชมผ่านทางบทตลกของผู้แสดง เช่น เรื่องพ่อไก่แจ้ โดยสาเหตุที่ผู้ชมชาวไทยนิยมรับชมภาพยนตร์ตลกอาจเป็นเพราะต้องการผ่อนคลายจากความตึงเครียดที่ต้องพบเจออยู่เสมอในชีวิตและสังคม ทั้งนี้ Krisda Kerdee (2010, อ้างถึงในอภิสิทธิ์ ปรสาชิต, 2557) จำแนกภาพยนตร์ตลกออกเป็น 5 ประเภทย่อยได้แก่

- แนวตลกผี (Ghost Comedy) คือมีผีเป็นตัวเอกหรือตัวละครขัดแย้งที่เน้นการสร้างเหตุการณ์ให้กลัวแต่ก็ขบขันเฮฮามากกว่าการไล่ล่าเอาชีวิต เช่น เรื่องบ้านผีปอบ หอแต้วแตก
- แนวตลกพระ (Monk Comedy) คือมีพระสงฆ์เป็นตัวเอกหรือตัวละครขัดแย้ง และมีการแทรกมุขตลกขบขัน เช่น เรื่องโกยเถาะโยม หลวงพี่เท่ง
- แนวตลกล้อเลียน (Parody) มีลักษณะเนื้อเรื่องล้อเลียนภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ เช่น เรื่องโกยเถาะเกย์ ที่สร้างล้อเลียนภาพยนตร์ตะวันตกเรื่อง Brokeback Mountain และเรื่องตืดสู้ฟุตบอล ที่สร้างล้อเลียนภาพยนตร์จีนเรื่องเจ้าพ่อเซี่ยงไฮ้
- แนวตลกรัก (Romantic Comedy) มีโครงเรื่องเกี่ยวกับความรัก ประกอบกับแนวชีวิตและอารมณ์ขันอย่างลงตัว โดยสร้างอารมณ์ขันจากตัวละครที่ไม่เข้าใจกันและเหตุการณ์พลิกผัน เช่น เรื่อง 32ธันวา คุณนายโฮ
- แนวตลกเสียดสี (Satire) มีลักษณะเนื้อหาเสียดสีสังคมและมนุษย์ที่มีด้านมืด เช่น เรื่อง เมลันรกรหมวยยกล้อ อย่างไรก็ตามตลกตระกูลเสียดสีนี้พบไม่มากนักในภาพยนตร์ไทย

5.ภาพยนตร์แนวบู๊ มีลักษณะเนื้อหาที่เน้นในด้านการต่อสู้ทั้งที่มีและไม่มีอาวุธ โดยมักเป็นการต่อสู้ระหว่างกลุ่มพระเอกและกลุ่มตัวร้าย ซึ่งอาจมีทั้งเป็นผู้มีอิทธิพลในท้องถิ่นหรือเป็นผู้ออกการร้ายในพื้นที่ห่างไกลจนถึงระดับชาติ เช่น การก่ออาชญากรรม ค้ายาเสพติด ทำนองเดียวกันกับภาพยนตร์แนวต่อสู้ด้วยศิลปะป้องกันตัว (Martial Arts Film) ที่ Krisda Kerdee (2010, อ้างถึง

ในอภิสิทธิ์ ปุระสาชิต, 2557) วิเคราะห์ไว้ว่าเป็นแนวที่เน้นฉากต่อสู้ เน้นความงามของศิลปะการป้องกันตัว โดยมีตัวเอกหรือตัวละครขัดแย้งเป็นผู้ชำนาญการต่อสู้ เช่น ภาพยนตร์เรื่ององค์บาก ต้มยำกุ้ง

6. ภาพยนตร์เพลง จะประกอบด้วยฉากเพลงหรือเต้นรำเป็นหลัก โดยมีเพลงเป็นส่วนสำคัญในการเล่าเรื่อง ดำเนินเรื่องราว และแสดงอารมณ์ความรู้สึกของเหล่าตัวละคร เช่น เรื่องมนต์รักลูกทุ่ง

ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับงานของ Krisda Kerdee (2010, อ้างถึงในอภิสิทธิ์ ปุระสาชิต, 2557) ที่ต่อมาได้วิเคราะห์ภาพยนตร์ไทยจำนวน 217 เรื่องในช่วงค.ศ.2005 - 2009 เพิ่มเติมและสรุปภาพยนตร์ไทยออกเป็น 13 ประเภทใหญ่ โดยมีอยู่ 5 ประเภทที่เป็นไปในทำนองเดียวกันกับงานของสมชาย คือ ภาพยนตร์แนวชีวิต (Melodrama) แนวสะท้อนปัญหาสังคม (Social Problem Film) แนวสยองขวัญหรือแนวผี (Horror / Ghost Film) แนวต่อสู้ด้วยศิลปะป้องกันตัว (Martial Arts Film) และแนวตลก (Comedy) ส่วนประเภทภาพยนตร์ไทยที่เพิ่มเติมเข้ามานั้นประกอบด้วย 8 ประเภท ได้แก่

1. ภาพยนตร์ผจญภัย (Adventure Film) โดยมีทั้งแนววีรบุรุษต่อสู้กับผู้ร้าย แนวบุกป่า แนวสู้กับภัยธรรมชาติ แนวผู้รอดชีวิต เช่น ภาพยนตร์เรื่อง 7 ประจัญบาน

2. ภาพยนตร์สัตว์ (Animal Film) คือมีตัวละครหลักในการเดินเรื่องเป็นสัตว์ เป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างสัตว์กับสัตว์หรือสัตว์กับคน เช่น ภาพยนตร์เรื่องมะหมา4ขาครึ่ง

3. ภาพยนตร์เด็ก (Children's Film) คือมีตัวละครหลักในการเดินเรื่องเป็นเด็ก และเนื้อหามักถูกออกแบบมาเพื่อผู้ชมวัยเด็ก เช่น ภาพยนตร์เรื่องแฟนฉัน ดรีมทีม

4. ภาพยนตร์อาชญากรรม (Crime Film) มีเนื้อหาเน้นไปในด้านมืดและอาชญากรรมในสังคม ซึ่งมักมีฉากต่อสู้ระหว่างตัวเอกและตัวละครขัดแย้ง เช่น ภาพยนตร์เรื่องซุ่มมือปืน ฝนตกขึ้นฟ้า

5. ภาพยนตร์สืบสวนสอบสวน (Detective Film) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสืบสวนและคลี่คลายคดีที่ซับซ้อนของตำรวจ โดยมักมีฉากไล่ล่าระหว่างตัวเอกและตัวละครขัดแย้ง เช่น ภาพยนตร์เรื่อง ถอดรหัส

6. ภาพยนตร์แฟนตาซี (Fantasy Film) เป็นเรื่องราวของพลังเหนือธรรมชาติ ซึ่งมีเวลาและสถานที่ที่เกิดเรื่องราวเฉพาะ เช่น ภาพยนตร์เรื่องโอปปาติก

7. ภาพยนตร์รัก (Romance Film) เป็นการเล่าถึงเหตุการณ์ร่วมสมัยที่มีโครงเรื่องเกี่ยวกับความรัก เกิดความขัดแย้งที่เกี่ยวกับความรัก มีตัวละครหลักคือชายหญิงวัยหนุ่มสาว โดยอารมณ์ของเรื่องเน้นหนักที่อารมณ์รักและชวนฝันแต่ก็อาจมีอารมณ์ขบขันมาปะปนบ้าง เช่น ภาพยนตร์เรื่องเพื่อนสนิท

8. ภาพยนตร์ประวัติศาสตร์ (Historical Drama) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับเหตุการณ์หรือตำนานบุคคลสำคัญในอดีตของชาติไทย โดยกำจร หลุยยะพงศ์ (2556) อธิบายเพิ่มเติมว่า ภาพยนตร์ประเภทประวัติศาสตร์สามารถแยกย่อยได้ดังนี้

- แนวประวัติศาสตร์ชาตินิยม ทั้งที่เกี่ยวกับราชาหรือคนทั่วไปซึ่งสู้รบในศึกสงครามและ ทำเพื่อชาติ เช่น เรื่องตำนานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (ทั้ง 3 ภาค) นายขนมต้ม บางระจัน
- แนวประวัติศาสตร์บุคคล ซึ่งนำเสนอประวัติของคนดีและมีชื่อเสียง เช่น เรื่องน้ำพุมหาลัยเหมืองแร่ โหมโรง
- แนวประวัติศาสตร์ความรัก ทั้งที่สร้างจากเรื่องจริงและอิงจากเหตุการณ์จริง เช่น เรื่องสะพานรักสารสิน ทวิภพ คู่กรรม เรือนมยุรา
- แนวประวัติศาสตร์ศาสนา พระพุทธเจ้าและความเชื่อเกี่ยวกับผี เช่น เรื่ององค์ลีมาล พระเวสสันดร ประวัติพระพุทธเจ้า นางนาค
- แนวประวัติศาสตร์ความรุนแรงที่สร้างจากเรื่องจริง เช่น เรื่อง 2499 อันธพาลครองเมือง นวลฉวี ซิวย ตะลุมพุกมหาวาตภัยล้างแผ่นดิน

อย่างไรก็ตาม วงการภาพยนตร์ย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมและภาพยนตร์ในแต่ละยุคสมัย เช่น ผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจ อิทธิพลของภาพยนตร์ต่างประเทศ การพัฒนาและตกต่ำของภาพยนตร์ไทย กลุ่มผู้ชมที่เปลี่ยนแปลง อิทธิพลของเทคโนโลยีและเทคนิคสมัยใหม่ เป็นต้น แต่ภาพยนตร์ประเภทสำคัญที่ยังคงยืนหยัดอยู่ในแวดวงภาพยนตร์ไทยมาได้ตลอดแม้จะมีการเปลี่ยนแปลงด้านใดก็ตามจนเปรียบเสมือนเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยก็ว่าได้ คือ “ภาพยนตร์แนวรักและแนวผี” โดย “ภาพยนตร์รัก” จะมีลักษณะที่เน้นรูปแบบและเรื่องราวเกี่ยวกับอารมณ์ความรักระหว่างมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็ความรักของชายหญิงหรือรักเพศเดียวกันก็ตาม ทั้งนี้ความแตกต่างด้านบริบทสังคมและวัฒนธรรมตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันทำให้สามารถแยกย่อยประเภทภาพยนตร์รักของไทยได้เป็น 5 แบบ ได้แก่

- ภาพยนตร์รักแบบธรรมเนียมนิยม คือตัวละครจะพบเจอกับสถานการณ์และอุปสรรคมากมายจนสุดท้ายจึงมาคลี่คลายลงด้วยความรัก
- ภาพยนตร์รักปนตลก คือในเรื่องมีทั้งขบขันและบทตลกเฮฮาแต่ไม่ผสมเป็นเนื้อเดียว โดยจะแยกช่วงรักกับช่วงตลกออกจากกัน ใกล้เคียงกับภาพยนตร์ไทยแบบครบรสในอดีตที่มีทั้งรัก ตลก ต่อสู้ และเสียน้ำตา
- ภาพยนตร์รักแบบสากล คือตัวละครจะพบเจอกับสถานการณ์ขัดแย้งไม่มากนักแล้วดำเนินเรื่องต่อไปจนถึงจุดที่ความรักสุกงอม นอกจากนี้ยังมีตัวแสดงคู่พระนางรองที่เป็นตัวเปรียบเทียบความรักของคู่พระเอกกับนางเอกด้วย

- ภาพยนตร์รักโรแมนติกคือรักสูตรตะวันตกที่ผสมผสานทั้งความรักและความตลกขบขันเข้าเป็นเนื้อเดียวกันอย่างกลมกล่อมและลงตัว

- ภาพยนตร์รักแบบใหม่ คือมีการเล่าเรื่องที่สลับไปมาระหว่างอดีตและปัจจุบัน มีการย้อนเวลา รวมถึงตีความใหม่ จนบางครั้งในท้ายที่สุดก็ยังไม่สามารถสรุปได้ว่าความรักคืออะไร (กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน, 2552)

ทั้งนี้ ลักษณะของ “ภาพยนตร์รักแบบธรรมเนียมนิยม” ซึ่งตัวละครต้องพบกับอุปสรรคมากมายแต่สุดท้ายก็คลี่คลายลงด้วยความรักในข้างต้นกับลักษณะของ “ภาพยนตร์แนวชีวิต” ซึ่งเป็นเรื่องราวการดำเนินชีวิตที่สอดแทรกอารมณ์อันหลากหลายตามการวิเคราะห์ของสมชาย ศรีรักษ์ (2548) นั้น คล้ายคลึงกับ “ละครโทรทัศน์แนวชีวิต” หรืออีกชื่อหนึ่งซึ่งฟังดูเป็นทางลอบว่า “ละครน้ำเน่า” โดยนิธิ เอียวศรีวงศ์ (2538) อธิบายว่าเนื้อหาในละครน้ำเน่าเป็นการดำรงแนวคิดทางโลกและชีวิตโดยอาศัยสติปัญญาและความรักของนักสร้างสรรค์ชาวไทยหลายต่อหลายรุ่นปรุงแต่งสลับต่อกันมา ด้วยเหตุนี้สื่อจึงนำเสนอออกมาในรูปแบบที่สอดคล้องกัน เช่น พระเอกนางเอกต้องต่อสู้กับผู้ร้ายมาตลอดทั้งเรื่องแต่ในที่สุดก็ได้พบกับความสุขในตอนจบ ส่วนความหมายของคำว่า “น้ำเน่า” ในที่นี้ก็คือความไม่เปลี่ยนแปลง เสมือนการอยู่นิ่งของน้ำที่ไม่ไหลเวียนและถูกขังไว้จนเน่าเนิ่นเอง

ทั้งนี้สมสุข หินวิมาน (2545) อธิบายเพิ่มเติมว่าโลกความจริงกับโลกของละครแทบไม่เคยเป็นเรื่องบังเอิญ เนื่องจาก “ละครแนวชีวิต” นั้นเป็นภาพที่สะท้อนปรากฏการณ์ในสังคม เป็นการอธิบายชีวิตและความรู้สึกบางแง่มุมของผู้คนในโลกความจริงจากมิติของผู้ชม เช่น ละครแนวฆาตกรรมปริศนาเพราะความรักความหึงหวงอย่างละครโทรทัศน์เรื่อง “วังวาริ” ที่อาจได้แก่นเรื่องมาจากข่าวอาชญากรรม ดังนั้นละครโทรทัศน์อย่างแนวชีวิตหรือละครน้ำเน่าจึงไม่ใช่เพียงความบันเทิงไร้สาระ แต่เป็นความผูกพันระหว่างผู้ชมกับตัวละครที่เรีงร้อยออกมาสู่ชีวิตจริงซึ่งมีการแก่งแย่งความรัก มีอารมณ์และความรู้สึกสุขเศร้าเคล้าน้ำตาปะปนกันไป รวมถึงความริษยา พยาบาท ล้างแค้น และสามัคคีปรองดอง สอดรับกับที่กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) ได้ขยายความเพิ่มเติมในเวลาต่อมาว่า “ละครแนวรัก ๆ ใคร่ ๆ” หรือ “แนวโรมานซ์” (Romance) ที่ถูกตีตราว่าน้ำเน่าเนิ่นเป็นโลกที่ใกล้ชิดกับผู้คนในสังคมมาก เพราะเรื่องราวที่เกิดขึ้นในละครแนวรัก ๆ ใคร่ ๆ เกี่ยวข้องกับความรักของชายหญิงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่แทรกซึมอยู่ในชีวิตประจำวัน เนื้อหาที่นำเสนอเป็นเสมือนภาพสะท้อนสังคมที่ทำให้ผู้ชมได้เห็นความจริงทั้งด้านวิถีชีวิต ค่านิยม และความเชื่อ อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ในการบ่มเพาะทางความคิด จิตสำนึก และบรรทัดฐานของสาธารณชนด้วย

ขณะที่ “ภาพยนตร์ผี” เป็นประเภทของภาพยนตร์ที่เน้นรูปแบบและเรื่องราวเกี่ยวกับโลกหลังความตายและความเชื่อในอดีต โดยจิรวดี วิไลลอย และ อัคริน เนตรโพธิ์แก้ว (2559) อธิบายว่า มนุษย์โดยทั่วไปมีความเชื่อที่ส่งต่อหรือเล่าขานกันมาในรูปแบบต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งที่มองไม่เห็นอย่าง “ผี” ว่า

เป็นสิ่งซึ่งมีอำนาจเหนือมนุษย์ในการดลบันดาลทั้งความสุขและความทุกข์ให้แก่มนุษย์ได้ สอดคล้องกับมุมมองของอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2559) ที่ว่า ผู้ชมส่วนใหญ่นิยมรับชมละครโทรทัศน์แนวผี เนื่องจากผีเป็นการแสดงถึงอำนาจบางอย่างที่อยู่เหนือธรรมชาติและกฎเกณฑ์ใด ๆ เนื้อเรื่องแนวผีจึงเปรียบเสมือนทางออกของสภาพสังคมยามที่มีความอัดอตันคับข้องใจ ทั้งนี้นอกจากความเชื่อที่สืบทอดกันมาแล้ว เนื้อเรื่องแนวผีก็มักทำให้ผู้ชมรู้สึกถูกเร้าอารมณ์ไปในแบบต่าง ๆ ระหว่างที่ได้ชมละคร เช่น อารมณ์กลัว อารมณ์ลุ้น อารมณ์ตื่นเต้น อารมณ์ตลกขบขัน หรือแม้กระทั่งอารมณ์รักและมิตรภาพ ระหว่างผีกับมนุษย์ (จิรวดี วิไลลอย และ อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2559) ยิ่งไปกว่านั้นเวทมนตร์แห่งวงการมายาทั้งเทคนิคทางมุกล้อง กราฟฟิก เสียง ดนตรีประกอบ แสงและเงา การเล่าเรื่อง การตัดต่อ และองค์ประกอบอื่น ๆ ก็ล้วนทำให้เกิดความสมจริงของ “ผี” จนผู้ชมหลายคนรู้สึกเชื่อว่าผีอาจมีอยู่จริงแม้ไม่เคยเห็นและไม่เคยสัมผัสมาก่อน (กำจร หลุยยะพงศ์, 2556) ส่งผลให้ผู้ชมมีอารมณ์ร่วมมากมายไปกับตัวละครและรู้สึกเพลิดเพลินจนติดตามรับชมอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ผีไทยในภาพยนตร์นั้นมีหลากหลายแบบด้วยกัน ได้แก่ ผีนาถกลัว ผีสยองขวัญ ผีผู้คุ้มครอง ผีศักดิ์สิทธิ์ ผีเป็นศัตรู ผีเป็นเพื่อน ผีตลก รวมถึงผีที่มาจากตำนานเรื่องเล่าเก่าแก่ของไทยโบราณ เช่น ผีกระสือ ผีนางตะเคียน และยังมีผีสมัยใหม่ที่เกิดจากการนำวัฒนธรรมจากต่างประเทศเข้ามาผสม เช่น ผีดิบแบบเมดดูซ่า ผีดูดเลือดแบบแดร์ริคคูล่า ซึ่งความหลากหลายของผีเหล่านี้สร้างขึ้นจากความเชื่อที่ตกผลึกและส่งต่อกันมายาวนานดังที่กล่าวไว้ในข้างต้น จนปฏิเสธไม่ได้เลยว่าทุกวันนี้วัยรุ่นส่วนมากก็ยังคงหลงเหลือความเชื่อเรื่องผีและถือเป็นผู้ชมกลุ่มหลักที่รับชมภาพยนตร์ตระกูลผี (กำจร หลุยยะพงศ์ และ สมสุข หินวิมาน, 2552) ไม่ต่างจากละครโทรทัศน์ไทยแนวผีที่มีผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ต่างก็ชื่นชอบและนิยมรับชมเป็นอย่างมาก (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2559) ส่วนภาพยนตร์ผีของไทยนั้นสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภทตามยุคสมัย ได้แก่

- ภาพยนตร์ผีแนวธรรมเนียมนิยม ซึ่งมีเนื้อเรื่องมาจากตำนานเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องผี โดยแนวธรรมเนียมนิยมเป็นตระกูลผีย่อยที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมและทำรายได้สูงที่สุด เช่น แม่นาคพระโขนง บ้านผีปอบ
- ภาพยนตร์ผีวัยรุ่น โดยมีทั้งแนวผีกับวัยรุ่นตลก เช่น สยัมมีย์ และแนวผีโรแมนซ์ เช่น คู่แท้สองโลก เกิดอีกที่ต้องมีเธอ
- ภาพยนตร์ผีแนวธรรมเนียมนิยมแบบใหม่ คือภาพยนตร์ผีแนวธรรมเนียมนิยมและยุคใหม่ โดยแบ่งเป็นภาพยนตร์ผีตลกที่เน้นชาวต่างจังหวัดเป็นผู้รับชมหลัก และภาพยนตร์ผีที่มีเนื้อหามาจากตำนานและเรื่องเล่าทั้งที่ตลกและไม่ตลก เช่น ผีหัวขาด โรงแรมผี
- ภาพยนตร์ผียุคใหม่ ซึ่งสามารถแยกย่อยเป็นภาพยนตร์ผีเก๋นำมาตีความใหม่ เช่น นางนาก ภาพยนตร์ผีแบบสืบสวน เช่น ซัตเตอร์กคดีคดีวิญญูณ และภาพยนตร์ผีวัยรุ่น เช่น Six หกตายห้าตาย (กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน, 2552)

ทั้งนี้ เนื้อเรื่องส่วนใหญ่ของละครโทรทัศน์ไทยแนวผีมักจะกล่าวถึงเรื่องความโกรธแค้น ความดีเลว จนมาจบลงที่การรู้ความจริง การให้อภัย การยอมรับความจริง การชดใช้ตามกฎหมายแห่งกรรมในศาสนาพุทธ และการเวียนว่ายตายเกิด เมื่อผู้ชมส่วนใหญ่ที่นับถือพระพุทธศาสนาได้รับชมละครโทรทัศน์ไทยแนวผีซึ่งมีสิ่งเหล่านี้แทรกอยู่พร้อมกับการดำเนินเรื่องราวที่สนุกชวนติดตาม จึงทำให้รู้สึกเพลิดเพลินและเข้าใจเนื้อหาได้ไม่ยาก จนกลายมาเป็นความนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยตระกูลผีไม่ว่าจะเป็นผีประเภทใดก็ตาม

จากข้อมูลด้านประเภทของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ (Genres) ที่กล่าวมาในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าภาพยนตร์ไทยและรวมไปถึงละครโทรทัศน์ไทยนั้นมีหลายแนวหลายประเภทด้วยกัน โดยสามารถจำแนกได้จากโครงเรื่อง แก่นเรื่อง ฉากหรือสถานที่ของสถานการณ์ เครื่องแต่งกาย ความขัดแย้ง และลักษณะตัวละคร ได้แก่ วีรบุรุษ ตัวร้าย ตัวประกอบ ในที่นี้ผู้วิจัยจึงสรุปประเภทของละครโทรทัศน์ไทยด้วยภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อนำมาใช้ในวิเคราะห์ด้านการเปิดรับ ความชื่นชอบ และความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาร์ในนครย่างกุ้งเป็น 13 ประเภทหลัก ดังนี้

- 1.แนวรัก แยกเป็น - แนวชีวิตรัก หรือ รักที่ต้องฟันฝ่าอุปสรรคมากมาย
 - แนวรักโรแมนติกคอมเมดี้ หรือ รักที่ผสมผสานอารมณ์ขันอย่างลงตัว
- 2.แนวสยองขวัญและแนวผี แยกเป็น - แนวผีน่ากลัว
 - แนวผีตลก
- 3.แนวตลก
- 4.แนวประวัติศาสตร์
- 5.แนวสะท้อนปัญหาสังคม
- 6.แนวอาชญากรรม
- 7.แนวสืบสวนสอบสวน
- 8.แนวบู๊และต่อสู้ด้วยศิลปะป้องกันตัว
- 9.แนวผจญภัย
- 10.แนวจินตนาการ (แฟนตาซี)
- 11.แนวที่เกี่ยวกับสัตว์
- 12.แนวที่เกี่ยวกับเด็ก
- 13.แนวเพลง

องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย

สมสุข หินวิมาน (2545) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของความเป็นละครโทรทัศน์ไทยที่ส่วนมากอยู่ในตระกูลรัก เช่น แนวชิงรักหักสวาท แนวผัว ๆ เมีย ๆ และมักถูกคนทั่วไปมองว่าเป็น “ละครน้ำเน่า” ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ แก่นเรื่อง การเล่าเรื่อง ความสัมพันธ์ของตัวละคร และการแสดงออกทางภาษากายหรือการใช้ร่างกาย (The uses of body) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **แก่นเรื่อง (Theme)** โดยทั่วไปแล้วละครโทรทัศน์ไทยมักเป็นแนวรักหรือที่เรียกว่าน้ำเน่าดังที่กล่าวในข้างต้น แต่ถึงกระนั้นก็ยังมีความเกี่ยวพันที่น่าสนใจและมักให้ผู้ชมได้ไตร่ตรองขบคิดจากการรับชมอยู่ด้วย เช่น แก่นเรื่องคู่กันแล้วไม่แคล้วกัน ธรรมะย่อมชนะอธรรม บณพรมแดนแห่งรักที่ทุกคนไม่ได้สมหวังในรักเสมอไป และการรู้จักรอคอยความสุข

2. **การเล่าเรื่อง (Narration)** กลยุทธ์ที่ใช้ในการเล่าเรื่องมีความสำคัญต่อความนิยมของละครโทรทัศน์มากเนื่องจากการสร้างเอกลักษณ์และสามารถทำให้ผู้ชมกลุ่มต่าง ๆ รู้สึกชื่นชอบละคร (พรรณชรินทร์ ชัยเชาวรัตน์, 2556) โดยมีสิ่งสำคัญในการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ก็คือ “ตรรกะหรือเหตุผล” (Logic of Narration) ซึ่งจำเป็นต้องประกอบด้วยกลุ่มพระเอกนางเอก กลุ่มตัวร้าย ความขัดแย้งระหว่างทั้ง 2 กลุ่ม ผู้ช่วยที่อาจเข้าข้างกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และอำนาจหรือมนตร์วิเศษ เช่น ความสามารถเกินมนุษย์ของพระเอกนางเอก ของวิเศษในละครนิทานพื้นบ้าน หรือ แผนการที่ดีและอาวุธล้ำสมัยในละครสายลับ (กาญจนา แก้วเทพ, 2552) สอดคล้องกับที่กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) กล่าวว่า การเล่าเรื่องจะช่วยสร้างจินตนาการและความหมายให้กับผู้ชมภาพยนตร์แนวรัก โดยส่วนมากเนื้อหาแนวรักมักถูกถ่ายทอดมาจากมุมมองของผู้หญิงที่ในชีวิตจริงอาจไม่มีอำนาจในการกระทำเช่นนั้นได้ เช่น การที่สามารถจับจ้องใบหน้าหล่อเหลาและเรียวร่างกายงามของพระเอกในฝันจนพอใจและคิดเพื่อฝันประหนึ่งเป็นนางเอกของเรื่อง

ทั้งนี้ สมสุข หินวิมาน (2545) แบ่งลำดับการเล่าเรื่องออกเป็น 3 ขั้นตอนหลักเช่นเดียวกับละครทั่วไป ได้แก่ การเปิดเรื่อง (Opening) การดำเนินเรื่องราวไปสู่การต่อสู้หรือความขัดแย้งจนกระทั่งคลี่คลายลง (Conflict and resolution) และการจบเรื่อง (Ending) ซึ่งการคลี่คลายความขัดแย้งหรืออุปสรรคของเนื้อหาแนวรักนั้นกำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) ขยายความเพิ่มเติมว่าสามารถเกิดขึ้นได้ 3 แบบ ได้แก่ การต่อสู้และข้ามอุปสรรคไปให้ได้ การยอมจำนน และการใช้แนวคิดเรื่องกฎแห่งกรรมและความตาย แต่ส่วนใหญ่มักใช้แบบที่ 1 และ 3 มากกว่าซึ่งแสดงให้เห็นถึงพลังของความรักที่อยู่เหนืออุปสรรคปัญหาทั้งปวง เพื่อความชัดเจนมากขึ้น สมสุข หินวิมาน (2545) ได้อธิบายขั้นตอนการเล่าเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยโดยยกตัวอย่างละครรักแนวชิงรักหักสวาทแบบหลังจากเป็นผัวเมียเรื่อง “เมียหลวง” ว่า มีการเปิดเรื่องจากครอบครัวสามีภรรยาที่มีความสุขสมบูรณ์ ดำเนินเนื้อเรื่องมาสู่ความขัดแย้งด้วยการที่สามีนอกใจภรรยาและไปมีเมียน้อย

จากนั้นสถานการณ์ก็คลี่คลายและเปิดเผยความจริง และจบลงด้วยการหย่าร้างของตัวละครเอก ในขณะที่ตัวละครอื่น ๆ ก็ได้รับบทเรียนและผลจากการกระทำที่ชั่วร้ายของตนเอง ทั้งนี้ ตัวอย่างดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการตอกย้ำค่านิยมความคิดของคนในสังคมที่ให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัวด้วย “การมีผัวเดียวเมียเดียว” และ “การมีครอบครัวที่เลือกเอง” ซึ่งเป็นภาพที่สะท้อนสถานการณ์จริงของหลายคู่ชีวิตในสังคมปัจจุบัน

3. **ตัวละคร (Characters)** เป็นสิ่งที่สร้างสีสันให้กับละครโทรทัศน์ โดยความสัมพันธ์และปัญหาของตัวละครที่หลากหลายผ่านละครโทรทัศน์เปรียบเสมือนการให้ความยุติธรรมด้วยการเป็นปากเป็นเสียง บอกความคิดความรู้สึกของผู้คนแบบต่าง ๆ ในสังคมเพื่ออย่างน้อยจะได้สามารถบรรเทาความขัดแย้งทางสังคมในภาพรวมผ่านโลกแห่งละครโทรทัศน์ได้ ในที่นี้จึงกล่าวถึงการกระทำที่สัมพันธ์ต่อกันของตัวละครซึ่งสะท้อนค่านิยมในสังคม โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างเพศ (Gender relations) ที่มีทั้งแบบรักใคร่สามัคคีและแบบขัดแย้ง ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครหญิงด้วยกัน เช่น นางเอกกับนางร้าย แม่ผัวกับลูกสะใภ้ คุณผู้หญิงกับสาวใช้ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครชายด้วยกัน เช่น พ่อกับลูกชาย พี่ชายน้องชายฝาแฝด และความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครชายกับหญิง เช่น ครอบครัวพ่อแม่ลูก นายกับบ่าว และที่ขาดไม่ได้เลยคือคู่รักซึ่งมีตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวัยกลางคน มีทั้งแบบหนึ่งผัวหนึ่งเมีย หนึ่งผัวหลายเมีย และหนึ่งเมียหลายผัว โดยมักจะสร้างความหมายความสัมพันธ์แบบตรงกันข้าม เช่น ตัวละครหญิงมีลักษณะอ่อนไหว ไร้อิทธิพล มักเป็นผู้ถูกกระทำของเรื่อง ขณะที่ตัวละครชายจะเป็นผู้กระทำ มีลักษณะเข้มแข็ง มีเหตุผล มีพลังและอำนาจ อีกทั้งยังมีตัวละครร้ายที่จะมาแย่งชิงของสำคัญจากตัวละครเอกและมักมีการกระทำที่ต่างออกไปจากบรรทัดฐานของสังคม

4. **การแสดงออกทางภาษากาย** หรือที่สมสุขเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “การใช้ร่างกาย” (The uses of body) ในละครโทรทัศน์ไทยที่สื่อสารมาถึงผู้ชมนั้น เป็นผลสืบเนื่องมาจากสภาพสังคมและความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างกัน ซึ่งการแสดงออกทางภาษากายในละครไม่ว่าจะเป็นการตบ การจอบ การกอด การปล้ำ การตั้งท้อง การเสียน้ำตา และการสวมแหวนหมั้นของตัวละครย่อมมีความหมายที่แตกต่างกันออกไปตามเรื่องราวและสถานการณ์ เช่น ตอนอวสานของละครหลายเรื่องจบลงด้วยการ “โอบกอดหรือประทับรอยจูบ” ซึ่งเต็มไปด้วยความหมายของความรักและความเข้าใจระหว่างพระเอกกับนางเอก ในทางกลับกันความหมายของ “จูบ” จะเปลี่ยนไปที่หากอยู่ในบางฉากของละครรักแนวตบจูบ เช่น นางเอกไม่พอใจพระเอกจึงตบหน้าพระเอกอย่างแรง และเมื่อพระเอกโดนตบจึงจูบนางเอกกลับ ซึ่งการจูบดังกล่าวถือเป็นจุดที่คลี่คลายสถานการณ์การปะทะกันระหว่างอำนาจของชายและหญิงที่แสดงให้เห็นว่าเพศชายมักอยู่เหนือกว่า ทั้งนี้ บางครั้งภาษากายที่พบเห็นในละครโทรทัศน์อาจเป็นเพียงฉากที่สร้างขึ้นเพื่อความเข้มข้นสะใจของผู้ชมเท่านั้น เพราะในโลกแห่งความจริงทั้งผู้ชายและผู้หญิงอาจไม่สามารถทำเช่นนั้นได้

องค์ประกอบของรายการโทรทัศน์ประเภทละคร

กาญจนา แก้วเทพ (2552) วิเคราะห์ว่าสื่อทุกชนิดรวมถึงละครทางโทรทัศน์อย่างโซปโอเปรา (Soap operas) นั้นย่อมประกอบไปด้วยสิ่งที่ไม่ได้ 2 ประการ ได้แก่ องค์ประกอบของรายการประเภทใดก็ตามที่จะทำให้ผู้รับสารรู้สึกยอมรับและคุ้นเคยมากพอที่จะเข้าใจเรื่องราวได้ (Convention) กับการสร้างสรรค์สุนทรียะ (Invention) โดยละครโทรทัศน์แบบโซปโอเปรา (Soap operas) จะมีโครงสร้างที่แน่นอนตามสูตร (Formula) ของ J. Cawelti (1971) ซึ่งเป็นส่วนที่สัมพันธ์กับองค์ประกอบที่ทำให้ผู้รับชมรู้สึกคุ้นเคย เช่น ถึงอย่างไรพระเอกกับนางเอกในละครก็ต้องได้เจอกันแน่นอน ส่วนรายละเอียดปลีกย่อยของละครในแต่ละเรื่องนั้นสามารถปรับเปลี่ยนไปได้ เช่น สถานที่หรือสาเหตุที่ทำให้พระเอกกับนางเอกได้มาเจอกัน ความรู้สึกเมื่อแรกพบของพระเอกกับนางเอก รวมถึงความเป็นมา บุคลิก และนิสัยของพระเอกกับนางเอก เป็นต้น ทั้งนี้ จากองค์ประกอบของสูตร (Formula) กาญจนาได้นำมาวิเคราะห์ต่อและพบว่าละครโทรทัศน์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ คือ โครงเรื่อง แก่นเรื่อง เวลา สถานที่ พระเอก นางเอก ตัวร้าย ตัวรอง เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ยานพาหนะ และอาวุธ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. **เค้าโครงเรื่อง (Plot)** เป็นแนวทางหรือวิธีในการดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์แต่ละประเภท เช่น ในภาพยนตร์แนวบุกเบิกตะวันตกหรือคาวบอย พระเอกจะต้องจัดระเบียบกฎหมายที่ใหม่และปราบโจรผู้ร้ายด้วยการดวลปืน ส่วนภาพยนตร์แนวสืบสวน ตัวเอกซึ่งเป็นนักสืบจะต้องสืบหาตัวฆาตกรให้ได้ (กฤษดา เกิดดี, 2541) ขณะที่เนื้อหาซึ่งผู้ชมนิยมกันมากอย่างภาพยนตร์และละครโทรทัศน์แนวรักแบบไทยนั้น กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) อธิบายว่าจะมีโครงเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ด้านความครบรส โดยแบ่งโครงเรื่องเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1.1 คนสองคนรักกันแต่ไม่รู้ตัวจนกระทั่งฝ่าฟันอุปสรรคไปด้วยกันจนจบเรื่อง เช่น เรื่องพริกชี้หูกับหมูแฮม 1.2 ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งไม่รู้ตัวว่ารักและเอาแต่ทำตัวหมองเหม็นกับอีกฝ่าย เช่น เรื่องคู่กรรม 1.3 คนสองคนรักกันแต่กลับมีอุปสรรคขวางกั้นความรักมาตลอด เช่น เรื่องแผลเก่า ทวิภพ

2. **แก่นเรื่อง (Themes)** คือประเด็นหลักที่เรื่องราวในละครประเภทนั้น ๆ ต้องการถ่ายทอดมาสู่ผู้ชม เช่น ภาพยนตร์จีนเรื่องเป่าปู้นจิ้นต้องการถ่ายทอดเกี่ยวกับกระบวนการยุติธรรมตามกฎหมาย

3. **ช่วงเวลา (Time)** หมายความว่าช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์ในละครเกิดขึ้นหรือดำเนินอยู่ โดยสำหรับช่วงเวลาของเนื้อหาแนวรักนั้น กำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) จำแนกออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การดำเนินเรื่องราวตามลำดับจากอดีตสู่นาคต เช่น เรื่องบ้านทรายทอง การย้อนระลึกถึงอดีตหรือที่เรียกว่าแนวย้อนยุค เช่น เรื่องคู่กรรม และสุดท้ายคือการดำเนินเรื่องที่สลับเวลาไป

มาระหว่างอดีต ปัจจุบัน และอนาคต จนผู้ชมนั้นแยกไม่ออกว่าฉากที่กำลังชมอยู่เป็นช่วงเวลาใด และยิ่งกว่านั้นคือจุดจบของเรื่องราวจะขึ้นอยู่กับการตีความของผู้ชมแต่ละคนด้วย

4. สถานที่ (Location) หมายความว่าสถานที่ที่เหตุการณ์ในละครเกิดขึ้นหรือดำเนินอยู่ โดยสถานที่ที่ขาดไม่ได้เลยในละครโทรทัศน์ก็คือฉากภายในบ้าน เช่น ห้องนอน ห้องรับประทานอาหาร ยิ่งไปกว่านั้นกำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) ยังเพิ่มเติมว่า สถานที่ภายนอกบ้าน เช่น ท่ามกลางธรรมชาติอย่างป่าไม้ ภูเขา ทะเล รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามอื่น ๆ ทั้งในและต่างประเทศก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจเช่นกันเนื่องจากจะทำให้ผู้ชมรู้สึกได้ถึงความแตกต่างจากฉากในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซาก

5. พระเอก (Hero) หมายถึงตัวเอกเพศชายที่ย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละประเภทของละคร เช่น พระเอกในภาพยนตร์แนวบุกเบิกตะวันตกหรือความบอยจะรักความถูกต้อง ยุติธรรม ไม่ลอบกัด และยิ่งป็นแมนมาก แต่หากจะกล่าวถึงลักษณะนิสัยของพระเอกโดยทั่วไปแล้วก็จะเป็นฝ่ายรุก แข็งแรง เข้มแข็ง ในขณะที่อัมพร จิรัฐติกร (2559) พบว่า ลักษณะของพระเอกในละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่จะต้องหล่อ เป็นคนดี คิดดี และเป็นคนเก่ง แต่ในทางกลับกันพระเอกละครโทรทัศน์ไทยจำนวนมากก็ไม่ได้แสนดีและเป็นสุภาพบุรุษตลอด เช่น เรื่อง “สวรรค์เปียง” และ “จำเลยรัก” ที่พระเอกเป็นคนเอาแต่ใจ โหดร้าย ดิบเถื่อน และยังทำร้ายนางเอกทั้งกายและใจ ซึ่งความร้ายกาจเช่นนี้มักเกิดจากความเข้าใจผิดของพระเอกในช่วงต้นของเรื่องราว แล้วจึงปรับเปลี่ยนมาเป็นชายที่อ่อนโยนในตอนท้ายเรื่องเพราะความดีของนางเอกได้ชนะใจและลบเลือนความหยาบกระด้าง ประกอบกับการได้รับรู้ความจริง

อย่างไรก็ตาม อัมพรเพิ่มเติมว่าบทบาทและลักษณะของผู้ชายหรือพระเอกในอุดมคติของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ก็คือ “ชายหนุ่มที่มีจิตใจดีและอบอุ่น” โดยลักษณะเช่นนี้เองที่ส่งผลให้ธีรเดช วงศ์พัวพันธ์ (เคน) นักแสดงนำระดับพระเอกแถวหน้าของวงการบันเทิงไทยซึ่งมักได้รับบทบาทพระเอกแสนดี อบอุ่น และเสียสละเพื่อหญิงคนรัก ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่ผู้ชมสาวกัมพูชาชนชั้นกลางที่อาศัยอยู่ในตัวเมือง อย่างไรก็ตาม นอกจากลักษณะดังกล่าว ผู้ชมสาวกัมพูชาบางกลุ่มยังชื่นชอบพระเอกที่มีลักษณะเจียบขริม ไม่โอ้อวด และมีความรับผิดชอบสูงอีกด้วย

6. นางเอก (Heroine) หมายถึงตัวเอกเพศหญิงที่มีลักษณะเฉพาะตามแต่ละประเภทของละคร เช่นเดียวกับพระเอก โดยมีอยู่คุณหนึ่งลักษณะของนางเอกละครโทรทัศน์ไทยจะเป็นหญิงสาวที่งดงาม ทั้งรูปร่างหน้าตาและจิตใจ เช่น ใจดี มีเมตตา ไม่ถือโทษตัวร้าย รวมถึงไม่เสียพรหมจรรย์ สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของกำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) ที่ว่า โดยทั่วไปนางเอกจะมีลักษณะอ่อนหวาน บอบบาง และเป็นฝ่ายรองรับการกระทำจากพระเอก แต่ในทางกลับกันก็มีละครโทรทัศน์อีกหลายเรื่องที่บุคลิกและลักษณะของพระเอกกับนางเอกสลับกัน เช่น “พจมาน” นางเอกของเรื่อง “บ้านทรายทอง” ซึ่งเป็นหญิงสาวที่เข้มแข็งและไม่ยอมให้ใครรังแก เช่นเดียวกับการวิเคราะห์ของ

อัมพร จิรัฐติกร (2559) เกี่ยวกับบทบาทของนางเอกในอุดมคติและความชื่นชอบของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยสาวกัมพูชาในชนชั้นล่างที่พบว่านิยมนางเอกที่มีลักษณะผู้คน ไม่รอคอยให้ผู้ชายมาช่วยเหลือ และไม่ยอมแพ้ต่อโชคชะตา เช่น “มุนินทร์” นางเอกของเรื่อง “แรงเงา” ในขณะที่ผู้ชมสาวกัมพูชาในชนชั้นกลางและมีการศึกษาจะชื่นชอบนางเอกที่มีจิตใจดี อดทน ยึดมั่นในศักดิ์ศรี ไม่ดบตีแย่งผู้ชาย รู้จักทำงาน และไม่มัวรอคอยให้ผู้ชายมาช่วยเหลือเช่นกัน เช่น “สุริยาวดี” นางเอกของละครเรื่อง “อย่าลืมฉัน”

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าละครโทรทัศน์ส่วนใหญ่ยังคงมีผู้ชายกับผู้หญิงเป็นตัวละครคู่รักหรือพระเอกนางเอกของเรื่องมากกว่าเพศเดียวกัน ซึ่งในประเด็นนี้กำลังและสมสุขชี้แจงเพิ่มเติมว่า สิ่งนี้เท่ากับเป็นการตอกย้ำว่าความรักในสังคมยังคงเป็นแบบรักต่างเพศ ส่วนความรักแบบเพศเดียวกันมักจะถูกมองว่าแปลกและแตกต่าง

7.ตัวร้าย หรือ ตัวโกง (Villain) เป็นตัวละครที่มีลักษณะตรงข้ามกับพระเอกนางเอก นอกจากนี้ยังมีหน้าตาท่าทางที่โดดเด่นสะดุดตาอีกด้วย ทั้งนี้ตัวร้ายคืออุปสรรคขัดขวางรักของตัวละครเอกที่ปรากฏอยู่ในละครและภาพยนตร์รักแทบทุกเรื่อง โดยแยกออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวร้ายแบบรูปธรรมที่เห็นได้ชัดว่าพร้อมจะทำร้ายและขัดขวางความรักของตัวละครเอก เช่น นางอิจฉา โจรผู้ร้าย ญาติพี่น้องที่ไม่หวังดี อย่างแม่ของพระเอกในละครเรื่อง “วนิดา” และตัวร้ายแบบนามธรรม ได้แก่ เชื้อชาติ ชนชั้น เพศ อายุ ครอบครัว พรหมจรรย์ของหญิงสาว ความเข้าใจผิด ความพิการทางร่างกาย รวมไปถึงภพภูมิและความตายซึ่งล้วนเป็นอุปสรรคทางอุดมการณ์ความคิดที่แฝงตัวอยู่และคอยขัดขวางความรักของพระเอกกับนางเอกอยู่เสมอ (กำลัง หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน, 2552)

8.ตัวรอง (Second Character) หมายความว่าหลายตัวละครด้วยกัน โดยในละครบางเรื่องอาจเป็นเพื่อนผู้ช่วยเหลือฝ่ายพระเอกกับนางเอก บางเรื่องอาจเป็นตัวละครที่ทำให้เรื่องราวดำเนินต่อไปได้ เช่น แม่คนที่เก็บจำความลับไว้ว่าแท้จริงแล้วนางเอกเป็นใครกันแน่

9.เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย (Costumes) เป็นหนึ่งในการแสดงออกถึงความหมายโดยไม่ใช้ภาษาพูด (Non-verbal) เช่น นางเอกจะแต่งตัวเรียบร้อย ตรงข้ามกับนางร้ายจะแต่งตัวยั่ววนด้วยชุดนุ่งน้อยห่มน้อย นอกจากนี้กฤษดา เกิดดี (2541) ยังชี้แจงเพิ่มเติมว่าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของตัวละครจะสามารถบ่งบอกถึงประเภทของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ (Genres) ได้เป็นอย่างดี เช่น หมวกแบบควาบอยและรองเท้าบูตแสดงถึงความเป็นภาพยนตร์แนวบุกเบิกตะวันตก ไม่ใช่แนวนักสืบ ส่วนชุดที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีอันก้าวล้ำก็แสดงถึงความเป็นภาพยนตร์แนวนิยายวิทยาศาสตร์ ไม่ใช่แนวบุกเบิกตะวันตก เช่นเดียวกับตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ ที่จะไม่สวมชุดยีนส์ (Jeans) (กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์, 2557) แต่ยอมแต่งกายด้วยชุดไทยโบราณหรือชุดไทยพื้นบ้านตามที่ผู้ชมยอมรับและคุ้นเคยกับละครประเภทนี้มานาน

10. **ยานพาหนะ (Locomotion)** ซึ่งตัวละครใช้สำหรับขับเคลื่อนที่เป็นหนึ่งในการแสดงออก โดยไม่ใช่ภาษาพูด (Non-verbal) อีกองค์ประกอบหนึ่งที่ขาดไม่ได้และแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทของภาพยนตร์หรือละคร เช่น ตัวเอกในภาพยนตร์แนวบุกเบิกตะวันตกต้องมีม้า แนวนักสืบต้องมีรถยนต์ แนววิทยาศาสตร์ต้องมียานอวกาศ

11. **อาวุธ (Weaponary)** เป็นองค์ประกอบเฉพาะที่สำคัญและแตกต่างกันไปในแต่ละประเภทของภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์เช่นเดียวกับยานพาหนะและเสื้อผ้า เช่น อาวุธปืนพบได้ในภาพยนตร์แนวสายลับและคาวบอยเป็นหลัก แต่อาจจะไม่พบในแนวรักโรแมนติก ยิ่งไปกว่านั้นจากการวิเคราะห์ของกำจร หลุยยะพงศ์ และสมสุข หินวิมาน (2552) พบว่า อาวุธในที่นี้อาจเป็นได้ทั้งวัตถุและการกระทำ เช่น ดอกไม้ แหวน การจูบ การกอด ซึ่งความหมายของอาวุธย่อมเกิดจากการสร้างความหมายร่วมกันของตัวละครเอกแล้วถ่ายทอดมาสู่ผู้ชม โดยมีหน้าที่สองด้านคือเป็นผู้ที่ช่วยให้ความรักของตัวละครเอกแข็งแกร่งยิ่งขึ้น แต่ในทางกลับกันก็เป็นผู้ที่ทำลายความรักให้พังทลายลงได้

จากแนวคิดด้านองค์ประกอบของภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่า ละครโทรทัศน์ประกอบไปด้วย 10 องค์ประกอบ คือ 1.เค้าโครงเรื่อง 2.แก่นเรื่อง 3.การเล่าเรื่อง 4.ช่วงเวลา 5.สถานที่ 6.ตัวละคร ได้แก่ พระเอก นางเอก ตัวร้าย ตัวรอง 7.การแสดงออกทางภาษา กาย 8.เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย 9.ยานพาหนะ และ 10.อาวุธ ดังนั้น เมื่อศึกษาร่วมกับเหตุผลในการตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในข้างต้น ผู้วิจัยจึงหยิบยกเอา 7 องค์ประกอบที่โดดเด่น ได้แก่ เค้าโครงเรื่อง แก่นเรื่อง การเล่าเรื่อง สถานที่ ตัวละครเด่น คือ พระเอกกับนางเอก การแสดงออกทางภาษา กาย และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย มาใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทยที่ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาร์ในนครย่างกุ้งต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อไป

4. ช่องทางการรับชมและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมา

อัมพร จิรัฐติกร (2550, 2559) ชี้แจงถึงจุดเริ่มต้นของสื่อบันเทิงในรูปแบบละครโทรทัศน์ของประเทศไทยที่ได้เข้าไปมีอิทธิพลต่อกลุ่มผู้ชมในอาเซียนโดยเฉพาะแถบประเทศเพื่อนบ้านที่มีชายแดนติดกับประเทศไทย เช่น ราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ระบุว่าประเทศเหล่านี้มีกฎหมายควบคุมและพิจารณาเนื้อหาสื่อโทรทัศน์ที่เข้มงวด รวมถึงมีเงินทุนไม่เพียงพอในการผลิตรายการโทรทัศน์เอง ซึ่งแม้ว่าในระยะหลังจะ

มีการเปิดประเทศและมีนายทุนเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตละครโทรทัศน์ที่มีคุณภาพในประเทศเหล่านี้มากขึ้น แต่ก็ยังมีปริมาณผลงานไม่มากนักเมื่อเทียบกับอีกหลาย ๆ ประเทศเนื่องจากต้องใช้ทุนทรัพย์เป็นจำนวนมากในการผลิต โดยทุนทรัพย์ส่วนหนึ่งย่อมมาจาก “ผู้อุปถัมภ์รายการ” (Sponsor) (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2559) ดังที่กล่าวในข้างต้น ดังนั้นการนำเข้าสื่อสำเร็จรูปจากประเทศใกล้เคียงมาออกอากาศซ้ำในประเทศของตนเองจึงเป็นวิธีที่ง่ายและสะดวกที่สุดที่จะทำให้ผู้คนในประเทศได้เสพสื่อบันเทิง

ประเทศเมียนมาเป็นหนึ่งในประเทศเพื่อนบ้านที่สนใจวัฒนธรรมหรืออุตสาหกรรมบันเทิงของไทย รวมถึงได้รับอิทธิพลจากสื่อบันเทิงของประเทศไทยมานานแล้ว เนื่องจากเมื่อประมาณ 20 ปีก่อนชาวเมียนมายังไม่ค่อยได้มีการผลิตสื่อบันเทิงขึ้นเอง ชนกลุ่มน้อยที่อาศัยแถบชายแดนไทย-เมียนมาจึงรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านสัญญาณดาวเทียมที่บังเอิญส่งไปถึงโดยที่เจ้าของสัญญาณอย่างประเทศไทยไม่ได้เจตนา รวมถึงการรับชมผ่านวีดีโอ วีซีดี ดีวีดีที่ผลิตออกจำหน่ายเป็นภาษาท้องถิ่น

ทั้งนี้ ผู้ชมชาวไทยใหญ่ในรัฐฉาน ประเทศเมียนมา ซึ่งเป็นกลุ่มหลักที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยให้เหตุผลว่ารายการโทรทัศน์ของประเทศเมียนมามีรายการประเภทข่าวของรัฐบาลและรายการร้องเพลงเป็นหลัก ไม่ค่อยมีรายการละครโทรทัศน์นัก แต่ถ้าจะมีก็เป็นละครโทรทัศน์เมียนมาซึ่งดารานักแสดงส่วนมากรูปร่างอ้วนและไม่สวยหล่อเหมือนอย่างนักแสดงไทย สำคัญคือพวกเขาไม่อุปสรรคด้านภาษา เนื่องจากมีชนกลุ่มน้อยจำนวนมากในประเทศที่ไม่รู้ภาษาเมียนมา มีแต่ผู้ที่ได้รับการศึกษาจากโรงเรียนหรือผู้ที่ทำการค้าอยู่ในเมืองเท่านั้นจึงรู้และเข้าใจภาษาเมียนมา นอกจากนี้ระบบไฟฟ้าก็ยังไม่เข้าไม่ถึงทุกพื้นที่ในชนบท จึงทำให้ชาวบ้านส่วนใหญ่หันไปรับสื่อบันเทิงจากการชมละครโทรทัศน์ไทยที่ถูกพากย์เสียงเป็นภาษาท้องถิ่นของตนตามบ้านที่มีไฟฟ้าและเปิดบริการให้รับชมในราคาไม่แพงหรือที่ชาวไทยใหญ่เรียกกันว่า “โรงหนังตามบ้าน” โดยเริ่มจากการชม “ละครแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ” เป็นอันดับแรก (อัมพร จิรัฐติกร, 2550, 2559) ซึ่ง Rungnapa Kasemrat (2009) อธิบายเพิ่มเติมว่า ละครโทรทัศน์แนวจักร ๆ วงศ์ ๆ ของไทยเริ่มเข้าสู่รัฐฉานตั้งแต่ประเทศเมียนมาเริ่มมีนโยบายเปิดเศรษฐกิจและเมื่อเทคโนโลยีและการสื่อสารเข้าถึง ชาวไทใหญ่หรือชาวรัฐฉานจึงทำการเปลี่ยนเสียงละครโทรทัศน์ไทยแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ ซึ่งเป็นละครแนวแฟนตาซีที่มีเนื้อหาอิงพระพุทธศาสนาหรือนิทานชาดกคล้ายกับนิทานพื้นบ้านของรัฐฉาน ให้กลายเป็นภาษาท้องถิ่นเพื่อเป็นสินค้าทางสื่อบันเทิงไว้บริโภคกันในชุมชน เนื่องจากคิดว่าชาวบ้านสามารถเข้าใจเรื่องราวเหล่านี้ได้อยู่แล้วจากความใกล้เคียงทางวัฒนธรรม ละครจักร ๆ วงศ์ ๆ ของไทยจึงเป็นประตูด่านแรกที่ส่งผลให้ชาวรัฐฉานค่อย ๆ บริโภคละครโทรทัศน์ไทยสมัยใหม่เพิ่มขึ้นด้วยในเวลาต่อมา ทั้งนี้ผู้ผลิตรายใหญ่ในการผลิตละครโทรทัศน์ไทยให้เป็นภาษาไทใหญ่คือบริษัทสามพี่น้อง (นามสมมติ) ในเมืองตองยี (Taunggyi) ซึ่งในระยะหลังมีการ

ทำงานที่ยากลำบากขึ้นเนื่องจากรัฐบาลเมียนมาเข้มงวดกับการบริโภคสื่อจากประเทศไทย ยิ่งไปกว่านั้นการลักลอบอัดสำเนาและพากย์เสียงทั้ง ๆ ที่ไม่ได้รับอนุญาตจากทั้งทางสถานีโทรทัศน์ผู้ผลิตของไทยและฝ่ายควบคุมตรวจ สอบเนื้อหาสื่อของเมียนมาเช่นนี้ยังถือเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจุบันชาวรัฐฉานในประเทศเมียนมาจะมีไฟฟ้าใช้กันแทบทุกครัวเรือน แต่ชาวบ้านในแถบชนบทก็ยังนิยมไปโรงหนังตามบ้านซึ่งเหลืออยู่เพียงไม่กี่แห่งเพื่อรับชมรายการพิเศษ เช่น การแข่งขันกีฬาฟุตบอลนัดสำคัญ (อัมพร จิรัฐติกร, 2559) ซึ่งอาจเป็นเพราะความสนุกที่ได้ร่วมลุ้นร่วมเชียร์ไปด้วยกันในหมู่เพื่อนฝูงและคนหมู่มากก็เป็นได้

ช่องทางและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมา

ช่องทางและพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมานั้นสัมพันธ์กับอายุ การศึกษา อาชีพ รวมทั้งโครงสร้างพื้นฐานที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ก้าวหน้าขึ้น โดยจากการศึกษาของอัมพร จิรัฐติกร (2550, 2558, 2559a, 2559b) สามารถแบ่งเป็น 2 ช่องทางหลักคือ ช่องทางดั้งเดิมและช่องทางใหม่ ดังนี้

ช่องทางการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบดั้งเดิม

ช่องทางดั้งเดิมและผู้ชมกลุ่มดั้งเดิม คือ ผู้ชมที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยมายาวนานถึง 2 ทศวรรษตั้งแต่ราวพ.ศ.2540 และยังคงต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งนี้ช่องทางดั้งเดิมแบ่งเป็น 2 ช่องทางย่อย ซึ่งแต่ละช่องทางการชมก็จะมีกลุ่มผู้ชมเป็นชนกลุ่มน้อยชาวเมียนมาที่อาศัยอยู่ในเมืองและชนบท ทั้งชนชั้นกลางและชนชั้นล่าง โดยแต่ละกลุ่มก็จะมีพฤติกรรมการชมที่แตกต่างกันไป ดังนี้

ช่องทางดั้งเดิมกลุ่มที่ 1 มีผู้รับชมหลักคือชาวไทใหญ่ รัฐฉาน ซึ่งผู้ชมส่วนมากเป็นชาวชนบท และบางส่วนเป็นชาวเมือง มีทั้งที่อายุ 25 ปีขึ้นไป และวัยเรียนที่อายุ 8 - 18 ปีซึ่งนิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยกับพ่อแม่ผู้ปกครองที่บ้านผ่านทางวิดีโอขนาดใหญ่ตั้งแต่ประมาณพ.ศ.2540 จากนั้นจึงเปลี่ยนมาเป็นวีซีดี และดีวีดีที่จับบริบูรณ์ในแผ่นดินเดียวราวพ.ศ.2553 โดยในยุคแรก ๆ ผู้ชมจะนิยมไปตามบ้านที่เปิดเป็นเหมือนโรงหนังขนาดย่อมแล้วเก็บค่าเข้าชมครั้งละไม่แพงเนื่องจากบางบ้านยังไม่มี

ไฟฟ้า โทรทัศน์ หรือเครื่องเล่นเทป ต่อมาเมื่อไฟฟ้าเข้าถึงรวมทั้งแต่ละบ้านมีโทรทัศน์และเครื่องเล่นเทปเป็นของตนเอง โรงหนังตามบ้านจึงค่อย ๆ ลดจำนวนลง

ช่องทางดั้งเดิมดังกล่าวเกิดจากการผู้ประกอบการหลายราย ซึ่งระยะหลังเหลืออยู่เพียงรายเดียวคือฉายเล็ก สามพี่น้อง (นามสมมติ) ลักลอบอัดสำเนาละครโทรทัศน์ผ่านสัญญาณดาวเทียม และยุคหลังเปลี่ยนเป็นอัดสำเนาผ่านทางสัญญาณอินเทอร์เนต แล้วนำไปแปล เปลี่ยนชื่อเรื่อง ชื่อตัวละคร เนื้อเพลง และบทพูดทั้งหมดให้เป็นภาษาไทย จากนั้นจึงผลิตให้เช่าหรือออกจำหน่ายในราคาถูกด้วยรูปแบบต่าง ๆ ตามเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

ทั้งนี้ ชื่อตัวละครที่เปลี่ยนเป็นภาษาไทยและใช้ในละครโทรทัศน์เรื่องแรกจะกลายเป็นชื่อที่ใช้เรียกตัวละครทุกตัวที่นักแสดงคนนั้นแสดงตลอดไป ไม่มีการเปลี่ยนไปตามบทบาทและชื่อใหม่ของละครเรื่องใหม่ เนื่องจากชาวไทยไม่ต้องการสับสนและไม่ชอบจดจำชื่อตัวละครที่เปลี่ยนไปเปลี่ยนมาให้ยุ่งยาก โดย Rungrapa Kasemrat (2009) ขยายความว่าชื่อที่ตั้งใหม่ล้วนมีความหมายดี เป็นสัญลักษณ์ของวีรบุรุษในตำนานพื้นบ้าน และเชื่อมโยงกับเทพธิดาโบราณของชาวรัฐฉาน

ช่องทางดั้งเดิมกลุ่มที่ 2 เป็นช่องทางที่ชนกลุ่มน้อยซึ่งอาศัยอยู่ในรัฐแนวชายแดนไทย-เมียนมา เช่น ชาวรัฐกะเหรี่ยง รัฐมอญ นิยมใช้รับชมละครโทรทัศน์ไทยมานานแล้วเช่นกัน โดยจะรับชมรายการของช่อง 3 ช่อง 5 และช่อง 7 โดยตรงจากประเทศไทยผ่านทางสัญญาณดาวเทียมแบบจานดำ ซึ่งมีลักษณะเป็นตะแกรงโปร่งสีดำ สิ่งสำคัญคือผู้ชมจะต้องมีพื้นฐานและความเข้าใจภาษาไทยเพียงพอจึงจะสามารถติดตามเนื้อเรื่องและเข้าใจเนื้อหาที่ตัวละครสื่อสารได้ แต่ผู้ชมที่เข้าใจภาษาไทยนั้นมีไม่มากจึงทำให้การรับชมผ่านสัญญาณดาวเทียมไม่ค่อยเป็นที่นิยมนัก หรือถ้ามีก็จะนิยมในกลุ่มที่ติดละครจนรอไม่ไหวจึงรับชมโดยตรงแบบภาษาไทยก่อนเพื่อติดตามละครที่ชื่นชอบแม้จะฟังไม่เข้าใจ จากนั้นเมื่อวิดีโอ วีซีดี หรือ ดีวีดีละครที่ผ่านการแปลและพากย์เป็นภาษาไทยออกให้เช่าหรือวางจำหน่ายแล้วจึงจะมาเปิดชมอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้เข้าใจเนื้อเรื่อง ทั้งนี้การรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางสัญญาณดาวเทียมได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมากในช่วงพ.ศ.2556 - 2557 เนื่องจากมีคนที่รู้จักและเข้าใจภาษาไทยมากขึ้น รวมถึงมีการเปลี่ยนแปลงทางรสนิยมที่ผู้ชมบางส่วนมองว่าการชมละครโทรทัศน์แบบฟังเสียงพากย์นั้นล้ำสมัย

ทั้งนี้ นาง ธันดา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม, 2560) ซึ่งเป็นชาวไทยใหญ่อธิบายว่า ตัวเธอและครอบครัวในเมืองเชียงตุงรับชมละครโทรทัศน์ไทยทั้งแบบที่พากย์เสียงเป็นภาษาไทยและภาษาไทยโดยตรงผ่านสัญญาณดาวเทียมมานานแล้ว ส่วนละครโทรทัศน์ของเมียนมานั้นชาวไทยใหญ่จะไม่นิยมรับชม และการชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยภาษาไทยทำให้ชาวไทยใหญ่และชาวเมียนมาแถบชายแดน

ไทยและเมียนมาบางส่วนได้เรียนรู้ภาษาไทยจนสามารถผ่านฟังและพูดภาษาไทยได้ดีขึ้นจนถึงระดับที่สามารถสื่อสารกับชาวไทยรู้เรื่อง สอดคล้องกับประสบการณ์ตรงของภราดร ศักดา (2557) เมื่อครั้งเดินทางไปเยือนประเทศเมียนมาในปีพ.ศ.2540 โดยภราดรพบว่า ชาวเมียนมาในเมืองแปร ประเทศเมียนมา ที่มีโทรทัศน์และสามารถรับสัญญาณแพร่ภาพจากประเทศไทยได้ มักจะเปิดโทรทัศน์ช่อง 7 อยู่เสมอ โดยมีเด็ก ๆ คอยนั่งเรียนรู้ภาษาไทยจากการรับชมรายการไทยนั้น ๆ เช่นเดียวกับที่ตุตู (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2561) ซึ่งเป็นพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในนครย่างกุ้งอธิบายว่า เธอและวัยรุ่นหนุ่มสาวชาวเมียนมาหลายคนในยุคปัจจุบันหันมาเรียนภาษาไทยมากขึ้น เนื่องจากชื่นชอบภาพยนตร์ไทย ดาราไทย เพลงไทย รวมถึงเพื่อความสะดวกและเข้าใจมากยิ่งขึ้นเมื่อมีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานหรือลูกค้าชาวไทยที่มาทำธุรกิจในประเทศเมียนมา โดยเธอและเพื่อนจะเรียนทั้งจากคุณครูผู้สอนและจากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในบางครั้งเพื่อเสริมทักษะการฟังและออกเสียงพูดภาษาไทยได้ชัดมากยิ่งขึ้น

ช่องทางการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบใหม่

ช่องทางใหม่ในที่นี้คือช่องทางในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมาทั่วไปซึ่งเกิดขึ้นไม่เกิน 5 ปีที่ผ่านมา โดยหมายรวมถึงช่องทางที่ผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายชาวไทยเริ่มได้รับผลตอบแทนจากการเผยแพร่ละครโทรทัศน์ไทยในเมียนมา และเทคโนโลยีทางการสื่อสารออนไลน์ที่เข้ามามีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงหรือเพิ่มเติมช่องทางใหม่ในการรับชมรายการและละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมา ดังนั้นในที่นี้จึงแบ่งเป็นช่องทางการรับชมผ่านทางสถานีโทรทัศน์เมียนมา และการรับชมผ่านเว็บไซต์ (Website)

การรับชมผ่านทางสถานีโทรทัศน์เมียนมา

ย้อนกลับไปในอดีต สถานีโทรทัศน์เมียนมาจะออกอากาศเวลาประมาณ 16.00 - 23.00 น. โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของภาครัฐเป็นหลัก และบางช่องอาจมีละครเมียนมา ฮองกง ไต้หวัน และเกาหลีใต้บ้าง แต่หลังจากการปฏิรูปทางเศรษฐกิจและการเมืองในพ.ศ.2554 ซึ่งมีผลให้ยกเลิกกฎหมายควบคุมสื่อ รวมถึงสถานีโทรทัศน์รัฐบาลเมียนมาเองก็เปลี่ยนนโยบาย จึงเปิดโอกาสให้เอกชนเช่าเวลาออกอากาศของสถานีเพื่อแสวงหากำไรมากขึ้น โดยมีสถานีโทรทัศน์ Free TV เมียนมาอยู่ 5 ช่อง ได้แก่ MRTV MRTV4 MWD1 MWD2 และช่องดิจิทัล Channel7 แต่ทั้งหมดนี้ยังคงอยู่

ภายใต้การกำกับดูแลของสองช่องสถานีใหญ่ ได้แก่ ช่องของรัฐบาลคือ MRTV ดูแลโดย Myanmar Radio and Television Department และ ช่องของกองทัพ คือ ช่องมียาวัดดี (Myawaddy Television) (อัมพร จิรัฐติกร, 2559)

ช่องทางการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบใหม่ผ่านทางสถานีโทรทัศน์นั้นเกิดขึ้นในปีพ.ศ. 2557 เมื่อผู้ชมชาวเมียนมาทั่วไปสามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางช่อง MRTV4 ช่องมียาวัดดี และ Channel7 ซึ่งเป็น Free TV ของเมียนมาได้โดยไม่ต้องเสียเงินซื้อและติดตั้งกล่องรับสัญญาณใดเพิ่มเติม โดยสืบเนื่องมาจากการปฏิรูปทางเศรษฐกิจที่ทำให้ภาคเอกชนเมียนมาเริ่มเข้ามาจับตลาดในการผลิตรายการโทรทัศน์และขายโฆษณาเอง รวมทั้งสามารถร่วมทุนกับชาวต่างชาติได้ ผู้ประกอบการหรือนักลงทุนจากต่างประเทศต่างจึงหันมาให้ความสนใจสถานีโทรทัศน์เมียนมามากขึ้น ทั้งนี้ นาง ฉันทา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560) ชี้แจงเพิ่มเติมว่า ปัจจุบันละครโทรทัศน์ไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นโดยเห็นได้จากมีอีก 2 ช่องรายการโทรทัศน์ที่ซื้อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศ คือ ช่อง MRTV ซึ่งเป็น Free TV และช่อง MNTV ของ “สกายเน็ต” (Skynet) ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์แบบเคเบิล (Cable) ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในหมู่ผู้ชมชาวเมียนมาในตัวเมือง แม้ว่าจะต้องเสียเงินซื้อกล่องรับสัญญาณเป็นพิเศษมาติดตั้งเพิ่มเติมเองก็ตาม

สำหรับกรณีผู้ประกอบการของไทยอาจมีสาเหตุมาจากกระแสภาพยนตร์แนวผีตลกของไทย เรื่อง “พี่มาก..พระโขนง” ของค่าย GTH หรือ GDH ในปัจจุบัน นำแสดงโดยมาริโอ้ เมาเร่อ (ไอ้) และ ดาวิกา โฮร์เน่ (ใหม่) ซึ่งออกฉายในเดือนมีนาคม พ.ศ.2556 นั้นโด่งดังไปทั่วภูมิภาคเอเชียไม่เว้นแม้แต่ในประเทศเมียนมา โดย Lwin Mar Htun (2014) เคยกล่าวไว้ในเว็บไซต์ Myanmar Times ว่า ภาพยนตร์เรื่อง “พี่มาก...พระโขนง” โด่งดังมาก ผู้ชมชาวเมียนมาชื่นชอบทั้งภาพยนตร์และตัวมาริโอ้ เมาเร่อ ซึ่งเป็นพระเอกของเรื่องมาก ดังนั้นเมื่อมีการจัดงาน “Thai Film Festival 2014” ขึ้นครั้งแรกในนครย่างกุ้ง ทางผู้จัดงานจึงได้ส่งการ์ดเรียนเชิญมาริโอ้ เมาเร่อ มาร่วมงานในครั้งนี้ เช่นเดียวกับที่บริษัทจำหน่ายสินค้าหลายชนิดในเมียนมาที่ได้ติดต่อมาริโอ้เพื่อให้มาเป็นนายแบบโฆษณาสินค้า (Presenter) รวมถึงเชิญไปร่วมงานเปิดตัวสินค้าที่นครย่างกุ้ง เพื่อสร้างความสุขและความประทับใจให้กับผู้บริโภคชาวเมียนมา (“Thai Superstar, Mario Maurer Joined POND’s Men Launch Party In Yangon,” 2015)

นอกจากนี้ อีกเหตุผลสำคัญที่อาจทำให้ผู้ประกอบการไทยหันมาสนใจเปิดตลาดใหม่ในประเทศเมียนมาก็คือการเห็นตัวอย่างจากกระแสตอบรับที่ดีของละครโทรทัศน์ไทยในประเทศจีน โดยอาจคาดหวังว่าละครโทรทัศน์ไทยในเมียนมาจะได้รับการยอมรับและประสบความสำเร็จในกลุ่มผู้ชม เช่นในประเทศจีนก็เป็นไปได้ ทั้งนี้ งานวิจัยของหลาน เฟิน (2557) พบว่า ละครโทรทัศน์ไทยใน

ประเทศจีนเริ่มประสบความสำเร็จราวปีพ.ศ.2551 และได้รับความนิยมอย่างท่วมท้นในพ.ศ.2552-2553 จากเรื่อง “สงครามนางฟ้า” จนเกิดเป็นกระแส “ละครรักเมืองร้อน” มาแข่งกับละครกิมจิของเกาหลีใต้ ซึ่งส่งผลให้สถานีโทรทัศน์ของจีนหันมาให้ความสนใจนำเข้าละครโทรทัศน์ไทยอย่างจริงจัง โดยสิ่งที่สำคัญสำหรับผู้ชมในการตัดสินใจรับชมละครโทรทัศน์ไทยในมุมมองของหลาน เฟิน ก็คือ ทิวทัศน์ฉากที่งดงามและนักแสดงชายหญิงที่หล่อสวย ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมชาวจีนในพ.ศ.2554 จากเว็บไซต์ Hu Dong Zhong Guo ในงานของพรณชรินทร์ ชัยเชาวรัตน์ (2556) ที่สรุปออกมาว่าความสวยหล่อของนักแสดงชาวนั้นเป็นเหตุผลอันดับหนึ่งที่ทำให้ผู้ชมชาวจีนชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทย แต่นอกจากความงามของฉากและนักแสดงแล้ว ดนัยธัญ พงษ์พัชรารเทพ (2555) ยังค้นพบว่า การเกิดความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของจีนที่ส่งผลให้ผู้คนจำนวนมากต้องการบรรเทาความตึงเครียดลง รวมถึงนโยบายของรัฐบาลจีนที่ต้องการลดอิทธิพลของละครโทรทัศน์ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ก็เป็นเหตุผลสำคัญเช่นกันที่เปิดโอกาสให้ละครโทรทัศน์ไทยได้เข้าไปออกอากาศและประสบความสำเร็จในประเทศจีนดังเช่นทุกวันนี้

ดังนั้น ในช่วงเวลาที่กระแส K-Pop จากเกาหลีใต้เริ่มอิมตัวในเมียนมา ประกอบกับเล็งเห็นว่าทางเมียนมามีสถานีโทรทัศน์เคเบิล (Cable TV) เพิ่มมากขึ้น จึงย่อมต้องการแสวงหาเนื้อหารายการใหม่เพิ่มขึ้นด้วยเพื่อเติมเต็มช่วงเวลาออกอากาศที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเช่าตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ประกอบการไทยซึ่งเข้าไปร่วมทุนด้านการผลิตรายการโทรทัศน์กับภาคเอกชนเมียนมา ได้แก่ บริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด และบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน จึงเริ่มทำให้ละครโทรทัศน์ไทยได้มีโอกาสออกสู่สายตาและเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ชมชาวมียนมาอย่างเป็นทางการทางสถานีโทรทัศน์ Free TV ตั้งแต่พ.ศ.2557 เป็นต้นมา ซึ่งเรียกได้ว่าเป็น “จุดเริ่มต้นของช่องทางใหม่” หรือ “ช่องทางแบบเป็นทางการในการรับชม” ส่วนผู้ชมนั้นก็ถือเป็นผู้ชมกลุ่มใหม่เช่นกัน เนื่องจากชาวมียนมาส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในเมืองเพิ่งจะรู้จักและได้รับชมละครโทรทัศน์ไทยก็คราวนี้เอง

บริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ถือเป็นบริษัทซื้อขายลิขสิทธิ์ละครและภาพยนตร์บริษัทแรกๆ ที่ประสบความสำเร็จในการนำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศที่ต่างประเทศ โดยจะเป็นรูปแบบใส่คำบรรยายหรือพากย์เสียงนั้นก็แล้วแต่สถานีโทรทัศน์ประเทศปลายทาง เช่น ไต้หวัน เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือประเทศจีนซึ่งประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้นจนทำให้ละครไทยเริ่มได้รับความสนใจและกล่าวถึงในภูมิภาคเอเชียดังที่กล่าวในข้างต้น ส่วนในกรณีของประเทศไทยทางบริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ได้ร่วมทุนกับเอกชน เช่าเวลาออกอากาศ และจัดตั้งบริษัท Lakorn Thai ขึ้นเพื่อนำละครไปออกอากาศทางช่องมียาวัตดี หรือ MWD เวลาประมาณ 19.00 - 21.00 น. ในวันพุธ - วันเสาร์ ตั้งแต่เดือนมีนาคม พ.ศ.2557 เป็นต้นมา โดยละครส่วนมากที่

นำมาออกอากาศจะผลิตโดยบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด หรือ บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ในปัจจุบัน (อัมพร จิรัฐติกร, 2559) ทั้งนี้ นาง ธันดา อุ (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม, 2560) อธิบายเพิ่มเติมว่า ปัจจุบันช่องมียาวัตดี ได้แยกย่อยช่องรายการโทรทัศน์ออกเป็นอีกหลายช่อง โดยละครโทรทัศน์ไทย ถูกจัดให้ออกอากาศทางช่องมียาวัตดี ด็อกคิวเมนทารี่ (Myawaddy Documentary หรือ MWD Documentary) ทุกวันพุธ - วันเสาร์ เวลาประมาณ 19.00 - 19.45 น. และออกอากาศซ้ำ (Re-run) อีกครั้งในช่วงเช้าเวลาประมาณ 08.15 - 08.45 น.

ทั้งนี้ วนิดา บุญประเสริฐวัฒนา ผู้จัดการอาวุโสด้านการจัดจำหน่ายของบริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด (อ้างถึงในอัมพร จิรัฐติกร, 2559) กล่าวว่า แม้จะเริ่มต้นได้ไม่นาน แต่ละครโทรทัศน์ไทยที่นำมาออกอากาศได้รับการตอบรับดีมากโดยเฉพาะ “ละครแนวผี” จนทำให้มีลูกค้ามาติดต่อซื้อเวลาโฆษณาสินค้าช่วงที่ออกอากาศละครผีของไทยเป็นจำนวนมาก ทางบริษัทจึงพักละครรักและเน้นละครผีเป็นหลักจนเรียกได้ว่าช่องนี้กลายเป็นช่องละครโทรทัศน์ผีไทยไปแล้ว ส่วนการสื่อสารนั้นจะใส่คำบรรยายเป็นภาษาเมียนมาเพื่อให้ผู้ชมส่วนใหญ่ที่อยู่ในเมืองและใช้ภาษาเมียนมาเป็นหลักได้รรถรสจากเสียงจริง เพราะบางครั้งเสียงพากย์ไม่ตื่นเต้นเร้าใจเท่าเสียงจริงโดยเฉพาะละครผีที่ตัวละครต้องตื่นตกใจบ่อยครั้งซึ่งผู้ชมก็จะสนุกและลุ้นตามไปด้วย แต่เมื่อเสียงพากย์ไม่ได้อารมณ์ ผู้ชมก็จะพลอยหมดสนุก

ส่วนบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน ซึ่งเป็นที่รู้จักของชาวไทยในฐานะผู้ผลิตรายการให้กับสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 นั้น เข้ามามีบทบาทโดยร่วมทุนกับบริษัทผลิตสื่อและสารบันเทิงเอกชนรายใหญ่ของประเทศเมียนมาที่ผลิตผลงานออกอากาศทางช่อง MRTV4 และ Channel7 ชื่อว่า Forever Group จนก่อตั้งเป็น Forever BEC-Tero Entertainment Public Company Limited. ในพ.ศ.2555 โดยเน้นการผลิตผลงานใหม่ร่วมกันระหว่างชาวไทย (ทีมงาน BEC-Tero) และชาวเมียนมา ไม่ว่าจะเป็นรายการสารบันเทิงทั่วไป(Variety) ข่าว เกมโชว์ และละครโทรทัศน์ที่เคยได้รับความนิยมในประเทศไทยมาก่อนให้เป็นแบบฉบับที่แสดงโดยชาวเมียนมาและพูดภาษาเมียนมา (Forever BEC-Tero, 2016) โดยทาง BEC-Tero จะเป็นผู้ดูแลด้านเทคนิค การผลิต การเขียนบท การติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ และการถ่ายทำต่าง ๆ รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาด้านประเด็นเนื้อหารายการ ในขณะที่ทีมงานหลักรวมถึงหัวหน้าทีมงานแต่ละส่วน พิธีกร นักแสดง รวมถึงผู้ตรวจสอบเนื้อหาโดยละเอียดจะเป็นทีมงานชาวเมียนมา ซึ่งต้องดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมและรสนิยมของชาวเมียนมาเพื่อไม่ให้เกิดเป็นปัญหากระทบกระเทือนระหว่างประเทศได้ในภายหลัง โดยเฉพาะละครที่ผลิตขึ้นใหม่จากบทละครไทยเพื่อออกอากาศทางช่อง MRTV4 เช่น ละครเรื่องปราสาทมืด แกะรอยรัก เจ้ากรรมนายเวร ละครชุดบันทึกกรรม

สำหรับละครโทรทัศน์ไทยที่นำมาออกอากาศโดยตรงนั้น ทางบริษัทได้ขอซื้อลิขสิทธิ์ละครจาก สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 แล้วนำมาแปล ใส่บทบรรยายและพากย์เสียงใหม่เป็นภาษาเมียนมาเพื่อ ออกอากาศช่อง MRTV4 และต่อมาจึงออกอากาศทาง Channel7 จนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ละครโทรทัศน์ ไทยเรื่องแรกทีออกอากาศอย่างเป็นทางการคือละครรักย้อนยุคเรื่อง “วนิดา” นำแสดงโดยนักแสดง ชื่อตั้ง เจษฎาภรณ์ ผลดี (ต๊อ) และทักษอร เตชะณรงค์(ภักดิ์สุขเจริญ) (แอฟ) ออกอากาศทาง Channel7 ในวันที่ 3 พฤศจิกายน พ.ศ.2557 ซึ่งก็ได้รับผลตอบรับอย่างดีจากผู้ชมจนผู้บริหารของ Channel7 อนุมัติให้ออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยได้เรื่อยมา (“ละคร“วนิดา”ออกฉายและได้รับความนิยมนในเมียนมาร์,” 2015)

ปัจจุบัน (พฤษภาคม 2561) ละครโทรทัศน์ไทยของทาง Forever BEC-Tero ออกอากาศ 7 วันทาง Channel7 โดยทุกเย็นวันจันทร์ – วันศุกร์ เป็นแบบพากย์เสียงภาษาเมียนมา (Dubbing) ออกอากาศสดเวลาประมาณ 17.15 - 18.00 น. และออกอากาศซ้ำช่วงเช้า (Re-Run) 2 ครั้งในเวลา ประมาณ 05.15 - 06.00 น. และ 11.00 - 12.00 น. ทั้งนี้ ละครโทรทัศน์ไทยแบบพากย์เสียงนี้ ออกอากาศมาแล้วมากกว่า 20 เรื่อง เช่น ละครชุดสี่หัวใจแห่งขุนเขาทั้ง 4 เรื่อง รักเกิดในตลาดสด สามีตีตรา ทรายสีเพลิง มาดามดัน ในขณะที่ทุกเย็นวันเสาร์ – วันอาทิตย์เป็นแบบใส่บทบรรยาย แปลภาษาเมียนมา (Subtitle) ออกอากาศสดประมาณ 18.00 - 18.50 น. และออกอากาศซ้ำช่วงเช้า (Re-Run) 2 ครั้งเช่นกัน ในเวลาประมาณ 05.15 - 06.00 น. และ 10.30 - 11.30 น. ทั้งนี้ ออกอากาศ มาแล้วประมาณ 8 เรื่องโดยเน้นเป็นละครแนวผีหรือแนวลึกลับ เช่น เรื่องปวง รากบุญ ภพรัก ซึ่งละคร ทั้ง 2 แบบได้รับการจัดอันดับ (Rating) ละครที่ออกอากาศในช่วงเวลานั้นสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะ ละครแบบพากย์ซึ่งปัจจุบันได้ส่วนแบ่งของจำนวนผู้ชมทั้งหมดที่รับชมรายการโทรทัศน์ในช่วงเวลา เดียวกัน (Audience share) เกินร้อยละ 50 (มณรวี แยมนวนม, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2560)

การรับชมผ่านเว็บไซต์ (Website)

ด้วยคุณภาพของละครโทรทัศน์ไทยที่พัฒนาขึ้นตามลำดับมาจนถึงปัจจุบัน รวมถึงการที่ตัว ผู้ผลิตละครโทรทัศน์เองพากันเริ่มออกไปหาตลาดใหม่ในต่างประเทศเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในผลงาน ละคร พร้อมทั้งปัจจัยด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารข้ามพรมแดนทั้งในประเทศไทยและประเทศเพื่อน บ้านที่พัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะสัญญาณอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ผู้ชมในประเทศต่าง ๆ สามารถ แสวงหาเนื้อหาที่ตนสนใจและตรงกัรสนิยมได้อย่างสะดวกง่ายดาย ดังเช่นการใช้สัญญาณ อินเทอร์เน็ตในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางเว็บไซต์ต่าง ๆ ของวัยรุ่นชาวจีน กัมพูชา และ

เวียดนามที่มีกลุ่มแฟนคลับของประเทศปลายทางตั้งขึ้นโดยที่ภาษาไม่เป็นอุปสรรคอีกต่อไป เนื่องจากมีกลุ่มแฟนคลับที่รู้ภาษาไทยและหลายเรื่องที่มีแฟนคลับเคยแปลเป็นภาษาอังกฤษไว้แล้วนั้น พร้อมจะสละเวลามาช่วยกันแปลละครและใส่บทบรรยายให้เป็นภาษาของตนเองเพื่อแบ่งปันความสุขให้แก่ผู้ที่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยทั่วโลกได้รับชมเช่นเดียวกัน รวมถึงการรับชมแบบภาษาไทยทั้งในช่วงเวลาออกอากาศจริงและย้อนหลังสำหรับผู้ชมต่างชาติที่เข้าใจภาษาไทยด้วย

สำหรับการรับชมผ่านสื่อออนไลน์ในประเทศเมียนมานั้น พบว่าช่วงแรกที่ละครโทรทัศน์ไทยออกอากาศเป็นภาษาเมียนมายังไม่มีการออกอากาศทั้งแบบสด ย้อนหลัง รวมถึงแปลคำบรรยายลงในเว็บไซต์ ซึ่งอาจเพราะการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในเมียนมายังอยู่ในช่วงเริ่มต้นจึงยังไม่มีกลุ่มแฟนคลับออนไลน์ ยิ่งไปกว่านั้นอีกหนึ่งสาเหตุที่สำคัญคืออาจเพราะว่าในช่วงแรกระบบไฟฟ้ายังไม่ถึงบางพื้นที่ในชนบท ส่วนในตัวเมืองเองทั้งระบบไฟฟ้า เครื่องมือเทคโนโลยีที่ทันสมัย และสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารออนไลน์ก็ยังไม่เสถียรเท่าที่ควร (อัมพร จิรัฐติกร, 2559) สืบได้จากงานของ Kee-Yung Nam, Cham, และ Halili (2015) ที่ค้นพบว่าในช่วงระยะเวลา 12 ปีนับจากพ.ศ.2548 - 2556 การใช้งานสัญญาณอินเทอร์เน็ตในระดับครัวเรือนของประเทศเมียนมาพัฒนาขึ้นจาก 0.2 ครัวเรือนในพ.ศ.2548 เป็น 2.20 ครัวเรือนในปีพ.ศ.2556 แต่ถึงกระนั้นเมียนมาก็ยังคงถูกจัดอยู่ในประเทศที่มีระดับการขยายตัวที่ต่ำที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมถึงต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในแถบประเทศเพื่อนบ้าน เช่นเดียวกับที่การเข้าถึงคอมพิวเตอร์ในระดับครัวเรือนของเมียนมาก็พัฒนาขึ้น แต่ก็ยังอยู่ในระดับต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในละแวกเดียวกัน เช่น กัมพูชา ลาว ดังนั้นทางการภายในของเมียนมาจึงได้พยายามหาวิธีจัดการเกี่ยวกับระบบความเร็วและความเสถียรซึ่งเป็นคุณภาพสำคัญของการบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตอย่างต่อเนื่อง รวมถึงจัดการระบบไฟฟ้าซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้การพัฒนาเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารและการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตในประเทศเมียนมาดำเนินไปได้อย่างราบรื่นด้วย

อย่างไรก็ตามราวปีพ.ศ.2558 เป็นต้นมา สัญญาณอินเทอร์เน็ตของเมียนมาดีขึ้นเรื่อย ๆ จนบางสถานีหรือบางรายการโทรทัศน์สามารถออกอากาศสดผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อให้ผู้ชมโดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงานในเมืองสามารถรับชมแบบออนไลน์ผ่านทางสมาร์ทโฟน (Smart phone) ของตนได้ แม้จะมีบางครั้งที่สัญญาณอ่อนลงหรือขาดหาย ส่วนชาวเมียนมาวัยรุ่นและวัยทำงานที่อาศัยอยู่ในนครย่างกุ้งซึ่งเป็นเมืองธุรกิจนั้นก็นิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เป็นหนึ่งในสื่อหลักเพื่อติดต่อสื่อสาร รวมถึงเสพข่าวสารและสาระบันเทิงทั่วโลกเช่นเดียวกับประเทศอื่นมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แยกแพร่ (share) สิ่งที่น่าสนใจ และการดูคลิปสั้นต่าง ๆ ในเว็บไซต์ เฟซบุ๊ก ขณะที่ผู้สูงอายุและผู้ที่ยังไม่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตนั้นก็จะติดต่อสื่อสารโดยใช้

สื่อเดิม เช่น พุดคุยทางโทรศัพท์ (แซนดี้ จอร์ ลวิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) เช่นเดียวกับ พฤติกรรมการใช้สื่อของชาวเมียนมาที่เข้ามาทำงานและอาศัยอยู่ในประเทศไทยจากข้อมูลสรุปของ งานสัมมนาเจาะตลาดอย่างไรให้โดนใจแรงงานเมียนมาในประเทศไทยของวิทยาลัยบริหารการจ้ดการ มหาวิทยาลัย มหิดล [CMMU] (2559, อ้างถึงใน“9 รสนิยมแรงงานเมียนมา,” 2559) ซึ่งพบว่า ชาวเมียนมายุคใหม่ใช้เวลาไปกับอินเทอร์เน็ตมากขึ้นโดยใช้สื่อทางอินเทอร์เน็ตในสัดส่วนมากถึงร้อยละ 65.3 และรองลงมาคือใช้สื่อโทรทัศน์ ร้อยละ 46.7

ทั้งนี้ แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งซึ่งเป็นทั้ง นักศึกษามหาวิทยาลัยและพนักงานแผนกตัดต่อรายการโทรทัศน์ของช่อง MRTV4 อธิบายว่า ปัจจุบันสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ประเทศเมียนมาดีขึ้นมากและมีเว็บไซต์มากมายที่ชาวเมียนมาสามารถเข้าถึง เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ เช่น ละครโทรทัศน์เกาหลีใต้ ส่วนรายการโทรทัศน์ไทยที่พากย์เสียงใหม่หรือ ลงบทบรรยายแปลแล้วออกอากาศทางช่องเมียนมานั้น ถ้าเป็นกรณีของช่อง MRTV4 และ Channel7 ผู้ชมก็สามารถรับชมแบบออนไลน์ได้ทางเว็บไซต์ “โพนเพลย์” (Pyoneplay) ซึ่งสร้างขึ้นประมาณพ.ศ. 2559 ยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถรับชมย้อนหลังและดูผังรายการโทรทัศน์ของทั้ง 2 ช่องเพื่อค้นหา ช่วงเวลาออกอากาศของแต่ละรายการในแต่ละวันได้อีกด้วย ซึ่งนอกจาก “โพนเพลย์” แล้ว ผู้วิจัย ค้นพบในเวลาต่อมาว่ายังมีอีกหนึ่งเว็บไซต์ คือ “เมียนมาทีวีชานแนล” (Myanmar tv channel) ที่ทำให้ผู้ชมชาวเมียนมาสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ช่องหลักของเมียนมาแบบสด (Live) ได้ ทั้งจาก Free TV และเคเบิลบางช่องของค่ายสกายเน็ต (Skynet) เช่น MNTV MRTV4 มียาวัดดี Channel7 รวมไปถึงสามารถรับฟังรายการวิทยุออนไลน์ผ่านช่องทางนี้ด้วย เช่น คลื่นชะเวอเอฟเอ็ม (SHWE FM)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าชาวเมียนมาจะนิยมใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้นและมีเว็บไซต์มากมายที่ทำให้สามารถรับชมละครโทรทัศน์ได้ แซนดี้ จอร์ ลวิน กลับมองว่าชาวเมียนมาโดยทั่วไปจะนิยมรับชมละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์อื่น ๆ ทั้งของเมียนมาและของต่างประเทศแบบเป็นคลิป์วิดีโอสั้นที่ถูกตัดต่อเฉพาะช่วงที่น่าสนใจแล้วนำมาเผยแพร่ในเฟซบุ๊กมากกว่า ส่วนการรับชมละครโทรทัศน์ยาว ๆ ทางออนไลน์นั้นยังไม่นิยมเท่าไรนัก เนื่องจากค่าบริการอินเทอร์เน็ตทั้งแบบ Wi-Fi และ 4G บนโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาสูง หากใช้ชมละครออนไลน์ก็ยิ่งใช้ความเร็วแรงของอินเทอร์เน็ตจึงยิ่งเสียเงินมาก ยกเว้นว่าจะซื้อแบบราคาเหมาจ่าย (Internet Mobile package) ที่มีราคาเยอมากกว่า แต่ถึงอย่างนั้นก็ถือว่ายังเป็นราคาที่ค่อนข้างสูงอยู่ ยิ่งไปกว่านั้นบางครั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็ไม่เสถียรเพียงพอที่จะรับชมละครยาว ๆ เพราะทั้งช้าและค้างทำให้ไม่ได้รับอรรถรสของละครอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นชาวเมียนมาส่วนใหญ่จึงนิยมใช้ Free Wi-Fi ซึ่งมีสัญญาณแรงที่บริษัทและตามแหล่งชุมชนสำคัญที่มีให้บริการ เช่น บริเวณมหาเจดีย์ชะเวดากอง (Shwedagon pagoda) เพื่อเล่นอินเทอร์เน็ต

และโหลดคลิปลิวิดีโอมาเก็บไว้ชมยามว่าง หรือ ถ้าจะรับชมแบบออนไลน์ก็จะชมต่อเมื่อมีสัญญาณ Free Wi-Fi มากกว่า

ทั้งนี้ ประเทศเมียนมากำลังอยู่ในช่วงที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว รวมทั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่พัฒนาได้เร็วและแรงจนเรียกได้ว่าชาวเมียนมาส่วนใหญ่ในตัวเมืองนั้นได้เข้าสู่สังคมออนไลน์อย่างเต็มรูปแบบแล้ว โดย นาง ฉันทา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560 และ 24 พฤษภาคม 2561) อธิบายเพิ่มเติมว่าขณะนี้ (ธันวาคม พ.ศ.2560) ราคาค่าบริการสัญญาณอินเทอร์เน็ตในนครย่างกุ้งมีราคาถูกมากโดยเฉพาะหากซื้อในราคาเหมาจ่าย ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งเครื่องรับสัญญาณ Wi-Fi ที่บ้าน หรือการใช้ 4G บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้เครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตแบรนด์ต่าง ๆ ของประเทศเมียนมาต่างก็มีประสิทธิภาพให้กับลูกค้าของตนด้วยการให้บริการ Free Wi-Fi ตามสถานที่ต่าง ๆ ในย่านใจกลางเมืองมากขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจ ดังนั้นชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งปัจจุบันนี้จึงสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาโดยไม่ค่อยมีปัญหา ส่วนด้านพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางสัญญาณอินเทอร์เน็ตของชาวย่างกุ้งนั้น นาง ฉันทา อู อธิบายว่า การรับชมรายการผ่านทางยูทูป หรือ เว็บไซต์ต่าง ๆ นั้นไม่เป็นที่นิยมมากนักเนื่องจากต้องใช้ความเร็วและแรงของสัญญาณอินเทอร์เน็ตมาก ดังนั้นปัจจุบันนี้คนทั่วไปจึงนิยมรับชมละครในรูปแบบคลิปลิ้นจากการตัดต่อและรูปแบบยาวที่มีครบทั้งตอน (Full Episode) พร้อมคำบรรยายแปลภาษาเมียนมา (Subtitle) ที่มีผู้นำมาเผยแพร่ผ่านทางเฟซบุ๊กมากกว่า โดยจะต้องกดลิงค์ (Link) จากโพสต์ (Post) ที่ผู้ปล่อยคลิปลิสร้างไว้สำหรับละครโทรทัศน์ไทยแต่ละเรื่อง ซึ่งจะมีทีมแปลละครทยอยแปลมาจนครบทุกตอน เช่น เฟซบุ๊กที่ใช้ชื่อว่า “Thai Drama & Movie Lover” ซึ่งแปลละครโทรทัศน์ไทยมาแล้วหลายเรื่อง เช่น บ่วงบรรจถรณ์(ช่อง3) สามียี่สิบ(ช่อง3) เล่ห์ลับสลับร่าง(ช่อง3) ซิเร่ส์รักนะเปิดใจ(Ugly Duckling) (ช่องONE) ร้อยเล่ห์เสน่ห์ร้าย(ช่องONE) เกมมายา(ช่องONE) U Prince Series(ช่อง GMM TV) รักวุ่น ๆ เจ้าหญิงจอมจู้(Princess Hours)(ช่องTRUE4U) เป็นต้น โดยเมื่อกรับชมหรือดาวน์โหลด (Download) ละครมาเก็บไว้แล้วก็จะนิยมส่งต่อให้เพื่อน ๆ คนอื่นได้รับชมต่อด้วย ทั้งนี้ชาวเมียนมามักรับชมละครโทรทัศน์ที่บ้าน ในที่ทำงาน และระหว่างเดินทางเข้าเย็น โดยระหว่างการเดินทางและในที่ทำงานนั้นชาวเมียนมาสามารถรับชมผ่านจอโทรทัศน์ของบริษัทที่มักเปิดทิ้งไว้ และรับชมผ่านอุปกรณ์สื่อสารส่วนตัวได้ในช่วงพักหรือ “ทีเบรก” (Tea break) ซึ่งมี 2 ครั้ง คือ ช่วงสายประมาณ 10.00 - 10.20 น. และช่วงบ่ายประมาณ 14.00 - 14.20 น. หรือ 14.30 - 15.00 น. ของทุกวันทำงานตามวัฒนธรรมที่ได้รับมาจากประเทศอังกฤษในอดีต รวมทั้งช่วงพักรับประทานอาหารกลางวันในเวลาประมาณ 11.30 - 12.30 น. ซึ่งปัจจุบันเริ่มมีบางองค์กรที่ปรับเวลาพักกลางวันเป็น 12.00 - 13.00 น. ตามแบบบริษัทเอกชนรุ่นใหม่ของคนต่างชาติ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า มีเฟซบุ๊กที่ใช้ชื่อว่า “Thai Drama Collection” อีกช่องทางหนึ่งที่ แม้จะไม่ได้นำเสนอละครโทรทัศน์ไทยแต่ละเรื่องแบบครบทุกตอนด้วยคำบรรยายภาษาเมียนมา แต่ก็ มีลิ้งค์(Link) ของละครโทรทัศน์ไทยบางเรื่องที่แปลคำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษหรือนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับผลงานละครโทรทัศน์เรื่องใหม่มาให้แฟนคลับชาวเมียนมาได้รับทราบแทน เช่น ไทยทีวีสีช่อง 3 กำลังจะมีผลงานละครโทรทัศน์ไทยเรื่องใหม่ชื่อ “เกมเส่นหา” นำแสดงโดยณฐพร เตมีรักษ์(แต้ว) และ จิรายุ ตั้งศรีสุข (เจมส์) รวมถึงมีบางเว็บไซต์ของชาวเมียนมาเองที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยและดารานักแสดงชาวไทยด้วยภาษาเมียนมา เช่น www.foreverbectero.com และ CELENOW.COM อย่างไรก็ตาม นาง ธันดา อู เพิ่มเติมว่า ละครโทรทัศน์ไทยที่เป็นที่นิยมมากในขณะนี้ (ธันวาคม 2560) คือซีรีส์เรื่อง “รักนะเป็ดโง่” (Ugly Duckling) ตอน Perfect Match ซึ่งทำให้ผู้ชมชาย เกษตรสิน (ดีเจพุฒ) พระเอกของเรื่องโด่งดังและเป็นที่ยอมรับของสาว ๆ ชาวเมียนมาจนมีข่าวบันเทิง ภาษาเมียนมาเกี่ยวกับเขาออกมาให้สาว ๆ ได้ติดตามมากมายทั้งจากหนังสือพิมพ์บันเทิง นิตยสาร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากทางเว็บไซต์ CELENOW.COM เช่นเดียวกับที่ แชนดี้ จอว์ ลวิน (สัมภาษณ์ , 27 กันยายน 2560) กล่าวว่า ผู้ชมชาย เกษตรสิน (ดีเจพุฒ) คือดารายอดนิยมมาก ที่สุดในเวลานี้จนทำให้อยากรู้เรื่องราวต่าง ๆ ของเขา รวมทั้งของดารานักแสดงไทยอีกหลายคน เช่น วรทยา นิลคูหา (จ๋อย) แฟนสาวของดีเจพุฒ และเฉอมมาลย์ บุญยศักดิ์ (พลอย) นางเอกสาวสวยที่เธอชื่นชอบจากละครเรื่อง “สามมิติตรา และ มาตามด้น” ซึ่งออกอากาศทาง Channel7 ของเมียนมา สิ่งนี้เอง ที่ทำให้เธอและเพื่อน ๆ หันมาติดตามข่าวสารเกี่ยวกับดาราคณโปรดและละครโทรทัศน์ที่พวกเขา นำแสดงจากอินสตาแกรม (Instagram / IG) ส่วนตัวของดารานักแสดงชาวไทยมากขึ้น

จากข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับช่องทางในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาที่ กล่าวมา สรุปได้ว่าชาวเมียนมาที่อาศัยอยู่ในรัฐฉานและตามแถบชายแดนไทย-เมียนมารับชมละครโทรทัศน์ไทยมาประมาณ 20 ปีแล้ว โดยเริ่มต้นจากการรับชมผ่านเครื่องเล่นวีซีดี ส่วนแนวละครที่ รับชมในระยะแรกก็คือแนวนิทานพื้นบ้านหรือแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ จากนั้นจึงเพิ่มการรับชมละครแนวรัก ในเวลาต่อมา ส่วนช่องทางการรับชมผ่านการแพร่ภาพของสถานีโทรทัศน์ที่ทำให้ผู้ชมละครโทรทัศน์ ชาวเมียนมาทั่วไปได้รู้จักละครโทรทัศน์ไทยอย่างเป็นทางการนั้น แม้ว่าจะเพิ่งเริ่มต้นเมื่อประมาณพ.ศ. 2557 แต่ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะที่การรับชมละครโทรทัศน์ยาว ๆ ผ่านช่องทาง อินเทอร์เน็ตอาจยังไม่เป็นที่นิยมนักในเมียนมาเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านราคาและความเสถียรของ สัญญาณอินเทอร์เน็ตในบางครั้ง แต่หากจะประเมินจากการพัฒนาความเร็วและแรงของสัญญาณ อินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วในขณะนี้ก็สามารถคาดการณ์ได้ว่าการรับชมละครโทรทัศน์ซึ่งนำมาเผยแพร่ ผ่านทางเฟซบุ๊กและยูทูปน่าจะได้รับความสนใจและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จากผู้ชมและ ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวเมียนมา

บริบทการชมละครโทรทัศน์ไทยในเมียนมา

ผู้วิจัยได้ทบทวนการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับบริบทการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาด้วยการสัมภาษณ์ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาซึ่งเป็นพนักงานฝ่ายผลิตและตัดต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ MRTV4 ประเทศเมียนมา เพื่อออกอากาศทางช่อง MRTV4 และ Channel7 นักแปลภาษาเมียนมา-ภาษาไทย รวมถึงพนักงานบริษัทเอกชนในประเทศเมียนมา รวม 5 ท่าน ได้แก่

1. นางสาว นาง ันดา อู (Nang Thandar Oo)

ชาวรัฐฉานซึ่งทำงานและอาศัยอยู่ในนครย่างกุ้งเป็นเวลานาน อาชีพนักแปลภาษาเมียนมา-ภาษาไทย และพนักงานบริษัทเอกชน สัมภาษณ์ ณ วันที่ 23 ธันวาคม พ.ศ.2560 และ 24 พฤษภาคม พ.ศ.2561

2. นางสาว แซนดี้ จอว์ ลวิน (Sandi Kyaw Lwin)

ชาวนครย่างกุ้ง นักศึกษามหาวิทยาลัยและพนักงานแผนกตัดต่อรายการโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ MRTV4 ในนครย่างกุ้ง สัมภาษณ์ ณ วันที่ 27 กันยายน พ.ศ.2560

3. นางสาว ปิเย่ เพียว ไปน์ (Pyae Phyo Paing)

ชาวนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นรองหัวหน้าแผนกช่างภาพ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ในสตูดิโอ สถานีโทรทัศน์ MRTV4 สัมภาษณ์ ณ วันที่ 24 พฤษภาคม 2561

4. นางสาว ตู ตู (Thu Thu)

ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวนครย่างกุ้ง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สัมภาษณ์ ณ วันที่ 25 มีนาคม พ.ศ.2561

5. นาย มิน ตั้น (Min Thant)

ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวนครย่างกุ้ง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สัมภาษณ์ ณ วันที่ 28 มีนาคม พ.ศ.2561

โดยสรุปรายละเอียดและแยกเป็นประเด็นดังต่อไปนี้

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย

มิน ตั้น (สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561) และ นาง ันดา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560) อธิบายว่า ชาวเมียนมาส่วนใหญ่มักรับชมภาพยนตร์ไทยทั้งจากแผ่นดีวีดีและจากโรง

ภาพยนตร์ที่ปัจจุบันเริ่มมีจำนวนและคุณภาพที่ดีขึ้น โดยผู้ชายจะรู้จักและชอบรับชม ภาพยนตร์มากกว่าผู้หญิง ดังนั้นผู้ชายจึงมักหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย ดารานักแสดงไทยที่เห็นในภาพยนตร์ รวมถึงเพลงไทย มาพูดคุยกันในในวงสนทนาว่างมากกว่าผู้หญิง นอกจากนี้ หากเป็นคู่รัก ฝ่ายชายมักจะเป็นฝ่ายหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์แล้วนำไปเล่าให้ฝ่ายหญิงฟังเพื่อชักชวนไปรับชมภาพยนตร์ด้วยกัน โดย แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) ขยายความเพิ่มเติมว่า ผู้หญิงชาวเมียนมาส่วนใหญ่จะรับชมละครโทรทัศน์มากกว่าภาพยนตร์ รับชมละครโทรทัศน์มากกว่าผู้ชาย และส่วนใหญ่เน้นที่การรับชมโดยตรงมากกว่าการหาข้อมูลหรือเปิดรับข่าวสารใด ๆ

ช่องทางและช่วงเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

นอกจากการรับชมละครโทรทัศน์แบบสดทางหน้าจอโทรทัศน์ในช่วงเย็นแล้ว ผู้ชมชาวเมียนมาสามารถรับชมย้อนหลังทางโทรทัศน์ในช่วงเช้าได้เช่นกัน โดย นาง ฉันทา อุ (สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561) อธิบายว่า ปัจจุบันช่องที่ออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยซึ่งเป็นที่นิยม เช่น ช่องมียาวัดดี ด็อกคิวเมนทารี (Myawaddy Documentary หรือ MWD Documentary) จะออกอากาศสดทุกวันพุธ - วันเสาร์ เวลาประมาณ 19.00 - 19.45 น. และออกอากาศซ้ำ (Re-run) อีกครั้งในช่วงเช้าประมาณ 08.15 - 08.45 น. ขณะที่ Channel7 ออกอากาศสดทุกวันจันทร์ - วันศุกร์ เวลาประมาณ 17.15 - 18.00 น. และออกอากาศซ้ำ (Re-run) ในช่วงเช้า 2 ครั้งคือประมาณ 05.15 - 06.00 น. และ 11.00 - 12.00 น. ส่วนวันเสาร์ - วันอาทิตย์ ออกอากาศสดประมาณ 18.00 - 18.50 น. และออกอากาศซ้ำ (Re-run) ในช่วงเช้า 2 ครั้งเช่นกัน ในเวลาประมาณ 05.15 - 06.00 น. และ 10.30 - 11.30 น.

สำหรับการรับชมแบบออนไลน์ แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) อธิบายว่า ปัจจุบันสัญญาณอินเทอร์เน็ตที่ประเทศเมียนมาดีขึ้นมากและมีเว็บไซต์มากมายที่ชาวเมียนมาสามารถเข้าถึงเพื่อรับชมละครโทรทัศน์ได้ ส่วนรายการโทรทัศน์ไทยที่พากย์เสียงใหม่หรือลงบทบรรยายแปลแล้วออกอากาศทางช่องเมียนมานั้น หากเป็นกรณีของช่อง MRTV4 และ Channel7 ผู้ชมก็สามารถรับชมแบบออนไลน์ได้ทางเว็บไซต์ “ไพเนเพลย์” (Pyoneplay) แต่ถึงแม้ว่าชาวเมียนมาจะนิยมใช้อินเทอร์เน็ตสูงขึ้นและมีเว็บไซต์มากมายที่ทำให้สามารถรับชมละครโทรทัศน์ได้ แซนดี้ จอร์ ลวิน กลับมองว่าชาวเมียนมาโดยทั่วไปจะนิยมรับชมละครโทรทัศน์และรายการโทรทัศน์อื่น ๆ ทั้งของเมียนมาและของต่างประเทศในรูปแบบของคลิป์วิดีโอสั้นที่ถูกตัดต่อมาเฉพาะช่วงที่น่าสนใจ แล้วนำมาเผยแพร่ในเฟซบุ๊ก

มากกว่า ส่วนการรับชมละครโทรทัศน์ยาว ๆ ทางออนไลน์นั้นยังไม่นิยมเท่าไรนัก เนื่องจากค่าบริการอินเทอร์เน็ตทั้งแบบ Wi-Fi และ 4G บนโทรศัพท์เคลื่อนที่มีราคาสูง หากใช้ชมละครออนไลน์ก็ยิ่งใช้ความเร็วแรงของอินเทอร์เน็ตจึงยิ่งเสียเงินมาก ยกเว้นว่าจะซื้อแบบราคาเหมาจ่าย (Internet Mobile package) ที่มีราคาเยอะเยือกว่า แต่ถึงอย่างนั้นก็ถือว่ายังเป็นราคาที่ค่อนข้างสูงอยู่ ยิ่งกว่านั้น บางครั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตก็ไม่เสถียรพอที่จะรับชมละครยาว ๆ ได้เพราะช้าและค้าง ทำให้ไม่ได้รับบรรณรสของละครอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นชาวเมียนมาทั่วไปจึงนิยมใช้ Free Wi-Fi สัญญาณแรง ๆ ที่บริษัทและตามแหล่งชุมชนสำคัญที่มีให้บริการ เช่น บริเวณมหาเจดีย์ชเวดากอง (Shwedagon pagoda) เพื่อเล่นอินเทอร์เน็ต โหลดคลิปวิดีโอ มาเก็บไว้ชมยามว่าง หรือ ถ้าจะรับชมแบบออนไลน์ก็จะชมต่อเมื่อมี Free Wi-Fi มากกว่า

ทั้งนี้ นาง ธันดา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560 และ 24 พฤษภาคม 2561) อธิบายเพิ่มเติมว่า ขณะนี้ (ธันวาคม 2560) ราคาสัญญาณอินเทอร์เน็ตในนครย่างกุ้งมีราคาถูกลงมาก โดยเฉพาะกรณีซื้อในราคาเหมาจ่าย ไม่ว่าจะเป็นการติดตั้งเครื่องรับสัญญาณ Wi-Fi ที่บ้าน หรือ การใช้ 4G บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ นอกจากนี้เครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตแบรนด์ต่าง ๆ ของประเทศเมียนมาต่างก็มีอุปสิทธิพิเศษให้กับลูกค้าของตนด้วยการให้บริการ Free Wi-Fi ตามสถานที่ต่าง ๆ ในย่านใจกลางเมืองมากขึ้นเพื่อเป็นการจูงใจ ดังนั้นปัจจุบันนี้ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งจึงสามารถใช้อินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลาอย่างไม่ค่อยมีปัญหา ส่วนด้านพฤติกรรมชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางสัญญาณอินเทอร์เน็ตของชาวย่างกุ้งนั้น นาง ธันดา อู ขยายความว่า การชมรายการทางยูทูป หรือ เว็บไซต์ต่าง ๆ นั้นไม่เป็นที่นิยมมากนัก เนื่องจากต้องใช้ความเร็วและแรงของสัญญาณอินเทอร์เน็ตมาก ดังนั้นโดยทั่วไปจึงนิยมรับชมละครทั้งที่เป็นคลิปสั้นจากการตัดต่อ และเป็นแบบยาวที่มีครบทั้งตอน (Full Episode) พร้อมคำบรรยายแปลภาษาเมียนมา (Subtitle) ที่มีคนนำมาเผยแพร่ผ่านทางเฟซบุ๊กมากกว่า โดยเมื่อกรับชมหรือดาวน์โหลด (Download) ละครมาเก็บไว้แล้ว ก็จะนิยมส่งต่อให้เพื่อน ๆ คนอื่นได้รับชมต่อด้วย ทั้งนี้ชาวเมียนมามักชมละครที่บ้าน ในที่ทำงาน และระหว่างเดินทางเข้าเย็น โดยระหว่างการเดินทางและในที่ทำงานนั้นชาวเมียนมาสามารถรับชมผ่านโทรทัศน์ของบริษัทที่มักเปิดทิ้งไว้และรับชมผ่านเครื่องมือสื่อสารส่วนตัวได้ในช่วงพักหรือ “ทีเบรก” (Tea break) ซึ่งมี 2 ครั้ง คือ ช่วงสายเวลาประมาณ 10.00 - 10.20 น. และช่วงบ่ายประมาณ 14.00 - 14.20 น. หรือ 14.30 - 15.00 น. ของทุกวันทำงานตามวัฒนธรรมที่ได้รับมาจากประเทศอังกฤษในอดีต รวมทั้งช่วงพักรับประทานอาหารกลางวันเวลาประมาณ 11.30 - 12.30 น. ซึ่งปัจจุบันเริ่มมีบางองค์กรที่ปรับเวลาพักกลางวันเป็น 12.00 - 13.00 น. ตามแบบบริษัทเอกชนรุ่นใหม่ของชาวต่างชาติ

ความนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมา

หากจะกล่าวถึงชาวเมียนมาทั่วไปนั้น นาง ฉันทา อู (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559) ให้ข้อสังเกตว่า ชาวเมียนมาชอบรับชมรายการบันเทิง ชอบฟังเพลง ชอบร้องเพลง ชอบรับชมละครโทรทัศน์ทั้งละครเกาหลี ละครเมียนมา และละครไทยในปัจจุบัน ขณะที่ แชนดี้ จอว์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) วิทยุรุ่นชาวเมียนมาที่เกิดและเติบโตในนครย่างกุ้งได้แย้งว่า ชาวเมียนมายังคงชื่นชอบละครโทรทัศน์ของเกาหลีได้มากที่สุด ส่วนสื่อบันเทิงจากประเทศไทยนั้น เพลงไทยและภาพยนตร์ไทยน่าจะเป็นที่รู้จักและชื่นชอบมากกว่าละครโทรทัศน์ไทยที่เพิ่งเข้ามาออกอากาศได้ไม่นาน ดังเช่น ภาพยนตร์ผีตลกไทยเรื่อง “พีมาก... พระโขนง” ที่ออกฉายในปีพ.ศ.2556 ทำให้มาริโอ เมารูเอ(โอ้) กลายเป็นพระเอกขวัญใจของสาว ๆ ชาวเมียนมาตั้งแต่นั้นมา สอดคล้องกับที่มินตัน (สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561) อธิบายว่า หากถ้าเป็นผลงานทางด้านบันเทิงของประเทศไทย ตัวเขาและเพื่อนผู้ชายคนอื่น ๆ จะสนใจหาข้อมูลและรับชมเฉพาะภาพยนตร์เท่านั้น โดยเฉพาะ ภาพยนตร์ไทยแนวผีที่จะชอบรับชมเป็นพิเศษ ซึ่ง นาง ฉันทา อู (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559) ชี้แจงถึงเหตุผลที่ชาวเมียนมาชอบรับชมภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ “แนวผี” ว่า อาจเนื่องมาจากชาวเมียนมาเองก็มีวัฒนธรรม ความเชื่อ และเรื่องเล่าเกี่ยวกับผีสางและสิ่งเร้นลับไม่ต่างไปจากชาวไทย

ทั้งนี้ มินตัน (สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561) อธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้ชายส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้สนใจรับชมละครโทรทัศน์เท่าไรนัก แต่ถึงจะเป็นเช่นนั้น เมื่อหลายปีก่อนตัวเขาเองก็เคยติดตามละครโทรทัศน์ไทยหรือซีรีส์ไทยชื่อดังซึ่งเป็นเรื่องราวของวัยรุ่นในโรงเรียนอย่างเรื่อง “ฮอว์มอ” รวมถึงซีรีส์ดังจากฝั่งตะวันตกอย่างเรื่อง Game of Thrones และ The Walking Dead โดย มินตัน กล่าวเพิ่มเติมว่า เขาจะเลือกรับชมละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่มีเนื้อหาแปลกและน่าสนใจเท่านั้น สำหรับรูปแบบละคร มินตัน ชี้แจงว่า ชาวเมียนมาไม่คุ้นเคยกับแบบพากย์เสียงใหม่ (Dubbing) เนื่องจากรู้สึกว่าการพากย์ไม่ค่อยได้มาตรฐาน จึงค่อนข้างแน่ใจว่าผู้ชมชาวเมียนมาส่วนใหญ่ยังคงชื่นชอบการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบเสียงพูดไทยและบรรยายภาษาเมียนมา (Subtitle) มากกว่า เช่นเดียวกับที่ แชนดี้ จอว์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) อธิบายว่า ถึงแม้ละครโทรทัศน์ไทย จะเป็นที่รู้จักได้ไม่นาน แต่ชาวเมียนมาหลายคนก็เริ่มชื่นชอบ โดยส่วนมากจะชอบรับชมแบบเสียงพูดภาษาไทยและบรรยายภาษาเมียนมา เนื่องจากอยากฟังเสียงจริงของดาราไทย แต่หากเป็นละครที่น่าแสดงโดยดารา นักแสดงคนโปรดก็สามารถรับชมแบบเสียงพากย์ได้ ดังเช่นเพื่อนของเธอที่ติดตามละคร

โทรทัศน์ไทยเรื่อง มาตามดัน ทาง Channel7 เนื่องจากมีมาริโอ เมาริโอ(ไอ้) แสดงเป็น พระเอกของเรื่อง

อย่างไรก็ตาม นาง ฉันทา อุ (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม, 2560) อธิบายว่า ตัวเธอและครอบครัวในเมืองเชียงใหม่ ประเทศเมียนมา ได้รับชมละครโทรทัศน์ไทยทั้งแบบที่พากย์เสียงเป็นภาษาไทยใหญ่และภาษาไทยโดยตรงผ่านสัญญาณดาวเทียมมานานแล้ว ยิ่งในปัจจุบันสามารถชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางสื่อออนไลน์ได้หากสัญญาณอินเทอร์เน็ตในเวลานั้นแรงพอ ก็ยิ่งทำให้เธอรับชมละครและรายการต่าง ๆ ของประเทศไทยได้อย่างสะดวกมากขึ้น ส่วนละครโทรทัศน์ของเมียนมานั้นชาวไทใหญ่จะไม่นิยมรับชม การชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยภาษาไทยทำให้ชาวไทใหญ่และชาวเมียนมาแถบชายแดนไทยและเมียนมาบางส่วนได้เรียนรู้ภาษาไทยจนสามารถผ่านฟังและพูดภาษาไทยได้ดีขึ้นจนถึงระดับที่สามารถสื่อสารกับชาวไทยรู้เรื่อง สอดคล้องกับคำอธิบายของตุตุ (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2561) ที่ว่า เธอและวัยรุ่นหนุ่มสาวชาวเมียนมาหลายคนในยุคปัจจุบันหันมาเรียนภาษาไทย เนื่องจากชื่นชอบภาพยนตร์ไทย ดาราไทย เพลงไทย รวมถึงเพื่อความสะดวกและเข้าใจมากยิ่งขึ้นเมื่อมีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนร่วมงานหรือลูกค้าชาวไทยที่มาทำธุรกิจในประเทศเมียนมา โดยเธอและเพื่อนจะเรียนทั้งจากคุณครูผู้สอนและจากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยทางแผ่นดีวีดี และเพซบุ๊กในบางครั้งเพื่อเสริมทักษะการฟังและออกเสียงพูดภาษาไทยได้ชัดมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ นาง ฉันทา อุ (สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม, 2561) อธิบายเพิ่มเติมว่า ถึงแม้ชาวเมียนมาบางคนจะไม่เข้าใจภาษาไทยและวัฒนธรรมไทยนัก แต่เนื้อหาในละครโทรทัศน์ไทยบางฉากก็ทำให้พวกเขาชื่นชอบได้โดยไม่จำเป็นต้องฟังภาษาไทยออก เนื่องจากภาพที่เห็นสามารถสื่อความหมายได้เป็นอย่างดี ดังเช่นฉากทำอาหารว่างแบบไทยอย่าง “มะม่วงน้ำจิ้มปลาหวาน” ในละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” ทางช่อง 3 ซึ่งถึงแม้ละครเรื่องนี้จะ เป็นละครแนวย้อนยุคและอิงประวัติศาสตร์แต่ผู้ชมชาวเมียนมาก็ไม่รู้สึกถึงความเครียดเนื่องจากเนื้อหาในละครไม่ได้เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ร่วมและสงครามกับชาวเมียนมา ในขณะที่หากเป็นรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวข้องกับชาวเมียนมาโดยตรง ปิเย่ เพียว ไปน์ (สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561) กล่าวว่า ชาวเมียนมาจะถือว่าเป็นวาระสำคัญระดับชาติทันทีโดยไม่แบ่งแยกชายหญิง ดังเช่นหลายครั้งที่มีรายการแข่งขันฟุตบอลกับประเทศอื่น ๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยกัน องค์กรบางแห่งและหัวหน้างานบางแผนกจะอนุญาตให้พนักงานพักจากงานที่กำลังทำในกรณีที่ไม่เร่งด่วน เพื่อให้สามารถรับชมรายการถ่ายทอดสด

การแข่งขันฟุตบอลได้โดยพร้อมเพรียงกันในแต่ละแผนก ซึ่งทั้งผู้ชายและผู้หญิงต่างก็ร่วมลุ้น และส่งเสียงเชียร์ให้กำลังใจนักฟุตบอลซึ่งเป็นตัวแทนของประเทศ

ด้านความชื่นชอบดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ชาวไทย

นาง ธันดา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม, 2560) กล่าวว่า ละครโทรทัศน์ไทยที่เป็นที่นิยมมากในขณะนี้ (ธันวาคม 2560) คือซีรีส์เรื่อง “รักนะเป็ดโง่” (Ugly Duckling) ตอน Perfect Match ซึ่งทำให้พุฒิชัย เกษตรสิน (ดีเจพุฒ) พระเอกของเรื่องโด่งดังและเป็นที่ยอมรับของสาว ๆ ชาวเมียนมาจนมีข่าวบันเทิงภาษาเมียนมาเกี่ยวกับเขาออกมาให้ได้ติดตามมากมายทั้งจากหนังสือพิมพ์บันเทิง นิตยสาร และโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากทางเว็บไซต์ เช่น CELENOW.COM สอดรับกับที่ แชนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) กล่าวว่า พุฒิชัย เกษตรสิน คือดารายาวไทยที่เธอปลื้มมากที่สุดในช่วงเวลานี้ โดย แชนดี้ จอร์ ลวิน อธิบายว่า เมื่อหลายปีก่อนชาวเมียนมาจะมีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับประวัติ การใช้ชีวิต แฟชั่น และผลงานการแสดงของดารานักแสดงไทยที่ชื่นชอบผ่านทางกรอบข่าวบันเทิงต่างประเทศในหน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสาร เช่น Myanmar Times และเมื่อละครโทรทัศน์ไทยเริ่มเข้ามาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์จนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ประกอบกับการอยู่ในยุคไร้พรมแดนที่ทำให้ทุกคนสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับดาราที่ชื่นชอบ รวมถึงติดตามรับชมผ่านทางออนไลน์ได้ ชาวเมียนมาหลายคนรวมทั้งเธอก็เริ่มติดใจละครโทรทัศน์ไทยมากขึ้น เนื่องจากมีดารานักแสดงนำที่หน้าตาสวยหล่อ เช่น มาริโอ เมาริโอ (ไอ้) จากภาพยนตร์ผีตลกไทยเรื่อง “พี่มาก...พระโขนง” เฉอมาลย์ บุญยศักดิ์ (พลอย) นางเอกจากละครโทรทัศน์เรื่อง “สามีตีตรา” ซึ่งออกอากาศทาง Channel7 ของเมียนมา ส่วนอีกหลายคนก็เป็นที่รู้จักผ่านละครและสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะพุฒิชัย เกษตรสิน(ดีเจพุฒ) ที่โด่งดังมาจากละครโทรทัศน์ไทยหรือซีรีส์ชุด “รักนะเป็ดโง่” (Ugly Duckling) ในโลกออนไลน์ จนทำสาว ๆ เมียนมาติดตามเรื่องราวของเขาผ่านเฟซบุ๊กแฟนเพจและอินสตาแกรม (Instagram / IG) ส่วนตัว รวมถึงติดตามรับชมละครเรื่องอื่น ๆ ของเขาทางออนไลน์เรื่อยมา ทั้งนี้ แชนดี้ จอร์ ลวิน กล่าวเพิ่มเติมว่า เธอชื่นชอบพุฒิชัย เกษตรสิน(ดีเจพุฒ) มากจนอยากทราบข้อมูลเกี่ยวกับวรัทยา นิลคูหา(จ๋วย) นางเอกชาวไทยซึ่งเป็นแฟนสาวของเขาด้วย

5. ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และการเลือกชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมา

ละครโทรทัศน์ไทยที่ชาวเมียนมาได้รับชมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนั้นเป็นละครที่ผู้ผลิตตั้งใจผลิตผลงานเพื่อให้ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวไทยได้รับชมกันมากกว่าจะเป็นผู้ชมชาวต่างชาติ ผู้จัดทำนายทั้งช่องทางดั้งเดิมและช่องทางใหม่เองก็ไม่ได้ผลิตละครโทรทัศน์ออกมาใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมชาวเมียนมาโดยเฉพาะเช่นกัน ดังนั้นเมื่อมีการนำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศที่ประเทศเมียนมาจึงเกิดการข้ามพรมแดนโดยไม่ได้ตั้งใจ ซึ่งอาจทำให้เกิดการปะทะทางวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศจากการดำเนินเรื่องและความหมายผ่านทางภาษาพูดและภาษาท่าทางที่แตกต่างกันได้หากไม่ระวัง



ภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมกับการชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมา

ทั้งนี้ แม้ผู้ชมชาวเมียนมาโดยเฉพาะกลุ่มไทใหญ่และชนกลุ่มน้อยตามชายแดนไทยและเมียนมาจะรับชมละครโทรทัศน์ไทยมานานถึง 20 ปีแล้ว และชาวไทใหญ่เองก็มีความใกล้ชิดทางภาษาและวัฒนธรรมกับไทย แต่การรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางวิดีโอ วีซีดี และดีวีดีที่มีการแปลเป็นภาษาไทยทั้งหมดแล้วพากย์เสียงทับ หรือแม้แต่การรับชมโดยตรงผ่านทางสัญญาณภาคพื้นดินที่แพร่ภาพออกไปด้วยตนเอง ก็อาจมีโอกาสนี้ที่ผู้ชมจะเข้าใจความหมายผิดไปโดยไม่ได้ตั้งใจจนเกิดเป็นปัญหากระทบกระเทือนความสัมพันธ์ได้เช่นกันหากมีการแปลบทละครที่ผิดพลาดจากความเป็นจริง หรือ ผู้ชมท่านนั้นไม่เข้าใจภาษาไทยแตกฉานพอ โดยเฉพาะคำศัพท์ยาก คำโบราณในละครย้อนยุค และคำราชาศัพท์ เช่นเดียวกับผู้ชมชาวลาวในเวียงจันทน์ซึ่งแม้ส่วนใหญ่จะเข้าใจภาษาไทยโดยไม่ต้องการคำบรรยายแปลหรือเสียงพากย์ แต่ก็ยังมีบางคำที่ไม่เข้าใจปะปนอยู่ในเนื้อหาของละครที่ชม จึงลองเดาจากภาษาท่าทางของตัวละคร ถ้าเดาไม่ออกค่อยถามคนในครอบครัวหรือเพื่อนฝูงที่รับชมละครเรื่องเดียวกันหรือถามเพื่อนที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยเพื่อให้เข้าใจไปในทางที่ถูก ในทางกลับกันหากถามจากผู้รู้ไม่จริงก็อาจส่งผลให้เกิดการตีความหมายผิดพลาดจนยิ่งเข้าใจผิดไปใหญ่โตได้ (ผนุรัตน์ โภคชัย, 2545)

อย่างไรก็ตาม นอกจากทำความเข้าใจด้านภาษาพูดและภาษาท่าทางที่แตกต่างกันแล้ว สมสุข หินวิมาน (2556, อ้างถึงในสรพงษ์, 2556) ให้ความเห็นว่าหากผู้ผลิตและผู้รับสารอยู่กันคนละวัฒนธรรม ย่อมจะมีต้นทุนทางสังคมของฝ่ายผู้รับสารที่ผู้ผลิตควรต้องพิจารณาประกอบด้วย ฉะนั้นผู้ผลิตและผู้จัดทำนายจึงควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการแพร่กระจายทางวัฒนธรรมไทยที่

เสนอผ่านละครโทรทัศน์จนถึงการบริโภคข้ามวัฒนธรรม หรือ การรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาที่มีวัฒนธรรมแตกต่างจากชาวไทยในประเด็นความหมายสาร โดยทำความเข้าใจระหว่างความหมายของเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่ผู้ส่งสารชาวไทยต้องการจะสื่อกับความหมายของเนื้อหาที่ผู้รับสารชาวเมียนมาทั่วไปแปลความออกมาได้เมื่อรับชมละครฉากนั้น ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนถูกต้อง และตรงกันทั้งสองฝ่าย ยิ่งไปกว่านั้น หากจะกล่าวถึงประเด็น “การเลือกประเภทหรือเนื้อเรื่องละครโทรทัศน์” มานำเสนอผู้ชมกลุ่มเป้าหมายแล้ว อัมพร จิรัฐติกร (ม.ป.ป., อ้างถึงในตะวัน หวังเจริญวงศ์, 2557) ชี้แจงว่าผู้จัดจำหน่ายควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรม (Social-cultural background) พฤติกรรม และชีวิตประจำวันของชาวเมียนมาด้วย เพื่อนำละครโทรทัศน์ไทยที่มีอยู่ไปเผยแพร่ได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากภูมิหลังทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสารจะส่งผลต่อพฤติกรรม ความรู้สึก และความเข้าใจระหว่างกันของคู่สื่อสาร ซึ่งหากว่ามีภูมิหลังที่ใกล้เคียงกัน ประสิทธิภาพของการสื่อสารก็จะสูงขึ้นตามมา (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2546) สอดรับกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไปที่ว่า การตระหนักรู้และความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เช่น สี สัญลักษณ์ การใช้ภาษา ที่มีความหมายต่างกันในแต่ละถิ่น ย่อมมีอิทธิพลและมีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางข่าวสารเทคโนโลยี และการทำทุกอย่างให้เป็นสากล (Globalization) เพื่อไม่ให้ประสบปัญหาและความล้มเหลวเนื่องจากความไม่เข้าใจกันทางวัฒนธรรมอาจทำให้ผู้บริโภคในต่างแดนมีพฤติกรรมที่ไม่พอใจและไม่ยอมรับในสารได้ (ชูชัย สมितिไกร, 2558)

โดยสรุปแล้ว ความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมเป็นความคิดที่ซับซ้อนและประกอบด้วยหลาย ๆ มิติ ซึ่งถึงแม้ว่า “ภาษา” จะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการพิจารณาความใกล้ชิดทางวัฒนธรรม แต่ก็ยังมีอีกหลายปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น ศาสนา เชื้อชาติ การแต่งกาย เพลง ภาษาท่าทาง อารมณ์ขัน (Iwabuchi, 2002, อ้างถึงใน Nguyen Thi Tu Anh, 2016) นอกจากนี้บางครั้งความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมยังรวมไปถึงภาพลักษณ์ทางเพศ รูปแบบการใช้ชีวิต ค่านิยม ระดับการศึกษา ครอบครัว และความเชื่อมโยงผูกพันกันระหว่างตนเองและกลุ่มต่าง ๆ ด้วย (Straubhaar, 2003, อ้างถึงใน Nguyen Thi Tu Anh, 2016) การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ชีวิตประจำวัน ภูมิหลังทางสังคม และวัฒนธรรม ประเพณีของชาวเมียนมาก่อนการพิจารณาและคัดเลือกประเภทของละครโทรทัศน์ไทยมานำเสนอ และออกอากาศจึงอาจส่งผลให้ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาทั่วไปชื่นชอบและต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากขึ้น รวมถึงเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาความขัดแย้งทางวัฒนธรรมในภายหลัง เพราะความไม่เหมาะสมจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ในการสื่อสารด้วย

ทั้งนี้ วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของชาวไทยกับชาวเมียนมานั้นใกล้เคียงกันหลายด้าน เช่น การเคารพผู้อาวุโส การอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัว การรักษาวลสงวนตัวของสตรีที่ดี ประเพณีเล่นน้ำในเดือนเมษายน (นาง ธันดา อู, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559) วัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่มีน้ำพริกกับผักสดเป็นเครื่องเคียงประจำโต๊ะอาหารและมีอาหารบางชนิดที่หน้าตาคล้ายอาหารเหนียวของไทย เนื่องจากชาวไทยได้ต้อนรับโบราณมาจากประเทศเมียนมาสมัยที่เข้าครอบครองนครเชียงใหม่ เช่น แกงฮังเล ข้าวซอย การนับถือศาสนาพุทธของประชากรส่วนใหญ่ การนิยมไปวัดทำบุญตักบาตรและฟังธรรมในวันสำคัญทางศาสนา ความเชื่อในภูแห่งกรรม (ภราดร ศักดา, 2557) รวมถึงความเชื่อเรื่องผีที่หลายชนชาติต่างก็มีความเชื่อด้านนี้ (กำจร หลุยยะพงศ์, 2556) แต่นอกจากในส่วนที่ใกล้เคียงกับชาวไทยแล้ว ภราดร ศักดา (2557) ได้กล่าวถึงเรื่องราวเกี่ยวกับค่านิยมและวัฒนธรรมประเพณีที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของชาวเมียนมาจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งยังคงสอดแทรกอยู่ในการใช้ชีวิตประจำวันของชาวเมียนมายุคปัจจุบันไว้มากมาย เช่น การนั่งสนทนากันพร้อมดื่มชา นมร้อน (เรียกว่า ละพะเหย่ ในภาษาเมียนมา) ที่ติดมาจากวัฒนธรรมอังกฤษตั้งแต่สมัยที่ประเทศอังกฤษยังเป็นเจ้าอาณานิคม การนำผงทานาคามาผสมน้ำแล้วทาบนผิวหนังโดยเฉพาะที่แก้มเนื่องจากทานาคาเป็นเสมือนเครื่องประทินผิวและเครื่องสำอางประจำชาติของชาวเมียนมา การสวมชุดประจำชาติอย่างโสร่งและลองยี (ลักษณะคล้ายผ้าถุงของไทย) คู่กับรองเท้ายาวที่เท้าจากกำมะหยี่ทั้งในชีวิตประจำวันและยามออกงานสำคัญ การสวมจิวรี่สีน้ำตาลเข้มของพระสงฆ์และสีชมพูของแม่ชี การถอดรองเท้าและถุงเท้าแล้วเดินเท้าเปล่าเมื่อเข้าไปในเขตวัด ความเชื่อว่านกฮูกคือสัญลักษณ์แห่งความโชคดี การรับประทานน้ำตาลปีบก่อนเล็กซึ่งทำมาจากน้ำตาลหลังอาหารเนื่องจากเชื่อว่าจะสามารถช่วยย่อยอาหารได้ดี การรับรองแขกผู้มาเยือนด้วยอาหารว่างประจำชาติอย่างยาโบซา (เรียกว่า ละพะโตะ ในภาษาเมียนมา) และการเคี้ยวหมากซึ่งลดน้อยลงมากแล้วในนครย่างกุ้งแต่กลับแทนที่ด้วยการสูบบุหรี่ในปัจจุบัน เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยแล้ว ภราดรกล่าวว่า ชาวเมียนมายุคใหม่มองชาวไทยอย่างชื่นชม สินค้ายอดนิยมในครัวเรือนส่วนใหญ่ก็เป็นสินค้านำเข้าจากไทย หลายคนอยากเดินทางเข้ามาเรียนและท่องเที่ยวที่กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้หากชายคนใดได้แต่งงานกับหญิงไทยก็จะเป็นที่ชื่นชมเพราะถือว่าต้องเป็นคนที่มีฐานะดีทั้งด้านการเงินและด้านสังคม เนื่องจากชนชั้นทางสังคมของชาวเมียนมานั้นแบ่งแยกอย่างเห็นได้ชัด คือผู้คนชนชั้นล่างจะเป็นชาวบ้านทั่วไปที่มีการศึกษาน้อย ในขณะที่คนในสังคมชนชั้นสูงจะได้รับการศึกษาที่ดี ส่วนใหญ่เรียนจบจากต่างประเทศ ที่สำคัญคือสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้อย่างดีเยี่ยมโดยเฉพาะคนที่อยู่ในสมัยที่ประเทศอังกฤษยังเป็นเจ้าอาณานิคม จึงไม่น่าแปลกใจหากพบว่าชาวเมียนมาวัยผู้ใหญ่หรือวัยสูงอายุสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่ว

กว่าวัยรุ่นหลายคนในปัจจุบัน ส่วนชนชั้นกลางนั้น แม้จะไม่ค่อยพบในอดีตแต่ก็มีมากขึ้นในนครย่างกุ้ง ยุคปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นเพราะการปฏิรูปทางเศรษฐกิจและการเมืองจากการเปิดประเทศก็เป็นได้

อย่างไรก็ตาม ชาวเมียนมาในอดีตถูกรัฐบาลปิดกั้นหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางออกนอกประเทศ การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง การใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร ดังนั้นการเปิดประเทศหลังจากที่ถูกปิดมานานจึงทำให้ชาวเมียนมาต่างก็ตื่นตัวเพื่อเตรียมพร้อมกับการได้พบโลกใหม่ โดยภราดรให้ความเห็นว่าความปรองดองและความร่วมมืออย่างเต็มที่ของคนในชาติโดยเฉพาะกลุ่มผู้มีความรู้จากหลายแขนง รวมถึงการสนับสนุนจากชาวต่างชาติทั้งความรู้ เทคโนโลยี และเงินทุน ส่งผลให้ประเทศเมียนมาเจริญก้าวหน้าขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะนครย่างกุ้ง เมืองหลวงเก่าซึ่งว่ากันว่าทางอังกฤษเป็นผู้ออกแบบและวางผังเมืองให้ ทั้งนี้ปัจจุบันนครย่างกุ้งกลายเป็นเมืองแห่งธุรกิจ การค้าที่นักธุรกิจชาวต่างชาติไม่เว้นแม้แต่ชาวไทยต่างก็นิยมเดินทางเข้ามาเปิดตลาดใหม่ ส่วนเมืองหลวงซึ่งเป็นศูนย์กลางการบริหารและใช้สำหรับติดต่อกับงานราชการนั้น รัฐบาลเมียนมาได้สร้างขึ้นมาใหม่ ณ นครเนปิดอว์ (Naypyidaw) (ภราดร ศักดา, 2557)

การเลือกชมละครโทรทัศน์ไทย

“เรื่องเป็นหัวใจสำคัญของละครโทรทัศน์” ในมุมมองของปนัดดา ธนสถิตย์ (2531) เนื่องจากเรื่องที่ดีมักทำให้ละครออกมาดีด้วย แต่เมื่อย้อนกลับไปในอดีต ละครโทรทัศน์ไทยทุกเรื่องที่ถูกอัดสำเนาและพากย์เสียงใหม่เป็นภาษาท้องถิ่นให้ชาวไทยใหญ่ได้รับชมมาอย่างยาวนานผ่านเครื่องเล่น วีดีโอ วีซีดี และดีวีดีตามลำดับนั้น ล้วนเกิดจากการเลือกสรรของผู้ประกอบการชาวไทยใหญ่ โดยผู้ประกอบการจะเลือกละครโทรทัศน์ไทยทุกเรื่องที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (ช่อง 7) เนื่องจากสมัยก่อนสัญญาณของช่อง 7 สามารถแพร่ภาพได้ดีและไกลกว่าช่องอื่น ๆ ผู้ชมส่วนใหญ่ของประเทศไทยรวมถึงชาวไทยใหญ่ในรัฐฉานของเมียนมาเองจึงได้รับชมละครช่อง 7 มานาน จนชาวไทยใหญ่กลายเป็นแฟนละครที่คุ้นเคยกับแนวเนื้อหาและดารานักแสดงของช่อง 7 มากกว่าช่องอื่น ในขณะที่ละครโทรทัศน์ของช่อง 3 และช่อง 5 ชาวไทยใหญ่ยังไม่คุ้นหน้านักแสดง ผู้ประกอบการจึงต้องติดตามชมละครเรื่องนั้นไปซักรูปหนึ่ง ก่อนจะตัดสินใจจากเนื้อเรื่องว่าละครเรื่องนี้ น่าจะเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมชาวไทยใหญ่หรือไม่ (อัมพร จิรัฐติกร, 2559)

อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาหลังสัญญาณแพร่ภาพของสถานีโทรทัศน์ไทยหลายช่องดีขึ้นมากจนสามารถออกอากาศได้ชัดเจนแทบทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย และดารานักแสดงส่วนใหญ่ก็มีทั้งที่ย้าย

สังกัดและที่กลายเป็นนักแสดงอิสระไม่เซ็นสัญญาผูกมัดกับช่องใด ทำให้นักแสดงระดับพระเอกนางเอกบางส่วนที่เคยมีผลงานละครโทรทัศน์เฉพาะช่อง 7 ไปมีผลงานที่ออกอากาศทางช่อง 3 และช่องดิจิทัลอื่น ๆ ด้วย เช่น ณัฐวุฒิ สกิดใจ (ป้อ) วรณช ภิรมย์ภักดี (นุ่น) เชนนิจ จามิกรณ์ (แพนเค้ก) (“รวม 10 ดาราระดับแม่เหล็กใจเด็ดไม่ต่อสัญญาจะเปรี๊ยะหรือจะแบกลุ้นดูกัน!!,” 2558) ส่งผลให้ผู้ชมชาวไทยบางส่วนกระจายไปรับชมละครจากช่องต่าง ๆ มากขึ้น เช่นเดียวกับผู้ประกอบการชาวไทยใหญ่ในประเทศเมียนมาที่หันมาสนใจละครโทรทัศน์ช่องอื่นมากขึ้นตามดารานักแสดงเช่นกัน

สำหรับการรับชมละครโทรทัศน์ไทยทางสถานีโทรทัศน์ของชาวเมียนมาทั่วไปในปัจจุบัน ซึ่งมีการซื้อลิขสิทธิ์และนำเข้าอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปีพ.ศ.2557 นั้น ผู้ประกอบการไทยนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมากในการคัดเลือกละครและเชื่อมกลางระหว่างผู้ผลิตกับสถานีโทรทัศน์ปลายทาง โดยหลักสำคัญในการคัดเลือกของบริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ก็คือ เลือกตามรสนิยมของผู้ชม และเลือกจากเนื้อหาของละคร (วนิดา บุญประเสริฐวัฒนา, สัมภาษณ์, อ้างถึงในอัมพร จิรัฐติกร, 2559) ซึ่งสอดคล้องกับการคัดเลือกของ Forever BEC-Tero ที่จะเลือกจากเนื้อหาละครที่สนุก ได้รับความนิยมสูงเมื่อครั้งออกอากาศที่ประเทศไทย เป็นละครที่ไม่เก่าจนเกินไป นอกจากนี้เนื้อหาจะต้องไม่มีประเด็นที่อ่อนไหวหรือขัดกับสังคมและวัฒนธรรมของเมียนมา เช่น ประเด็นที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์หรือสงครามของสองประเทศ ซึ่งทั้งหมดนี้จะมาจากการเสนอความคิดเห็นร่วมกันระหว่างทีมงานชาวไทยและชาวเมียนมา (มณรวี แยมนวนม, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2560)

ทั้งนี้ หากจะกล่าวถึงสาเหตุที่ต้องระวังเรื่องความอ่อนไหวเพื่อไม่ให้มีประเด็นใด ๆ จนอาจทำให้เกิดปัญหาด้านความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศนั้น อาจสืบเนื่องมาจากกรณีตัวอย่างของประเทศกัมพูชาที่เคยเกิดเหตุการณ์ประท้วงและเหตุจลาจลบุกเผาสถานทูตไทย ร้านค้าไทย ธนาคารไทยในกรุงพนมเปญ และสถานีโทรทัศน์ช่อง 5 ของกัมพูชาซึ่งออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยเมื่อปีพ.ศ.2546 เนื่องจากการปล่อยข่าวลือว่าสุนันท์ ปุณณกันต์ (คงยิ่ง) หรือ กบ นางเอกชื่อดังของไทยซึ่งเป็นที่ชื่นชอบอย่างมากของชาวกัมพูชาในขณะนั้น พุดจาตุหมื่นชาวกัมพูชาและยังกล่าวหาว่ากัมพูชาโยนนครวัดไปจากไทย สร้างความโกรธแค้นให้กับชาวกัมพูชาอย่างมากจนส่งผลให้เกิดเหตุจลาจลที่รุนแรงดังกล่าว ละครโทรทัศน์ของไทยจึงถูกระงับและตัดขาดตั้งแต่นั้นมา (Crisis in Cambodia เผาสถานทูตไทยในกัมพูชา, 2003) จนกระทั่งหลังการตัดสินของศาลโลกกรณีความขัดแย้งเรื่องเขาพระวิหารจบลงในปีพ.ศ.2557 ละครโทรทัศน์ไทยในกัมพูชาจึงได้กลับมาออกอากาศและเป็นที่ยอมรับอีกครั้ง

นอกจากนี้ยังมีกระแสวิพากษ์วิจารณ์ล่าสุดในช่วงกุมภาพันธ์ พ.ศ.2560 ในกรณีของละครโทรทัศน์ไทยแนวย้อนยุคของช่อง 7 สีเรื่อง “เพลิงพระนาง” ที่นำแสดงโดย พัชรภา ไชยเชื้อ(อ้ม)

นักแสดงหญิงชื่อดังของประเทศไทย ซึ่งถึงแม้ไม่ได้มีการนำเข้าไปออกอากาศที่ประเทศเมียนมา แต่ชาวเมียนมาหลายกลุ่มที่อาจได้รับชมผ่านสัญญาณโทรทัศน์ไทยหรือเว็บไซต์ของช่อง 7 ก็ยังเกิดความรู้สึกไม่พอใจและเรียกร้องให้ยุติการออกอากาศละครเรื่องนี้ในประเทศไทยด้วย เนื่องจากแก่นเรื่องของละครเรื่องเพลิงพระนางในมุมมองของชาวเมียนมาคือ ประเทศถูกทำลายลงเพราะพระมเหสีของพระเจ้ามินดงและพระมเหสีของพระเจ้าธิบอเป็นเหตุ ซึ่งถือเป็นการหมิ่นสถาบันกษัตริย์เมียนมาและทายาทที่ยังมีชีวิตอยู่ แม้ว่านักวิชาการด้านประวัติศาสตร์ของไทยและผู้จัดละครจะชี้แจงว่าละครเรื่องนี้สร้างขึ้นจากจินตนาการและแก่นเรื่องของหนังสือสองเล่มซึ่งผู้แต่งเองก็เสียชีวิตไปแล้ว รวมทั้งชื่อตัวละคร ฉาก และเครื่องแต่งกายก็เป็นการออกแบบใหม่ ไม่ได้พาดพิงว่าเป็นชนชาติใดหรืออยู่ในยุคสมัยใดก็ตาม (“ชาวพม่าตั้ง“เพลิงพระนาง”หมิ่นสถาบันกษัตริย์เมียนมา เรียกร้องยุติออกอากาศ,” 2560)

สำหรับกระบวนการจัดการละครโทรทัศน์ไทยหลังจากได้รับการคัดเลือกเริ่มจากการติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์กับผู้ผลิต ซึ่งราคาและระยะเวลาที่ผู้ผลิตให้ลิขสิทธิ์จะแตกต่างกันออกไปตามความเก่าใหม่ของละคร นักแสดงนำ และความยาวของละครแต่ละเรื่อง แต่โดยส่วนมากจะอยู่ที่ประมาณ 2 - 3 ปี เมื่อได้เทปต้นฉบับแล้วจึงนำมาสู่กระบวนการผลิตซ้ำและดัดแปลง โดยหลัก ๆ ก็คือตรวจสอบคุณภาพของภาพและเสียงต้นฉบับ แปลบทให้ถูกต้องพร้อมปรับเปลี่ยนคำพูดไปตามความเหมาะสม ตัดเนื้อหาบางส่วนที่มีแนวโน้มว่าจะไม่เหมาะสมกับสังคมวัฒนธรรมเมียนมาทิ้ง และพากย์เสียงใหม่หรือใส่บทบรรยายให้เป็นภาษาเมียนมา

ทั้งนี้ จากการสำรวจในช่วงแรกของบริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ที่นำละครไทยมาออกอากาศทางช่องมียาวัดดี (Myawaddy หรือ MWD) พบว่าชาวเมียนมาชอบเสียงพูดจากต้นฉบับ (Sound Track) มากกว่าเสียงพากย์ที่เป็นภาษาท้องถิ่น โดยให้เหตุผลว่าเสียงพากย์ไม่ได้อารมณ์ทำให้รู้สึกไม่น่าติดตาม โดยเฉพาะละครแนวผีที่ต้องตกใจ แต่เสียงพากย์กลับฟังดูไม่ตกใจเท่าไรนัก (อัมพรจิรัฐติกร, 2559) สอดคล้องกับคำอธิบายของ แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) และมินตัน (สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561) ในช่วงต้นที่ว่า ชาวเมียนมาไม่คุ้นเคยกับละครแบบพากย์เสียงใหม่ (Dubbing) เนื่องจากรู้สึกว่าเสียงพากย์ไม่ค่อยได้มาตรฐาน ดังนั้นจึงแน่ใจว่าผู้ชมชาวเมียนมาทั่วไปชื่นชอบการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบเสียงพูดไทยและบรรยายเมียนมา (Subtitle) มากกว่า

อย่างไรก็ตาม ยังมีชาวเมียนมาอีกมากที่เป็นเด็ก ผู้สูงอายุ ผู้มีปัญหาทางสายตา ผู้ที่ไม่รู้หนังสือ รวมไปถึงผู้ที่รู้หนังสือแต่อยากชมละครแบบผ่านคนฉายไม่ต้องตามตั้งใจอ่านคำแปล การพากย์เสียงภาษาเมียนมาจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นเพื่อให้ผู้ชมชาวเมียนมาในวงกว้างซึ่งไม่ใช่เฉพาะเพียงที่อยู่ใน

นศอย่างกึ่งได้รับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างสะดวก ผู้ประกอบการของ Forever BEC-Tero จึงได้แบ่งการออกอากาศละครโทรทัศน์ออกเป็น 2 แบบคือแบบพากย์เสียงและแบบใส่บทบรรยาย นอกจากนี้ยังคัดเลือกและพยายามฝึกฝนเหล่านักพากย์ชาวเมียนมา จนได้กลุ่มนักพากย์ที่มีศักยภาพในการพากย์เสียงตัวละครอย่างเข้าถึงอารมณ์และมีความรู้สึกร่วมไปกับเนื้อหาแต่ละฉากมากขึ้น ส่งผลให้ปัจจุบันละครโทรทัศน์ไทยแบบพากย์เสียงภาษาเมียนมาทาง Channel7 เป็นที่รู้จักในหมู่ผู้ชมชาวเมียนมาทั่วไปอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าผู้ชมชาวเมียนมาส่วนใหญ่จะยังคงชื่นชอบและเคยชินกับการรับชมละครโทรทัศน์ไทยพร้อมเสียงต้นฉบับ (Sound Track) และอ่านบทบรรยายแปล (Subtitle) เช่นเดียวกับเมื่อตอนรับชมละครโทรทัศน์ของเกาหลีได้ก็ตาม

6. แนวคิดเกี่ยวกับดารานักแสดงกับความดึงดูดใจ และรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาร์

“ความดึงดูดใจ” (Attractiveness) เป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยคนเราย่อมมีสิ่งที่น่าสนใจแตกต่างกันไปตามลักษณะและการประเมินค่าของแต่ละบุคคล ความดึงดูดใจแบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่ ความดึงดูดใจด้านรูปร่างหน้าตาและความดึงดูดใจด้านบุคลิกภาพ (สุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547) โดย DeVito (2000, อ้างถึงในสุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547) อธิบายเกี่ยวกับความดึงดูดใจด้านรูปร่างหน้าตาว่า ปกติแล้วมนุษย์ส่วนใหญ่จะรู้สึกดีกับคนที่รูปร่างหน้าตาดีและรู้สึกไม่ดีกับคนที่รูปร่างหน้าตาไม่ดี ดังนั้นไม่ว่าจะอยู่ในยุคสมัยใด ชาติใด ประเทศใด หรือ แม้ว่าแต่ละคนจะมีมุมมองและค่านิยมด้านความงามต่างกันก็ตาม แต่สิ่งที่คล้ายคลึงกันก็คือคนส่วนใหญ่ในโลกมักให้คุณค่าแก่คนที่สวยงามมากกว่าคนขี้เหร่ ส่วนความดึงดูดใจด้านบุคลิกภาพนั้น สุรัตน์ ตรีสุกุล (2547) ชี้แจงว่า เป็นลักษณะโดยรวมที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล ทั้งบุคลิกภาพที่คนทั่วไปมองเห็น เช่น การแต่งกาย การเดิน การวางตัว และบุคลิกภาพที่แสดงออกมาจากจิตใจ เช่น นิสัยใจคอ ความมีมนุษยสัมพันธ์ สติปัญญา ซึ่งย่อมส่งผลต่อการรับรู้ของผู้อื่นด้วยเช่นกัน ทั้งนี้คนที่มีบุคลิกภาพดีย่อมดึงดูดใจคนรอบข้างให้อยากเข้ามาสื่อสารด้วยและย่อมเป็นที่ชื่นชอบของผู้อื่นมากกว่าคนที่มีบุคลิกภาพไม่ดี

แนวคิดในข้างต้นสอดคล้องกับมุมมองบรรจง โกศลวัฒน์ (2545) ที่ตั้งข้อสังเกตว่า นักแสดงหนุ่มหล่อสาวสวยที่มีบุคลิกภาพดีหลายคนมีชื่อเสียงมาจากเวทีการประกวดอื่น ๆ หรือ มาจากสาขาอาชีพอื่นก่อนเข้ามาสู่แวดวงการแสดง เช่น เป็นนายแบบ นางงาม นักร้อง นักกีฬา เป็นต้น ซึ่งความมีเสน่ห์ งดงามชวนมองในรูปร่างหน้าตาและบุคลิกภาพ ประกอบกับความโด่งดังและชื่อเสียงที่ดีย่อม

ส่งผลในการดึงดูดให้ผู้ชมสนใจและต่างหลงใหลในรูปลักษณ์แทนฝีมือการแสดงที่อาจจะดีหรือไม่ดีเท่าที่ควรได้

อย่างไรก็ตาม ผู้ชมละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์แต่ละคนย่อมมีรสนิยมและความชื่นชอบในตัวนักแสดงแตกต่างกัน ผู้ชมกลุ่มแรกอาจชื่นชอบละครโทรทัศน์ที่เน้นนำเสนอโดยกลุ่มนักแสดงที่รูปร่างหน้าตาดีและบุคลิกภาพดีเป็นหลักจะได้เจริญหูเจริญตา กลุ่มที่สองอาจชอบชมละครโทรทัศน์ที่สนุกเข้มข้นเพราะมีนักแสดงฝีมือเยี่ยม ส่วนกลุ่มที่สามอาจชื่นชอบละครโทรทัศน์ที่มีนักแสดงรูปร่างหน้าตาสวยหล่อไปพร้อม ๆ กับมีฝีมือการแสดงที่สมบทบาท ดังเช่นงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2559) ที่พบว่า ผู้ชมวัยทำงานชาวกัมพูชาชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยจากนักแสดงรุ่นเก่าและให้คุณค่ากับฝีมือทางการแสดงที่เห็นมานานหลายปี เช่น แอน ทองประสม ส่วนชาวไทยใหญ่ในรัฐฉานของเมียนมามีนิยมนับชมละครโทรทัศน์ไทยแทบทุกเรื่องที่น่าแสดงโดยดารานักแสดงคนโปรดจนไม่สนใจแม้แต่ชื่อเรื่องของละคร เช่น สุวนันท์ คงยิ่ง (กบ) หรือ นางเขียวยิ้มในภาษาไทยซึ่งหมายถึงยิ้มสว่างสดใส และ พัชราภา ไชยเชื้อ (อ้ม) หรือ เฮวเงินซึ่งหมายถึงดอกมหาหงส์ สอดรับกับงานวิจัยของณัฐรัตน์ โกศัย (2545) ที่พบว่าดารานักแสดงที่หน้าตาดีมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการในเรื่องเพื่อฝันของผู้ชมละครโทรทัศน์ ดังนั้นผู้ชมชาวลาวเพศชายจึงใช้เกณฑ์ด้านดารานักแสดงเป็นหลักในการตัดสินใจรับชมละครโทรทัศน์ไทย และยังจดจำดารานักแสดงได้ดีเฉพาะคนที่หน้าตาสวยหล่อเนื่องจากคนเรามักเลือกจดจำในสิ่งที่ตนเองขาดหาย ซึ่งเป็นไปในทำนองเดียวกันกับที่พรรณชรินทร์ ชัยเชาวรัตน์ (2556) พบว่า วัยรุ่นชาวจีนมีเหตุผลในการชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะหน้าตาสวยหล่อของนักแสดงเป็นอันดับหนึ่ง เช่น ณวัฒน์ กุลรัตนรักษ์ (ป๋อง) และความชื่นชอบของผู้ชมชาวเมียนมาซึ่ง แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) อธิบายว่า วัยรุ่นชาวเมียนมาบางกลุ่มเริ่มหันมาสนใจและติดตามชมละครโทรทัศน์ไทยมากขึ้นเนื่องจากคลังไคล์ดารานักแสดงนำที่รู้จักทางภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ไทย เช่น มาริโอ เมาริโอ (ไอ้) และ พุฒิชัย เกษตรสิน (ดีเจพุฒ)

จากที่กล่าวมาเกี่ยวกับผู้ชมในหลายประเทศทั้งลาว เมียนมา กัมพูชา และจีน จะเห็นได้ว่าผู้รับชมที่ติดตามดาราดังกล่าวถือเป็นผู้รับสารเชิงรุก (Active) คือเป็นผู้มีอำนาจในการเลือกเปิดรับสื่อเองและติดตามสารอย่างกระตือรือร้น โดยในแง่ของการศึกษาดารา (Star Studies) แล้วผู้ชมจะมองว่าดารานักแสดงไม่ได้เป็นเพียงแค่นักแสดงเท่านั้น แต่จะต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพอันโดดเด่น แลดูสะดุดตาไม่ว่าจะอยู่ในจอหรือเมื่อพบเจอตัวจริงเพื่อดึงดูดใจผู้ชมให้ติดตามเขาอยู่เสมอ (กำจร หลุยยะพงศ์, 2556) ดารานักแสดงจึงถือเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับผู้ชมมากที่สุดเนื่องจากเป็นผู้ที่ถ่ายทอดเรื่องราวและอารมณ์ความรู้สึกของตัวละครมาสู่ผู้ชมให้ติดตามตรงใจ ดังนั้นดารานักแสดงจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถร่ายมนต์สะกดให้เหล่าผู้ชมนั่งรออยู่หน้าจอเพื่อรับชมละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ตั้งแต่ต้นจนจบเรื่องได้

เป็นอย่างดี โดยมีผลงาน ฝีมือการแสดง พร้อมทั้งรูปร่างหน้าตาที่สวยงาม และบุคลิกภาพอันโดดเด่นชวนหลงใหลเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของผู้ชมอย่างไม่ต้องสงสัย

นอกจากความดึงดูดใจในด้านความงามของดารานักแสดงซึ่งเป็นหนึ่งในรสนิยมของผู้บริโภคหรือผู้รับชมซึ่งชื่นชอบหน้าตาและบุคลิกของผู้อื่นแตกต่างกันออกไปแล้ว รสนิยมความชื่นชอบในประเภทละครโทรทัศน์ของผู้ชมแต่ละบุคคลก็ย่อมแตกต่างกันไปด้วย เช่น แตกต่างกันไปตามเพศ ช่วงวัย ท้องถิ่นที่อยู่อาศัย ลักษณะอาชีพ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับรสนิยมของผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็นในการจำหน่ายสินค้าและการบริการฉันทใด ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายที่ต้องการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยซึ่งเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมไปยังต่างประเทศเพื่อเพิ่มโอกาสในการขยายตัวทางอุตสาหกรรมธุรกิจบันเทิงและวัฒนธรรมก็ย่อมต้องศึกษาและทำความเข้าใจด้าน “รสนิยม ความชื่นชอบ และวัฒนธรรม” ของผู้บริโภคหรือผู้รับชมในประเทศปลายทางให้มากที่สุดด้วยฉันทนั้น

ยิ่งไปกว่านั้นสิ่งที่ไม่สามารถมองข้ามไปได้เลยก็คือประเด็นความอ่อนไหวทางวัฒนธรรมและข้อห้ามที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศ ดังเช่นบริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ที่มีประสบการณ์ในการนำละครโทรทัศน์ไทยไปออกอากาศในหลายประเทศจึงทำให้ทราบว่าละครแนวใดผ่านหรือไม่ผ่านเกณฑ์กึ่งเซ็นเซอร์ (Censor) เช่น ประเทศไต้หวันรับได้กับละครแนวชายรักชายหญิงรักหญิง แต่รับไม่ได้กับแนวโรครจิต ประเทศมาเลเซียไม่อนุญาตให้ออกอากาศถ้าเกี่ยวกับเรื่องเพศ ประเทศจีนห้ามละครแนวความเชื่อมงาย เป็นต้น นอกจากนี้บางคำพูดที่ไม่เหมาะสมของตัวละคร เช่น คำด่าที่หยาบคายเกินไปสำหรับผู้ชมประเทศนั้นก็ต้องเปลี่ยนหรือแปลไม่ลึกมาก บางฉากที่อาจมีปัญหาก็ควรตัดทิ้งเสียตั้งแต่เนิ่น ๆ ดังที่กล่าวในข้างต้น ซึ่งนโยบายหรือข้อห้ามของแต่ละประเทศอาจมีการปรับเปลี่ยนในแต่ละปี (อัมพร จิรัฐติกร, 2559) ผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยไปยังต่างประเทศจึงต้องศึกษาข้อมูลให้มากและต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าสนใจของกระแสละครโทรทัศน์ไทยในต่างประเทศก็คือผู้ชมในประเทศต่าง ๆ นั้นนิยมและชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยแต่ละประเภทแตกต่างกันออกไป ซึ่งจากงานศึกษาเรื่องการค้าปลีกละครไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน กรณีประเทศเมียนมา กัมพูชา และเวียดนามของอัมพร จิรัฐติกร (2558, 2559a, 2559b) และ ผนูรัตน์ โกศัย (2545) เรื่องพฤติกรรมชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวลาวในเวียงจันทน์ พบว่า ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ สถานะ ชนชั้นทางสังคม ถิ่นที่อยู่ รวมถึงสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของแต่ละประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจทำให้ผู้ชมละครโทรทัศน์แต่ละประเทศมีรสนิยมที่แตกต่างกันออกไป

แต่ถึงกระนั้นกลุ่มตัวอย่างก็มีทัศนคติที่ดีต่อละครโทรทัศน์ไทย ใช้ละครเป็นเครื่องระบายความเพื่อฝัน และยังนำประโยชน์ที่ได้รับจากละครมาใช้ในการดำเนินชีวิตด้วย

ทั้งนี้ ผู้ชมเพศชายและเพศหญิงมีความชื่นชอบในการรับชมละครโทรทัศน์และตัวละครของเรื่องต่างกันไปตามภูมิหลัง เชื้อชาติ และวัฒนธรรมของแต่ละคน เช่น ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเวียดนามส่วนใหญ่นั้นที่เป็นเพศหญิง มักชื่นชอบตัวละครหญิงที่เก่ง คล่องแคล่ว ทันสมัย อาจเพราะในชีวิตจริงพวกเขาต้องอยู่ในสภาพสังคมแบบดั้งเดิมที่ผู้หญิงมักถูกปิดกั้น จึงอยากปลดปล่อยความรู้สึก ต้องการอิสระด้วยการชมละครโทรทัศน์ที่มีตัวละครหญิงในแบบที่อยากจะเป็น ในขณะที่ผู้ชมเพศชายส่วนใหญ่ เช่นชาวไทยใหญ่และชาวลาวชอบละครแนวต่อสู้ เนื่องจากเพศชายเป็นเพศแห่งความแข็งแกร่งและการปกป้องคุ้มครอง ภาพความเก่งและกล้าหาญของพระเอกในละครโทรทัศน์จึงสร้างความอยากเป็นวีรบุรุษ (Hero) ให้กับบรรดาผู้ชมหนุ่ม ๆ

นอกจากนี้รสนิยมที่แตกต่างอาจมาจากปัจจัยด้านอายุและช่วงวัยของผู้ชมด้วย โดยผู้ชมชาวเวียดนามวัยผู้ใหญ่โดยเฉพาะแม่บ้านที่อายุ 40 ปีขึ้นไปที่รับชมละครโทรทัศน์ไทยทางสถานีโทรทัศน์ช่องเคเบิลจะชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเพราะมีเนื้อหาหลากหลาย น่าตื่นเต้น และหักมุม ชอบแนวดราม่ามากกว่าแนวตลก ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าเพราะสถานีโทรทัศน์ช่องเคเบิลนั้นออกอากาศละครแนวดราม่าเป็นหลัก ในทางกลับกันวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้นชาวเวียดนามซึ่งรับชมผ่านทางเว็บไซต์จะชื่นชอบเนื้อหาแนววัยรุ่นหนุ่มสาวและชีวิตคนเมือง ชอบความทันสมัย และที่สำคัญคือเปิดกว้างในเรื่องเพศที่สามและรักร่วมเพศซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมเวียดนามถูกปิดกั้นมาโดยตลอด รวมถึงชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเพราะดารานักแสดง โดยเฉพาะนักแสดงช่อง 3 ได้แก่ ฌแดนซ์ คูกิมิยะ(แบร์รี่) อูร์สยา เสปอร์บันด์(ญญา) ปริญ สุภารัตน์(หมาก) และ คิมเบอร์ลี่ แอน โวลเทมัส เทียมศิริ(คิม) กลุ่มพระนางแถวหน้าของช่อง 3 และวงการละครโทรทัศน์ไทยในปัจจุบัน (พ.ศ.2561) ทั้งนี้รสนิยมด้านความชื่นชอบดาราชองวัยรุ่นชาวเวียดนามดังกล่าวสอดคล้องกับการสำรวจความคิดเห็นของชาวเมียนมาในประเทศไทยจากผลสรุปรายงานสัมมนาเจาะตลาดอย่างไรให้โดนใจแรงงานเมียนมาในประเทศไทย (CMMU, 2559, อ้างถึงใน“9 รสนิยมแรงงานเมียนมา,” 2559) ที่พบว่า ดารานักแสดงช่อง 3 ที่ชาวเมียนมาชื่นชอบที่สุด คือ ฌแดนซ์ คูกิมิยะ(แบร์รี่) อูร์สยา เสปอร์บันด์(ญญา) และคิมเบอร์ลี่ แอน เทียมศิริ(คิม) ส่วนดารานักแสดงช่อง 7 ที่ที่ชื่นชอบที่สุดคือ ศุกลวัฒน์ คณารศ(เวียร์) และ พัชรภา ไชยเชื้อ(อัม) ในขณะที่ แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) ให้ความเห็นว่าชาวเมียนมาวัยรุ่นสาว ๆ ในปัจจุบันชื่นชอบมาริโอ เมาริโอ(ไอ้) และ พุฒิชัย เกษตรสิน (ดีเจพุฒ) มากที่สุด

ส่วนปัจจัยด้านระดับการศึกษา รายได้ สถานะทางสังคม รวมถึงสภาพความเป็นอยู่ของผู้ชมซึ่งอาจส่งผลต่อรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยนั้น สามารถเห็นได้จากกรณีของผู้ชมละคร

โทรทัศน์ไทยชาวกัมพูชาที่อาศัยอยู่ในเมืองและชนบท โดยผู้ชมในเมืองซึ่งส่วนมากเป็นชนชั้นกลางที่มีการศึกษาจะชื่นชอบตัวละครชายที่อบอุ่นเป็นคนดี ซึ่งเป็นลักษณะของชายในอุดมคติที่สาว ๆ ต้องการ ส่วนตัวละครหญิงนั้นก็ต้องทันสมัย ทำงานเก่ง ยึดมั่นในศักดิ์ศรี แต่ก็เป็นคนดี ซื่อสัตย์ต่อสามี ซึ่งท้ายที่สุดตัวละครหญิงคนนั้นก็จะได้รับสิ่งที่ดิถีกลับคืนมา ส่วนผู้ชมในชนบทนั้นก็กลับรู้สึกชื่นชอบตัวละครหญิงที่ดู สู้คน ไม่กลัวใคร ไม่ใช่สาวหวานน่าสงสารที่ต้องรอให้ผู้อื่นมาช่วยเหลือแบบนางเอกยุคเก่า รสนิยมความชอบเหล่านี้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของชาวชนบทส่วนใหญ่ซึ่งเป็นชนชั้นล่างและการศึกษาน้อยจึงต้องต่อสู้ดิ้นรนอยู่เสมอ ทั้งนี้ผู้ชมชาวกัมพูชาในเมืองและชนบทชื่นชอบแนวละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกันเล็กน้อย โดยคนเมืองชอบละครแนวชิงรักหักสวาท แนวแย่งพินัยกรรม ในขณะที่คนชนบทกลับชอบละครแนวรักโรแมนติคมากกว่า ซึ่งอาจเพราะมีเรื่องราวที่ใกล้ชิดกับชีวิตประจำวันของตนคือคนเมืองมีเรื่องเงินทอง ผลประโยชน์ และความวุ่นวายเข้ามาเกี่ยวข้องในชีวิตมากกว่าคนชนบทที่ค่อนข้างเรียบง่ายและร่มเย็น ส่วนละครแนวผีและแนวตบตีแย่งผู้ชาย เช่น ละครเรื่องสามีตีดรา แรเงา นั้นเป็นที่ชื่นชอบอย่างมากทั้งในเมืองและชนบท นอกจากนี้ผู้ชมชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเนื่องจากมีนักแสดงที่หน้าตาดีและตบตาดี เนื้อหาดีมีคติสอนใจ รู้สึกใกล้ชิดตัวกับชีวิตประจำวัน ทันสมัย และมีฉากสวยงาม

สำหรับรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวไทยใหญ่ ในรัฐฉาน ประเทศเมียนมานั้น เริ่มต้นจากความคาดเดาของผู้ผลิตชาวไทยใหญ่เมื่อ 20 ปีที่แล้ว โดยผู้ผลิตมองว่าละครโทรทัศน์ไทยแนวพื้นบ้านซึ่งดัดแปลงมาจากนิทานพื้นบ้านหรือที่ชาวไทยเรียกว่าละครจักร ๆ วงศ์ ๆ นั้น คล้ายคลึงกับตำนานหรือนิทานบางเรื่องของไทใหญ่ การเลือกละครจักร ๆ วงศ์ ๆ มาฉายจึงน่าจะเหมาะสมกับรสนิยมของชาวไทยใหญ่มากกว่าละครแนวอื่น ซึ่งก็เป็นการคาดเดาที่ไม่ผิดนัก เพราะแม้ผู้ผลิตจะมีละครแนวรักมาเพิ่มเติมในเวลาต่อมาจนทำให้ผู้ชมวัยหนุ่มสาวและผู้ใหญ่นิยมมากกว่าแนวอื่น แต่ผู้ชมวัยเด็กและวัยสูงอายุก็ยังชื่นชอบและนิยมละครแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ พอ ๆ กับละครแนวรักจนถึงปัจจุบัน (อัมพร จิรัฐติกร, 2559) อาจเพราะละครโทรทัศน์ไทยส่วนมากมีร่องรอยของเนื้อเรื่องที่ดูคล้ายจะหยิบยืมมาจากนิทานพื้นบ้านหรือวรรณกรรมไทย เช่น ต้นแบบของละครโทรทัศน์เรื่อง “เลือดหงส์” “สองนรี” “แฝดล่องหน” อาจมาจากนิทานพื้นบ้านเรื่อง “ปลาบู่ทอง” ซึ่งมีตัวละครพี่น้องหญิงสาวที่ขัดแย้งกัน ขณะที่หญิงสาวซึ่งถูกจองจำอยู่ในเรือนไทยโบราณอย่างละครเรื่อง “เรือนมยุรา” ก็ได้ต้นแบบมาจากนิทานพื้นบ้านเรื่อง “โสทรน้อยเรือนงาม” (สมสุข หินวิมาน, 2545) สอดคล้องกับมุมมองของ Rungnapa Kasemrat (2009) ซึ่งอธิบายว่า ชาวไทยกับชาวรัฐฉานสัมพันธ์กันทางศาสนาและวัฒนธรรม ความใกล้ชิดที่สอดแทรกอยู่ในเนื้อหาจึงส่งผลให้ละครแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ ของไทยซึ่งเป็นละครพื้นบ้านอิงพระพุทธศาสนาหรือนิทานชาดกได้รับความนิยมในหมู่ผู้รับชมชาวไทยใหญ่หรือรัฐฉานอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ นอกจากความใกล้ชิดแล้ว ละครโทรทัศน์ในต่างแดนอาจยิ่งทวีคุณค่าความนิยมขึ้นอีกหากเรื่องราวของละครนั้นเกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมของตนเองโดยตรง ดังเช่นกรณีของละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “บ่วงบรรจถรณ์” ที่ออกอากาศครั้งแรกทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 (ช่อง 7 สี) เมื่อพ.ศ.2545 และออกอากาศครั้งล่าสุดทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ในปีพ.ศ.2560 โดยเป็นเรื่องราวของหญิงชาวไทยยุคปัจจุบันที่นอนหลับบนเตียงโบราณของบิดาในบ้านจังหวัดเชียงราย แต่กลับตื่นขึ้นมาในดินแดนไทใหญ่คือเมืองเชียงตุงที่ตั้งอยู่ในรัฐฉานของประเทศเมียนมาในอดีต จนได้พบชายหนุ่มสูงศักดิ์ชาวไทใหญ่แห่งเมืองเชียงตุงและเกิดเป็นความรักความผูกพันอย่างลึกซึ้ง ช้ำหวังมิติแห่งกาลเวลาในที่สุด (กิริติ ชนา, 2543) ทั้งนี้ ด้วยความสวยงามของดารานักแสดง ความเกี่ยวพันทางสังคมวัฒนธรรม และการแต่งกายที่น่าเสนอนผ่านละคร ประกอบกับเนื้อเรื่องที่สนุกสนานชวนติดตามนี้เอง จึงทำให้ละครเรื่องบ่วงบรรจถรณ์ได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่ผู้ชมชาวไทยทั่วประเทศเมียนมาเมื่อครั้งพ.ศ.2545 (อัมพร จิรัฐติกร, 2550, 2559a, 2559b) ซึ่งความนิยมดังกล่าวสอดคล้องกับงานศึกษาของ นพดล อินทร์จันทร์ และคณะ (2555) ที่พบว่าผู้ชมจะมีแนวโน้มในการยอมรับสารที่ใกล้เคียงกับวัฒนธรรมของตนเอง เช่น ภาษาพูด ภาษาท่าทาง ลักษณะนิสัย การแต่งกาย คล้ายกับที่ผู้ชมชาวไทยยอมรับและชื่นชอบละครเกาหลีได้เพราะมีวัฒนธรรมบางอย่างที่ใกล้ชิดกับชาวไทยไม่ว่าจะเป็นการเคารพผู้อาวุโส การสืบทอดธรรมเนียมหรือพิธีที่สำคัญ ความขยันพากเพียร เป็นต้น

ประเด็นการยอมรับสารที่ใกล้เคียงกับวัฒนธรรมของตนเองดังที่กล่าวในข้างต้นนี้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของ Ubonrat Siriyusak (2010) ที่ได้เสนอความคิดเห็นผ่านงานศึกษาด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและอาเซียนซึ่งกล่าวถึงเหตุผลที่ละครโทรทัศน์จากประเทศเกาหลีใต้ได้รับความนิยมไปในหลายประเทศว่า เกาหลีใต้มีระบบการผลิตอุตสาหกรรมบันเทิงที่เน้นการสร้างความเป็นเอเชียคือเน้นการผลิตละครที่ทำให้ผู้ชมชาวเอเชียทั้งหมดรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกันด้วยการออกแบบงานให้มีความใกล้ชิดทางภาษาและวัฒนธรรมในระดับต่าง ๆ เช่น การบรรจุค่านิยมด้านความรักครอบครัวลงในเนื้อหา การสอดแทรกเนื้อเพลงภาษาอื่นในภูมิภาคเอเชียร่วมกับภาษาเกาหลีของตนเอง และการสร้างเนื้อหาละครให้เกิดขึ้นในหลายประเทศของเอเชียแล้วไปถ่ายทำที่สถานที่จริงยิ่งไปกว่านั้นยังรวมไปถึงการได้รับการผลักดันอย่างมากจากรัฐบาลเกาหลีใต้ในหลาย ๆ ด้านเพื่อส่งเสริมให้ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของเกาหลีใต้นั้นมั่นคงยิ่งขึ้น (Fairlane Raymundo 2016) จนสามารถทำให้กระแส K-Pop จากเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างสูงไปทั่วภูมิภาคเอเชียและในหลายประเทศทั่วโลกกระทั่งอุตสาหกรรมบันเทิงดังกล่าวกลายเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศในที่สุด

อย่างไรก็ตาม ผลการสำรวจความนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวไทยในเมียนมาพบว่า ดิวิดีละครของช่อง 7 ขายเป็นดีที่สุดเพราะชาวไทยใหญ่คุ้นเคยกับช่อง 7 มากกว่าช่องอื่นทั้งแนวเนื้อหาและดารานักแสดง ซึ่งสาเหตุที่ชาวไทยใหญ่คุ้นเคยกับช่อง 7 มากกว่าช่องอื่น ๆ อาจสืบเนื่องมาจากในอดีตที่สัญญาณโทรทัศน์ของช่อง 7 สามารถส่งสัญญาณออกอากาศได้กว้างไกลกว่าช่อง 3 ทำให้ภาพและเสียงของรายการคมชัดกว่า ผู้ประกอบการชาวไทยใหญ่จึงเริ่มต้นอัดสำเนาและพากย์ละครโทรทัศน์ไทยแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ ที่ช่อง 7 ผลิตมายาวนานแล้วออกจำหน่ายเป็นภาษาไทยใหญ่ตั้งแต่นั้นมา ผู้ชมชาวไทยใหญ่ที่เริ่มต้นชมละครโทรทัศน์ไทยจากละครแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ ของช่อง 7 จนติดใจอยู่ก่อนแล้วจึงติดตามมาจนถึงละครแนวรักเพราะความภักดีต่อช่อง 7 และดารานักแสดงของช่อง 7 ไม่เสื่อมคลาย (Brand Loyalty) นอกจากนี้ผู้ชมชาวไทยใหญ่ยังมีลักษณะทางประชากรคล้ายคลึงกับผู้ชมของช่อง 7 ในเมืองไทยตรงที่เป็นชาวบ้านทั่วไปซึ่งอาศัยอยู่ทั่วประเทศด้วย ดังนั้นละครโทรทัศน์ของช่อง 7 จึงมีเนื้อหาที่ใกล้ตัวพวกเขามากกว่าของช่อง 3 ที่ละครส่วนใหญ่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนเมือง (อัมพร จิรัฐติกร, 2550, 2559) ทั้งนี้ รายละเอียดดังกล่าวอาจเป็นเหตุผลต่อเนื่องของผลการสำรวจความคิดเห็นชาวเมียนมาในประเทศไทยในพ.ศ.2559 เกี่ยวกับรสนิยมความชื่นชอบ รวมถึงพฤติกรรมการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ที่ CMMU (2559, อ้างถึงใน“9 รสนิยมแรงงานเมียนมา,” 2559) พบว่า หลังเลิกงานและกลับบ้านพัก ชาวเมียนมาในประเทศไทยจะนิยมเปิดโทรทัศน์เพื่อรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นหลัก โดยช่อง 7 สี่ได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63 และรองลงมาคือช่อง 3 คิดเป็นร้อยละ 24.6

วัยรุ่นชาวไทยใหญ่สมัยใหม่ซึ่งสามารถฟัง พูด อ่าน และเขียนได้ทั้งภาษาไทยใหญ่และภาษาเมียนมาอย่างคล่องแคล่วเพราะเรียนและทำงานในนครย่างกุ้งมาเป็นเวลานานอย่าง นาง ฉันทา อุ (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559) กล่าวว่า เธอและครอบครัวรับชมละครโทรทัศน์ไทยมานาน โดยในมุมมองของเธอนั้นชาวไทยใหญ่ชื่นชอบและรับชมละครโทรทัศน์ไทยมานานแล้ว และเด็กส่วนมากก็ฝึกฟังและพูดภาษาไทยจากการชมละครโทรทัศน์ไทยด้วย สอดคล้องกับที่ภราดร ศักดา (2557) พบว่าในช่วงพ.ศ.2540 ชาวเมียนมาร์บางกลุ่มที่เมืองแปร ประเทศเมียนมา ซึ่งมีงานดาวเทียมที่สามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ของเมืองไทยได้ จะนิยมรับชมรายการโทรทัศน์ไทยช่อง 7 กันโดยมีเด็ก ๆ ชาวเมียนมานั่งเรียนภาษาไทยจากรายการโทรทัศน์ไทยเหล่านั้น เช่นเดียวกับที่ตุต (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2561) อธิบายว่า เธอและหนุ่มสาวชาวเมียนมาหลายคนในนครย่างกุ้งยุคปัจจุบันสนใจและอยากเรียนรู้ภาษาไทย เนื่องจากชอบภาพยนตร์ไทย ดารานักแสดงไทย เพลงไทย รวมถึงต้องการความสะดวกในการติดต่อสื่อสารกับนักธุรกิจและเพื่อนร่วมงานชาวไทยที่มาทำธุรกิจในประเทศเมียนมา พวกเขาจึงหันมาเรียนภาษาไทยทั้งจากคุณครูและจากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านแผ่นดีวีดี และเพซบุ๊กในบางครั้ง เพื่อเสริมทักษะการฝึกฟังและพูดภาษาไทยด้วยตนเองเพิ่มเติม

ทั้งนี้ หากจะกล่าวถึงรสนิยมของชาวเมียนมาทั่วไปนั้น นาง ธันดา อู (สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559) สังเกตเห็นว่า ชาวเมียนมาทั่วไปชอบรับชมรายการบันเทิง ชอบฟังเพลง ชอบร้องเพลง ชอบชมทั้งละครเกาหลีใต้ ละครเมียนมา และละครไทยในปัจจุบัน ในขณะที่ แชนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) วิทยุรุ่นสาวชาวเมียนมาที่เกิดและเติบโตในนครย่างกุ้งกลับโต้แย้งว่าชาวเมียนมายังคงชื่นชอบละครโทรทัศน์ของเกาหลีใต้มากที่สุด ส่วนสื่อบันเทิงจากประเทศไทยนั้น เพลงและภาพยนตร์น่าจะเป็นที่รู้จักและชื่นชอบมากกว่าละครโทรทัศน์ที่เพิ่งเข้ามาออกอากาศได้ไม่นาน โดยเมื่อหลายปีก่อนชาวเมียนมาจะติดตามข่าวสารเกี่ยวกับประวัติ รูปแบบการใช้ชีวิต และผลงานการแสดงของดารานักแสดงภาพยนตร์ไทยที่ชื่นชอบผ่านทางข่าวบันเทิงต่างประเทศในหน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสาร เช่น Myanmar Times และเมื่อละครโทรทัศน์ไทยเริ่มเข้ามาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์จนเป็นที่รู้จักมากขึ้น ประกอบกับการอยู่ในยุคไร้พรมแดนที่ทำให้ทุกคนสามารถค้นหาข้อมูลดารานักแสดงที่ชื่นชอบรวมถึงติดตามรับชมผ่านทางออนไลน์ได้ ชาวเมียนมาหลายคนรวมทั้งเธอก็เริ่มติดตามละครโทรทัศน์ไทยมากขึ้นเนื่องจากมีดารานักแสดงนำที่หน้าตาสวยหล่อ ทำให้ดารานักแสดงไทยหลายคนเป็นที่รู้จักผ่านละครโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อย่างเฟซบุ๊ก โดยเฉพาะพุฒิชัย เกษตรสิน (ดีเจพุฒ) ที่โด่งดังมาจากละครโทรทัศน์ไทยหรือซีรีส์ชุด “รักนะเป็ดโง่” (Ugly Duckling) ในโลกออนไลน์ จนทำชาวเมียนมาติดตามเรื่องราวของเขาผ่านทางเฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม (IG) ส่วนตัว รวมทั้งติดตามรับชมละครเรื่องอื่นของเขาเรื่อยมา ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ นาง ธันดา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม, 2560) อธิบายไว้ในข้างต้น ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว การชื่นชอบหรือเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะปลาบปลื้มดารานักแสดงของชาวเมียนมาทั่วไปในมุมมองของ แชนดี้ จอร์ ลวิน จึงใกล้เคียงกับรสนิยมในการเลือกชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวไทยใหญ่ที่อัมพร จิรัฐติกร (2558, 2559) เคยสำรวจไว้ว่า หากชาวไทยใหญ่รับชมแล้วรู้สึกชื่นชอบนักแสดงคนใดก็จะติดตามผลงานละครของคน ๆ นั้นอย่างเหนียวแน่น สังเกตได้จากการที่ทางร้านให้เช่าแผ่นวีซีดีละครโทรทัศน์ไทยเมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้วนิยมนำชื่อดารานักแสดงชาวไทยที่เขียนเป็นภาษาไทยใหญ่มาติดที่หน้าของแผ่นวีซีดีของละครโทรทัศน์ไทยแต่ละเรื่อง แทนที่จะใช้ชื่อละครโทรทัศน์ที่แท้จริง

ด้านประเภทละครโทรทัศน์ (Genres) นั้น ชาวไทยใหญ่นิยมรับชมละครแนวต่อสู้ ชื่นชอบตัวละครชายที่ต่อสู้เก่ง ซึ่งอาจเพราะผู้ชมส่วนใหญ่เป็นเพศชายและอาศัยอยู่ในแถบชนบท ส่วนประเภทที่ไม่ค่อยนิยมก็คือแนวประวัติศาสตร์และแนวตบตีแย่งผู้ชาย ในขณะที่เนื้อหาละครที่มีปริมาณการผลิตจำนวนมากที่สุดและยังเป็นที่ยอดนิยมตลอดก็คือละครแนวรักนั่นเอง ทั้งนี้ภาพจากละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับชมทำให้ชาวไทยใหญ่ส่วนมากซึ่งรู้สึกว่าตนมีวัฒนธรรมและภาษาที่ใกล้เคียงกับชาวไทยอยู่แล้ว ยิ่งรู้สึกเหมือนตนเองกำลังรับรู้เรื่องราวของพวกเขาเดียวกันมากขึ้นไปอีก จะต่างก็แค่เพียงชาวไทยเป็น

พี่น้องที่แต่งตัวสวยงามกว่า ใช้ชีวิตแบบคนเมือง อยู่ในบ้านเมืองที่เจริญกว่า และคิดว่าประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ สวยงาม สะดวกสบาย และทันสมัยก็เท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นเรื่องราวของประเทศไทยที่ได้รับรู้ผ่านละครโทรทัศน์ไทยยังทำให้ชาวไทใหญ่รู้สึกคุ้นเคย จึงสามารถเตรียมพร้อมและเสริมสร้างประสบการณ์ก่อนการเดินทางเข้ามาทำงานในประเทศไทยได้ไม่ยาก ส่วนครอบครัวใดที่มีสมาชิกหรือลูกหลานเข้ามาทำมาหากินที่ประเทศไทยก็รู้สึกอุ่นใจเพราะได้มองเห็นแล้วว่าบ้านเมืองที่ลูกหลานเข้ามาอาศัยอยู่นั้นมีหน้าตาและสภาพแวดล้อมเป็นเช่นไร

สำหรับผู้ชมทั่วไปชาวเมียนมา บริษัท ฮัน มิเดีย คัลเจอร์ จำกัด ได้เคยทดลองเกี่ยวกับประเภทละครโทรทัศน์ที่ผู้ชมชาวเมียนมาชื่นชอบ โดยนำละครไทยแนวรักกับแนวผีมาทดลองออกอากาศอยู่ช่วงหนึ่งเมื่อครั้งเริ่มเปิดตลาดละครโทรทัศน์ไทยในเมียนมาอย่างเป็นทางการในปีพ.ศ.2557 ทางช่องมียาวัดดี เพื่อเปรียบเทียบความนิยมระหว่างละครไทย 2 แนวนี้ ผลปรากฏว่าละครแนวรักไม่ได้รับความนิยม แต่ “ละครแนวผี” กลับได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวเมียนมาอย่างท่วมท้นดังที่กล่าวในข้างต้น จนลูกค้าต้องการลงโฆษณาสินค้าเฉพาะช่วงเวลาออกอากาศละครแนวผี ซึ่งอาจเพราะชาวเมียนมาส่วนใหญ่เป็นแฟนละครแนวรักของประเทศเกาหลีใต้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักบริสุทธิ์และคนในครอบครัวอยู่ก่อนแล้ว ในขณะที่ละครโทรทัศน์ประเภทผี สยองขวัญ หรือเรื่องลึกลับนั้นถูกรัฐบาลเมียนมาปิดกั้นมาโดยตลอดเนื่องจากไม่ต้องการให้ประชาชนงมงาย ดังนั้นเมื่อกฎหมายควบคุมและตรวจพิจารณาเนื้อหาสื่อฉบับเดิมของเมียนมาถูกยกเลิกไปในปีพ.ศ.2555 จึงทำให้ละครโทรทัศน์ประเภทผีจากประเทศไทยที่มีการผลิตและออกอากาศอย่างต่อเนื่องได้เข้ามาเติมเต็มและตอบสนองความต้องการในการรับชมที่ขาดหายไปอย่างยาวนานของผู้ชมชาวเมียนมา (อัมพร จิรัฐติกร, 2558, 2559) เนื่องจากชาวเมียนมาเองก็มีวัฒนธรรม ความเชื่อ และเรื่องเล่าเกี่ยวกับผีสางและสิ่งเร้นลับไม่ต่างจากชาวไทย (นาง ธันดา อู, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559) นอกจากนี้ชาวเมียนมาส่วนใหญ่ยังนับถือศาสนาพุทธและเชื่อในกฎแห่งกรรม เมื่อได้รับชมละครโทรทัศน์ไทยแนวผีที่ส่วนใหญ่มักสัมพันธ์กับการชดใช้ตามกฎแห่งกรรมและการเวียนว่ายตายเกิดในศาสนาพุทธ จึงส่งผลให้ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาสามารถเข้าใจและมีส่วนร่วมไปกับละครโทรทัศน์ไทยแนวผีได้ง่ายขึ้น ทั้งนี้ นอกจากการนับถือศาสนาพุทธแล้ว ชาวเมียนมาโดยทั่วไปยังนิยมเข้าวัด ไหว้พระ สวดมนต์ และฟังธรรมเป็นประจำเช่นเดียวกับชาวไทยด้วย สังเกตได้จากการที่ชาวบ้านชาวเมียนมาจำนวนมากจะหลังไหลกลับไปไหว้พระทำบุญที่วัด รวมถึงปิดถนนบางซอยในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา เนื่องจากมีประเพณีนิมนต์พระสงฆ์มาสวดมนต์ช่วงเย็นจนถึงหัวค่ำ และเทศนาธรรมให้กับชาวบ้านทั้งวัยรุ่นและผู้อาวุโสที่มารอนั่งฟังกันอย่างเนืองแน่น เช่น ถนนในย่านซานเจา (Sanchaung) ของนครย่างกุ้ง

จากการศึกษาด้านความชื่นชอบและรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ของชาวไทยใหญ่ในรัฐฉาน และชาวเมียนมาทั่วไป รวมถึงผู้ชมชาวกัมพูชาและชาวเวียดนามในข้างต้น สามารถสรุปตามคำอธิบายของสัวร์ตัน ตรีสุก (2547) ได้ว่า มนุษย์มักชอบติดต่อบริการกับคนที่คล้ายคลึงกับตนเอง (Similarity) เนื่องจากจะทำให้เข้าใจกันมากกว่า โดยแบ่งความคล้ายคลึงออกเป็นสามประการ ได้แก่ 1.ความคล้ายคลึงด้านลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ การศึกษา สังคม เชื้อชาติ 2.ความคล้ายคลึงด้านภูมิหลัง เช่น มีความรู้สึกรู้ว่าเป็นพวกเดียวกัน และ 3.ความคล้ายคลึงด้านทัศนคติ ซึ่งก็คือความรู้สึกนึกคิดและความเชื่อที่คล้ายกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร แต่ในทางกลับกันยังมีคนอีกกลุ่มหนึ่งที่รู้สึกว่าการแตกต่างจะสามารถเติมเต็มสิ่งที่ขาดและช่วยตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ดังนั้นแทนที่จะชอบสื่อสารกับผู้ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตนเอง คนกลุ่มนี้จึงกลับชอบติดต่อบริการหรือรับสารใดก็ตามจากผู้ที่มีบางสิ่งบางอย่างแตกต่างไปจากตนมากกว่า ดังเช่นตัวอย่างของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเวียดนาม เพศหญิง ในสังคมดั้งเดิม ที่มักชื่นชอบตัวละครผู้หญิงที่เก่ง คล่องแคล่ว ทันสมัย อาจเพราะพวกเขาต้องการปลดปล่อยตัวตนในสภาพความเป็นจริง

จากแนวคิดเกี่ยวกับดารานักแสดงกับความดึงดูดใจ และข้อมูลด้านรสนิยมในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวไทยและชาวต่างชาติดังที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อความชื่นชอบและความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ในหลายประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านความสวยหล่อและความสามารถของดารานักแสดง ปัจจัยด้านมิติทางวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกันและความสัมพันธ์ทางด้านเนื้อหาของละครระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่รับชม ปลายทาง รวมถึงเนื้อหาละครที่ดี มีสาระ คดีสอนใจ และสะท้อนให้เห็นชีวิตจริง ประกอบกับมีเรื่องราวที่ทันสมัยและสัมพันธ์กับชีวิตประจำวันของผู้ชม สถานที่สวยงามน่าประทับใจ และปัจจัยด้านความภักดีต่อดารานักแสดงและสถานีโทรทัศน์ที่แพร่ภาพ (Brand loyalty)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อัมพร จิรัฐติกร (2559) ศึกษาเรื่อง ละครไทยกับผู้ชมอาเซียน วัฒนธรรมศึกษาของสื่อข้ามพรมแดนในอาเซียน พบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ใน 3 ประเทศที่สำรวจ ได้แก่ พม่า เวียดนาม กัมพูชา รับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างไม่เป็นทางการมานานแล้วผ่านทางวีซีดีแปดและพากย์เสียง ผ่านสัญญาณดาวเทียมแถบชายแดน รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมกันในปัจจุบัน แต่สำหรับการรับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างเป็นทางการทางสถานีโทรทัศน์นั้นเริ่มเป็นที่นิยมในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการสื่อสารและเศรษฐกิจการเมืองภายในประเทศ ทั้งนี้ผู้ชมชาวเวียดนาม กัมพูชา และพม่า(โดยเฉพาะชาวไทยใหญ่ในรัฐฉาน) ชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเพราะรู้สึกใกล้ชิดทางวัฒนธรรม รวมถึงชื่นชอบเพราะความเข้มข้นหลากหลายทางเนื้อหาและการแสดงอารมณ์ที่ชัดเจนของนักแสดง ในขณะที่ด้านรสนิยมในการรับชม การรับรู้ และการตีความของผู้ชมนั้นจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละประเทศ โดยขึ้นอยู่กับเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานะทางสังคม ต้นทุนวัฒนธรรม รวมถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของผู้ชมในแต่ละประเทศและภูมิภาค

Nguyen Thi Tu Anh (2016) ศึกษาเรื่อง Regionalization through Media Consumption: The Consumption of Thai and Filipino Soap Operas among Vietnamese Audiences. พบว่า การส่งผ่านสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างละครโทรทัศน์ไทยและฟิลิปปินส์ไปยังประเทศเวียดนามสามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างประชาชนในแถบภูมิภาคได้ ทั้งนี้ละครโทรทัศน์ไทยและฟิลิปปินส์ได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่ผู้ชมชาวเวียดนาม เนื่องจากการรับชมละครไทยและฟิลิปปินส์ซึ่งแสดงออกถึงภาพลักษณ์ ความคิด และอารมณ์อย่างชัดเจน ทำให้ผู้ชมชาวเวียดนามสามารถเรียนรู้ รับรู้ และเข้าใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ภาษา การเมือง และวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทยและฟิลิปปินส์ในฐานะสมาชิกชุมชน ASEAN ได้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเห็นคุณค่าและยอมรับทางวัฒนธรรมทั้งที่ใกล้เคียงและแตกต่างจากประเทศเวียดนาม

วรารุช ถนอมจิตร (2558) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยกับค่านิยมทางวัฒนธรรม และรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ พบว่า ชาวลาวในนครเวียงจันทน์นิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยมาเป็นเวลานาน โดยเริ่มรับชมมาตั้งแต่วัยเด็ก ผ่านทางสัญญาณโทรทัศน์ไทยช่อง 3 และ 7 เป็นหลัก และมีแนวโน้มในการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยทางช่อง 8 และช่อง ONE เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน ส่วนประเภทละครโทรทัศน์ไทยที่นิยมในหมู่ผู้ชมชาวลาวนั้น คือ ละครแนวชิงรักหักสวาท แนวรักโรแมนติก แนวตลกขบขัน และแนวพื้นบ้านไทย เป็นต้น

ทั้งนี้ การรับชมละครโทรทัศน์ไทยส่งผลให้ผู้ชมชาวลาวสามารถเรียนรู้ภาษาไทยได้มากขึ้นทำให้ได้ประโยชน์ในการสื่อสารทางธุรกิจกับชาวไทย สามารถเลือกใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายได้ตามแบบสมัยนิยมและเกิดการลอกเลียนแบบการแต่งกายตามอย่างตัวละครในละครโทรทัศน์ไทยมากยิ่งขึ้น รวมทั้งยังทำให้ชาวลาวเกิดความรู้สึกอยากเข้ามาท่องเที่ยวในสถานที่ที่สำคัญของประเทศไทยอีกด้วย

หลาน เฟิน (2557) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่นำเข้าละครโทรทัศน์ไทย พบว่า ผู้นำเข้าละครโทรทัศน์ไทยในประเทศจีนได้ใช้สื่อหลายประเภทในการนำเสนอ เช่น สื่อโทรทัศน์ สื่อทางอินเทอร์เน็ต ป้ายโฆษณา รวมถึงการเชิญนักแสดงชาวไทยมาที่ประเทศจีนเพื่อดึงดูดความสนใจ ทั้งนี้ผู้ชมชาวจีนชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเพราะดารานักแสดงไทยสวยหล่อและมีความสามารถ ชื่นชอบในโครงเรื่องที่ชวนติดตามและหลากหลาย เช่น เกี่ยวกับความรัก มิตรภาพ ตลก ความเหมาะสมด้านเนื้อหา การแต่งกาย เพลงประกอบ นอกจากนี้ยังทำให้ผู้ชมชาวจีนได้เข้าใจชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของคนไทย รวมถึงได้เห็นสถานที่ถ่ายทำที่สวยงามจึงทำให้ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวจีนอยากมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

พรรณชรินทร์ ชัยเขารัตน์ (2556) ศึกษาเรื่อง ความต้องการข่าวสารและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ที่ผลิตโดยบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด ของผู้ชมในสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวจีนชอบชมละครโทรทัศน์แนวชีวิตและแนวตลกโรแมนติก ชอบความสวยหล่อของนักแสดง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ชมกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีความต้องการข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์และข่าวสารเกี่ยวกับนักแสดงแตกต่างกัน ในขณะที่ด้านอาชีพนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความต้องการข่าวสารแตกต่างกันเฉพาะในด้านละครโทรทัศน์ แต่มีความต้องการด้านข่าวสารเกี่ยวกับนักแสดงไม่แตกต่างกัน

นพดล อินทร์จันทร์, พงษ์ ศุภเศรษฐศิริ, วิรุณ ตั้งเจริญ และสุรพล วิรุฬห์รักษ์ (2555) ศึกษาเรื่อง ภาพยนตร์ชุดเกาหลี กรณีศึกษากระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย พบว่า ผู้ชมชาวไทยนิยมรับชมเนื้อเรื่องแนวรักโรแมนติกมากที่สุด รองลงมาคือแนวอิงประวัติศาสตร์และแนวชีวิต โดยชื่นชอบที่มีเนื้อหาน่าสนใจ การวางโครงเรื่อง ฉาก และเครื่องแต่งกาย ทั้งนี้ผู้ชมชาวไทยที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์ชุดเกาหลีทางโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ชมที่อายุ 15-27 ปี ศึกษาในระดับปริญญาตรี และเป็นพนักงานบริษัทเอกชนคือกลุ่มที่สนใจรับชมมากที่สุด นอกจากนี้ชาวไทยยังได้รับอิทธิพลด้านวัฒนธรรมและรสนิยมของชาวเกาหลีที่สอดแทรกผ่านทางเนื้อหาภาพยนตร์ชุดที่รับชมด้วย เช่น ด้านเสื้อผ้า อาหาร วิถีชีวิต ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

พรรษา ริมกาญจนวัฒน์ (2553) ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย พบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในกรุงเทพมหานครรับชมละครโทรทัศน์ไทยในที่พักอาศัยมากที่สุด โดยส่วนใหญ่จะรับชมละครในเวลา 20.30 - 22.30 น. และเลือกรับชมตอนที่มีเวลาว่างมากที่สุด ขณะที่ความถี่สูงสุดในการรับชมคือ 7 วันต่อสัปดาห์ ทั้งนี้ผู้ชมจะมีการตัดสินใจเลือกรับชมด้วยตนเองมากที่สุดโดยเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยที่ชื่นชอบที่สุดคือแนวตลก เบาสมอง ส่วนในแง่ของช่องทางการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมนั้นอยู่ในระดับสูงทุกประเภทสื่อ แต่ช่องทางที่นิยมเปิดรับสูงสุด คือ รายการโทรทัศน์ด้านข่าวบันเทิงของแต่ละสถานีและเว็บไซต์ Youtube ที่จะนิยมรับชมละครย้อนหลัง นอกจากนี้ผู้ชมกลุ่มตัวอย่างยังมีทัศนคติที่ดีและติดตามรับชมละครโทรทัศน์ไทยสูงมาก

Rungnapa Kasemrat (2009) ศึกษาเรื่อง The Shan people's consumption of Thai "Chak Chak Wong Wong" television serials พบว่า คนรัฐฉานในประเทศพม่าเริ่มรับชมละครโทรทัศน์ไทยแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ ซึ่งเป็นละครอิงพระพุทธศาสนาตั้งแต่ที่ประเทศพม่าเปิดด้านเศรษฐกิจและผู้คนเริ่มเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร โดยมีการลักลอบอัดสำเนาละครมาแปลและพากย์เสียงใหม่ทั้งหมดให้กลายเป็นภาษาฉาน (ภาษาไทยใหญ่) แล้วบันทึกลงแผ่นวีซีดี ทั้งนี้แม้ชาวไทยกับชาวรัฐฉานจะเชื่อมโยงกันทางศาสนาและวัฒนธรรม แต่การแปลความข้ามวัฒนธรรมและการเปลี่ยนชื่อเรื่องชื่อตัวละครใหม่หมดก็แสดงให้เห็นว่าชาวรัฐฉานยังมีความคิด ความเชื่อ และการตีความบางอย่างที่แตกต่างไปจากไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

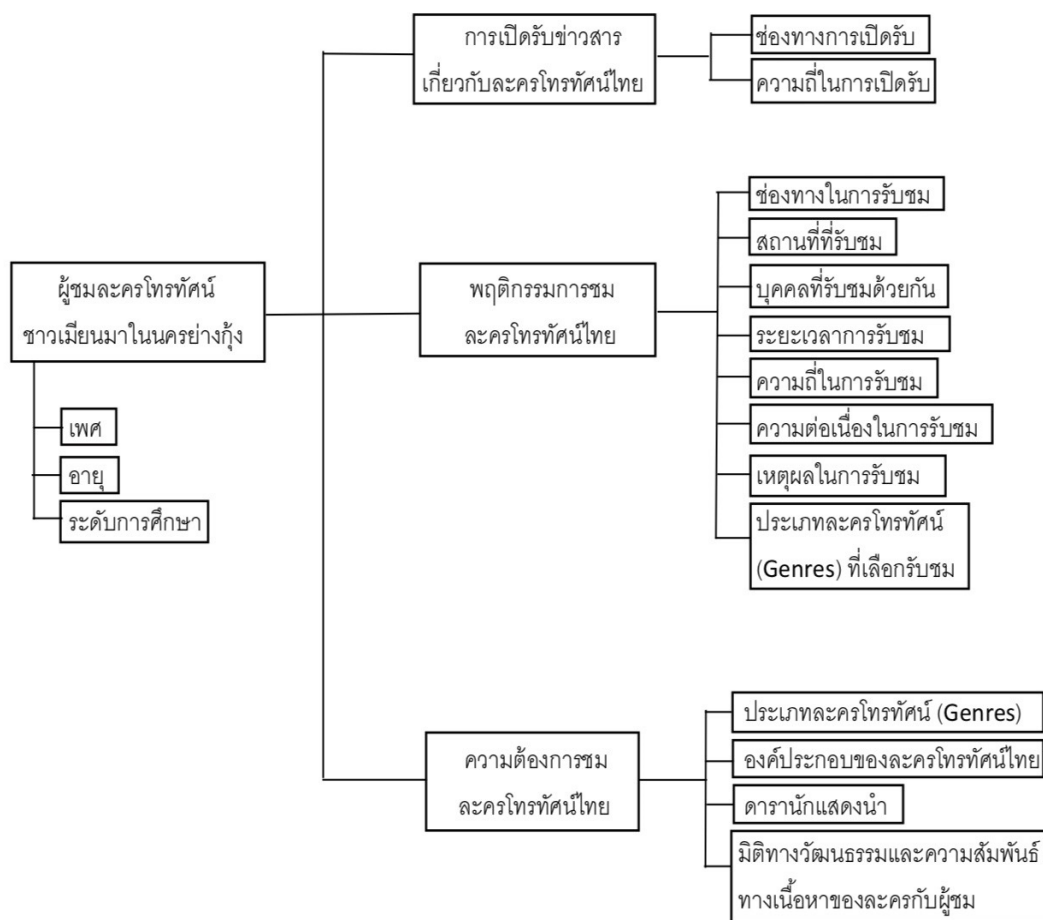
ณัฐรัตน์ โกศัย (2545) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการรับชมและการรับรู้รายการละครโทรทัศน์ไทยของคนลาวในเวียงจันทน์ พบว่า ตัวแปรด้านอายุ เพศ อาชีพ และสถานภาพทางสังคมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการรับชม รับรู้ และตีความละครโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ผู้ชมชาวลาวนิยมรับชมละครโทรทัศน์ร่วมกับครอบครัวและส่วนใหญ่ ตัดสินใจเลือกละครจากนักแสดง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างชาวลาวมีทัศนคติที่ดีต่อละครโทรทัศน์ไทย โดยให้เหตุผลว่าทำให้เห็นการดำเนินชีวิต ได้แนวทางการแต่งกายที่ทันสมัย ได้ฝึกภาษาไทย ยิ่งไปกว่านั้นยังใช้ประโยชน์จากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาชิกในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน รวมถึงนำแนวคิดที่ได้จากละครมาใช้แก้ปัญหาในชีวิต

อิติรัตน์ อรัณยวงศกร (2544) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการถอนตัวและการไว้วางใจของกลุ่มแม่บ้านผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย พบว่า ผู้ชมกลุ่มแม่บ้านไม่พึงพอใจละครโทรทัศน์เนื่องจากองค์ประกอบด้านการผลิตและด้านผลกระทบที่อาจส่งผลกระทบต่อบุตรหลาน แต่ก็ยังคงติดตามชมละครโทรทัศน์อย่างเหนียวแน่น (Loyalty) โดยประเด็นที่ทำให้ผู้ชมกลุ่มแม่บ้านไม่พอใจ ต้องการเปลี่ยนช่องเล็กรับชม และไม่ต้องการให้บุตรหลานรับชมละครโทรทัศน์เนื่องจากเด็กจดจำได้ง่ายและรวดเร็ว ก็คือพฤติกรรมไม่เหมาะสมที่นำเสนอผ่านละครโทรทัศน์ เช่น การแต่งกาย คำพูด บทกร้ออันแรง และ อบายมุข ทั้งนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเปิดรับชมละครของกลุ่มแม่บ้านก็คือดารานักแสดงที่ชื่นชอบ ส่วนแนวละครที่รับชมนั้นผู้ชมจะตัดสินใจเลือกตามความต้องการรับรู้ ซึ่งสัมพันธ์กับปัจจัยด้านจิตวิทยาและบุคลิกภาพของแต่ละคน

ไสลทิพย์ จารุภูมิ (2535) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงในกรุงเทพมหานครที่ติดตามชมละครโทรทัศน์หลังข่าวเป็นเวลา 5 ปีขึ้นไป จะตั้งใจรับชมละครโดยมีการวิพากษ์วิจารณ์เนื้อเรื่องและการแสดงขณะที่รับชมไปด้วย ส่วนความพึงพอใจสำคัญที่ทำให้รับชมละครโทรทัศน์ คือ ความสนุกเพลิดเพลินไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อเรื่องสนุก นักแสดงที่ชชอบ ฉากสวย เครื่องแต่งกายงดงาม รองลงมาคือการได้เห็นความจริงหรือความเป็นอยู่ของผู้อื่น และได้บรรเทาความเครียดจากชีวิตประจำวัน นอกจากนี้การรับชมละครโทรทัศน์ยังสามารถนำไปเป็นประเด็นพูดคุยกับเพื่อนฝูง และรับได้ประสบการณ์เช่นเรื่องการทำดีได้ดีทำชั่วได้ชั่ว

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลเอกสาร รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง” ดังนี้



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง” ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ที่มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและอาศัยอยู่ในนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา (Myanmar) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบขั้นตอนดังต่อไปนี้

กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้เป็นชาวเมียนมาที่บรรลุนิติภาวะตามกฎหมายของประเทศเมียนมาแล้วคือมีอายุ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในนครย่างกุ้ง (Yangon) ณ วันที่ 22 มีนาคม พ.ศ.2561 ซึ่งจากข้อมูลสถิติจำนวนประชากรในนครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาจากเว็บไซต์ World Population Review (2018) พบว่าประชากรในนครย่างกุ้งมีประมาณ 4,477,638 คน โดยอาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ทั้งหมด 36 เขต ได้แก่ (นาง ฉันทดา อู, สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560)

- | | | |
|-------------------|-----------------------|------------------------|
| 1) Hlaing Tharyar | 2) Hlaing | 3) Kama rut |
| 4) Mayangone | 5) Shwepyithar | 6) Pazuntaung |
| 7) Botataung | 8) Tharkayta | 9) Thuwana, Thingunyun |
| 10) Ahlone | 11) Kyimyindine | 12) Sanchaung |
| 13) Insein | 14) Mingalardone | 15) South Okkala |
| 16) Tharmway | 17) Mingalar Taungyut | 18) North Dagon |
| 19) North Okkalar | 20) Thanlyin | 21) Kyauktan |
| 22) Dagon Seikkan | 23) South Dagon | 24) Yankin |
| 25) Bahan | 26) Hlathar | 27) Lanmataw |
| 28) Kyauktathar | 29) Panbaytan | 30) Mawpyi |
| 31) Tiegyi | 32) Hleku | 33) Thunday |
| 34) Kawmu | 35) Kayan | 36) Tone kwa |

สำหรับขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยได้คัดเลือกตัวแทนผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งโดยกำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมตามตารางกำหนดขนาดตัวอย่างสำเร็จรูปของ Yamane ซึ่งกำหนดว่าหากประชากรมีจำนวนมากกว่า 100,000 คนโดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อน (e) ได้ไม่เกินร้อยละ 5 หรือที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 นั้น ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมและสามารถใช้เป็นตัวแทนประชากรที่เชื่อถือได้คือจำนวน 400 ตัวอย่าง (Yamane, 1973, อ้างถึงในศิริชัย พงษ์วิชัย, 2558) ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้รับชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและรับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างน้อย 1 เรื่องในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2560 – เมษายน พ.ศ.2561 อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาเก็บข้อมูลคือวันที่ 24 มีนาคม – 30 เมษายน พ.ศ.2561 มีกลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามทั้งหมด 485 ชุด ซึ่งหลังจากตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุดมาใช้วิเคราะห์ผล

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านข้อมูลทะเบียนราษฎร์ของประเทศเมียนมาที่ผู้วิจัยยังไม่สามารถเข้าถึงได้ การวิจัยครั้งนี้จึงใช้การสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ผ่าน 2 ช่องทาง คือ

1. **ช่องทางออนไลน์ (Online)** ผ่านเครือข่ายสังคมอินเทอร์เน็ต โดยสร้างแบบสอบถามออนไลน์ขึ้นใน Google Docs จากนั้นจึงโพสต์ลิงค์ (Post link) แบบสอบถามทางเฟซบุ๊กของผู้วิจัยเองเพื่อให้เพื่อน ๆ ในสังคมเครือข่ายเฟซบุ๊กที่เป็นชาวเมียนมาซึ่งอาศัยอยู่ในนครย่างกุ้ง และรับชมละครโทรทัศน์ไทยช่วยตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง รวมทั้งฝากให้เพื่อนชาวเมียนมาและกลุ่มพิธีกรรายการโทรทัศน์ชื่อดังของสถานีโทรทัศน์ MRTV4 และ Channel7 ประเทศเมียนมาช่วยกดแชร์ลิงค์ (Share Link) แบบสอบถามออนไลน์นี้ผ่านทางเฟซบุ๊กของตนเองต่อ ๆ กันไป

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังส่งข้อความผ่านกล่องข้อความ (Inbox) ไปยังผู้ดูแลและประสานงาน (Admin) ของเฟซบุ๊กแฟนเพจ (Facebook Fanpage) ที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและเมียนมา เพื่อขอความช่วยเหลือในการแชร์ลิงค์แบบสอบถามออนไลน์ โดยเฟซบุ๊กแฟนเพจที่ตอบรับและยินดีช่วยแชร์ลิงค์ให้ในครั้งนี้ ได้แก่ ไทย-พม่า: เพราะแผ่นดินเราติดกัน และ Sotus & SotusS the Series Myanmar Fan Club

2. **ช่องทางการเผชิญหน้า (Face to Face)** เนื่องจากผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยบางกลุ่มอาจไม่ได้มีการติดต่อสื่อสารผ่านทางเฟซบุ๊ก รวมถึงไม่ได้ใช้อินเทอร์เน็ตเสมอไป โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่พบตามแหล่งชุมชนในนครย่างกุ้ง เช่น 1.ตลาดสดชานเจา (Sanchaung) 2.บริเวณโดยรอบพระมหาเจดีย์ชเวดากอง (Shwedagon Pagoda) 3.พีเพิลสแควร์ (People's Square) แหล่งรวมร้านอาหารและร้านค้า 4.พีเพิลพาร์ค (People Park) สวนสาธารณะที่ผู้คนทุกเพศทุกวัยนิยมมาออกกำลังกาย 5.กันดอว์จี เนเชอรัลพาร์ค (Kandawgyi Nature Park) สวนสาธารณะที่มีทะเลสาบสวยงามซึ่งทั้งคู่รักและครอบครัวนิยมมาเดินเล่น นั่งพักผ่อน รวมถึงนั่งรับประทานอาหารจากปิ่นโต 6.ย่านไชน่าทาวน์เมียนมา (China Town Myanmar) 7.บริเวณห้างสรรพสินค้าเมียนมาพลาซ่า (Myanmar Plaza) 8.บริเวณห้างสรรพสินค้าตอว์วินเซนเตอร์ (Taw Win Centre) 9.บริเวณห้างสรรพสินค้าโอเชียน (Ocean) รวมทั้งตามกองถ่ายรายการโทรทัศน์ เช่น Myanmar's Got Talent และ The X-factor (Myanmar) ทั้งนี้ผู้วิจัยขอเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่สะดวกและเต็มใจตอบคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่น่าเชื่อถือมากที่สุด

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งถูกจัดทำขึ้นเป็นภาษาไทยและแปลเป็นภาษาเมียนมา (Myanmar) เป็นเครื่องมือในการสำรวจด้านการเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ซึ่งเพื่อให้แบบสอบถามมีความสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงได้สัมภาษณ์ นาง ฉันทา อู (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560) และ แชนดี้ จอว์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) เพิ่มเติม เพื่อนำข้อมูลเกี่ยวกับชาวเมียนมาที่ได้มาใช้ในการจัดทำแบบสอบถามครั้งนี้ โดยใช้คำถามปลายปิดและแบบประเมินค่า (Rating Scale) ที่แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดคำถามและตัวเลือกที่ครบตามความเป็นจริงและสัมพันธ์กับคำถามไว้เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่ตรงตามความต้องการของตนมากที่สุด ทั้งนี้ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดยเรียงลำดับจากคำชี้แจง การถามคำถามคัดกรอง การถามข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป แล้วจึงเจาะลึกในด้านที่ต้องการจะศึกษา ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำชี้แจงซึ่งจะอธิบายเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประโยชน์ของการวิจัย พร้อมระบุว่าคำตอบคำถามนี้จะไม่ก่อให้เกิดผลเสียแก่ผู้ตอบ และตามด้วยคำถามคัดกรองก่อนว่า “ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยรับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างน้อย 1 เรื่องหรือไม่”

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ ชื่อที่จริงและข้อมูลด้านประชากรของผู้ตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย โดยระบุเครื่องหมาย (*) ไว้อย่างชัดเจนในแบบสอบถามว่าผู้ตอบจำเป็นต้องระบุเพศ อายุ และระดับการศึกษา เนื่องจากเป็นตัวแปรของสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 3 คำถามด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ได้แก่ ช่องทางในการเปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ โดยจัดระดับการเปิดรับข่าวสารของผู้ตอบออกเป็นมากที่สุดไปจนถึงน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 คำถามด้านพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ได้แก่ ช่องทางในการรับชม ความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชม สถานที่ที่รับชม บุคคลที่รับชมด้วยกัน ความต่อเนื่องในการรับชม และเหตุผลในการรับชม

ส่วนที่ 5 คำถามด้านความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ ของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ได้แก่ ประเภทของละคร (Genres) องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย ดารา นักแสดงนำ มิติทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางเนื้อหาของละครกับผู้ชมตามที่ได้กำหนดในนิยามศัพท์และกรอบแนวคิดการวิจัย โดยจัดระดับความต้องการของผู้ตอบออกเป็นเห็นด้วยอย่างยิ่งจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

สมมติฐานและตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย

งานวิจัยนี้ได้กำหนดสมมติฐานและตัวแปรที่ศึกษาตามสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อย คือ

สมมติฐานที่ 1.1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น

เพศ

ตัวแปรตาม

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 1.2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น

อายุ

ตัวแปรตาม

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 1.3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น

ระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

สมมติฐานที่ 2.1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น	เพศ
ตัวแปรตาม	ความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 2.2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น	อายุ
ตัวแปรตาม	ความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 2.3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น	ระดับการศึกษา
ตัวแปรตาม	ความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

สมมติฐานที่ 3.1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น	เพศ
ตัวแปรตาม	ระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 3.2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น	อายุ
ตัวแปรตาม	ระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย

สมมติฐานที่ 3.3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น	ระดับการศึกษา
ตัวแปรตาม	ระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย

การวัดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร ได้แก่ ตัวแปรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย กำหนดการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ได้แก่ ช่องทางในการเปิดรับ ความถี่ในการเปิดรับ โดยกำหนดการวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบระบุว่ามีความคิดเห็นต่อการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ ในระดับใด โดยแบ่งเป็น 5 ระดับตั้งแต่เปิดรับเป็นประจำ จนถึง แทบจะไม่เคยเปิดรับเลย ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ตัวเลข 5 – 1 เพื่อแทนความหมายในแต่ละระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	เป็นประจำ
4	หมายถึง	บ่อย ๆ
3	หมายถึง	เป็นบางครั้ง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	แทบจะไม่เคย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

หลังจากนั้นจึงนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เปิดรับข่าวสารเป็นประจำ
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	เปิดรับข่าวสารบ่อย ๆ
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เปิดรับข่าวสารเป็นบางครั้ง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	เปิดรับข่าวสารน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	แทบจะไม่เคยเปิดรับข่าวสารเลย

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมในการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เกี่ยวกับช่องทางและพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของชาวเมียนมา โดยกำหนดการวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) ที่ตัวแปรด้านพฤติกรรมการชม ได้แก่ ช่องทางในการชม ความถี่ในการชม ระยะเวลาการชม สถานที่ที่ชม และบุคคลที่ชมด้วยกัน

ทั้งนี้ เพื่อความชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดการวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) เพิ่มเติมด้วยการแปรผลตัวแปรด้านความถี่ในการชมและระยะเวลาในการชม ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบระบุว่ามีความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อ 1 สัปดาห์ในระดับใด โดยแบ่งเป็น 5 ระดับตั้งแต่ รับชมทุกวัน จนถึง รับชม 1 - 2 วัน เช่นเดียวกับที่กำหนดให้ผู้ตอบระบุว่าใช้ระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละวันในระดับใด โดยแบ่งเป็น 5 ระดับตั้งแต่ รับชม 6 ชั่วโมงขึ้นไป จนถึง รับชมน้อยกว่า 1 ชั่วโมง ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ตัวเลข 5 - 1 เพื่อแทนความหมายในแต่ละระดับ ดังนี้

ด้านความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อ 1 สัปดาห์

5	หมายถึง	รับชมทุกวัน
4	หมายถึง	6 วัน
3	หมายถึง	5 วัน
2	หมายถึง	3 - 4 วัน
1	หมายถึง	1 - 2 วัน

หลังจากนั้นจึงนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย
ด้านความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อ 1 สัปดาห์เป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	สูงมาก (รับชมทุกวัน)
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	สูง (6 วัน)
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง (5 วัน)
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ต่ำ (3 – 4 วัน)
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ต่ำมาก (1 – 2 วัน)

ด้านระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละวัน

5	หมายถึง	6 ชั่วโมงขึ้นไป
4	หมายถึง	4 – 6 ชั่วโมง
3	หมายถึง	2 – 4 ชั่วโมง
2	หมายถึง	1 – 2 ชั่วโมง
1	หมายถึง	น้อยกว่า 1 ชั่วโมง

หลังจากนั้นจึงนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย
ด้านระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละวันเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	สูงมาก	(6 ชั่วโมงขึ้นไป)
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	สูง	(4 – 6 ชั่วโมง)
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง	(2 – 4 ชั่วโมง)
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ต่ำ	(1 – 2 ชั่วโมง)
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ต่ำมาก	(น้อยกว่า 1 ชั่วโมง)

ในขณะที่ตัวแปรด้านความต่อเนื่องในการชมและเหตุผลในการชม กำหนดการวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบระบุว่ามีความต่อเนื่องในการชมและเหตุผลในการชมละครโทรทัศน์ไทยในระดับใด โดยแบ่งเป็น 5 ระดับตั้งแต่มากที่สุด จนถึง น้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ตัวเลข 5 – 1 เพื่อแทนความหมายในแต่ละระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

หลังจากนั้นจึงนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ด้านความต่อเนื่องในการชมและเหตุผลในการชมละครโทรทัศน์ไทยเป็น 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย ได้แก่ ด้านประเภทของละคร (Genres) ด้านองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย ด้านดารานักแสดงนำ และด้านมิติทางวัฒนธรรม และความสัมพันธ์ทางเนื้อหาเรื่องราวของละครกับผู้ชม ซึ่งทั้ง 4 ด้านนี้กำหนดการวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) โดยกำหนดให้ผู้ตอบระบุว่ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ ในระดับใด โดยมีตั้งแต่มากที่สุด ไปจนถึง น้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ ตัวเลข 5 – 1 เพื่อแทนความหมายในแต่ละระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

หลังจากนั้นจึงนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยและกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ด้านความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ เป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	ต้องการมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	ต้องการมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ต้องการปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ต้องการน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ต้องการน้อยที่สุด

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือ หรือ แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ถูกออกแบบมาเป็นภาษาไทยและแปลเป็นภาษาเมียนมา โดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของแบบสอบถามในการวิจัยด้วย 2 วิธีการ คือ

1.) การตรวจสอบความตรงของแบบสอบถาม (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความครบถ้วนตามนิยามศัพท์และวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในเบื้องต้นแล้วไปขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิชาวไทยรวมทั้งหมด 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบพร้อมกับปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีเนื้อหาที่ถูกต้อง สมบูรณ์ ครบคลุม และตรงตามความหมายที่ต้องการจะสื่อสาร ดังนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ 3 ท่าน ได้แก่

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พนม คลี่ฉายา หัวหน้าภาควิชาประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อริชัย อรรถอุดม รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
3. อาจารย์ ดร. เจษฎา ศาลาทอง อาจารย์ประจำภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พนักงานบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการดูแลการผลิตรายการและละครโทรทัศน์ของ Forever BEC-Tero Entertainment Public Company Limited. ที่ประเทศเมียนมา 2 ท่าน ได้แก่

1. คุณชลิตา ชียงคบุตร ผู้ช่วยผู้จัดการ ฝ่ายการผลิตรายการโทรทัศน์ ประเทศเมียนมา
2. คุณมณรวี แยมนาม ผู้ผลิตรายการและดูแลการผลิตละครโทรทัศน์ไทย
สำหรับออกอากาศทาง Channel7 ประเทศเมียนมา

เมื่อปรับแก้แบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามฉบับภาษาไทยไปแปลเป็นภาษาเมียนมา โดยเมื่อตรวจทานและแก้ไขแบบสอบถามฉบับภาษาเมียนมาเรียบร้อยแล้ว จึงส่งให้ผู้เชี่ยวชาญชาวเมียนมาด้านภาษาเขียนจำนวน 3 ท่านตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งได้แก่

1. โก ไช อ่อง อ่อง (Ko Sai Aung Aung) นักแปลระดับอาวุโส (Senior Translator) ซึ่งแปลบทรายการและละครโทรทัศน์ไทย (Thai Script) เป็นภาษาเมียนมาสำหรับบันทึกเทปรายการต่าง ๆ เพื่อออกอากาศทางช่อง MRTV4 และ Channel7 รวมถึงเป็นครูสอนพิเศษภาษาเมียนมาให้กับชาวไทย
2. มะ เต็ง ตีนสำ วิน (Ma Theint Thinzar Win) หัวหน้าแผนกติดต่อรายการโทรทัศน์ ปรเทศการศึกษาและสาระบันเทิง (Education Team) สถานีโทรทัศน์ MRTV4
3. มะ ตัน ตัน เอย์ (Ma Than Than Aye) ผู้ผลิต (Producer) โฆษณาและภาพยนตร์ในประเทศเมียนมาของบริษัท Artisa Film Broadcasting & Media Production Company, Yangon และล่าม (Translator) ภาษาไทย-ภาษาเมียนมา-ภาษาอังกฤษ

ทั้งนี้ หลังจากให้ผู้เชี่ยวชาญชาวเมียนมาทั้ง 3 ท่านได้ตรวจสอบความถูกต้องทางภาษา ความเหมาะสมทางวัฒนธรรมของเมียนมา รวมถึงความตรงตามความหมายที่ต้องการจะสื่อสารแล้ว ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงในการวิจัย (Reliability) ในลำดับถัดไป

2.) การตรวจสอบความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือในการวิจัย (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่แก้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วมาทำการทดสอบ (Pre-test) โดยให้กลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมาที่มีลักษณะตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจำนวน 30 คนทำแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำคำตอบแบบสอบถามทั้ง 30 ชุดดังกล่าวมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเที่ยงหรือความน่าเชื่อถือเพื่อเป็นการยืนยันว่าแบบสอบถามนี้มีคุณภาพหรือไม่ ในส่วนของตัวแปรที่กำหนดการวัดแบบอันตรภาค (Interval Scale) แบบระบุระดับตั้งแต่ 5 - 1 (Likert Scale) ด้วยโปรแกรม spss โดยคำนวณหาค่า

สัมประสิทธิ์หรือค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) หรือค่าอัลฟา (α) โดยผู้วิจัยระบุว่าหากค่าระดับความน่าเชื่อถือ α มากกว่า 0.80 จึงจะยอมรับว่าเครื่องมือหรือแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือตามสูตร ดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2558)

$$r_{tt} = \left[\frac{n}{N-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma_i^2}{\sigma_0^2} \right]$$

เมื่อ r_{tt} = ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อถือได้หรือความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n = จำนวนข้อ

σ_0^2 = ค่าความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อคำถาม

σ_i^2 = ค่าความแปรปรวนของคะแนนในคำถามแต่ละข้อ

ทั้งนี้ ผลการทดสอบและคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) หรือค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) แบบครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ในแบบสอบถาม 30 ชุด มีดังนี้

- ด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย $\alpha = 0.88$
- ด้านพฤติกรรมในการชมละครโทรทัศน์ไทยโดยรวม $\alpha = 0.91$
 - ความต่อเนื่องในการติดตามชม $\alpha = 0.79$
 - เหตุผลที่เลือกรับชม $\alpha = 0.94$
- ด้านความต้องการในการชมละครโทรทัศน์ไทยโดยรวม $\alpha = 0.97$
 - องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย $\alpha = 0.97$
 - ดารานักแสดงนำของละคร $\alpha = 0.88$
 - เนื้อหาเรื่องราวที่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมประเพณีของเมียนมา $\alpha = 0.88$

ทั้งนี้ แม้ว่าด้านความต่อเนื่องในการติดตามชมละครโทรทัศน์ไทยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพฤติกรรมในการชมละครโทรทัศน์ไทยจะคำนวณได้ค่า α เท่ากับ 0.79 แต่ก็ถือว่าใกล้เคียงกับเกณฑ์ 0.80 ที่กำหนดไว้เป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงยินยอมให้ใช้คำถามชุดเดิมในแบบสอบถามต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่รวบรวมแบบสอบถามครบทั้ง 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสำรวจมาลงรหัส (Coding) เพื่อเปลี่ยนข้อมูลดังกล่าวให้อยู่ในรูปแบบของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์นำมาคำนวณได้ จากนั้นจึงนำมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อคำนวณหาค่าสถิติต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัย แล้วจึงนำมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัยในลำดับถัดไป โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ใช้ในการอธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะประชากร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ย การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย รวมทั้งพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ไทย และความต้องการในการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) นำเสนอข้อมูลด้วยการใช้ตารางแจกแจงความถี่ (Frequency)

2. การวิเคราะห์สถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐาน ด้วยการเปรียบเทียบค่าสถิติ 2 กลุ่มด้วยวิธี t-test และการทดสอบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มด้วยการทดสอบความแปรปรวน (ANOVA) หลังจากนั้นเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ที่กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาที่อายุ 18 ปีขึ้นไปและอาศัยอยู่ในนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา (Myanmar) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 24 มีนาคม – 30 เมษายน พ.ศ.2561 โดยการโพสต์และขอให้เพื่อนชาวไทยและชาวเมียนมาช่วยแชร์ลิงค์ (Post and share link) แบบสอบถามที่สร้างในระบบออนไลน์ผ่านทางเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก ร่วมกับการแจกแบบสอบถามแบบเผชิญหน้า (Face To Face) ตามแหล่งชุมชนในนครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา จนได้ข้อมูลที่ครบสมบูรณ์จากแบบสอบถาม และสามารถนำมาใช้วิเคราะห์ผลจำนวน 400 ชุด

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนตามลำดับ ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง
- ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง
- ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง
- ส่วนที่ 4 ความต้องการในการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ ของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง
- ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นผู้สมัครโทรทัศน์ไทยที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หญิง	269	67.25
ชาย	131	32.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 4.1 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยเพศหญิงมีจำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.25 ขณะที่เพศชายมีจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18 – 25 ปี	161	40.25
26 – 35 ปี	143	35.75
36 – 45 ปี	53	13.25
46 – 55 ปี	29	7.25
56 ปีขึ้นไป	14	3.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.2 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปีมากที่สุด โดยมีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 และผู้ที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี ซึ่งมีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุดของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่ได้เรียน	4	1.00
ประถมศึกษา	1	0.25
มัธยมศึกษา	16	4.00
อนุปริญญา	183	45.75
ปริญญาตรี	126	31.50
สูงกว่าปริญญาตรี	70	17.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาสูงสุดที่ระดับอนุปริญญามากที่สุด โดยมีจำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 ตามลำดับ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ ระดับประถมศึกษา โดยมีเพียง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.25

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามอาชีพของกลุ่มตัวอย่าง

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	145	36.25
นักเรียน / นักศึกษา	74	18.50
เจ้าของธุรกิจ	66	16.50
ข้าราชการ	29	7.25
แพทย์ พยาบาล ครูอาจารย์	27	6.75
ค้าขาย	25	6.25
พ่อบ้าน / แม่บ้าน หรือ ไม่ได้ทำงาน	23	5.75
ผลิตรายการในวงการบันเทิง	8	2.00
อื่น ๆ เช่น พนักงาน NGO นักออกแบบเสื้อผ้า	3	0.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.4 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด โดยมีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 รองลงมาคือนักเรียน / นักศึกษา จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 และเจ้าของธุรกิจ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละโดยจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่าง

รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 200,000 Kyats (น้อยกว่า 5,000 บาท)	103	25.75
200,000 – 400,000 Kyats (5,000 – 10,000 บาท)	141	35.25
400,001 – 600,000 Kyats (10,001 – 15,000 บาท)	69	17.25
600,001 – 800,000 Kyats (15,001 – 20,000 บาท)	47	11.75
800,001 – 1,000,000 Kyats (20,001 – 25,000 บาท)	20	5.00
1,000,001 – 1,200,000 Kyats (25,001 – 30,000 บาท)	13	3.25
มากกว่า 1,200,000 Kyats (มากกว่า 30,000 บาท)	7	1.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.5 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,000 – 400,000 Kyats (ประมาณ 5,000 – 10,000 บาท) มากที่สุด โดยมีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมาคือน้อยกว่า 200,000 Kyats (น้อยกว่าประมาณ 5,000 บาท) จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.75 และ 400,001 – 600,000 Kyats (ประมาณ 10,001 – 15,000 บาท) จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25

หมายเหตุ สกุลเงินจ๊าด (Kyats) คำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยน 40 Kyats = 1 บาท

ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชน การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ และการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามตารางดังต่อไปนี้



ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อหรือช่องทางการสื่อสารต่อไปนี้

ประเภทสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร	ระดับความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	เป็นประจำ	บ่อย ๆ	เป็นบางครั้ง	น้อย	แทบจะไม่			
สื่อมวลชน								
รายการโทรทัศน์ เช่น รายการข่าวบันเทิง	219 (54.75)	55 (13.75)	66 (16.50)	33 (8.25)	27 (6.75)	4.02	1.29	บ่อย ๆ
ข่าวบันเทิงทางหนังสือพิมพ์	79 (19.75)	111 (27.75)	100 (25.00)	54 (13.50)	56 (14.00)	3.26	1.30	เป็นบางครั้ง
ข่าวบันเทิงทางนิตยสาร	41 (10.25)	60 (15.00)	168 (42.00)	80 (20.00)	51 (12.75)	2.90	1.12	เป็นบางครั้ง
รายการวิทยุ	25 (6.25)	45 (11.25)	165 (41.25)	65 (16.25)	100 (25.00)	2.57	1.16	น้อย
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชนโดยรวม						3.19	1.01	เป็นบางครั้ง
สื่อออนไลน์								
Facebook ที่ Fanclub ชาวเมียนมาสร้างขึ้น เช่น Thai Drama Collection ,Thai Drama & Movie Lover	281 (70.25)	61 (15.25)	27 (6.75)	17 (4.25)	14 (3.50)	4.45	1.03	เป็นประจำ
เว็บไซต์ เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือสถานีโทรทัศน์ที่มีเว็บไซต์ของตนเอง	111 (27.75)	93 (23.25)	139 (34.75)	35 (8.75)	22 (5.50)	3.59	1.14	บ่อย ๆ
Instagram (IG) ส่วนตัวของดารานักแสดงชาวไทย	121 (30.25)	88 (22.00)	109 (27.25)	42 (10.50)	40 (10.00)	3.52	1.29	บ่อย ๆ
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อออนไลน์โดยรวม						3.85	0.89	บ่อย ๆ
สื่อบุคคล								
เพื่อน	41 (10.25)	60 (15.00)	168 (42.00)	80 (20.00)	51 (12.75)	3.67	1.24	บ่อย ๆ
สมาชิกในครอบครัว	219 (54.75)	55 (13.75)	66 (16.50)	33 (8.75)	27 (6.75)	3.29	1.42	เป็นบางครั้ง
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อบุคคลโดยรวม						3.47	1.12	บ่อย ๆ
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยโดยรวม						3.47	0.82	บ่อย ๆ

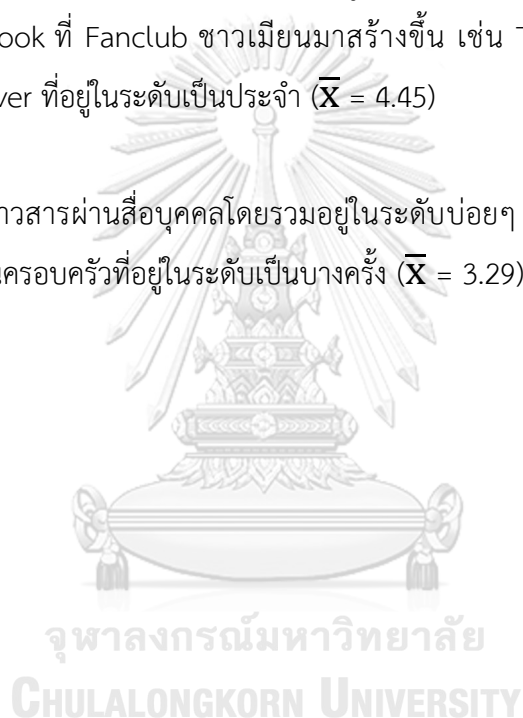
n=400

จากตารางที่ 4.6 อธิบายได้ว่า ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารหรือเนื้อหาเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมทุกช่องทางอยู่ในระดับบ่อยๆ ($\bar{X} = 3.47$) ทั้งนี้ มีเพียงช่องทางสื่อมวลชนที่อยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ($\bar{X} = 3.19$)

เมื่อพิจารณาในแต่ละช่องทาง พบว่า การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนโดยรวมอยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ($\bar{X} = 3.19$) มีเพียงการเปิดรับข่าวสารผ่านรายการวิทยุที่อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.57$)

การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับบ่อย ๆ ($\bar{X} = 3.85$) มีเพียงการเปิดรับข่าวสารผ่าน Facebook ที่ Fanclub ชาวเมียนมาสร้างขึ้น เช่น Thai Drama Collection, Thai Drama & Movie Lover ที่อยู่ในระดับเป็นประจำ ($\bar{X} = 4.45$)

การเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับบ่อยๆ ($\bar{X} = 3.47$) มีเพียงการเปิดรับข่าวสารผ่านสมาชิกในครอบครัวที่อยู่ในระดับเป็นบางครั้ง ($\bar{X} = 3.29$)



ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ประกอบด้วย ช่องทางในการรับชม ความถี่ในการรับชม ระยะเวลาการรับชม ช่วงเวลาที่รับชมในทำงานหรือวันจันทร์ - วันศุกร์ ช่วงเวลาที่รับชมในวันหยุดหรือวันเสาร์ - วันอาทิตย์ สถานที่ที่รับชม บุคคลที่รับชมด้วยกัน ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชม ความต่อเนื่องในการรับชม และเหตุผลในการรับชม ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่องทางในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

ช่องทางในการรับชม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โทรทัศน์ช่องต่าง ๆ	292	73.00
ผ่านวีซีดี / ดีวีดี	172	43.00
Facebook	106	26.50
Youtube	100	25.00
เว็บไซต์ mynarmartvchannel	75	18.75
เว็บไซต์ Pyoneplay	43	10.75
อื่น ๆ	4	1.00

n=400

*หมายเหตุ คำถามนี้สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.7 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ มากที่สุด จำนวน 292 คน คิดเป็นร้อยละ 73.00 รองลงมาคือ รับชมผ่านทางแผ่นวีซีดี / ดีวีดี จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 และรับชมผ่าน Facebook จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำนวน ร้อยละ และความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ต่อ 1 สัปดาห์

ความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยต่อ 1 สัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1 - 2 วัน	203	50.75	1.96	1.29	ต่ำ (3 - 4 วัน)
3 - 4 วัน	107	26.75			
5 วัน	36	9.00			
6 วัน	13	3.25			
รับชมทุกวัน	41	10.25			
รวม	400	100			

จากตารางที่ 4.8 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยอยู่ในระดับต่ำ โดยรับชมเฉลี่ย 3 - 4 วัน / 1 สัปดาห์ ($\bar{X} = 1.96$)

หมายเหตุ : เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 5 ระดับดังต่อไปนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง สูงมาก (รับชมทุกวัน)
- ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง สูง (6 วัน)
- ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง ปานกลาง (5 วัน)
- ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง ต่ำ (3 - 4 วัน)
- ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง ต่ำมาก (1 - 2 วัน)

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำนวน และร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละวัน

ระยะเวลาในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในแต่ละวัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	163	40.75	1.94	1.05	ต่ำ (1 – 2 ชั่วโมง)
1 – 2 ชั่วโมง	152	38.00			
2 – 4 ชั่วโมง	44	11.00			
4 – 6 ชั่วโมง	27	6.75			
6 ชั่วโมงขึ้นไป	14	3.50			
รวม	400	100			

จากตารางที่ 4.9 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยอยู่ในระดับต่ำ โดยรับชมเฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมง / 1 วัน ($\bar{X} = 1.94$)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

หมายเหตุ : เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 5 ระดับดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	สูงมาก (6 ชั่วโมงขึ้นไป)
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	สูง (4 – 6 ชั่วโมง)
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง (2 – 4 ชั่วโมง)
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	ต่ำ (1 – 2 ชั่วโมง)
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	หมายถึง	ต่ำมาก (น้อยกว่า 1 ชั่วโมง)

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงเวลาการชมละครโทรทัศน์ไทยในวันทำงานหรือวันจันทร์ – วันศุกร์

ช่วงเวลาการรับชมในวันทำงานหรือวันจันทร์ – วันศุกร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
06.01 - 09.00 น.	142	35.50
09.01 - 12.00 น.	153	38.25
12.01 - 15.00 น.	40	10.00
15.01 - 18.00 น.	85	21.25
18.01 - 21.00 น.	122	30.50
21.01 - 00.00 น.	108	27.00
00.01 - 03.00 น.	33	8.25
03.01 - 06.00 น.	24	6.00

n=400

*หมายเหตุ คำถามนี้สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.10 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยในวันทำงานหรือวันจันทร์ – วันศุกร์ช่วงเวลา 09.01 - 12.00 น. มากที่สุด จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.25 รองลงมาคือ รับชมในช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น. จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และรับชมช่วงเวลา 18.01 - 21.00 น. จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงเวลาการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในวันหยุดหรือวันเสาร์ – วันอาทิตย์

ช่วงเวลาการรับชมในวันหยุดหรือวันเสาร์ – วันอาทิตย์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
06.01 - 09.00 น.	109	27.25
09.01 - 12.00 น.	169	42.25
12.01 - 15.00 น.	79	19.75
15.01 - 18.00 น.	105	26.25
18.01 - 21.00 น.	125	31.25
21.01 - 00.00 น.	98	24.50
00.01 - 03.00 น.	34	8.50
03.01 - 06.00 น.	36	9.00

n=400

*หมายเหตุ คำถามนี้สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.11 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างชมละครโทรทัศน์ไทยในวันหยุดหรือวันเสาร์ – วันอาทิตย์ในช่วงเวลา 09.01 - 12.00 น. มากที่สุด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 รองลงมาคือ รับชมในช่วงเวลา 18.01 - 21.00 น. จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.25 และรับชมช่วงเวลา 06.01 - 09.00 น. จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามสถานที่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

สถานที่ในการรับชม ละครโทรทัศน์ไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้าน / ที่พักอาศัย	381	95.25
บนรถโดยสาร / ระหว่างเดินทาง	101	25.25
ที่ทำงาน	94	23.50
บ้านเพื่อน	55	13.75
ร้านอาหารไทย	39	9.75
สถานศึกษา	36	9.00
อื่น ๆ	2	0.50

n=400

*หมายเหตุ คำถามนี้สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.12 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์ไทยที่บ้าน / ที่พักอาศัย จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.25 รองลงมาคือรับชมบนรถโดยสาร / ระหว่างเดินทาง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.25 และรับชมในที่ทำงาน จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามบุคคลที่กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยกัน

บุคคลที่กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยกัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับชมคนเดียว	254	63.50
รับชมพร้อมกับครอบครัว	228	57.00
รับชมพร้อมกับเพื่อน	158	39.50
รับชมพร้อมกับคนรัก	38	9.50

n=400

*หมายเหตุ คำถามนี้สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตารางที่ 4.13 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพียงคนเดียวมากที่สุด โดยมีจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมาคือรับชมพร้อมกับครอบครัว จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 ลำดับถัดมาคือรับชมพร้อมกับเพื่อน จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 และรับชมพร้อมกับคนรักน้อยที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทย

การตัดสินใจเลือกรับชม ละครโทรทัศน์ไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตัดสินใจเลือกรับชมด้วยตนเอง	212	53.00
รับชมตามครอบครัว	65	16.25
รับชมตามการโฆษณาของสื่อ	59	14.75
รับชมตามเพื่อน	34	8.50
รับชมตามกระแสความนิยมในสังคม	27	6.75
อื่น ๆ	3	0.75
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.14 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างครึ่งหนึ่งตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยตนเอง โดยมีจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือรับชมตามครอบครัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.25 และรับชมตามการโฆษณาของสื่อ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.75 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับความถี่ในการติดตามรับชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละเรื่อง

ความถี่ในการติดตามชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละเรื่อง	ระดับความถี่ในการติดตามรับชม					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ตั้งใจชมต่อเนื่องทุกตอนตั้งแต่ที่เริ่มออกอากาศ	118 (29.50)	117 (29.25)	114 (28.50)	27 (6.75)	24 (6.00)	3.70	1.14	มาก
ชมเกือบทุกตอน	87 (21.75)	121 (30.25)	103 (25.75)	48 (12.00)	41 (10.25)	3.41	1.24	มาก
ชมเฉพาะเมื่อมีเวลาว่าง	85 (21.25)	102 (25.50)	102 (25.50)	70 (17.50)	41 (10.25)	3.30	1.27	ปานกลาง
เปิดชมสลับไปมากับรายการอื่น ๆ	36 (9.00)	115 (28.75)	135 (33.75)	57 (14.25)	57 (14.25)	3.04	1.17	ปานกลาง
ชมเฉพาะบางตอนที่ต้องการ	44 (11.00)	93 (23.25)	144 (36.00)	54 (13.50)	65 (16.25)	2.99	1.21	ปานกลาง
ชมเฉพาะตอนจบหรือใกล้ถึงตอนจบ	36 (9.00)	32 (8.00)	166 (41.50)	62 (15.50)	104 (26.00)	2.58	1.21	น้อย
เพียงเปิดละครทิ้งไว้เป็นเพื่อน	24 (6.00)	19 (4.75)	73 (18.25)	80 (20.00)	204 (51.00)	1.95	1.19	น้อย

n=400

จากตารางที่ 4.15 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีการติดตามรับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างต่อเนื่องในระดับมาก 2 ประเด็น คือ ตั้งใจชมต่อเนื่องทุกตอนตั้งแต่ที่เริ่มออกอากาศ (\bar{X} = 3.70) และชมเกือบทุกตอน (\bar{X} = 3.41)

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับเหตุผลในการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทย

เหตุผลที่เลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทย	ระดับความเห็นด้วยของเหตุผล					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
เนื้อหาสนุก เพลิดเพลิน	160 (40.00)	139 (34.75)	80 (20.00)	11 (2.75)	10 (2.50)	4.07	0.97	มาก
ดารานักแสดง สวยงาม	171 (42.75)	119 (29.75)	77 (19.25)	20 (5.00)	13 (3.25)	4.04	1.06	มาก
ดารานักแสดงแสดง ดี สมบทบาท	145 (36.25)	126 (31.50)	95 (23.75)	26 (6.50)	8 (2.00)	3.93	1.02	มาก
สถานที่ถ่ายทำ สวยงาม	135 (33.75)	93 (23.25)	109 (27.25)	50 (12.50)	13 (3.25)	3.72	1.15	มาก
เนื้อหาของละครมี สาระ	104 (26.00)	131 (32.75)	127 (31.75)	24 (6.00)	14 (3.50)	3.72	1.03	มาก
เนื้อหาละคร ใกล้เคียงกับชีวิตจริง	92 (23.00)	131 (32.75)	129 (32.25)	25 (6.25)	23 (5.75)	3.61	1.08	มาก
เนื้อหาละครสะท้อน ให้เห็นชีวิตจริง	79 (19.75)	127 (31.75)	139 (34.75)	33 (8.25)	22 (5.50)	3.52	1.07	มาก
เครื่องแต่งกายของ นักแสดงงดงาม	107 (26.75)	82 (20.50)	109 (27.25)	82 (20.50)	20 (5.00)	3.44	1.22	มาก
เนื้อหาของละครมี คติสอนใจที่ดี	88 (22.00)	96 (24.00)	135 (33.80)	63 (15.75)	18 (4.50)	3.43	1.13	มาก
ได้เรียนรู้สิ่งที่ไม่เคย รู้มาก่อน	112 (28.00)	85 (21.25)	71 (17.75)	93 (23.25)	39 (9.75)	3.35	1.36	ปาน กลาง
นำเนื้อหาในละคร มาพูดคุยในวง สนทนาได้	61 (15.25)	61 (15.25)	91 (22.75)	72 (18.00)	115 (28.75)	2.70	1.42	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.16 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับเหตุผลโดยรวมในการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยในระดับมาก มีเพียงเหตุผลด้านการได้เรียนรู้สิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อน ($\bar{X} = 3.35$) และการนำเนื้อหาในละครมาพูดคุยในวงสนทนาได้ ($\bar{X} = 2.70$) ที่เห็นด้วยในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 4 ความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ ของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ประกอบด้วย แนวละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชม องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชม คุณสมบัติของดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชม เนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมาที่ต้องการรับชม และรูปแบบของละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชม ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งโดยภาพรวม

ความต้องการในการรับชม ละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชม ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง	\bar{X}	S.D.	ระดับความต้องการ
ด้านดารานักแสดงนำ	4.09	0.66	มาก
ด้านเนื้อหาเรื่องราว	3.99	0.88	มาก
ด้านองค์ประกอบละคร	3.81	0.73	มาก
ด้านแนวละครโทรทัศน์	3.51	0.70	มาก
โดยรวม	3.76	0.59	มาก

n=400

จากตาราง 4.17 อธิบายได้ว่า ความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) โดยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเฉลี่ยในด้านดารานักแสดงนำสูงสุด ($\bar{X} = 4.09$)

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามแนวละครโทรทัศน์ไทย

แนวละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชม	ระดับความต้องการรับชม					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
แนวชีวิตรัก	158 (39.50)	137 (34.25)	67 (16.75)	24 (6.00)	14 (3.50)	4.00	1.06	มาก
แนวรักโรแมนติก	138 (34.50)	137 (34.25)	83 (20.75)	26 (6.50)	16 (4.00)	3.89	1.08	มาก
แนวตลก	124 (31.00)	112 (28.00)	113 (28.25)	39 (9.75)	12 (3.00)	3.74	1.09	มาก
แนวประวัติศาสตร์	146 (36.50)	99 (24.75)	86 (21.50)	36 (9.00)	33 (8.25)	3.72	1.27	มาก
แนวผีตลก	128 (32.00)	103 (25.75)	109 (27.25)	30 (7.50)	30 (7.50)	3.67	1.21	มาก
แนวผีน่ากลัว	118 (29.50)	114 (28.50)	111 (27.75)	24 (6.00)	33 (8.25)	3.65	1.20	มาก
แนวสะท้อนปัญหาสังคม	112 (28.00)	124 (31.00)	88 (22.00)	48 (12.00)	28 (7.00)	3.61	1.21	มาก
แนวสืบสวนสอบสวน	101 (25.25)	121 (30.25)	108 (27.00)	44 (11.00)	26 (6.50)	3.57	1.17	มาก
แนวอาชญากรรม	91 (22.75)	113 (28.25)	125 (31.25)	32 (8.00)	39 (9.75)	3.46	1.21	มาก
แนวผจญภัย	94 (23.50)	120 (30.00)	94 (23.50)	56 (14.00)	36 (9.00)	3.45	1.24	มาก
แนวเพลง	118 (29.50)	105 (26.25)	70 (17.50)	53 (13.25)	54 (13.50)	3.45	1.38	มาก
แนวบู๊และต่อสู้	85 (21.25)	101 (25.25)	117 (29.25)	51 (12.75)	46 (11.50)	3.32	1.26	ปานกลาง
แนวจินตนาการ (แฟนตาซี)	81 (20.25)	112 (28.00)	100 (25.00)	63 (15.75)	44 (11.00)	3.31	1.26	ปานกลาง
แนวที่เกี่ยวกับสัตว์	49 (12.25)	76 (19.00)	124 (31.00)	92 (23.00)	59 (14.75)	2.91	1.22	ปานกลาง
แนวที่เกี่ยวกับเด็ก	45 (11.25)	81 (20.25)	126 (31.50)	88 (22.00)	60 (15.00)	2.91	1.21	ปานกลาง
แนวละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชมโดยรวม						3.51	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.18 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมทุกแนว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) มีเพียง 4 แนวละครที่ต้องการรับชมในระดับปานกลาง ได้แก่ แนวแนวบู๊ และต่อสู้ด้วยศิลปะป้องกันตัว ($\bar{X} = 3.32$) แนวจินตนาการ (แฟนตาซี) ($\bar{X} = 3.31$) แนวที่เกี่ยวกับสัตว์ ($\bar{X} = 2.91$) และแนวที่เกี่ยวกับเด็ก ($\bar{X} = 2.91$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชม ละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย

องค์ประกอบของ ละครโทรทัศน์ไทย ที่ต้องการรับชม	ระดับความต้องการรับชม					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
เค้าโครงเรื่องมีทั้ง สุข เศร้า ตลก	208 (52.00)	120 (30.00)	47 (11.75)	13 (3.25)	12 (3.00)	4.25	0.99	มากที่สุด
แก่นเรื่องที่มักให้ ผู้ชมได้คิดเวลาชม	214 (53.50)	91 (22.75)	73 (18.25)	9 (2.25)	13 (3.25)	4.21	1.03	มากที่สุด
การเล่าเรื่องที่ สนุกสนาน	171 (42.75)	142 (35.50)	64 (16.00)	15 (3.75)	8 (2.00)	4.13	0.95	มาก
การแสดงออกของ ตัวละครที่สามารถ สื่ออารมณ์ได้	160 (40.00)	138 (34.50)	74 (18.50)	16 (4.00)	12 (3.00)	4.05	1.01	มาก
การเล่าเรื่องที่มีเหตุ และผล	163 (40.75)	128 (32.00)	78 (19.50)	19 (4.75)	12 (3.00)	4.03	1.03	มาก
สถานที่ถ่ายทำ สวยงาม	158 (39.50)	124 (31.00)	88 (22.00)	16 (4.00)	14 (3.50)	3.99	1.05	มาก
นางเอกที่เข้มแข็ง สู้ คน	169 (42.25)	117 (29.25)	74 (18.50)	22 (5.50)	18 (4.50)	3.99	1.11	มาก
นางเอกที่ยึดมั่นใน ศักดิ์ศรี	153 (38.25)	130 (32.50)	76 (19.00)	21 (5.25)	20 (5.00)	3.94	1.11	มาก
นางเอกที่อ่อนหวาน บอบบาง	153 (38.25)	134 (33.50)	74 (18.50)	16 (4.00)	23 (5.75)	3.94	1.12	มาก

(ตารางมีต่อ)

(ตารางที่ 4.19 ต่อ)

องค์ประกอบของ ละครโทรทัศน์ไทย ที่ต้องการรับชม	ระดับความต้องการรับชม					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
สถานที่ถ่ายทำ แปลกใหม่ ไม่ซ้ำซาก	139 (34.75)	134 (33.50)	93 (23.25)	23 (5.75)	11 (2.75)	3.92	1.03	มาก
เครื่องแต่งกาย นักแสดงที่สอดคล้อง กับแนวละคร	145 (36.25)	117 (29.25)	107 (26.75)	21 (5.25)	10 (2.50)	3.91	1.03	มาก
นางเอกที่จิตใจดี มี เมตตา	130 (32.50)	155 (38.75)	81 (20.25)	16 (4.00)	18 (4.50)	3.91	1.04	มาก
เครื่องแต่งกายของ นักแสดงที่สวยงาม	140 (35.00)	115 (28.75)	103 (25.75)	29 (7.25)	13 (3.25)	3.86	1.07	มาก
พระเอกที่เก่งหรือ เป็นวีรบุรุษ (Hero)	133 (33.25)	135 (33.75)	82 (20.50)	28 (7.00)	22 (5.50)	3.82	1.13	มาก
นางเอกที่ไม่มีว้าแต่รอ ความช่วยเหลือจาก ผู้ชาย	146 (36.50)	96 (24.00)	90 (22.50)	44 (11.00)	24 (6.00)	3.74	1.23	มาก
พระเอกที่เจียบขริ่ม ไม่โอ้อวด	167 (41.75)	67 (16.75)	87 (21.75)	54 (13.50)	25 (6.25)	3.74	1.29	มาก
พระเอกที่มีจิตใจดี อบอุ่น อ่อนโยน	121 (30.25)	93 (23.25)	118 (29.50)	50 (12.50)	18 (4.50)	3.62	1.17	มาก
พระเอกที่เอาแต่ใจ	59 (14.75)	72 (18.00)	101 (25.25)	99 (24.75)	69 (17.25)	2.88	1.30	ปาน กลาง
พระเอกที่โหดร้าย เถื่อน	40 (10.00)	65 (16.25)	84 (21.00)	63 (15.75)	148 (37.00)	2.47	1.39	น้อย
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชมโดยรวม						3.81	0.73	มาก

จากตารางที่ 4.19 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในด้านองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า องค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทยที่กลุ่มตัวอย่างต้องการมากที่สุด ได้แก่ ค่าโครงเรื่องที่มีทั้งสุข เศร้า ตลก ($\bar{X} = 4.25$) และแก่นเรื่องที่มักให้ผู้ชมได้ขบคิดเวลารับชม ($\bar{X} = 4.21$) ต้องการในระดับปานกลางด้านพระเอกที่เอาแต่ใจ ($\bar{X} = 2.88$) และต้องการในระดับน้อยมีเพียงด้านพระเอกที่โหดร้าย เถื่อน ($\bar{X} = 2.47$)

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามคุณสมบัติของดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทย

คุณสมบัติของ ดารานักแสดงนำ ที่ต้องการ	ระดับความต้องการรับชม					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
แสดงละครได้สม บทบาท ตีบทแตก	232 (58.00)	130 (32.50)	33 (8.25)	2 (0.50)	3 (0.75)	4.47	0.73	มากที่สุด
มีหน้าตาและ รูปร่างที่สวยงาม	216 (54.00)	128 (32.00)	44 (11.00)	8 (2.00)	4 (1.00)	4.36	0.83	มากที่สุด
มีชื่อเสียงโด่งดัง	148 (37.00)	153 (38.25)	78 (19.50)	16 (4.00)	5 (1.25)	4.06	0.91	มาก
มีผลงานละครที่ ได้รับการยอมรับ เช่น ได้รางวัล	116 (29.00)	149 (37.25)	103 (25.75)	16 (4.00)	16 (4.00)	3.83	1.02	มาก
เป็นดาราที่โฆษณา สินค้าในประเทศ เมียนมา	136 (34.00)	103 (25.75)	106 (26.50)	360 (7.50)	25 (6.25)	3.74	1.18	มาก
คุณสมบัติของดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการโดยรวม						4.09	0.66	มาก

จากตารางที่ 4.20 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านคุณสมบัติของดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) โดยคุณสมบัติของดารานักแสดงนำที่ต้องการมากที่สุด ได้แก่ แสดงละครได้สมบทบาทตีบทแตก ($\bar{X} = 4.47$) และ มีหน้าตา รูปร่างที่สวยงาม ($\bar{X} = 4.36$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามเนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมา

เนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา	ระดับความต้องการรับชม					\bar{X}	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
หากเป็นตัวละครที่กล่าวถึงชาวเมียนมาจะต้องแต่งกายได้สมจริง	205 (51.25)	92 (23.00)	66 (16.50)	18 (4.50)	19 (4.75)	4.11	1.13	มาก
หากเป็นละครที่มีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับชาวเมียนมาจะต้องมีความสมจริง	179 (44.75)	116 (29.00)	69 (17.25)	19 (4.75)	17 (4.25)	4.05	1.09	มาก
ลักษณะนิสัยของตัวละครตรงตามลักษณะนิสัยของชาวเมียนมา	148 (37.00)	144 (36.00)	75 (18.75)	19 (4.75)	14 (3.50)	3.98	1.03	มาก
สอดคล้องกับประเพณีและวัฒนธรรมของชาวเมียนมา	145 (36.25)	145 (36.25)	77 (19.25)	20 (5.00)	13 (3.25)	3.97	1.02	มาก
มีเรื่องราวใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของชาวเมียนมา	135 (33.75)	128 (32.00)	88 (22.00)	31 (7.75)	18 (4.50)	3.83	1.12	มาก
เนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมาโดยรวม						3.99	0.88	มาก

จากตารางที่ 4.21 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาเรื่องราวสัมพันธ์กับชาวเมียนมาโดยรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) โดยเนื้อหาเรื่องราวที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุดคือ หากเป็นตัวละครที่กล่าวถึงชาวเมียนมาจะต้องแต่งกายได้สมจริง ($\bar{X} = 4.11$)

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามรูปแบบของละครโทรทัศน์ไทยที่กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชม

รูปแบบของละครโทรทัศน์ไทย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แปลคำบรรยายเป็นภาษาเมียนมา (Subtitle) และคงเสียงพูดภาษาไทยไว้	346	86.50
พากย์เสียงใหม่เป็นภาษาเมียนมา (Dubbing)	54	13.50
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.22 อธิบายได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในรูปแบบแปลคำบรรยายเป็นภาษาเมียนมา (Subtitle) และคงเสียงพูดภาษาไทยไว้ โดยมีจำนวน 346 คน คิดเป็นร้อยละ 86.50 ขณะที่อีก 54 คนที่เหลือ คิดเป็นร้อยละ 13.50 ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยแบบพากย์เสียงใหม่เป็นภาษาเมียนมา (Dubbing)

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ มุ่งทดสอบความแตกต่างด้านอายุ เพศ และระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งด้านการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยและพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในปัจจุบัน รวมไปถึงความต้องการด้านต่าง ๆ ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย เพื่อให้ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายละครโทรทัศน์ไทยได้เข้าใจและสามารถเลือกละครโทรทัศน์ไทยมาออกอากาศได้ตรงตามความต้องการของผู้ชมชาวเมียนมาได้มากยิ่งขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ผู้วิจัยทดสอบสมมติฐานงานวิจัยจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งจำนวน 400 คน โดยใช้การเปรียบเทียบค่าสถิติ 2 กลุ่มด้วยวิธี t-test และการทดสอบความแตกต่างมากกว่า 2 กลุ่มด้วยการทดสอบความแปรปรวน (ANOVA) หลังจากนั้นจึงเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ที่กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อย่างไรก็ตาม ในครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรต้น คือ เพศ อายุ และระดับการศึกษาสูงสุดในขณะที่ตัวแปรตาม คือ ความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย ความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทย และระดับความต้องการด้านต่าง ๆ ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย โดยผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัยนี้จะปรากฏในตารางที่ 4.23 – ตารางที่ 4.31 ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

สมมติฐานที่ 1.1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เพศชายและหญิง

ความถี่ในการเปิดรับ ข่าวสารเกี่ยวกับละคร โทรทัศน์ไทย	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t-test	p
สื่อมวลชน	ชาย	131	3.44	0.93	3.71	0.000*
	หญิง	269	3.06	1.03		
สื่อออนไลน์	ชาย	131	3.84	0.87	-0.15	0.883
	หญิง	269	3.86	0.91		
สื่อบุคคล	ชาย	131	3.54	1.11	0.79	0.431
	หญิง	269	3.44	1.12		
โดยรวม	ชาย	131	3.60	0.79	2.13	0.034*
	หญิง	269	3.41	0.83		

*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อออนไลน์และสื่อบุคคล ไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชนและสื่อโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงอายุ

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
สื่อมวลชน	18-25 ปี	161	2.94	1.03	7.45	0.000*	3,4,5 > 2 > 1
	26-35 ปี	143	3.18	1.05			
	36-45 ปี	53	3.50	0.87			
	46-55 ปี	29	3.69	0.59			
	56 ปีขึ้นไป	14	3.86	0.54			
สื่อออนไลน์	18-25 ปี	161	3.97	0.91	2.48	0.043*	1,2,3,5 > 4
	26-35 ปี	143	3.86	0.90			
	36-45 ปี	53	3.72	0.86			
	46-55 ปี	29	3.48	0.75			
	56 ปีขึ้นไป	14	3.64	0.82			
สื่อบุคคล	18-25 ปี	161	3.42	1.07	3.62	0.006*	5 > 1 5,4 > 2
	26-35 ปี	143	3.32	1.20			
	36-45 ปี	53	3.67	1.07			
	46-55 ปี	29	3.78	1.00			
	56 ปีขึ้นไป	14	4.29	0.61			

*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 1) 18 - 25 ปี

กลุ่มที่ 2) 26 - 35 ปี

กลุ่มที่ 3) 36 - 45 ปี

กลุ่มที่ 4) 46 - 55 ปี

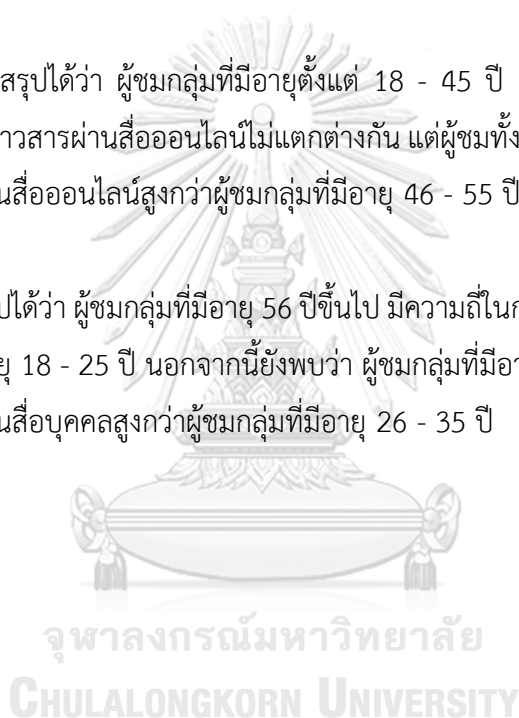
กลุ่มที่ 5) 56 ปีขึ้นไป

จากตารางที่ 4.24 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) พบว่า **ด้านสื่อมวลชน** สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน แต่มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 18 - 35 ปี โดยผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 26 - 35 ปี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 18 - 25 ปี

สื่อออนไลน์ สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 45 ปี และกลุ่มที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชมทั้ง 4 กลุ่มอายุดังกล่าว มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 46 - 55 ปี

สื่อบุคคล สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 18 - 25 ปี นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 26 - 35 ปี



สมมติฐานที่ 1.3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความถี่ในการเปิดรับข่าวสาร	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	p	คู่อันดับ
สื่อมวลชน	ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	3.01	1.02	21.58	0.000*	2 > 4 > 1,3
	อนุปริญญา	183	3.56	0.82			
	ปริญญาตรี	126	2.69	1.07			
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	3.13	1.00			
สื่อออนไลน์	ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	3.69	0.72	4.47	0.004*	1,2 > 3,4
	อนุปริญญา	183	4.03	0.70			
	ปริญญาตรี	126	3.68	1.10			
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	3.74	0.92			
สื่อบุคคล	ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	3.53	1.12	20.61	0.000*	2 > 1,4 > 3
	อนุปริญญา	183	3.85	0.98			
	ปริญญาตรี	126	2.90	1.12			
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	3.48	1.05			

*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

n = 396

กลุ่มที่ 1) ต่ำกว่าอนุปริญญา หมายถึง ประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

กลุ่มที่ 2) อนุปริญญา

กลุ่มที่ 3) ปริญญาตรี

กลุ่มที่ 4) สูงกว่าปริญญาตรี

จากตารางที่ 4.25 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) พบว่า **ด้าน สื่อมวลชน** สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญาและระดับปริญญาตรีขึ้นไป นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี

สื่อออนไลน์ สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญาและระดับอนุปริญญา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อออนไลน์สูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

สื่อบุคคล สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อบุคคลสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญาและระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยพบว่าผู้ชมในกลุ่มระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อบุคคลต่ำที่สุด

สมมติฐานที่ 2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อยคือ

สมมติฐานที่ 2.1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เพศชายและเพศหญิง

เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t-test	p
ชาย	131	1.60	1.02	-4.38	0.000*
หญิง	269	2.13	1.36		

*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

จากตารางที่ 4.26 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงอายุ

อายุ	n	\bar{X}	S.D	F	p	คู่ที่ต่างกัน
18 – 25 ปี	161	2.06	1.37	3.04	0.017*	5 > 1,2,3,4
26 – 35 ปี	143	1.84	1.17			
36 – 45 ปี	53	1.81	1.27			
46 – 55 ปี	29	1.72	1.00			
56 ปีขึ้นไป	14	2.93	1.54			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 1) 18 – 25 ปี

กลุ่มที่ 2) 26 – 35 ปี

กลุ่มที่ 3) 36 – 45 ปี

กลุ่มที่ 4) 46 – 55 ปี

กลุ่มที่ 5) 56 ปีขึ้นไป

จากตารางที่ 4.27 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) พบว่า ผู้ชมในกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยสูงกว่าผู้ชมในกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 55 ปี ซึ่งมีความถี่ในการชมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D	F	p
ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	2.47	1.50	1.28	0.280
อนุปริญญา	183	1.91	1.19		
ปริญญาตรี	126	1.97	1.43		
สูงกว่าปริญญาตรี	70	1.81	1.08		

*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

n = 396

หมายเหตุ ระดับต่ำกว่าอนุปริญญา หมายถึง ประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

จากตารางที่ 4.28 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ประกอบด้วย 3 สมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง เพศชายและเพศหญิง

ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t-test	p
ด้านแนวละคร	ชาย	131	3.58	0.63	1.41	0.160
	หญิง	269	3.48	0.73		
ด้านองค์ประกอบละคร	ชาย	131	3.71	0.65	-1.92	0.056
	หญิง	269	3.86	0.76		
ด้านดารานักแสดงนำ	ชาย	131	4.07	0.70	-0.33	0.741
	หญิง	269	4.10	0.64		
ด้านเนื้อหาเรื่องราว	ชาย	131	3.97	0.91	-0.28	0.783
	หญิง	269	4.00	0.87		
โดยรวม	ชาย	131	3.74	0.53	-0.57	0.570
	หญิง	269	3.77	0.62		

*แตกต่างกันมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.29 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละคร ด้านองค์ประกอบละคร ด้านดารานักแสดงนำ ด้านเนื้อหาเรื่องราว และความต้องการชมโดยรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามช่วงอายุ

ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
แนวละคร	18-25 ปี	161	3.48	0.78	0.85	0.497	-
	26-35 ปี	143	3.56	0.68			
	36-45 ปี	53	3.38	0.60			
	46-55 ปี	29	3.60	0.59			
	56 ปีขึ้นไป	14	3.59	0.52			
องค์ประกอบละคร	18-25 ปี	161	3.93	0.88	2.69	0.031*	1,2,4,5 > 3
	26-35 ปี	143	3.78	0.69			
	36-45 ปี	53	3.58	0.50			
	46-55 ปี	29	3.71	0.27			
	56 ปีขึ้นไป	14	3.88	0.37			
ดารานักแสดงนำ	18-25 ปี	161	4.08	0.72	0.83	0.507	-
	26-35 ปี	143	4.05	0.69			
	36-45 ปี	53	4.11	0.55			
	46-55 ปี	29	4.23	0.40			
	56 ปีขึ้นไป	14	4.29	0.39			
เนื้อหาเรื่องราว	18-25 ปี	161	3.85	0.97	2.66	0.033*	2,3,4,5 > 1
	26-35 ปี	143	4.02	0.91			
	36-45 ปี	53	4.09	0.72			
	46-55 ปี	29	4.26	0.40			
	56 ปีขึ้นไป	14	4.37	0.50			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กลุ่มที่ 1) 18 – 25 ปี

กลุ่มที่ 2) 26 – 35 ปี

กลุ่มที่ 3) 36 – 45 ปี

กลุ่มที่ 4) 46 – 55 ปี

กลุ่มที่ 5) 56 ปีขึ้นไป

จากตารางที่ 4.30 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครและด้านดารานักแสดงนำ ไม่แตกต่างกัน ขณะที่ ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละครและด้านเนื้อหาเรื่องราว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) พบว่า **ด้านองค์ประกอบละคร** สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีอายุ 18 - 35 ปีและ 46 ปีขึ้นไป มีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 4 กลุ่มนี้มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละครสูงกว่าผู้ชมกลุ่มอายุ 36 - 45 ปี

ด้านเนื้อหาเรื่องราวของละครที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา สรุปได้ว่า ผู้ชมในกลุ่มที่อายุ 26 ปีขึ้นไป มีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 4 กลุ่มนี้มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวของละครที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมาสูงกว่าผู้ชมในกลุ่มที่มีอายุ 18 - 25 ปี

สมมติฐานที่ 3.3

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	F	p	คู่ที่ต่างกัน
แนวละคร	ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	3.72	0.82	8.31	0.000*	1,2,4 > 3
	อนุปริญญา	183	3.66	0.58			
	ปริญญาตรี	126	3.28	0.81			
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	3.48	0.67			
องค์ประกอบละคร	ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	4.26	0.54	3.30	0.020*	1 > 2,3,4
	อนุปริญญา	183	3.84	0.55			
	ปริญญาตรี	126	3.78	0.93			
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	3.67	0.74			
ดารานักแสดงนำ	ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	4.25	0.77	3.79	0.011*	1,2,4 > 3
	อนุปริญญา	183	4.19	0.54			
	ปริญญาตรี	126	3.94	0.77			
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	4.06	0.66			
เนื้อหาเรื่องราว	ต่ำกว่าอนุปริญญา	17	4.06	0.89	3.88	0.009*	1,2,4 > 3
	อนุปริญญา	183	4.06	0.74			
	ปริญญาตรี	126	3.77	1.08			
	สูงกว่าปริญญาตรี	70	4.16	0.79			

*แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

n = 396

กลุ่มที่ 1) ต่ำกว่าอนุปริญญา หมายถึง ประถมศึกษาและมัธยมศึกษา

กลุ่มที่ 2) อนุปริญญา

กลุ่มที่ 3) ปริญญาตรี

กลุ่มที่ 4) สูงกว่าปริญญาตรี

จากตารางที่ 4.31 อธิบายได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยในด้านแนวละคร ด้านองค์ประกอบละคร ด้านดารานักแสดงนำ และด้านเนื้อหาเรื่องราว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

เมื่อทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) พบว่า **ด้านแนวละคร** สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา ระดับอนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 3 กลุ่มดังกล่าว มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ด้านองค์ประกอบละคร สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละครสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีระดับการศึกษาตั้งแต่อนุปริญญาขึ้นไปซึ่งมีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน

ด้านดารานักแสดงนำ สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา ระดับอนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 3 กลุ่มดังกล่าว มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านดารานักแสดงนำสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ด้านเนื้อหาเรื่องราวของละครที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา สรุปได้ว่า ผู้ชมกลุ่มที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญา ระดับอนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 3 กลุ่มดังกล่าว มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวของละครที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมาสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาที่อายุ 18 ปีขึ้นไปและอาศัยอยู่ในนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา (Myanmar) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการโพสต์และขอให้เพื่อนชาวไทยและชาวเมียนมาช่วยแชร์ลิงค์ (Post and share link) แบบสอบถามที่สร้างในระบบออนไลน์ผ่านทางเครือข่ายสังคมเฟซบุ๊ก ร่วมกับการแจกแบบสอบถามแบบเผชิญหน้า (Face to Face) ตามแหล่งชุมชนของนครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมา

ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 24 มีนาคม – 30 เมษายน พ.ศ.2561 จนได้ข้อมูลที่ครบสมบูรณ์จากแบบสอบถามและนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติจำนวน 400 ชุด ซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งซึ่งเป็นผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยจำนวน 400 คน เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปีมากที่สุด มีการศึกษาที่ระดับอนุปริญญามากที่สุด นอกจากนี้ยังประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 200,000 – 400,000 Kyats (ประมาณ 5,000 – 10,000 บาท) มากที่สุด

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง

กลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารหรือเนื้อหาเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมในระดับบ่อย ๆ เมื่อพิจารณาแต่ละช่องทางสรุปได้ดังต่อไปนี้

2.1 สื่อออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารในระดับบ่อย ๆ โดยเปิดรับข่าวสารผ่าน Facebook ที่ Fanclub ชาวเมียนมาสร้างขึ้น เช่น Thai Drama Collection, Thai Drama & Movie Lover เป็นประจำ เปิดรับข่าวสารผ่านเว็บไซต์ เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือ สถานีโทรทัศน์ที่มีเว็บไซต์ของตนเองบ่อย ๆ และเปิดรับข่าวสารผ่านทาง Instagram (IG) ส่วนตัวของดารานักแสดงชาวไทยบ่อย ๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์กับตัวแปรด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง **เพศชายและเพศหญิง** มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 45 ปี และอายุ 56 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์ไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชมทั้ง 4 กลุ่มดังกล่าว มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์สูงกว่าผู้ชมที่อายุ 46 – 55 ปี ขณะที่ระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญาและระดับอนุปริญญา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อออนไลน์สูงกว่าผู้ชมที่มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป

2.2 สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารในระดับบ่อย ๆ โดยเปิดรับข่าวสารผ่านเพื่อน บ่อย ๆ และเปิดรับผ่านสมาชิกในครอบครัวเป็นบางครั้ง

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลกับตัวแปร ด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง **เพศชาย และเพศหญิง** มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มี **อายุและระดับการศึกษา**แตกต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อบุคคล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่อายุ 56 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลสูงกว่าผู้ชมที่อายุ 18 – 25 ปี นอกจากนี้ ผู้ชมที่อายุตั้งแต่ 46 ปีขึ้นไป ยังมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคลสูงกว่าผู้ชมที่อายุ 26 – 35 ปีด้วย ขณะที่ระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อบุคคลสูงกว่าผู้ชมที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญาและระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทั้งนี้ ผู้ชมในระดับปริญญาตรี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อบุคคลต่ำที่สุด

2.3 สื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเป็นบางครั้ง โดยเปิดรับข่าวสารผ่านรายการโทรทัศน์ เช่น รายการข่าวบันเทิง บ่อย ๆ เปิดรับผ่านข่าวบันเทิงทางหนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นบางครั้ง และเปิดรับข่าวสารผ่านรายการวิทยุบ่อย

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนกับตัวแปร ด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มี **เพศ อายุ และระดับการศึกษา**ต่างกัน มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมที่อายุตั้งแต่ 36 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชมทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าว มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมที่อายุ 18 – 35 ปี ส่วนผู้ชมที่อายุ 26 – 35 ปี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมที่อายุ 18 – 25 ปี

ส่วนระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญา มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา และระดับปริญญาตรีขึ้นไป โดยผู้ชมที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าอนุปริญญาและระดับปริญญาตรี

3. พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง

กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ มากที่สุด โดยมีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยโดยเฉลี่ย 3 – 4 วัน / 1 สัปดาห์ และแต่ละวันรับชมโดยเฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมง ด้านช่วงเวลาในการชม กลุ่มตัวอย่างรับชมละครโทรทัศน์ไทยช่วงเวลา 09.01 - 12.00 น. มากที่สุดทั้งวันทำงานหรือวันจันทร์ – วันศุกร์ และ วันหยุดหรือวันเสาร์ – วันอาทิตย์ ส่วนช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างรับชมมากรองลงมาในวันจันทร์ – วันศุกร์ คือเวลา 06.01 - 09.00 น. ขณะที่วันเสาร์ – วันอาทิตย์ กลุ่มตัวอย่างรับชมมากรองลงมาในช่วงเวลา 18.01 - 21.00 น.

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์ไทยที่บ้าน / ที่พักอาศัย โดยรับชมเพียงคนเดียว ตั้งใจชมต่อเนื่องทุกตอนตั้งแต่ที่เริ่มออกอากาศและชมเกือบทุกตอนในระดับมาก นอกจากนี้ยังตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยตนเอง โดยเห็นด้วยกับเหตุผลโดยรวมในการเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยในระดับมาก ได้แก่ เนื้อหาสนุกเพลิดเพลิน ดารานักแสดงสวยงาม ดารานักแสดงแสดงดี สมบทบาท สถานที่ถ่ายทำสวยงาม เนื้อหาของละครมีสาระ เนื้อหาละครใกล้เคียงกับชีวิตจริง เนื้อหาละครสะท้อนให้เห็นชีวิตจริง เครื่องแต่งกายของนักแสดงงดงาม และเนื้อหาของละครมีคติสอนใจที่ดี มีเพียงเหตุผลด้านการได้เรียนรู้สิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อนและการนำเนื้อหาในละครมาพูดคุยในวงสนทนาได้ ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยกับตัวแปรด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศและอายุต่างกัน มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมเพศหญิงมีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยสูงกว่าเพศชาย ขณะที่ด้านอายุ สรุปได้ว่า ผู้ชมที่มีอายุตั้งแต่ 56 ปีขึ้นไป มีความถี่ในการชมละครโทรทัศน์ไทยสูงกว่าผู้ชมที่มีอายุตั้งแต่ 18 – 55 ปี

4. ความต้องการในการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ ของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในรูปแบบแปลคำบรรยายเป็นภาษาเมียนมา (Subtitle) และคงเสียงพูดภาษาไทยไว้ มากกว่าแบบพากย์ใหม่เป็นเสียงภาษาเมียนมา (Dubbing) ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมในระดับมาก สรุปได้ดังนี้

4.1 ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านคุณสมบัติของดารานักแสดงนำ สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการดารานักแสดงนำที่แสดงละครได้สมบทบาท ตีบทแตก และมีหน้าตา รูปร่างที่สวยงามมากที่สุด ส่วนดารานักแสดงนำที่มีชื่อเสียงโด่งดัง มีผลงานละครที่ได้รับการยอมรับ เช่น ด้วงวัล และเป็นดารานักแสดงที่โฆษณาสินค้าในประเทศเมียนมา ต้องการในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านคุณสมบัติของดารานักแสดงนำกับตัวแปรเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศและอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านคุณสมบัติของดารานักแสดงนำ ไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านคุณสมบัติของดารานักแสดงนำ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา ระดับอนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 3 กลุ่มดังกล่าว มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านดารานักแสดงนำสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

4.2 ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมเนื้อหาเรื่องราวต่อไปนี้ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ หากเป็นตัวละครที่กล่าวถึงชาวเมียนมาจะต้องแต่งกายได้สมจริง หากเป็นละครที่มีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับเมียนมาจะต้องมีความสมจริง ลักษณะนิสัยของตัวละครตรงตามลักษณะนิสัยของชาวเมียนมา สอดคล้องกับประเพณีและวัฒนธรรมของชาวเมียนมา และเนื้อหาที่มีเรื่องราวใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของชาวเมียนมา

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา กับตัวแปรด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายและเพศหญิง มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา ไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมในกลุ่มอายุ 26 ปีขึ้นไป มีระดับความต้องการไม่แตกต่างกัน แต่มีระดับความต้องการใน

การรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวสูงกว่าผู้ชมในกลุ่มอายุ 18 – 25 ปี นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ชมที่มีอายุ 56 ปีขึ้นไปหรือวัยผู้ใหญ่มีระดับความต้องการด้านเนื้อหาเรื่องราวสูงที่สุด

ในขณะที่ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการในการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา ระดับอนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 3 กลุ่มดังกล่าว มีระดับความต้องการในการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านเนื้อหาเรื่องราวสูงกว่าผู้ชมกลุ่มระดับปริญญาตรี

4.3 ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละคร สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยซึ่งมีองค์ประกอบละครด้านเค้าโครงเรื่องที่มีทั้งสุข เศร้า ตลก และแก่นเรื่องที่มักให้ผู้ชมได้ขบคิดเวลารับชมมากที่สุด

ส่วนองค์ประกอบที่ต้องการรับชมในระดับมากมีหลายด้าน ได้แก่ การเล่าเรื่องที่สนุกสนาน การแสดงออกของตัวละครที่สามารถสื่ออารมณ์ได้ การเล่าเรื่องที่มีเหตุและผล สถานที่ถ่ายทำสวยงาม นางเอกที่เข้มแข็งสู้คน นางเอกที่ยึดมั่นในศักดิ์ศรี นางเอกที่อ่อนหวานบอบบาง สถานที่ถ่ายทำแปลกใหม่ ไม่ซ้ำซาก เครื่องแต่งกายนักแสดงที่สอดคล้องกับแนวละคร นางเอกที่จิตใจดี มีเมตตา เครื่องแต่งกายของนักแสดงที่สวยงาม พระเอกที่เก่งหรือเป็นวีรบุรุษ (Hero) นางเอกที่ไม่มัวแต่รอความช่วยเหลือจากผู้ชาย พระเอกที่เจียมขริ่ม ไม่โอ้อวด และพระเอกที่มีจิตใจดี อ่อนโยน

นอกจากนี้ ยังมีองค์ประกอบละครที่กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมระดับปานกลางคือ พระเอกที่เอาแต่ใจ และต้องการรับชมในระดับน้อยคือ พระเอกที่โหดร้าย เลื่อน

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละครกับตัวแปรด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง **เพศชายและเพศหญิง** มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละคร ไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมในกลุ่มอายุ 18 – 35 ปีและ 46 ปีขึ้นไป มีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชม 3 กลุ่มดังกล่าว มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละครสูงกว่าผู้ชมในกลุ่มอายุ 36 – 45 ปี

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ชมในกลุ่มอายุ 18 – 25 ปีหรือผู้ชมวัยหนุ่มสาว มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยในด้านองค์ประกอบละครสูงที่สุด

ในขณะที่ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละครสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาขึ้นไป โดยผู้ชมทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าวมีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน

4.4 ความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครโทรทัศน์ไทย สรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครในระดับมาก 11 แนว ได้แก่ แนวชีวิตรัก แนวรักโรแมนติกตลกคอมเมดี้ แนวตลก แนวประวัติศาสตร์ แนวผีตลก แนวผีน่ากลัว แนวสะท้อนปัญหาสังคม แนวสืบสวนสอบสวน แนวอาชญากรรม แนวผจญภัย และแนวเพลง ขณะที่อีก 4 แนวละครต้องการรับชมปานกลาง ได้แก่ แนวบู๊และต่อสู้ด้วยศิลปะป้องกันตัว แนวจินตนาการ(แฟนตาซี) แนวที่เกี่ยวกับสัตว์ และแนวที่เกี่ยวกับเด็ก

ผลการทดสอบสมมติฐานเปรียบเทียบระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครโทรทัศน์ไทยกับตัวแปรด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา สรุปได้ว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีเพศและอายุต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละคร ไม่แตกต่างกัน

ส่วนผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าอนุปริญญา ระดับอนุปริญญา และระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับความต้องการชมไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ชมทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าว มีระดับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครสูงกว่าผู้ชมกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยในข้างต้น ผู้วิจัยจะนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามประเด็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยสูงกว่าผู้ชมเพศหญิง แต่มีความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ต่ำกว่า

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อโดยรวมและสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมเพศหญิง สอดคล้องกับแนวคิดการเปิดรับข่าวสารและผู้รับสารของ McQuail (1997) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เช่น เพศและอายุ ย่อมเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารต่างกันออกไป นอกจากนี้ลักษณะการใช้ชีวิตที่ไม่เหมือนเดิมในแต่ละวัน ย่อมส่งผลให้ผู้รับสารแต่ละคนมีความต้องการและรสนิยมในการเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารต่างกันด้วย เช่นเดียวกับที่ยูบล เบ็ญจรงค์กิจ (2542) อธิบายว่า หญิงชายแตกต่างกันในด้านความคิด ทักษะคิด และค่านิยม เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมนั้นกำหนดบทบาท หน้าที่ รวมถึงกิจกรรมของบุคคลเพศชายและเพศหญิงไว้แตกต่างกัน ผู้ชมเพศหญิงจึงมักจะรับชมละครโทรทัศน์มากกว่าและมีแนวโน้มที่จะต้องการรับส่งข่าวสารมากกว่าผู้ชมเพศชาย

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าสนใจคือ ผู้ชมชาวเมียนมาเพศชายมีความถี่ในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านสื่อโดยรวมและสื่อมวลชนสูงกว่าผู้ชมชาวเมียนมาเพศหญิง แต่ผู้ชมเพศหญิงมีความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยสูงกว่าเพศชาย ที่เป็นเช่นนี้ใกล้เคียงกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารด้านบันเทิงของชาวเมียนมาซึ่งนางสาว นาง ธันดา อู (Nang Thandar Oo) ชาวรัฐฉาน ประเทศเมียนมา (สัมภาษณ์, 23 ธันวาคม 2560) ซึ่งทำงานเป็นนักแปลภาษาเมียนมา-ไทยและเป็นพนักงานบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งในนครย่างกุ้งเป็นเวลานาน อธิบายว่า เมื่อก่อนชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งยังไม่ค่อยรู้จักละครโทรทัศน์ไทยนัก แต่รู้จักและชื่นชอบภาพยนตร์ไทยอยู่หลายเรื่อง โดยชาวเมียนมามักรับชมภาพยนตร์ไทยทั้งจากแผ่นดีวีดีและจากโรงภาพยนตร์ที่ปัจจุบันเริ่มมีจำนวนและคุณภาพดีมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ชายจะรู้จักและชื่นชอบการรับชมภาพยนตร์มากกว่าผู้หญิง ดังนั้นผู้ชายจึงมักหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย ดารานักแสดงในภาพยนตร์ไทย รวมถึงเพลงไทย ทั้งจากสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นและวัยทำงานยุคปัจจุบันมาร่วมพูดคุยกันในหมู่เพื่อนฝูง นอกจากนี้ หากเป็นคู่รัก ฝ่ายชายมักจะเป็นฝ่ายหาข้อมูลเกี่ยวกับภาพยนตร์แล้วนำไปเล่าให้ฝ่ายหญิงฟังเพื่อชักชวนไปชมภาพยนตร์ด้วยกัน แต่ก็มีอีกหลายคู่ที่ผลัดกันหาข้อมูล ดังนั้นในช่วงที่ชาวเมียน

มายังสับสนระหว่างภาพยนตร์ไทยและละครโทรทัศน์ไทยที่เริ่มเข้ามาออกอากาศได้ไม่นาน พวกเขาจึงมักเปิดรับข่าวสารด้านบันเทิงเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย ดารานักแสดงไทย แฟชั่นการแต่งกายและทรงผมของชาวไทย และบางครั้งก็เปิดรับเลยมายังละครโทรทัศน์ไทยเนื่องจากมีดารานักแสดงที่ชื่นชอบร่วมแสดงด้วย สอดคล้องกับคำอธิบายของนางสาว แซนดี้ จอร์ ลวิน (Sandi Kyaw Lwin) (สัมภาษณ์ , 27 กันยายน 2560) วิทยุชุมชนเมียนมาในนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นพนักงานแผนกตัดต่อรายการโทรทัศน์ของสถานีโทรทัศน์ MRTV4 ประเทศเมียนมา โดย แซนดี้ จอร์ ลวิน ขยายความเพิ่มเติมว่า ผู้หญิงทั่วไปจะเน้นที่การรับชมละครโทรทัศน์โดยตรงมากกว่าการสนใจหาข้อมูลหรือเปิดรับข่าวสารประกอบ นอกเสียจากจะเป็นข่าวสารที่เกี่ยวกับละครเรื่องที่น่าสนใจจริง ๆ เช่น มีดารานักแสดงคนโปรดนำแสดง หรือมีเรื่องราวเกี่ยวกับชาวเมียนมา ทั้งนี้ ผู้หญิงชาวเมียนมาโดยทั่วไปรับชมละครโทรทัศน์มากกว่าภาพยนตร์ และผู้หญิงยังรับชมละครโทรทัศน์มากกว่าผู้ชายด้วย ใกล้เคียงกับงานวิจัยของ Alounyang Yongye (2012, อ้างถึงในอัมพร จิรัฐติกร, 2559) พบว่า ผู้ชมชาวม้งในประเทศลาวทั้งหญิงและชายต่างก็นิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทย แต่ส่วนมากแล้วจะเป็นผู้หญิงเสียมากกว่า

ผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งมีพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในช่วงเวลาเช้าของวันทำงาน

ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งมีความถี่ในการรับชมละครโทรทัศน์ไทยโดยเฉลี่ย 3 – 4 วัน / สัปดาห์ ด้วยระยะเวลาเฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมง / วัน โดยรับชมในวันทำงานหรือวันจันทร์ – วันศุกร์ เวลา 09.01 - 12.00 น. มากที่สุด และรองลงมาก็คือเวลา 06.01 - 09.00 น. ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุดในขณะที่ช่วงเวลาที่รับดังกล่าวเป็นช่วงเช้าซึ่งเป็นเวลาเดินทางและทำงาน ผลการวิจัยที่ได้นี้สอดคล้องกับวิถีชีวิตประจำวัน รูปแบบ และวัฒนธรรมการทำงานภายในองค์กรของชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง รวมถึงช่วงเวลาในการออกอากาศซ้ำของละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมาช่วงเช้า ซึ่งสรุปได้จากคำอธิบายของ แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) นาง ธันดา อู (สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561) และนางสาว ปิเย่ พียว ไปน์ (Pyae Phyo Paing) (สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561) ชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง ซึ่งเป็นรองหัวหน้าแผนกช่างภาพ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ในสตูดิโอ ของสถานีโทรทัศน์ MRTV4 ดังต่อไปนี้

1. **ชาวเมียนมาเข้าชมละครโทรทัศน์ไทยเพื่อมาเวลาระหว่างเดินทางมาทำงาน** โดยชาวเมียนมามักตื่นเช้ามาก โดยเฉพาะผู้ที่บ้านพักอยู่ไกลจากสถานที่ทำงานซึ่งจำเป็นต้องออกเดินทางแต่เช้าตรู่โดยใช้บริการสวัสดิการรถรับส่งพนักงาน ซึ่งแทบทุกบริษัทในนครย่างกุ้งจำเป็นต้องมีให้แก่พนักงานทุกเช้าและเย็นเพื่อช่วยพนักงานประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากส่วนใหญ่ได้รับเงินเดือนน้อย ถึงแม้ว่าปัจจุบันเงินเดือนขั้นต่ำของชาวเมียนมาจะถูกปรับให้สูงขึ้นเป็นประมาณ 144,000 จ๊าดต่อเดือน (ประมาณ 3,600 บาท) แล้วก็ตาม ทั้งนี้ รถรับส่งแต่ละคันจะต้องตระเวนรับพนักงานตามจุดต่าง ๆ จากจุดนัดที่ไกลที่สุดจนถึงบริษัท ดังนั้นพนักงานที่ตื่นแต่เช้าเพื่อรอรถมารับจึงสามารถเข้าชมละครโทรทัศน์ทางโทรทัศน์ได้ ส่วนพนักงานที่ขึ้นรถมาตั้งแต่ต้นทางก็สามารถเข้าชมละครโทรทัศน์ย้อนหลังผ่านทางอุปกรณ์การสื่อสารต่าง ๆ ได้เช่นกัน โดยอาจเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าชมละครผ่านเว็บไซต์โดยตรง หรือ รับชมจากไฟล์ละคร (File) ที่นิยมดาวน์โหลดเก็บไว้เมื่ออยู่ในสถานที่ที่สามารถเชื่อมต่อสัญญาณ Free Wi-Fi ได้ แล้วจึงค่อยนำมาเปิดรับชมแบบออฟไลน์เมื่อต้องการ

2. **ช่วงเวลาทำงานที่หลากหลายของพนักงานบริษัทในประเทศเมียนมา** องค์กรโดยทั่วไปมีวันเวลาทำการคือ วันจันทร์ – วันศุกร์ หรือ วันจันทร์ – วันเสาร์ในบางองค์กร เวลา 09.00 - 17.00 น. หรือ 10.00 - 18.00 น. โดยบางองค์กรมีสวัสดิการในการให้พนักงานในแผนกผลิตกันลาหยุดได้หากหัวหน้าเห็นว่าที่ผ่านมานั้นทำงานหนักเกินไป นอกจากนี้บางองค์กรที่ต้องใช้พนักงานจำนวนมากในการทำงาน รวมถึงมีเครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานไม่เพียงพอก็จะแบ่งเวลาการทำงานหรือการใช้เครื่องมือการทำงานในแต่ละวันออกเป็น 2 - 3 ช่วง เช่น สถานีโทรทัศน์ MRTV4 แผนกตัดต่อรายการแบ่งช่วงเวลาการทำงานของพนักงานออกเป็น 3 ช่วงตามการเรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษของชาวเมียนมา ได้แก่ มอร์นิง (Morning) เวลา 08.00 - 14.00 น. เเดย์ (Day) เวลา 09.00 - 17.00 น. และ ไนท์ (Night) เวลา 12.00 - 19.00 น. ขณะที่แผนกผลิตรายการโทรทัศน์ในสตูดิโอแบ่งเวลาการทำงานออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ มอร์นิง (Morning) เวลา 06.30 - 14.30 น. และ เเดย์ (Day) 09.15 - 17.00 น. ส่วนทีมงานของกองถ่ายรายการที่บันทึกเทปรายการโทรทัศน์นอกสถานที่จะได้รับค่าทำงานล่วงเวลาหลังจาก 17.00 น. และสามารถเข้าทำงานในช่วงบ่ายของวันถัดไปได้ โดยแล้วแต่สถานการณ์และความยินยอมของหัวหน้าแผนก ดังนั้นพนักงานบริษัทเอกชนที่เริ่มงานหลังเวลา 10.00 น. จึงสามารถเข้าชมละครโทรทัศน์ในช่วงเช้า 09.01 - 12.00 น. ก่อนมาทำงานได้ ไม่ว่าจะเป็นการรับชมที่บ้านพักหรือระหว่างเดินทาง ส่วนพนักงานที่ทำงานอิสระ เข้าทำงานเช้าตรู่ หรือ ยังไม่มีงานให้สะสางมากนักในช่วงเช้า ก็มักจะเข้าชมละครโทรทัศน์ไทยทั้งผ่านทางโทรทัศน์ที่เปิดทิ้งไว้ของบริษัท ผ่านทางเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนตัว และผ่านโทรศัพท์มือถือที่ต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต ก่อนที่จะเริ่มงานหรือเตรียมการประชุม นอกจากนี้ หากเจ้านายไม่อยู่และไม่ได้กำลังทำงานที่เร่งด่วนหรือจริงจังมากนัก พนักงานบริษัทบางคนก็จะเปิดละครโทรทัศน์รับชมไปด้วยในบางครั้ง

3. **วัฒนธรรมการพักในระหว่างวันทำงานของชาวเมียนมา** โดยทั่วไปบริษัทหรือองค์กรในประเทศเมียนมาที่มีช่วงเวลาทำงาน 09.00 - 17.00 น. จะมีช่วงพักรับประทานน้ำชาและอาหารว่างหรือที่ชาวเมียนมาเรียกทับศัพท์กันว่า “ทีเบรก” (Tea break) ในตอนสายประมาณ 10.00 - 10.20 น. และตอนบ่ายประมาณ 14.00 - 14.20 น. หรือ 14.30 - 15.00 น. ของทุกวันทำงาน ส่วนผู้ที่เริ่มทำงานในตอนเช้าตรู่ก็จะมี “ทีเบรก” ในช่วงเช้าหลังจากที่เริ่มเวลาทำงานมาซักพักใหญ่ตามที่แต่ละองค์กรหรือแต่ละแผนกจะกำหนดเช่นกัน ที่เป็นเช่นนี้คาดว่ามาจากการทำตามวัฒนธรรมประเทศอังกฤษที่ได้รับมาตั้งแต่ครั้งอดีต ส่วนช่วงเวลาพักรับประทานอาหารกลางวันของพนักงานบริษัทชาวเมียนมาโดยทั่วไปคือประมาณ 11.30 - 12.30 น. ซึ่งใกล้เคียงกับคำอธิบายของภราดร ศักดา (2557) ที่กล่าวว่า ชาวเมียนมานิยมดื่มน้ำชากันมาก เนื่องจากติดมาตั้งแต่สมัยที่ประเทศอังกฤษเป็นเจ้าอาณานิคม โดยมักจะดื่มชาร้อนคู่กับน้ำเต้าฝานชิ้นเล็ก ๆ ชุบแป้งทอด แล้วจิ้มซอส สังกัดได้จากถนนข้างทางหลายแห่งมีร้านชากาแฟพร้อมทั้งโต๊ะเก้าอี้ตัวเตี้ย ซึ่งชาวบ้านเมียนมาต่างก็นั่งล้อมวงดื่มชากาแฟและพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ดังนั้นช่วงเวลาพักทั้งทีเบรกและรับประทานอาหารกลางวันดังกล่าว พนักงานจึงสามารถจับกลุ่มพูดคุย รับประทานอาหาร ทำกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ต้องการ รวมถึงสามารถรับชมละครโทรทัศน์ไทยภายในช่วงเวลา 09.01 - 12.00 น. ได้ทั้งทางโทรทัศน์และทางเครื่องคอมพิวเตอร์ของบริษัทที่ตนเป็นผู้ใช้งานอยู่ ด้วยการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตหรือเปิดไฟล์ละครที่ดาวน์โหลดไว้แล้ว ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างชาวเมียนมาตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยตนเองมากที่สุด แต่หากมีเพื่อนร่วมงานที่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเช่นเดียวกันหรือเรื่องเดียวกัน พวกเขาก็มักจะส่งต่อไฟล์ละครที่ดาวน์โหลดไว้แล้วให้กับเพื่อนในที่ทำงานต่อ ๆ กันไป ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวก็ใกล้เคียงกับงานวิจัยของพรรษา ริมกาญจนวัฒน์ (2553) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมละครโทรทัศน์ตอนที่มีเวลาว่างและตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ด้วยตนเองมากที่สุด

4. **ช่วงเวลาการออกอากาศซ้ำของละครโทรทัศน์ไทยในช่วงเช้า** โดย “Channel7” ซึ่งเป็นหนึ่งในช่องที่ออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมช่องหนึ่งของประเทศเมียนมา ได้นำละครโทรทัศน์ไทยที่เพิ่งออกอากาศไปเมื่อวานเย็นมาออกอากาศซ้ำ (Re-Run) อีกครั้งในช่วงเช้า 2 ครั้งคือเวลาประมาณ 05.15 - 06.00 น. และ 11.00 - 12.00 น. ส่วนช่อง “มียาวัดดี ด็อกคิวเมนทารี” (Myawaddy Documentary) ก็ได้นำละครโทรทัศน์ไทยที่ออกอากาศไปเมื่อวานเย็นมาออกอากาศซ้ำ (Re-Run) อีกครั้งในช่วงเช้าเช่นกันในเวลาประมาณ 08.15 - 08.45 น. (“MWD Documentary 24.5.2018 Program Schedule (Thursday),” 2018) ดังนั้น ผู้ที่ตื่นเช้า ผู้ที่พอจะมีเวลาว่างในช่วงเช้ามืดก่อนเริ่มทำงาน ผู้ที่อยู่ในช่วงพักรับประทานอาหารกลางวัน หรือ พนักงานที่เข้าทำงานในรอบบ่าย จึงสามารถชมละครโทรทัศน์ไทยในเวลา 06.01 - 12.00 น. ได้ ทางช่องมียาวัดดี ด็อกคิวเมนทารี

และ Channel7 ผ่านหน้าจอโทรทัศน์และเว็บไซต์ต่าง ๆ ของเมียนมาที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถรับชมรายการโทรทัศน์ได้ในเวลาที่ออกอากาศจริง

ผู้ชมชาวเมียนมาเพศชายและเพศหญิงมีความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านดารานักแสดงนำเนื้อหาเรื่องราว องค์ประกอบละคร และแนวละคร ไม่แตกต่างกัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายและเพศหญิงต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน โดยล้วนมีความต้องการโดยรวมทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ คุณสมบัติของดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทย เนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับผู้ชมชาวเมียนมา องค์ประกอบละคร และแนวละคร ในระดับมาก ใกล้เคียงกับงานวิจัยของฉัตรอุษยา อ่อนคง (2553) พบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศชายและเพศหญิงมีเหตุผลในการเลือกชมภาพยนตร์ไม่ต่างกันคือ ต้องการรับชมเพื่อความบันเทิงและสนุกสนาน รายละเอียดในการอภิปรายจะแยกเป็นรายด้านดังต่อไปนี้

ด้านคุณสมบัติของดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายและเพศหญิง มีความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านคุณสมบัติของดารานักแสดงนำโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยมีความต้องการโดยรวมในระดับมาก แต่คุณสมบัติที่ต้องการในระดับมากที่สุดคือ แสดงละครสมบทบาท ตีบทแตก และมีรูปร่างหน้าตาสวยงาม ผลการวิจัยที่ได้นี้เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับความดึงดูดใจของ DeVito (2000, อ้างถึงในสุรัตน์ ตรีสุกุล, 2547) ที่อธิบายว่า ปกติแล้วมนุษย์จะรู้สึกดีกับคนที่รูปร่างหน้าตาดีและรู้สึกไม่ดีกับคนที่รูปร่างหน้าตาไม่ดี ดังนั้นไม่ว่าจะอยู่ในยุคสมัยใด ชาติใด ประเทศใด หรือ แม้ว่าแต่ละคนจะมีมุมมองและค่านิยมด้านความงามต่างกันก็ตาม แต่สิ่งที่คล้ายคลึงกันก็คือคนส่วนใหญ่ในโลกมักให้คุณค่าแก่คนที่สวยงามมากกว่าคนขี้เหร่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับที่สุรัตน์ ตรีสุกุล (2547) อธิบายว่า คนที่มีบุคลิกภาพดีดึงดูดใจคนรอบข้างให้อยากเข้ามาสื่อสารด้วยและยอมเป็นที่ชื่นชอบของผู้อื่นมากกว่าคนที่บุคลิกภาพไม่ดี

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2559) พบว่า ผู้ชมวัยทำงานชาวกัมพูชาชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเนื่องจากมีนักแสดงที่หน้าตาดีและตีบทแตก โดยจะ

ชื่นชอบนักแสดงรุ่นเก่าและให้คุณค่ากับฝีมือทางการแสดงที่เห็นมานานหลายปี เช่น แอน ทองประสม ส่วนชาวไทยใหญ่ในรัฐฉานของเมียนมานิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยแทบทุกเรื่องที่น่าแสดงโดยดารา นักแสดงคนโปรดจนไม่สนใจแม้แต่ชื่อเรื่องของละคร เช่น เดียวกับความชื่นชอบของผู้ชมชาวเมียนมา ในนครย่างกุ้งซึ่ง แซนดี้ จอร์ ลวิน (สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560) อธิบายว่า วิทยุรุ่นชาวเมียนมาบางกลุ่มเริ่มหันมาสนใจและติดตามรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากขึ้นเนื่องจากคลังไคล์ดารา นักแสดงที่รู้จัก ทางภาพยนตร์ไทยและละครโทรทัศน์ไทยที่มักเห็นคลิบจากเฟซบุ๊ก เช่น มาริโอ เมาริโอ และ พุฒิชัย เกษตรสิน(ดีเจพุฒ) สอดรับกับงานวิจัยของผุ้ร้ดร์น โกศัย (2545) พบว่า ดารานักแสดงที่หน้าตาดีมีบทบาทสำคัญในการตอบสนองความต้องการในเรื่องเพื่อฝันของผู้ชมละครโทรทัศน์ ดังนั้นผู้ชมชาว ลาวเพศชายจึงใช้เกณฑ์ด้านดารานักแสดงเป็นหลักในการตัดสินใจรับชมละครโทรทัศน์ไทย และยังจดจำดารานักแสดงได้โดยเฉพาะคนที่หน้าตาสวยหล่อ เนื่องจากคนเรามักเลือกจดจำในสิ่งที่ตนเองขาด หาย ซึ่งเป็นไปในการทำงานเดียวกันกับงานวิจัยของพรณชรินทร์ ชัยเชาวรัตน์ (2556) พบว่า วิทยุรุ่นชาว จีนรับชมละครโทรทัศน์ไทยเพราะหน้าตาสวยหล่อของนักแสดงเป็นอันดับหนึ่ง

ด้านเนื้อหาเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมา

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายและเพศหญิง ต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยซึ่งมีเนื้อหาเรื่องราวที่สัมพันธ์กับชาวเมียนมาโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยมีความต้องการในระดับมากทุกด้าน ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุดคือ หากเป็นตัวละคร ที่กล่าวถึงชาวเมียนมาจะต้องแต่งกายได้สมจริง แสดงให้เห็นว่าชาวเมียนมาไม่ว่าชายหรือหญิงก็ล้วน รักและภูมิใจในชาติพันธุ์และวัฒนธรรมประเพณีของตนเองมาก ซึ่งผลการวิจัยที่ได้สอดคล้องกับที่ ภราดร ศักดา (2557) ชี้ให้เห็นว่า ชาวเมียนมาปรองดองกัน กระตือรือร้นในการร่วมมือ และเห็นแก่ ประเทศชาติเป็นสำคัญเมื่อครั้งเปิดประเทศและเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยชาวเมียนมามองว่าความ แตกต่างและหลากหลายของประชากรในประเทศเป็นเพียงความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม เนื่องจาก ทุกชนเผ่าต่างมีสายเลือดเดียวกันและถือเป็นพันธมิตรร่วมแผ่นดิน ดังนั้น ชาตินิยมจึงถือเป็นสิ่งสำคัญ ที่ช่วยให้ได้รับเอกราช มีพระพุทธศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ และเป็นแม่แบบทางวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิต ส่วนด้านการแต่งกายนั้นชาวเมียนมายังคงรักษาประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงาม เอาไว้อย่างเคร่งครัดแม้ว่าจะเริ่มมีรูปแบบของเสื้อผ้าสมัยใหม่เพิ่มเข้ามามากขึ้นเรื่อย ๆ หลังจากที่เปิด ประเทศก็ตาม ความชาตินิยมและรักในวัฒนธรรมของชาวเมียนมาดังกล่าว ไกล่เคียงกับงานวิจัยของ (อัมพร จิรัฐติกร, 2550, 2559a, 2559b) พบว่า หากเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยเรื่องใดมีเนื้อหาที่ สัมพันธ์และตรงกับรสนิยมของผู้ชมในประเทศปลายทางก็ย่อมทำให้ละครเรื่องนั้นเป็นที่นิยมในหมู่

ผู้ชมได้ ดังเช่นละครเรื่อง “บ่วงบรรจถรณ์” ที่ออกอากาศเมื่อครั้ง พ.ศ.2545 ซึ่งนางเอกของเรื่องหลุดเข้าไปอยู่ในดินแดนของพระเอกที่เป็นชาวไทใหญ่ โดยละครเรื่องนี้มีทั้งความสวยงามของดารานักแสดง ความเกี่ยวพันทางสังคมวัฒนธรรม และการแต่งกายของชาวไทใหญ่ในเมียนมา ประกอบกับมีเนื้อเรื่องที่สนุกสนานชวนติดตาม จึงทำให้ละครเรื่องนี้ได้รับความนิยมอย่างสูงในกลุ่มผู้ชมชาวไทใหญ่ ประเทศเมียนมา สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพดล อินทร์จันทร์ และคณะ (2555) พบว่า ผู้ชมจะมีแนวโน้มในการยอมรับสารที่ใกล้เคียงกับวัฒนธรรมของตนเอง เช่น ภาษาพูด ภาษาท่าทาง ลักษณะนิสัย และการแต่งกาย

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประเทศของตนโดยตรง ชาวเมียนมาจะถือว่าเป็นวาระสำคัญระดับชาติทันทีโดยไม่แบ่งแยกชายหญิง ดังเช่นหลายครั้งที่มีการแข่งขันฟุตบอลกับประเทศอื่น ๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ด้วยกัน องค์กรบางแห่งจะอนุญาตให้พนักงานพักจากงานที่กำลังทำในกรณีที่ไม่เร่งด่วน เพื่อให้สามารถร่วมรับชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันฟุตบอลได้ โดยพร้อมเพรียงกันในแต่ละแผนก ซึ่งทั้งผู้ชายและผู้หญิงต่างก็ร่วมลุ้นและส่งเสียงเชียร์ให้กำลังใจนักฟุตบอลซึ่งเป็นตัวแทนของประเทศเมียนมา ทั้งนี้ การให้พนักงานเพื่อรับชมฟุตบอลดังกล่าวยอมขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของหัวหน้างานในแผนก (ปิยะ เพ็ญ ไปน, สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561)

ด้านองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายและเพศหญิงต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมไม่แตกต่างกัน โดยองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนองค์ประกอบละครที่มีความต้องการในระดับมากที่สุดจาก 19 องค์ประกอบ คือ เค้ कोरोเรื่องมีทั้งสุข เศร้า ตลก และแก่น เรื่องที่มักให้ผู้ชมได้ขบคิดเวลารับชม ใกล้เคียงกับแนวคิดการใช้ประโยชน์จากสื่อในทางสังคมซึ่ง J. Lull (1982, อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ, 2552) วิเคราะห์ว่า ผู้รับสารสามารถใช้ประโยชน์จากสื่อแต่ละชนิดได้อย่างหลากหลาย โดยในที่นี้ใกล้เคียงกับด้านการเรียนรู้สังคม ซึ่งผู้รับสารสามารถเรียนรู้และเข้าใจวิธีการรับมือและแก้ปัญหาแบบต่าง ๆ พร้อมผลลัพธ์ที่จะได้รับกลับมาโดยไม่เป็นอันตรายผ่านการรับชมละครโทรทัศน์ รวมถึงเพื่อเพิ่มศักยภาพในการควบคุมสถานการณ์ เนื่องจากการได้ทราบข้อมูลข่าวสารก่อนผู้อื่นอาจทำให้ผู้รับสารนั้นสามารถเตรียมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดี อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยที่ได้ใกล้เคียงกับงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2559) พบว่า ผู้ชมชาวเวียดนามใต้ในนครโฮจิมินห์วัยผู้ใหญ่ชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเนื่องจากมีเค้าโครงเรื่องใหม่ ๆ ที่น่าตื่นเต้น หักมุม และมักมีเหตุการณ์อะไรเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งชื่นชอบที่มีสถานที่ใหม่ ๆ ปรากฏ

ในละครโทรทัศน์ไทย ทั้งนี้ ผู้ชมชาวเวียดนามทั้งในกรุงฮานอยและนครโฮจิมินห์ต่างมีความเห็นว่ละครโทรทัศน์ไทยสนใจเรื่องศีลธรรมและกฎแห่งกรรมตามหลักพระพุทธศาสนาได้ดี ชอบใจที่ละครโทรทัศน์ไทยแสดงให้เห็นว่ากรรมตามทันในชาตินี้ไม่ต้องรอให้เสียเวลา ส่วนผู้ชมชาวกัมพูชานั้นนิยมรับชมละครโทรทัศน์ไทยมากกว่าละครเกาหลี เนื่องจากรู้สึกว่ละครโทรทัศน์ไทยนั้นมีเรื่องราวที่ใกล้ตัวชาวกัมพูชาและสามารถนำมาปรับใช้ในชีวิตจริงได้มากกว่า เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย การแต่งฉากและสถานที่ ทำให้ได้แนวคิดใหม่ ๆ มาจัดบ้าน จัดอาหาร จัดงานเลี้ยง รวมทั้งยังสามารถนำรูปแบบการแต่งกายที่สวยงามทันสมัยของนักแสดงไทยมาปรับใช้ได้ นอกจากนี้ละครโทรทัศน์ไทยส่วนใหญ่ยังมีเนื้อหาดี มีเนื้อหาที่สามารถชี้แนะสังคม และช่วยอบรมสั่งสอนผู้ชมว่อะไรที่ดีและไม่ดีได้ดังเช่น ละครแนวชีวิตรักแบบแย่งผัวแย่งเมียเรื่อง “สามมิติตรา” ที่สอนให้คิดในระยะยาวว่นางเอกไม่ควรใจร้อนว่ความและต้องคิดก่อนทำ ส่วนนางร้ายที่ต้องการแย่งสามีของนางเอกซึ่งเป็นเพื่อนกันก็ต้องสำนึกว่ไม่ควรแย่งของของผู้อื่นมาครอบครองเพราะเป็นสิ่งที่ไม่ถูกต้อง โดยนอกจากเนื้อหาที่ดีและสามารถนำไปขบคิดได้แล้ว ผู้ชมชาวกัมพูชายังชอบรับชมละครโทรทัศน์ไทยเนื่องจากมีนักแสดงที่สวมบทบาทและถ่ายทอดอารมณ์ของตัวละครออกมาได้อย่างดีจนทำให้ละครน่าสนใจอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยด้านความต้องการองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทยโดยรวมที่ได้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของไศลทิพย์ จารุภูมิ (2535) พบว่ ผู้ชมรับชมละครโทรทัศน์เพราะมีเนื้อเรื่องดีและสนุกสนาน มีดารานักแสดงคนโปรด มีฉากสวยงาม และตัวละครมีการแต่งกายที่งดงามเป็นเหตุผลอันดับแรก ๆ สอดรับกับงานวิจัยเรื่องการบริโภคละครไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนของอัมพร จิรัฐติกร (2559) พบว่ ชาวไทใหญ่ ประเทศเมียนมา ชื่นชอบการรับชมละครโทรทัศน์ไทยเนื่องจากรู้สึกว่ทำให้ได้เห็นโลกภายนอก เหมือนได้ไปท่องเที่ยวต่างประเทศทุกวันโดยไม่ต้องมีหนังสือเดินทาง (Passport) และยังสามารถเห็นบ้านเมือง การแต่งกาย และการใช้ชีวิตที่ดูทันสมัยและงดงามกว่าของพี่น้องอย่างประเทศไทยซึ่งตนเองกำลังจะเดินทางเข้าไปทำงาน ทำให้สบายใจว่น่าจะปรับตัวได้ไม่ยาก หรือหากเป็นผู้ที่มีลูกหลานเดินทางเข้ามาทำมาหากินที่ประเทศไทยก็จะทำให้คนที่รออยู่ทางบ้านได้คลายความกังวลและความคิดถึงลงได้บ้าง ส่วนผู้ชมชาวกัมพูชานั้นชอบสถานที่ถ่ายทำของละครโทรทัศน์ไทยที่มีวิวทัศน์สวยงามแปลกตา ทำให้รู้สึกอยากเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศไทย เช่น ไร่ชา ไร่สตรอเบอร์รี่

นอกจากนี้ ในแง่ขององค์ประกอบด้านลักษณะนิสัยของพระเอกและนางเอกละครโทรทัศน์ไทยนั้น ผลการวิจัยพบว่ผู้ชมชาวเมียนมามีความต้องการโดยรวมในระดับมาก มีเพียงลักษณะพระเอกที่เอาแต่ใจที่ต้องการในระดับปานกลาง และพระเอกที่โหดร้าย เกือบที่ต้องการในระดับน้อย ผลการวิจัยที่ได้นี้ใกล้เคียงกับแนวคิดเรื่องการให้แรงเสริมแก่คู่อิสราของสจวร์ต ตรีสุกุล (2547) ซึ่งปรากฏอยู่ในทฤษฎีแรงกระตุ้น (Reinforcement Theory) พบว่ มนุษย์ย่อมพัฒนาความสัมพันธ์กับคนที่ให้สิ่งที่ดีกับตน เช่น การกล่าวชมเชย ซึ่งเป็นการเสริมแรงทางสังคม ในขณะที่เดียวกันก็ย่อมหลีกเลี่ยงหรือตัดขาดจากคนที่ทำร้ายหรือให้สิ่งที่ไม่ดีแก่ตน ดังนั้นหากบุคคลใดสามารถเสริมแรงให้แก่

คู่สื่อสารได้ด้วยความจริงใจและเหมาะสม ก็ย่อมจะทำให้ได้รับความนิยมนิยมชมชอบจากผู้อื่นมากขึ้น นอกจากนี้ ในแง่ของแนวคิดด้านความคล้ายคลึงกันของคู่สื่อสารและแนวคิดด้านการเสริมความแตกต่างกันของคู่สื่อสาร (Complementarity) สุรัตน์พบว่า มนุษย์มักชอบติดต่อกับบุคคลที่คล้ายกับตนเองเนื่องจากรู้สึกว่าจะทำให้เข้าใจกันมากกว่า ไม่ว่าจะ เป็นคล้ายคลึงทางลักษณะ ประชากร ภูมิหลัง หรือความคิดความเชื่อ แต่ในทางกลับกันยังมีมนุษย์อีกจำนวนมากที่คิดว่าความแตกต่างสามารถเติมเต็มบางสิ่งที่รู้สึกขาดหายและช่วยตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ดังนั้น พวกเขาจึงชอบติดต่อกับคู่สื่อสารที่มีบางอย่างแตกต่างไปจากตนเอง ใกล้เคียงกับงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2559) พบว่า ผู้ชมเพศชายส่วนใหญ่ เช่น ชาวไทใหญ่จะชอบตัวละครชายในละครแนวต่อสู้ เนื่องจากเพศชายเป็นเพศแห่งความแข็งแกร่งและการปกป้องคุ้มครอง ภาพความเก่งและกล้าหาญของพระเอกในละครโทรทัศน์จึงสร้างความอยากเป็นวีรบุรุษ(Hero) ให้กับบรรดาผู้ชมหนุ่ม ๆ ในขณะที่ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวกัมพูชาในชนบทชื่นชอบตัวละครหญิงที่ดู สู้คน ไม่เกรงกลัวใคร ไม่ใช่ผู้หญิงที่น่าสงสารและต้องรอให้ผู้อื่นมาช่วยเหลือ สอดคล้องกับการใช้ชีวิตของชาวชนบทส่วนใหญ่ซึ่งเป็นชนชั้นล่างและการศึกษาน้อยจึงต้องต่อสู้ดิ้นรนอยู่เสมอ ส่วนผู้ชมชาวกัมพูชาในเมืองซึ่งโดยทั่วไปเป็นชนชั้นกลางที่มีการศึกษาจะชื่นชอบตัวละครหญิงที่ทันสมัย ทำงานเก่ง ยึดมั่นในศักดิ์ศรี แต่ต้องเป็นคนดี ซื่อสัตย์ต่อสามี ซึ่งท้ายที่สุดตัวละครหญิงคนนั้นก็ได้รับสิ่งที่ดีกลับคืนมา ส่วนตัวละครชายนั้นชื่นชอบผู้ชายที่อบอุ่น เป็นคนดี ซึ่งเป็นลักษณะของชายในอุดมคติที่สาว ๆ โดยทั่วไปต้องการ นอกจากนี้ยังมีผู้ชมบางกลุ่มที่ต้องการรับชมตัวละครหญิงที่แตกต่างจากชีวิตจริงของตนเอง ดังเช่นผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเวียดนามส่วนใหญ่ซึ่งเป็นเพศหญิงจะชื่นชอบนางเอกที่เก่ง คล่องแคล่วทันสมัย อาจเพราะในชีวิตจริงพวกเขาต้องอยู่ในสภาพสังคมแบบดั้งเดิมที่ผู้หญิงมักถูกปิดกั้นจึงอยากปลดปล่อยความรู้สึกต้องการอิสระ ด้วยการรับชมละครโทรทัศน์ที่มีตัวละครหญิงในแบบที่ตนเองอยากจะเป็น

ด้านแนวละครโทรทัศน์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งเพศชายและเพศหญิงต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครไม่แตกต่างกัน โดยแนวละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการรับชมโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความต้องการแนวละครที่หลากหลาย ส่วนแนวละครที่มีความต้องการสูงสุด 5 อันดับแรกจาก 15 แนวคือ แนวชีวิตรัก แนวรักโรแมนติคคอมเมดี้ แนวตลก แนวประวัติศาสตร์ และแนวผจญภัยตามลำดับ ใกล้เคียงกับงานวิจัยของอัมพร จิรัฐติกร (2559) พบว่า เนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยที่มีปริมาณการผลิตจำนวนมากที่สุดและยังเป็นที่ยอมรับมาตลอดในหมู่ผู้ชม

ชาวไทยใหญ่ ประเทศเมียนมาทั้งวัยหนุ่มสาวและวัยผู้ใหญ่คือละครแนวรัก ส่วนละครแนวจักร ๆ วงศ์ ๆ หรือละครแนวพื้นบ้านไทยซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ชาวไทยใหญ่รู้จักละครโทรทัศน์ไทยก็ยังคงเป็นที่ชื่นชอบและเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้ชมวัยเด็กที่รับชมพร้อมกับพ่อแม่และผู้ชมวัยสูงอายุชาวไทยใหญ่ ซึ่งต่างก็ชอบรับชมไม่แพ้ละครแนวรักมาจนถึงปัจจุบัน ใกล้เคียงกับแนวละครโทรทัศน์ไทยที่ผู้ชมชาวกัมพูชานิยมรับชม ซึ่งอัมพรพบว่า ผู้ชมชาวกัมพูชาในเมืองชอบละครโทรทัศน์ไทยแนวชิงรักหักสวาท แนวแย่งพินัยกรรม ส่วนผู้ชมชาวกัมพูชาในชนบทกลับชอบละครแนวรักโรแมนติกโรแมนติกมากกว่า อาจเป็นเพราะคนเมืองมีเรื่องราวด้านเงินทอง ผลประโยชน์ และความวุ่นวายเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันมากกว่าคนชนบทที่ค่อนข้างเรียบง่ายสงบและร่มเย็น ส่วนละครโทรทัศน์ไทยแนวผีและแนวตบตีแย่งผู้ชาย เช่น เรื่อง สามมิติตรา และ แรงเงา เป็นที่ชื่นชอบอย่างมากทั้งในตัวเมืองและชนบท ทั้งนี้ผลการวิจัยด้านแนวละครที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของวารุฑ ถนอมจิตร (2558) ซึ่งพบว่า ละครโทรทัศน์ไทยที่ผู้ชมชาวลาวในนครเวียงจันทน์นิยมรับชมคือละครแนวชิงรักหักสวาท รักโรแมนติก ตลก ขบขัน และละครพื้นบ้านไทย

ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งมีความต้องการชมละครแนวรักมากกว่าแนวผี

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแนวชีวิตรัก แนวรักโรแมนติกคอมเมดี้ แนวผีตลก และแนวผีน่ากลัวในระดับมาก แต่แนวชีวิตรักมีค่าเฉลี่ยความต้องการสูงสุด รองลงมาคือแนวรักโรแมนติกคอมเมดี้ ในขณะที่แนวผีตลกและแนวผีน่ากลัวมีค่าเฉลี่ยความต้องการรับชมในอันดับที่ 5 และ 6 ตามลำดับ ไม่สอดคล้องกับผลการสำรวจเดิมในปีพ.ศ.2557 หรือเมื่อประมาณ 4 ปีที่แล้วของบริษัท ฮัน มีเดียคัลเจอร์ จำกัด (2557, อ้างถึงในอัมพร จิรัฐติกร, 2559) พบว่า ละครโทรทัศน์ไทยแนวผีได้รับความนิยมมากกว่าละครแนวรักอย่างท่วมท้น โดยอัมพรวิเคราะห์ว่า อาจเป็นเพราะในช่วงเวลานั้นชาวเมียนมาทั่วไปเป็นแฟนละครแนวรักของประเทศเกาหลีใต้ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักบริสุทธิ์และคนในครอบครัวอยู่ก่อนแล้ว ในขณะที่ละครโทรทัศน์ประเภทผี สยองขวัญ และเรื่องลึกลับนั้นถูกรัฐบาลเมียนมาปิดกั้นมาโดยตลอดเนื่องจากไม่ต้องการให้ประชาชนงมงาย ดังนั้นเมื่อกฎหมายควบคุมและตรวจพิจารณาเนื้อหาสื่อฉบับเดิมของเมียนมาถูกยกเลิกไปในปีพ.ศ.2555 จึงทำให้ละครโทรทัศน์แนวผีจากประเทศไทยที่มีการผลิตและออกอากาศอย่างต่อเนื่องได้เข้ามาเติมเต็มและตอบสนองความต้องการในการรับชมที่ขาดหายไปอย่างยาวนานของผู้ชมชาวเมียนมา ผู้ชมชาวเมียนมาจึงนิยมรับชมละครแนวผีและแนวสยองขวัญมากเป็นพิเศษในช่วงเวลานั้น เนื่องจากชาวเมียนมาเองก็มีวัฒนธรรม ความเชื่อ และเรื่องเล่าเกี่ยวกับผีสงและ

สิ่งเร้าลับไม่ต่างจากชาวไทย (นาง ฉันทา อุ, สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559) นอกจากเหตุผลดังกล่าวแล้วผู้วิจัยพบว่า อีกเหตุผลหนึ่งอาจมาจากกระแสความโด่งดังอย่างต่อเนื่องของภาพยนตร์ผีตลกไทย เรื่อง “พี่มาก...พระโขนง” ที่เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ของประเทศเมียนมาประมาณกลางปีพ.ศ.2556 อาจทำให้ผู้ชมชาวเมียนมาโดยทั่วไปต่างหันมาชื่นชอบและนิยมละครโทรทัศน์ไทยแนวผีอย่างท่วมท้น เมื่อบริษัท ฮัน มีเดีย คัลเจอร์ จำกัด ได้ทำการสำรวจความนิยมแนวละครโทรทัศน์ไทยในปีถัดมา ผู้ชมชาวเมียนมาจึงมอบคะแนนความนิยมให้กับละครแนวผีมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม เมื่อเวลาผ่านไปหลายปี ความรู้สึกต้องการและโหยหาภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์แนวผีจากการถูกปิดกั้นเป็นเวลานานอาจจางหายไป ประกอบกับผู้ชมชาวเมียนมาอาจเริ่มรู้สึกอึดอัดกับละครแนวรักของเกาหลีใต้จึงเริ่มหันมาสนใจรับชมละครโทรทัศน์แนวรักของประเทศไทยที่มีปริมาณการผลิตและออกอากาศมากกว่าละครแนวผีก็เป็นได้ สอดคล้องกับที่อัมพร จิรัฐติกร (2559) ชี้ให้เห็นว่า ละครโทรทัศน์ไทยแนวรักยังคงเป็นเนื้อหาละครที่มีปริมาณการผลิตมากที่สุดและเป็นที่ยอมรับตลอดในหมู่ผู้ชมชาวไทยใหญ่ ประเทศเมียนมา ส่วนกระแสความนิยมละครโทรทัศน์เกาหลีใต้นั้นเริ่มอึดอัดและแผ่วลงในกลุ่มประเทศอาเซียน ดังเช่นผู้ชมวัยหนุ่มสาวชาวเวียดนามที่กล่าวว่าเนื้อหาของละครเกาหลีมักจะซ้ำกันในช่วงหลัง พวกเขาจึงอยากแสวงหาเนื้อหาละครใหม่ ๆ อย่างละครโทรทัศน์ไทย

ละครโทรทัศน์ไทยแนวประวัติศาสตร์เป็นหนึ่งในแนวละครที่ผู้ชมชาวเมียนมาต้องการรับชม

ผลการวิจัยด้านความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยด้านแนวละครของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งที่พบว่ามีความต้องการชมอย่างหลากหลาย สอดคล้องกับคำอธิบายของ นาง ฉันทา อุ (สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561) ซึ่งกล่าวถึงละครโทรทัศน์ไทยแนวย้อนยุคและอิงประวัติศาสตร์ชื่อดังเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” ทางช่อง 3 ที่ออกอากาศครั้งแรกระหว่างวันที่ 21 กุมภาพันธ์ – 11 เมษายน 2561 และอยู่ในช่วงที่ผู้วิจัยกำลังสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาในนครย่างกุ้งด้วยแบบสอบถาม (24 มีนาคม – 30 เมษายน 2561) ว่า ตัวเธอและเพื่อนชาวเมียนมาก็รับชมละครเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” ทั้งแบบสด (live) และแบบย้อนหลังผ่านทางสื่อออนไลน์เช่นกันหากสัญญาณอินเทอร์เน็ตในเวลานั้นแรงพอ โดยถึงแม้ว่าชาวเมียนมาหลายคนจะไม่ค่อยเข้าใจภาษาและวัฒนธรรมไทย แต่เนื่องจากพวกเขามีเพื่อนชาวไทยอยู่จำนวนหนึ่งในเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก จึงทำให้รับรู้ถึงกระแสความโด่งดังและเป็นที่กล่าวถึงในโลกออนไลน์ของละครเรื่องนี้ ดังนั้นจึงลองเปิดคลิปละครเพื่อรับชมดู และพบว่าทั้งนักแสดง การแต่งกาย และฉากล้วนสวยงาม

ประกอบกับมีเพลงประกอบละครที่ไพเราะ และเนื้อหาละครที่สนุกสนานเพลิดเพลิน แม้จะเกี่ยวข้องกับเรื่องในอดีตและประวัติศาสตร์ที่มีเรื่องราวของความขัดแย้งบางประการที่ชาวเมียนมาไม่เข้าใจ แต่ก็ไม่รู้สึกถึงความเครียดเพราะไม่ได้มีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ร่วมและสงครามกับชาวเมียนมา ดังนั้นจึงติดตามรับชมละครเรื่องนี้ทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง บางคนชอบคลิปตอนที่นางเอกทำอาหารไทย เช่น มะม่วงน้ำปลาหวาน และบางคนรวมถึงตัวเธอเองรู้สึกชื่นชอบละครเรื่องนี้มากจนถึงกับดาวน์โหลดสติ๊กเกอร์ในแอปพลิเคชันไลน์ (Download Line sticker) ชูคอเจ้าการะเกด (Aor Jao: Karakade) ที่มีภาพและเสียงแบบต่าง ๆ ของนางเอกในละครเรื่องนี้ไว้สำหรับสนทนากับเพื่อนชาวไทยหรือชาวเมียนมาที่รับชมละครเรื่องนี้เช่นเดียวกัน คำอธิบายดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ชาวเมียนมาไม่ได้ต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแต่เพียงแนวรักเท่านั้น แต่ยังต้องการชมอีกหลากหลายแนวเนื่องจากละครโทรทัศน์ไทยเรื่อง “บุพเพสันนิวาส” เป็นละครย้อนยุคที่มีทั้งแนวอิงประวัติศาสตร์ แนวรักโรแมนติกคอมเมดี้ แนวตลก แนวผี รวมถึงแนวจินตนาการ(แฟนตาซี) ผสมผสานอยู่

ข้อเสนอแนะเพื่อการประยุกต์ใช้

1. ช่วงเริ่มต้นของการบุกตลาดละครโทรทัศน์ในประเทศเมียนมา ควรเริ่มต้นวางแผนด้วยการจับกลุ่มเป้าหมายผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาภายใต้กรอบลักษณะทางประชากร ได้แก่ เป็นผู้ชมเพศหญิงที่มีอายุระหว่าง 18 – 25 ปี มีการศึกษาอยู่ที่ระดับอนุปริญญา ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 200,000 – 400,000 Kyats (ประมาณ 5,000 – 10,000 บาท) เพื่อให้มีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากบุคคลกลุ่มดังกล่าวเป็นผู้ชมกลุ่มหลักของละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมา
2. ผู้คัดเลือกหรือผู้ซื้อลิขสิทธิ์ละครโทรทัศน์ไทยเพื่อนำมาออกอากาศที่ประเทศเมียนมาควรคัดเลือกละครโทรทัศน์ไทยแนวชีวิตรักมาออกอากาศ เนื่องจากแนวชีวิตรักสามารถสร้างความนิยมในหมู่ผู้ชมชาวเมียนมาได้มากที่สุด ส่วนแนวละครที่คาดว่าจะสามารถสร้างความนิยมได้มากรองลงมา ได้แก่ แนวรักโรแมนติกคอมเมดี้ แนวตลก แนวประวัติศาสตร์ แนวผีตลก และแนวผีน่ากลัว ตามลำดับ
3. หากทางสถานีโทรทัศน์ของประเทศเมียนมาซึ่งออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยมีการปรับช่วงเวลาในการออกอากาศละครโทรทัศน์ไทย หรือ หากผู้จัดจำหน่ายละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมาสามารถเสนอหรือขอปรับผังเวลาในการออกอากาศละครโทรทัศน์ไทยได้ ควรเสนอให้ออกอากาศ

ในช่วงเช้าเวลา 09.01 - 12.00 น. ทั้งวันจันทร์ – วันศุกร์และวันเสาร์ – วันอาทิตย์ เนื่องจากช่วงเวลาดังกล่าวมีจำนวนผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ขณะที่ช่วงเวลาในการออกอากาศซ้ำ (Re-run) ของวันจันทร์ – วันศุกร์ ควรเป็นช่วงเช้าเวลา 06.01 - 09.00 น. ส่วนวันเสาร์ – วันอาทิตย์ ควรเป็นช่วงเย็นเวลา 18.01 - 21.00 น. เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ผู้ชมชาวเมียนมาร์รับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นจำนวนมากรองลงมา

4. ช่องทางการสื่อสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยในประเทศเมียนมาที่ควรใช้มากที่สุดคือเฟซบุ๊กที่แฟนคลับละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมาสร้างขึ้น เช่น Thai Drama Collection และ Thai Drama & Movie Lover เนื่องจากผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยชาวเมียนมามีการเปิดรับข่าวสารผ่านเฟซบุ๊กเป็นประจำ

5. หากในอนาคตมีผู้ผลิตละครโทรทัศน์ไทยรายใดที่ต้องการหันมาผลิตละครโทรทัศน์ไทยเพื่อเป้าหมายในการส่งออกไปยังประเทศเมียนมาเพื่อตอบสนองความต้องการในการรับชมของผู้ชมชาวเมียนมาโดยตรง ละครแนวชีวิตรักจะเป็นแนวละครโทรทัศน์ไทยที่สามารถสร้างความนิยมได้ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อจัดกลุ่มความต้องการของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมาให้ชัดเจนยิ่งขึ้น
2. ศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละแนวละครของผู้ชมละครโทรทัศน์ชาวเมียนมา เช่น แนวรัก แนวตลก แนวประวัติศาสตร์ แนวผี

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2552). *การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2536). *มายาพินิจ การเมืองทางเพศของละครโทรทัศน์*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เจนเดอร์เพรส.
- กิตติศักดิ์ สุวรรณโกสิน, นพมาศ แวหวงส์ และสุทธากร สันติธวัช. (2542). จินตทัศน์แห่งเสรีชนและศิลปะการเล่าเรื่องในภาพยนตร์. ในอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และศุจีรา สุวีรานนท์ (บ.ก.), *จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาลือมวลชน ศาสตร์และศิลป์ แห่งการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ มีวลิคิวิดีโอ ข่าว และโฆษณา Social Imagination in Media Languages* (31-59). กรุงเทพมหานคร: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กীরดี ชนา. (2543). *ช่วงบรรจกรรม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อรุณ.
- กัจจกร หลุยยะพงษ์ และ สมสุข หินวิมาน. (2552). *หลอน รัก ลับสน ในหนังไทย ภาพยนตร์ไทยในรอบสามทศวรรษ (พ.ศ.2520-2547) กรณีศึกษาตระกูลหนังผี หนังรัก และหนังยุคหลังสมัยใหม่*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สยาม.
- กัจจกร หลุยยะพงษ์. (2556). *ภาพยนตร์กับการประกอบสร้างสังคม ผู้คน ประวัติศาสตร์ และชาติ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรรณิกา รุ่งเจริญพงษ์. (2557). ประเภทรายการวิทยุและโทรทัศน์ (Radio and Television Genres). ใน *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์* (น.74-81). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กฤษดา เกิดดี. (2543). *ประวัติศาสตร์ภาพยนตร์: การศึกษาว่าด้วย 10 ตระกูลสำคัญ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พิมพ์คำ.
- จิรวดี วิไลลอย และ อัสวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2559). การปรับเปลี่ยนความหมายผีในละครโทรทัศน์ไทย. *พรรษาสิริ ภูทาบ (บรรณนิการ)*. *วารสารนิเทศศาสตร์*, ปีที่34(ฉบับที่2), 55. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท 21 เซ็นจูรี่ จำกัด.

- ชนาพร พิทยาบุรณ์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปิดรับชมรายการละครวิทยุโทรทัศน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. *วารสารรามคำแหง ฉบับมนุษยศาสตร์*, ปีที่ 33 (ฉบับที่1), 109-121.
- ชูชัย สมितिไกร. (2558). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐญา โรจนพิทยากุล. (2556). *การเปิดรับสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของบริษัท เมืองไทย ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คนัยธัญ พงษ์พัชรารเทพ. (2555). *การศึกษารสนิยมของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อภาพยนตร์ไทยและละครไทย*. เชียงใหม่: สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ตะวัน หวังเจริญวงศ์. อิทธิพล “ไทยบ๊อป” ในอาเซียน. (24 มกราคม, 2557) โพสต์ทูเดย์. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.posttoday.com/biz/aec/news/273423>
- ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์, จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย และสุพล วิเชียรฉาย. (2542). โลกเก่า-โลกใหม่ในจินตทัศน์ของละครโทรทัศน์ไทย. ในอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์ และศุภิรา สุวีรานนท์ (บ.ก.), *จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาลือมวลชน ศาสตร์และศิลป์แห่งการเล่าเรื่องในภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ มิวสิควิดีโอ ข่าว และโฆษณา Social Imagination in Media Languages* (61-94). กรุงเทพมหานคร: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธัญญชญา อ่อนคง. (2553). *พฤติกรรมการชมภาพยนตร์ การเข้าร่วม และความพึงพอใจต่อกิจกรรม Starpics ฟุตฟิต For Film ของนักศึกษาในเขตกทม.* การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ส่วนหนึ่งของวิชา CM700 สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ธิดิรัตน์ อรัณยวงศกร. (2544). *พฤติกรรมการถอนตัวและการไว้วางของกลุ่มแม่บ้านผู้ชมละครโทรทัศน์ไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2538). *ซอน, คาราบาว, น้ำเน่า และหนังไทย : ว่าด้วยเพลง ภาษา และนานา มหรรสพ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.

- นพดล อินทร์จันทร์, พงษ์สิทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ, วิรุณ ตั้งเจริญ และสุรพล วิรุฬห์รักษ์. (2555).
 ภาพยนตร์ชุดเกาหลี: กรณีศึกษากระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย. วารสารสถาบัน
 วัฒนธรรมและศิลปะ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
 ปีที่14(ฉบับที่27), 132-143.
- บรรจง โกศลวัฒน์. (2545). ศิลปะการแสดงภาพยนตร์ โทรทัศน์ และละคร. กรุงเทพมหานคร:
 โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บัณฑิตา ธนสถิตย์. (2531). ละครโทรทัศน์ไทย. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผุ่รัตน์ โกศัย. (2545). พฤติกรรมการรับชมและการรับรู้รายการละครโทรทัศน์ไทยของคนลาวใน
 เวียงจันทน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณชรินทร์ ชัยเชาวรัตน์. (2556). ความต้องการข่าวสารและพฤติกรรมการชมละครโทรทัศน์ที่ผลิต
 โดยบริษัท เอ็กแซ็กท์ จำกัด ของผู้ชมในสาธารณรัฐประชาชนจีน.
 โครงการวิชาชีพปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรษา ริมกาญจนวัฒน์. (2553). ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ไทย.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภราดร ศักดา. (2557). พม่าวันวาน เมียนมาร์วันนี้. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2542). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.
- วรารุณ ธนอมจิตร. (2558). ความสัมพันธ์ของการเปิดรับละครโทรทัศน์ไทยกับค่านิยมทางวัฒนธรรม
 และรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนลาวในนครหลวงเวียงจันทน์.
 วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน
 คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรวรรณ องค์กรุฑรักษา. (2559). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาการจัดการภาพลักษณ์และ
 ชื่อเสียงองค์กร. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2558). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์: เน้นสำหรับงานวิจัย.
 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2558). วิธีดำเนินการวิจัย: ตารางกำหนดขนาดตัวอย่างสำเร็จรูป. เอกสาร
 ประกอบการเรียนการสอน. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไศลทิพย์ จารุภูมิ. (2535). การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมชาย ศรีรักษ์. (2548). *ภาพยนตร์ไทยและบริบททางสังคม พ.ศ.2510-2525*.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมสุข หินวิมาน. (2545). ละครโทรทัศน์: เรื่องของ “ตบๆ จูบๆ” และ “ผัวๆ เมียๆ” ในสื่อ “น้ำเน่า”. ใน กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, *สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ* (น. 173-247). กรุงเทพมหานคร: All About Print (ออล ออบ้าท์ พรินท์).

สรพงษ์. *ASEAN Forum 7: “โจทย์วิจัยอาเซียน: ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมและการบริโภคละครไทยในประเทศอาเซียน.”* (3 ตุลาคม, 2556) ASEAN Watch. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2559, จาก <http://aseanwatch.org/2013/10/03/asean-forum-7>

สิริอัญญา. *ยุคที่สื่อโทรทัศน์มอมเมาประชาชน.* (14 พฤศจิกายน, 2547) ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2560,

จาก <http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9470000081966>

สุรัตน์ ตรีสุกุล. (2547). *หลักนิเทศศาสตร์.* กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์ พ.ศ. พัฒนา.

หลาน เพิน. (2557). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของบริษัทในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่นำเข้าสู่ละครโทรทัศน์ไทย.* การค้นคว้าอิสระปริญญาโทนิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อภิสิทธิ์ ปุระสาชิต. (2557). *การออกแบบเรขาคณิตสำหรับภาพยนตร์ไทยตระกูลต่างๆโดยใช้ไทโปกราฟี่เป็นองค์ประกอบหลัก.* วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัมพร จิรัฐติกร. (2550). *ละครไทยเปลี่ยนเสียงไต: การเมืองเรื่องของการบริโภค กรณีศึกษาการบริโภคสื่อข้ามพรมแดนของชุมชนไทใหญ่ ในรัฐฉาน ประเทศพม่า.* ใน *การเดินทางของสินค้าสมัยใหม่* (น. 1-37). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
ไอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.

อัมพร จิรัฐติกร. (2558). *การศึกษาเรื่องของการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาในประเทศพม่า กัมพูชา และเวียดนาม.* รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัมพร จิรัฐติกร. *ละครไทยในอาเซียน.* (26 พฤศจิกายน, 2558) กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/636221>

อัมพร จิรัฐติกร. *Soft Power: อำนาจสื่อและสายตาในอาเซียน.* (12 พฤษภาคม, 2559a) ประชาธรรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2559, จาก http://www.prachatham.com/article_detail.php?id=434

อัมพร จิรัฐติกร. (2559b). *ละครไทยกับผู้ชมอาเซียน วัฒนธรรมศึกษาของสื่อข้ามพรมแดนในอาเซียน.* ศูนย์อาเซียนศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่: หจก.วนิดาการพิมพ์.

อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2547). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. นนทบุรี: ซี.วี.แอล.การพิมพ์.
 อารดา ครุจิต. (2557). รายการวิทยุและโทรทัศน์ประเภทบันเทิง. ใน *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์* (น.108-141). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
 อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. *Soft Power: อำนาจสื่อและสายตาในอาเซียน*. (12 พฤษภาคม, 2559) ประชาชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 ธันวาคม 2559, จาก http://www.prachatham.com/article_detail.php?id=434

ภาษาอังกฤษ

Fairlane Raymundo. (2016). 10 Things Korea is doing that's helping their entertainment industry. *ReelRunDown*. Retrieved November 1, 2017, from <https://reelrundown.com/film-industry/10-Things-Korea-is-Doing-Thats-Helping-Their-Entertainment-Industry>

Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2004). *Consumer Behavior: Building marketing strategy*. (9th ed.), New York: McGraw-Hill/Irwin.

Kee-Yung Nam, Cham, M. R., & Halili, P. R. (2015). Developing Myanmar's Information and Communication Technology Sector toward Inclusive Growth. *ADB Economics Working Paper Series*, 462, 1-43.

Klapper, J. T. (1960). *The Effects of Mass Communication*. (1st ed.), New York: The Free Press.

Lwin Mar Htun. (2014). Thai Film Festival coming to Yangon. *Myanmar Times*. Retrieved November 5, 2017, from <https://www.mmmtimes.com/lifestyle/9475-thai-film-festival-coming-to-yangon.html>

McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.

Nguyen Thi Tu Anh. (2016). Regionalization through Media Consumption: The Consumption of Thai and Filipino Soap Operas among Vietnamese Audiences. *วารสารทางวิชาการ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: POP CULTURE(ป๊อปคัลเจอร์)*, ปีที่28(ฉบับที่2/2559), (175-205). Retrieved December 21, 2016, from http://journal.soc.cmu.ac.th/issue_upload/Regionalization%20through%20Media%20Consumption.pdf

- Phyu Phyu Zin. (2014). Popular Thai soap 'Wanida' now showing on Myanmar TV. *Mizzima news from Myanmar*. Retrieved December 20, 2016, from <http://archive-3.mizzima.com/culture/entertainment/item/14655-popular-thai-soap-wanida-now-showing-on-myanmar-tv/>
- Rungnapa Kasemrat. (2009). *The Shan people's consumption of Thai "Chak Chak Wong Wong" television serials*. A thesis for the Degree of Master of Arts Program in Southeast Asian Studies, Chulalongkorn University.
- Solomon, M. R. (2015). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. (11th ed.), London: Pearson Education Limited.
- Ubonrat Siriyuvasak. (2010). The Culture Industry and Asianization: The New Imagined Inter-Asia Economy. In Doobo Shim, Ariel Haryanto and Ubonrat Siriyuvasak (Eds.), *Pop Culture Formations across East Asia*. (1st ed., pp. 149-179). Seoul: Jimoondang.

ข้อมูลประกอบจากเว็บไซต์

- Channel7. (2018). *Channel7 FREE TO AIR, 24.5.2018 Program Schedule*. Retrieved May 24, 2018, from <https://www.facebook.com/Channel7Myanmar/photos/>
- Forever BEC-Tero. (2016). *Company Profile*. Retrieved November 1, 2017, from <http://www.foreverbectero.com/about>
- IN HER VIEW, VOICE TV21 Live. (2015). *ละคร“วนิดา”ออกฉายและได้รับความนิยมในเมียนมาร์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=ejjEflaTCKw>
- Marketeer Content2, “9 รสนิยมแรงงานเมียนมา.” RESEARCH THE ACADEMY. (25 พฤษภาคม, 2559). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2559, จาก <http://marketeer.co.th/archives/84666>
- MATICHON ONLINE. (2560). *ชาวพม่าติง“เพลิงพระนาง”หมิ่นสถาบันกับทนายท เรียกร้องยุติออกอากาศ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2560, จาก <https://www.matichon.co.th/news/476066>

MWD Digital TV. (2018). *MWD Documentary, 24.5.2018 Program Schedule(Thursday)*.

Retrieved May 24, 2018, from <https://www.facebook.com/mwddigitaltv/>

Myanmar Celebrity. (2015). *Thai Superstar, Mario Maurer Joined POND's Men Launch Party In Yangon*. Retrieved November 5, 2017, from

<http://www.myanmarcelebrity.com/>

Photoontour.Com. (2003). *Crisis in Cambodia เฝ้าสถานทูตไทยในกัมพูชา*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 8 พฤศจิกายน 2560,

จาก http://www.photoontour.com/Events_HTML/Cambodia/News01.htm

World Population Review. (2018). *Myanmar Top 20 Cities by Population*.

Retrieved March 24, 2018,

From <http://worldpopulationreview.com/countries/myanmar-population/>

TrueID. (2558). *รวม 10 ดาราระดับแม่เหล็กใจเด็ดไม่ต่อสัญญา จะเปรี๊ยะหรือจะแบกลุ้นดูกัน!!*.

สืบค้นเมื่อวันที่ 7 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://dara.trueid.net/detail/4384>

สัมภาษณ์ชาวไทย

มณรวี แยมมว. ผู้ผลิตรายการและดูแลการผลิตละครโทรทัศน์ไทยสำหรับออกอากาศที่ประเทศเมียนมาทางช่อง MRTV4 และ Channel7 บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน. สัมภาษณ์, 27 พฤศจิกายน 2559 และ 4 กันยายน 2560.

สัมภาษณ์ชาวเมียนมา

แซนดี้ จอว์ ลวิน (Sandi Kyaw Lwin). ชาวนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา.

สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2560.

ตุตุ (Thu Thu). ชาวนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา. สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2561.

นาง ฉันดา อู (Nang Thandar Oo). ชาวรัฐฉาน (Shan State) ประเทศเมียนมา.

สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2559, 23 ธันวาคม 2560 และ 24 พฤษภาคม 2561.

ปิเย่ เฟียว ไปน์ (Pyae Phyoo Paing). ชาวนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา.

สัมภาษณ์, 24 พฤษภาคม 2561.

มินตัน (Min Thant). ชาวนครย่างกุ้ง (Yangon) ประเทศเมียนมา. สัมภาษณ์, 28 มีนาคม 2561.



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามฉบับภาษาไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

แบบสอบถามงานวิจัย
เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร พฤติกรรมการชม และความต้องการชมละครโทรทัศน์ไทย
ของผู้ชมชาวเมียนมาในนครย่างกุ้ง”

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประเทศไทย
 ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในการกรอกข้อมูลและแสดงความคิดเห็น
 ตามความเป็นจริง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทางการศึกษาวิจัยต่อไป
 ทั้งนี้ข้อมูลและความคิดเห็นทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น
 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาและความร่วมมืออย่างดียิ่งมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 คำถามคัดกรอง

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลความจริงของท่านมากที่สุด
 ภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา ท่านเคยรับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างน้อย 1 เรื่องหรือไม่

1. เคยชม
 2. ไม่เคยชม (จบการตอบแบบสอบถาม และขอขอบคุณในความอนุเคราะห์)
-

ส่วนที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลทั่วไป

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลความจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ* (จำเป็น)

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ* (จำเป็น)

- 1) 18 – 25 ปี 2) 26 – 35 ปี
 3) 36 – 45 ปี 4) 46 – 55 ปี
 5) 56 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด* (จำเป็น)

- 1) ไม่ได้เรียน 2) ประถมศึกษา
 3) มัธยมศึกษา 4) อนุปริญญาตรี
 5) ปริญญาตรี 6) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ (โปรดเลือกเพียง 1 ตัวเลือก)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) นักเรียน / นักศึกษา | <input type="checkbox"/> 2) ข้าราชการ |
| <input type="checkbox"/> 3) พนักงานบริษัทเอกชน | <input type="checkbox"/> 4) เจ้าของธุรกิจ |
| <input type="checkbox"/> 5) ค้าขาย | <input type="checkbox"/> 6) แพทย์ พยาบาล ครูอาจารย์ |
| <input type="checkbox"/> 7) พ่อบ้าน / แม่บ้าน หรือ ไม่ได้ทำงาน | <input type="checkbox"/> 8) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

5. รายได้เฉลี่ย (ต่อเดือน)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 200,000 Kyats | <input type="checkbox"/> 2) 200,000 – 400,000 Kyats |
| <input type="checkbox"/> 3) 400,001 – 600,000 Kyats | <input type="checkbox"/> 4) 600,001 – 800,000 Kyats |
| <input type="checkbox"/> 5) 800,001 – 1,000,000 Kyats | <input type="checkbox"/> 6) 1,000,001 – 1,200,000 Kyats |
| <input type="checkbox"/> 7) มากกว่า 1,200,000 Kyats | |

ส่วนที่ 3 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลความจริงของท่านมากที่สุด

6. ท่านได้รู้ ได้เห็น ได้ยิน ได้ฟังข่าวสารหรือเนื้อหาเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางสื่อหรือช่องทาง การสื่อสารต่อไปนี้ในปริมาณความถี่อย่างน้อยเพียงใด

ประเภทของสื่อหรือช่องทาง การสื่อสาร	เป็นประจำ (5)	บ่อยๆ (4)	เป็นบางครั้ง (3)	น้อย (2)	แทบจะไม่ (1)
สื่อมวลชน					
6.1 รายการโทรทัศน์ เช่น รายการข่าวบันเทิง					
6.2 ข่าวบันเทิงทางหนังสือพิมพ์					
6.3 รายการวิทยุ					
6.4 ข่าวบันเทิงทางนิตยสาร					
สื่อออนไลน์					
6.5 เว็บไซต์ เช่น หนังสือพิมพ์ออนไลน์ หรือ สถานีโทรทัศน์ที่มีเว็บไซต์ของตนเอง					
6.6 Facebook ที่ Fanclub ชาวเมียนมาสร้างขึ้น เช่น Thai Drama Collection, Thai Drama & Movie Lover					
6.7 Instagram (IG) ส่วนตัวของดารานักแสดงชาวไทย					
สื่อบุคคล					
6.8 สมาชิกในครอบครัว					
6.9 เพื่อน					

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลความจริงของท่านมากที่สุด

7. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยผ่านทางช่องทางใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) โทรทัศน์ช่องต่างๆ | <input type="checkbox"/> 2) แชนวีซีดี / ดีวีดี |
| <input type="checkbox"/> 3) เว็บไซต์ myanmartvchannel | <input type="checkbox"/> 4) เว็บไซต์ Pyoneplay |
| <input type="checkbox"/> 5) เว็บไซต์ Youtube | <input type="checkbox"/> 6) เว็บไซต์ Facebook (โปรตรระบุ Page)..... |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

8. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยบ่อยครั้งเพียงใด (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) 1 – 2 วัน / สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 2) 3 – 4 วัน / สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3) 5 วัน / สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 4) 6 วัน / สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 5) รับชมทุกวัน | |

9. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยเป็นระยะเวลาานานเท่าใดในแต่ละวัน (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 1 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 2) 1 – 2 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 3) 2 – 4 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 4) 4 – 6 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 5) 6 ชั่วโมงขึ้นไป | |

10. ในวันทำงานหรือวันจันทร์ – วันศุกร์ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยในช่วงเวลาใด

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 06.01 - 09.00 น. | <input type="checkbox"/> 2) 09.01 - 12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3) 12.01 - 15.00 น. | <input type="checkbox"/> 4) 15.01 - 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 5) 18.01 - 21.00 น. | <input type="checkbox"/> 6) 21.01 - 00.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 7) 00.01 - 03.00 น. | <input type="checkbox"/> 8) 03.01 - 06.00 น. |

11. ในวันหยุดหรือวันเสาร์ – วันอาทิตย์ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยในช่วงเวลาใด

(ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1) 06.01 - 09.00 น. | <input type="checkbox"/> 2) 09.01 - 12.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 3) 12.01 - 15.00 น. | <input type="checkbox"/> 4) 15.01 - 18.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 5) 18.01 - 21.00 น. | <input type="checkbox"/> 6) 21.01 - 00.00 น. |
| <input type="checkbox"/> 7) 00.01 - 03.00 น. | <input type="checkbox"/> 8) 03.01 - 06.00 น. |

12. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1) บ้าน / ที่พักอาศัย | <input type="checkbox"/> 2) ที่ทำงาน |
| <input type="checkbox"/> 3) สถานศึกษา | <input type="checkbox"/> 4) บนรถโดยสาร / ระหว่างเดินทาง |
| <input type="checkbox"/> 5) บ้านเพื่อน | <input type="checkbox"/> 6) ร้านอาหารไทย |
| <input type="checkbox"/> 7) อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | |

13. ท่านรับชมละครโทรทัศน์ไทยพร้อมกับใครบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- 1) รับชมคนเดียว 2) รับชมพร้อมกับครอบครัว
 3) รับชมพร้อมกับคนรัก 4) รับชมพร้อมกับเพื่อน
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. ท่านตัดสินใจเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยอย่างไร (เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว)

- 1) ตัดสินใจเลือกรับชมด้วยตนเอง 2) รับชมตามครอบครัว
 3) รับชมตามเพื่อน 4) รับชมตามกระแสความนิยมในสังคม
 5) รับชมตามการโฆษณาของสื่อ 6) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ท่านติดตามชมละครโทรทัศน์ไทยแต่ละเรื่องอย่างต่อเนื่องมากน้อยเพียงใด

ลักษณะความต่อเนื่องในการติดตามชม ละครโทรทัศน์ไทย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
15.1 ตั้งใจชมต่อเนื่องทุกตอนตั้งแต่ที่เริ่มออกอากาศ					
15.2 ชมเกือบทุกตอน					
15.3 ชมเฉพาะบางตอนที่ต้องการ					
15.4 ชมเฉพาะตอนจบหรือใกล้ถึงตอนจบ					
15.5 เปิดชมสลับไปมากับรายการอื่นๆ					
15.6 ชมเฉพาะเมื่อมีเวลาว่าง					
15.7 เพียงเปิดละครทิ้งไว้เป็นเพื่อน					

16. ท่านเลือกรับชมละครโทรทัศน์ไทยด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

เหตุผลที่รับชมละครโทรทัศน์ไทย	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
16.1 เนื้อหาสนุกเพลิดเพลิน					
16.2 เนื้อหาละครใกล้เคียงกับชีวิตจริง					
16.3 เนื้อหาละครสะท้อนให้เห็นชีวิตจริง					
16.4 เนื้อหาของละครมีสาระ					
16.5 เนื้อหาของละครมีคติสอนใจที่ดี					
16.6 ดารานักแสดงสวยงาม					
16.7 ดารานักแสดงแสดงดี สมบทบาท					
16.8 สถานที่ถ่ายทำสวยงาม					
16.9 เครื่องแต่งกายของนักแสดงงดงาม					
16.10 ได้เรียนรู้สิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อน					
16.11 นำเนื้อหาในละครมาพูดคุยในวงสนทนาได้					

ส่วนที่ 5 ความต้องการในการรับชมละครโทรทัศน์ไทย

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลความจริงของท่านมากที่สุด

17. แนวละครโทรทัศน์ไทยที่ท่านต้องการรับชม

แนวละครโทรทัศน์ไทยที่ท่านต้องการรับชม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
17.1 แนวชีวิตรัก					
17.2 แนวรักโรแมนติกคอมเมดี้					
17.3 แนวผีนากลัว					
17.4 แนวผีตลก					
17.5 แนวตลก					
17.6 แนวประวัติศาสตร์					
17.7 แนวสะท้อนปัญหาสังคม					
17.8 แนวอาชญากรรม					
17.9 แนวสืบสวนสอบสวน					
17.10 แนวบู๊และต่อสู้ด้วยศิลปะป้องกันตัว					
17.11 แนวผจญภัย					
17.12 แนวจินตนาการ (แฟนตาซี)					
17.13 แนวที่เกี่ยวกับสัตว์					
17.14 แนวที่เกี่ยวกับเด็ก					
17.15 แนวเพลง					
17.16 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

18. องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทยที่ท่านต้องการ

องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย ที่ต้องการรับชม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
18.1 คำโครงเรื่องมีทั้งสุข เศร้า ตลก					
18.2 แก่นเรื่องที่มักให้ผู้ชมได้ขบคิดเวลารับชม					
18.3 การเล่าเรื่องที่สนุกสนาน					
18.4 การเล่าเรื่องที่มีเหตุและผล					
18.5 สถานที่ถ่ายทำสวยงาม					
18.6 สถานที่ถ่ายทำแปลกใหม่ ไม่ซ้ำซาก					
18.7 การแสดงออกของตัวละครที่สามารถสื่ออารมณ์ได้					
18.8 เครื่องแต่งกายของนักแสดงที่สวยงาม					
18.9 เครื่องแต่งกายนักแสดงที่สอดคล้องกับแนวละคร					
18.10 พระเอกที่มีจิตใจดี อบอุ่น อ่อนโยน					
18.11 พระเอกที่เจียบขริ่ม ไม่วิวยวาย					
18.12 พระเอกที่เอาแต่ใจ					
18.13 พระเอกที่โหดร้าย เก๋อน					

องค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทย ที่ต้องการรับชม	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
18.14 พระเอกที่เก๋ หรือ เป็นวีรบุรุษ (Hero)					
18.15 นางเอกที่อ่อนหวาน บอบบาง					
18.16 นางเอกที่จิตใจดี มีเมตตา					
18.17 นางเอกที่เข้มแข็ง สู้คน					
18.18 นางเอกที่ยึดมั่นในศักดิ์ศรี					
18.19 นางเอกที่ไม่มัวแต่รอความช่วยเหลือจากผู้ชาย					

19. ดารานักแสดงนำละครโทรทัศน์ไทยที่ท่านต้องการ

คุณสมบัติของดารานักแสดงนำ ละครโทรทัศน์ไทยที่ต้องการ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
19.1 มีหน้าตาและรูปร่างที่สวยงาม					
19.2 แสดงละครได้สมบทบาท ดีบทแตก					
19.3 มีชื่อเสียงโด่งดัง					
19.4 มีผลงานละครที่ได้รับการยอมรับ เช่น ได้รางวัล					
19.5 เป็นดาราที่โฆษณาสินค้าในประเทศเมียนมา					
19.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

20. ท่านต้องการชมละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อหาเรื่องราวดังต่อไปนี้ มากน้อยเพียงใด

เนื้อหาเรื่องราว	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
20.1 สอดคล้องกับประเพณีและวัฒนธรรมของชาวเมียนมา					
20.2 หากเป็นละครที่มีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับเมียนมาจะต้องมีความสมจริง					
20.3 ลักษณะนิสัยของตัวละครตรงตามลักษณะนิสัยของชาวเมียนมา					
20.4 หากเป็นตัวละครที่กล่าวถึงชาวเมียนมาจะต้องแต่งกายได้สมจริง					
20.5 มีเรื่องราวใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของชาวเมียนมา					
20.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

21. ท่านต้องการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในรูปแบบใดมากที่สุด

- 1) พากย์เสียงใหม่เป็นภาษาเมียนมา (Dubbing)
- 2) แปลคำบรรยายเป็นภาษาเมียนมา (Subtitle) และคงเสียงพูดภาษาไทยไว้

.....

ขอขอบพระคุณในความกรุณาตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี



ภาคผนวก ข
แบบสอบถามฉบับภาษาเมียนมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

သုတေသနမေးခွန်းလွှာ

အကြောင်းအရာ။ ။ရန်ကုန်မြို့အတွင်း ထိုင်းစီးရီးများကို လက်ခံကြည့်ရှုအားပေးနေသော မြန်မာပရိသတ်များကို သုတေသနပြုလုပ်ခြင်း။

အဆိုပါမေးခွန်းလွှာများသည် ထိုင်းနိုင်ငံ ဘန်ကောက်မြို့ Faculty of Communication Arts ,Chulalongkorn တက္ကသိုလ်ရှိ သုတေသီများက သုတေသနပြုလုပ်ခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ သင်၏ထင်မြင်ယူဆချက်များအားလုံးကို လျှို့ဝှက်ပြီး အချက်အလက်များ အားလုံးကို ခြုံငုံသုံးသပ်မှုပြုလုပ်သွားမည်ဖြစ်ပါသည်။ မိမိတို့၏ သုတေသနလုပ်ငန်းအတွက် ပူးပေါင်းဖြေကြားပေးခြင်းကို အထူးကျေးဇူးတင်ရှိပါသည်။



အပိုင်း(1) စိစစ်ခြင်း

မှတ်ချက် ။ ။ သင်နှင့် အသင့်လျော်ဆုံးအချက်ကို တွင် ပြီးရွေးချယ်ပါ။

လွန်ခဲ့သော (6)လအတွင်း ထိုင်းစီးရီးကို ကြည့်ဖူးပါသလား?

- 1. ကြည့်ဖူးပါသည်။
- 2. မကြည့်ဖူးပါ။ (စိစစ်ခြင်း ပြီးဆုံးပါသည်။ ဖြေကြားပေးသည့်အတွက် ကျေးဇူးတင်ပါသည်။)



အပိုင်း (2) ကိုယ်ရေးအကျဉ်း အချက်အလက်များ

မှတ်ချက် ။ ။ သင်နှင့် အသင့်လျော်ဆုံးအချက်ကို တွင် ပြီးရွေးချယ်ပေးပါ။

1. လိင် *(လိုအပ်သည်)

- 1) ကျား 2) မ

2. အသက် *(လိုအပ်သည်)

- 1) 18 – 25 နှစ် 2) 26 – 35 နှစ်
- 3) 36 – 45 နှစ် 4) 46 – 55 နှစ်
- 5) 56 နှစ်နှင့် အထက်

3. ပညာ အရည်အချင်း *(လိုအပ်သည်)

- 1) မရှိ 2) မူလတန်း
- 3) အလယ်တန်း 4) ဒီပလိုမာ
- 5) ဘက်ချလာ (Bachelor) 6) ဘွဲ့လွန်

4. အလုပ်အကိုင် (1 ခုသာ ဖြေရန်)

- 1) ကျောင်းသူ/ကျောင်းသား 2) အစိုးရဝန်ထမ်း
- 3) ကုမ္ပဏီဝန်ထမ်း 4) စီးပွားရေးလုပ်ငန်းရှင်
- 5) အရောင်းအဝယ် 6) ဆရာဝန်/သူနာပြု/ ကျောင်းဆရာ/ဆရာမ
- 7) အိမ်ရှင်မ/ မှီခို 8) အခြား(သတ်မှတ်ပေးရန်).....

5. ဝင်ငွေ (လစဉ်)

- 1) 200,000 Kyats အောက် 2) 200,000 – 400,000 Kyats
- 3) 400,001 – 600,000 Kyats 4) 600,001 – 800,000 Kyats
- 5) 800,001–1,000,000 Kyats 6) 1,000,001–1,200,000 Kyats
- 7) 1,200,000 Kyats နှင့် အထက်

အပိုင်း(3) ထိုင်းစီးရီး နှင့်ပတ်သက်သော သတင်းအချက်အလက်များ လက်ခံ အားပေးလာပုံ

မှတ်ချက် ။ ။ သင်နှင့် အသင့်လျော်ဆုံးအချက်ကို တွင် ✓ ပြီးရွေးချယ်ပါ။

6. အောက်ဖော်ပြပါအချက်က ထိုင်းစီးရီးကိုမည်သည့်နေရာတွင် အများဆုံး မြင်ရ ကြားရပါသလဲ?

မီဒီယာ (သို့) ဆက်သွယ်ရေး အမျိုးအစား	အများဆုံး (5)	မကြာခ က (4)	တစ်ခါ တစ်ရံ (3)	အနည်း ငယ် (2)	အနည်း ဆုံး (1)
မီဒီယာ					
6.1 TV အစီအစဉ်က အနုပညာလှုပ်ရှားမှုများသတင်း					
6.2 နေ့စဉ်သတင်းစာက အနုပညာလှုပ်ရှား မှုများသတင်း					
6.3 ရေဒီယို အစီအစဉ်					
6.4 မဂ္ဂဇင်းက အနုပညာလှုပ်ရှားမှုများသတင်း					
Online					
6.5 website သတင်း မှတစ်ဆင့်					
6.6 မြန်မာနိုင်ငံပရိသတ် ရဲ့ Facebook မှတစ်ဆင့် ဥပမာ Thai Drama Collection , Thai Drama & Movie Lover					
6.7 ထိုင်း အနုပညာရှင်တို့ရဲ့ ကိုယ်ပိုင် Instagram (IG) မှတစ်ဆင့်					
ကိုယ်ပိုင် မီဒီယာဖြစ်ကြသော					
6.8 မိသားစုဝင်များ မှတစ်ဆင့်					
6.9 သူငယ်ချင်း မှတစ်ဆင့်					

အပိုင်း (4) ထိုင်းစီးရီး ကြည့်ခြင်း အလေ့အကျင့်များ

မှတ်ချက် ။ ။ သင်နှင့် အသင့်လျော်ဆုံးအချက်ကို တွင် ✓ ပြီးရွေးချယ်ပေးပါ။

7. ထိုင်းစီးရီးကိုသင် ဘယ်နေရာ/အစီအစဉ်မှာ အများဆုံးကြည့်ရှုပါသလဲ?

(1 ခုထက်ပိုရွေးချယ်ပေးပါရန်)

- 1) TV အစီအစဉ် အမျိုးမျိုး
- 2) CD / DVD
- 3) myanmartvchannel website
- 4) Pyoneplay website
- 5) Youtube website
- 6) Facebook (page နာမည်ပြောပေးပါရန်)
- 7) အခြား (ဖော်ပြပေးပါရန်).....

8. ထိုင်းစီးရီးများကို တစ်ပတ်မှာ ဘယ်နှရက် ကြည့်ပါသလဲ? (1ခုသာ ရွေးချယ်ရန်)

- 1) တစ်ပတ် (1ရက်မှ 2ရက်ထိ)
- 2) တစ်ပတ် (3ရက်မှ 4ရက်ထိ)
- 3) တစ်ပတ် (5ရက်)
- 4) တစ်ပတ် (6ရက်)
- 5) နေ့စဉ်

9. သင်၏ တစ်နေ့တာအတွင်း ထိုင်းစီးရီးတစ်ခုကို အချိန်ဘယ်လောက်ကြာအောင် ကြည့် ဖြစ်ပါသလဲ?

(1 ခုသာရွေးချယ်ရန်)

- 1) (1)နာရီ အောက်
- 2) (1)နာရီ - (2)နာရီ
- 3) (2)နာရီ - (4)နာရီ
- 4) (4)နာရီ - (6) နာရီ
- 5) (6)နာရီ နှင့်အထက်

10. တနင်္လာနေ့ မှသောကြာနေ့အထိ ထိုင်းစီးရီးကို သင်ဘယ်အချိန်မှာကြည့်ပါသလဲ?

(1 ခုနှင့်အထက် ရွေးချယ်ပေးရန်)

- 1) 06.01နာရီ - 09.00 နာရီ
- 2) 09.01 နာရီ - 12.00 နာရီ
- 3) 12.01 နာရီ - 15.00 နာရီ
- 4) 15.01 နာရီ - 18.00 နာရီ
- 5) 18.01 နာရီ - 21.00 နာရီ
- 6) 21.01 နာရီ - 00.00 နာရီ
- 7) 00.01 နာရီ - 03.00 နာရီ
- 8) 03.01 နာရီ - 06.00 နာရီ

11. ပိတ်ရက်တွေဖြစ်တဲ့ စနေနေ့ နှင့် တနင်္ဂနွေနေ့ မှာ ထိုင်းစီးရီးကို သင် ဘယ်အချိန်မှာ ကြည့်ပါသလဲ? (1 ခုနှင့်အထက် ရွေးချယ်ပေးရန်)

- 1) 06.01 နာရီ - 09.00 နာရီ
- 2) 09.01 နာရီ - 12.00 နာရီ
- 3) 12.01 နာရီ - 15.00 နာရီ
- 4) 15.01 နာရီ - 18.00 နာရီ
- 5) 18.01 နာရီ - 21.00 နာရီ
- 6) 21.01 နာရီ - 00.00 နာရီ
- 7) 00.01 - 03.00 နာရီ
- 8) 03.01 - 06.00 နာရီ

12. ထိုင်းစီးရီးကို သင်ဘယ်နေရာမှာ ကြည့်ပါသလဲ? (1 ခုနှင့်အထက် ရွေးချယ်ပေးပါ။)
- 1) အိမ်/အဆောင်
 - 2) အလုပ်ခွင်
 - 3) ကျောင်း
 - 4) ကားပေါ် /ခရီးသွားသော လမ်းကြောင်း
 - 5) သူငယ်ချင်းအိမ်
 - 6) ထိုင်းစားသောက်ဆိုင်
 - 7) အခြား (ဖော်ပြပေးပါရန်).....
13. ထိုင်းစီးရီးကို သင် ဘယ်သူတွေနဲ့အတူ ကြည့်ပါသလဲ? (1 ခုနှင့်အထက် ရွေးချယ်ပေးရန်)
- 1) တစ်ယောက်တည်း
 - 2) မိသားစု
 - 3) ချစ်သူ
 - 4) သူငယ်ချင်း
 - 5) အခြား (ဖော်ပြပေးပါရန်).....
14. ထိုင်းစီးရီးကို ကြည့်ရှုဖို့ ဘယ်လိုဆုံးဖြတ်ခဲ့ပါသလဲ? (1 ခုသာ ရွေးချယ်ရန်)
- 1) ကိုယ်တိုင်
 - 2) မိသားစု
 - 3) သူငယ်ချင်း
 - 4) ခေတ်ရေးစီးကြောင်းအတိုင်း
 - 5) ကြော်ငြာအမျိုးမျိုး
 - 6) အခြား(ဖော်ပြပေးပါရန်).....

15. ထိုင်းစီးရီးကို တစ်ပိုင်းနှင့်တစ်ပိုင်း ဆက်စပ်မှုရှိအောင် ကြည့်ဖြစ်ပါသလား?

ထိုင်းစီးရီးကို တစ်ပိုင်းနှင့် တစ်ပိုင်းဆက်စပ်အောင်ကြည့်ရှုပုံ	အများဆုံး (5)	အများ (4)	တစ်ခါတစ်ရံ (3)	အနည်းငယ် (2)	အနည်းဆုံး (1)
15.1 စီးရီးဝလွင့်သည့်နေ့မှစပြီး တစ်ပိုင်းမှမပျက်ကွက်အောင်ကြည့်သည်။					
15.2 နေ့တိုင်းနီးပါးကြည့်သည်။					
15.3 ကြည့်လိုသောအပိုင်းသာ ရွေးချယ်ကြည့်သည်။					
15.4 ဇာတ်သိမ်းပိုင်းသာ(သို့)ဇာတ်သိမ်းပိုင်းခါနီးမှ ရွေးကြည့်သည်။					
15.5 အခြားအစီအစဉ်များနှင့်လှည့်ပြောင်းကြည့်သည်။					
15.6 အားလပ်ချိန်သာ ကြည့်ဖြစ်သည်။					
15.7 အဖော်ပြုဖို့ သာဖွင့်ထားသည်။					

16. အောက်ဖော်ပြပါအချက်များကြောင့် ထိုင်းစီးရီးကို ရွေးချယ်ကြည့်ရှုခြင်း၏ အကြောင်းရင်း ဘယ်လောက်ရှိပါသလဲ?

ထိုင်းစီးရီးကို ရွေးချယ်ကြည့်ရှုခြင်း၏ အကြောင်းရင်း	အများဆုံး (5)	အများ (4)	တစ်ခါ တစ်ရံ (3)	အနည်း ငယ် (2)	အနည်း ဆုံး (1)
16.1 ဇာတ်ညွှန်းကောင်းခြင်း					
16.2 ဇာတ်လမ်းအကြောင်းအရာများ အပြင်လောကနှင့် တစ်ထပ်တည်းကျခြင်း					
16.3 ဇာတ်လမ်းအကြောင်းအရာများက တကယ့်ဘဝနှင့် ထပ်တူကျခြင်း					
16.4 ဇာတ်ညွှန်း အဓိပ္ပာယ်ကောင်းခြင်း					
16.5 ကိုယ်ကျင့်တရားကောင်းမွန်အောင် သင်ပေးနိုင်ခြင်း					
16.6 သရုပ်ဆောင်များချောမောလှပခြင်း					
16.7 သရုပ်ဆောင် ပီပြင်မှုရှိခြင်း					
16.8 ရိုက်ကွင်းနေရာ လှပခြင်း					
16.9 သရုပ်ဆောင်များ၏အဆင်တန်ဆာ လှပခြင်း					
16.10 ဗဟုသုတ အသစ်ပေးနိုင်ခြင်း					
16.11 ဇာတ်ညွှန်း အကြောင်းအရာကို အဖွဲ့အစည်းထဲတွင် ပြောဆိုဆွေးနွေးသုံးနှုန်းနိုင်ခြင်း					

အပိုင်း(5) ထိုင်းစီးရီးကြည့်ရာမှ သင်ဖြစ်စေလိုသောလိုအပ်ချက်များ

မှတ်ချက် ။ ။ သင်နှင့် အသင့်လျော်ဆုံးအချက်ကို တွင် ပြီးရွေးချယ်ပေးပါ။

17. သင် ကြည့်ရှုလိုသော ထိုင်းစီးရီးဇာတ်လမ်းပုံစံ အမျိုးအစား

သင် ကြည့်ရှုလိုသော ထိုင်းစီးရီး ဇာတ်လမ်းပုံစံ အမျိုးအစား	အများဆုံး (5)	အများ (4)	တစ်ခါတစ်ရံ (3)	အနည်းငယ် (2)	အနည်းဆုံး (1)
17.1 အချစ်ဇာတ်လမ်း					
17.2 ကဗျာဆန်သောအချစ်ဇာတ်လမ်း ၊ အချစ်ဟာ သ ဇာတ်လမ်း					
17.3ကြောက်စရာကောင်းသောသရဲတစ္ဆေဇာတ်လမ်း					
17.4 သရဲဟာသ ဇာတ်လမ်း					
17.5 ဟာသဇာတ်လမ်း					
17.6သမိုင်းကြောင်းနှင့်သက်ဆိုင်သော ဇာတ်လမ်း					
17.7 လူမှုရေးပြဿနာကို ထင်ဟပ်စေသော ဂြဟဇာတ်လမ်း					
17.8 ရာဇဝတ်မှု ဇာတ်လမ်း					
17.9 စုံထောက် ဇာတ်လမ်း					
17.10 တိုက်ခိုက်ရေးဇာတ်လမ်း					
17.11 စွန့်စားမှု ဇာတ်လမ်း					
17.12 စိတ်ကူးယဉ်ဆန်သော ဇာတ်လမ်း					
17.13 တိရစ္ဆာန်နှင့် ပတ်သက်သောဇာတ်လမ်း					
17.14 ကလေးသူငယ်နှင့်သက်ဆိုင်သောဇာတ်လမ်း					
17.15 သီချင်းနှင့်သက်ဆိုင်သော ဇာတ်လမ်း					
17.16 အခြား(ဖော်ပြပေးပါရန်).....					

18. သင်တို့ကြည့်ရှုလိုသော ထိုင်းစီးရီးပုံစံ/ဘောင်များ

သင်တို့ကြည့်လိုသော ထိုင်းစီးရီးပုံစံများ	အများဆုံး (5)	အများ (4)	တစ်ခါ တစ်ရံ (3)	အနည်းငယ် (2)	အနည်းဆုံး (1)
18.1 ဟာသ ပျော်ရွှင်မှု ဝမ်းနည်းမှု စသောရသမျိုးစုံ ပေးစွမ်းနိုင်သော					
18.2 ကြည့်နေချိန်အတွင်း ဇာတ်လမ်းထဲသို့ လွင့်မြောသွားစေနိုင်ပြီးလိုက်လျောတွေးတောပေးနိုင်သော					
18.3 ပျော်ရွှင်စရာကောင်းတဲ့ တင်ဆက်မှုရှိသော ဇာတ်လမ်းမျိုး					
18.4 အကြောင်းအကျိုးဆီလျော်မှုရှိအောင် ပြောပြနိုင်သော					
18.5 လှပသောရိုက်ကွင်းနေရာ					
18.6 ရိုက်ကွင်းနေရာအသစ်အဆန်းဖြစ်သော ထပ်ကာထပ်ကာမရှိသော					
18.7 လိုအပ်သောအကြောင်းရင်းသို့ ရောက်အောင် သရုပ်ဆောင်ပီပြင်သော					
18.8 လှပသောသရုပ်ဆောင်တို့၏ ဝတ်စားဆင်ယင်မှု					
18.9 ဇာတ်ညွှန်းနှင့် ကိုက်ညီမှုရှိအောင် ဝတ်စားဆင်ယင်မှုရှိသော					
18.10 နွေးထွေးပြီးနူးညံ့သောစိတ်နှလုံးရှိ သော မင်းသား					
18.11 တည်ကြည်ခံ့ညားမှုရှိသော မင်းသား					
18.12 စိတ်ကြီးသော မင်းသား					
18.13 ရက်စက်သော မင်းသား					

သင်တို့ကြည့်လိုသော ထိုင်းစီးရီးပုံစံများ	အများဆုံး (5)	အများ (4)	တစ်ခါ တစ်ရံ (3)	အနည်း ငယ် (2)	အနည်း ဆုံး (1)
18.14 သူရဲကောင်းလို မင်းသား					
18.15 သိမ်မွေ့နူးညံ့သော မင်းသမီး					
18.16 သဘောထားကြီးပြီး မေတ္တာစိတ်အပြည့်ရှိသော မင်းသမီး					
18.17 စိတ်ဓာတ်ကြံ့ခိုင်သော မင်းသမီး					
18.18 ဂုဏ်သိက္ခာကြီးသော မင်းသမီး					
18.19 ယောက်ျားများ၏ အကူအညီကို မမျှော် တတ်သောမင်းသမီး					

19. ထိုင်းစီးရီးများထဲက သင်ကြည့်လိုသောခေါင်းဆောင် မင်းသား သမီးတို့၏ ပုံစံ အရည်အချင်း

သင်ကြည့်ရှုလိုသောခေါင်းဆောင် မင်းသား သမီးတို့၏ ပုံစံ အရည်အချင်း	အများဆုံး (5)	အများ (4)	တစ်ခါ တစ်ရံ (3)	အနည်း ငယ် (2)	အနည်း ဆုံး (1)
19.1 ရုပ်ရည်ချောမောသူ					
19.2 ဇာတ်ရုပ်ကိုပီပြင်အောင်သရုပ်ဆောင် နိုင်သူ					
19.3 နာမည်ကြီးသရုပ်ဆောင်					
19.4 သရုပ်ဆောင်မှုဆိုင်ရာအပိုင်းမှာ ဆုချီးမြှင့်ခြင်း ရရှိထားသော သရုပ်ဆောင်					
19.5 မြန်မာနိုင်ငံမှာ ကြော်ငြာသရုပ်ဆောင်ထား သောသူ					
19.6 အခြား(ဖော်ပြပေးပါရန်)					

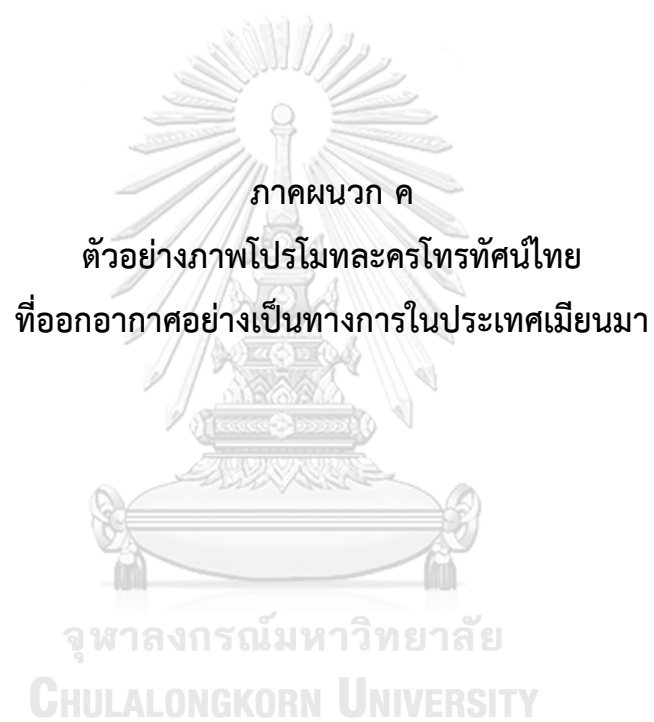
20. အောက်ဖော်ပြပါ ထိုင်းစီးရီး ဇာတ်ညွှန်းများထဲက သင်မည်သည့်ဇာတ်ညွှန်းမျိုးကို ပို၍နှစ်သက်ပါသလဲ?

ဇာတ်ညွှန်း အကြောင်းရင်းများ	အများဆုံး (5)	အများ (4)	တစ်ခါ တစ်ရံ (3)	အနည်းငယ် (2)	အနည်းဆုံး (1)
20.1 မြန်မာနိုင်ငံ၏ ယဉ်ကျေးမှု ဓလေ့ထုံးတမ်းနှင့် ကိုက်ညီမှုရှိသော					
20.2 မြန်မာနှင့် သက်ဆိုင်သော ဇာတ်လမ်းဖြစ်ပါက ဇာတ်ညွှန်းအမှန်ဖြစ်သော					
20.3 မြန်မာလူမျိုးတို့၏ အကျင့်စာရိတ္တနှင့် ကိုက်ညီမှုရှိသော					
20.4 မြန်မာလူမျိုးဟု ညွှန်းဆိုထားသော ဇာတ်ကောင်မျိုးဖြစ်ပါက မြန်မာဝတ်စားဆင်ယင်နှင့် ကိုက်ညီမှုရှိသော					
20.5 မြန်မာလူမျိုးများ၏ နေ့စဉ်နေထိုင်မှုဘဝ နှင့်ဆင်တူသော အကြောင်းအရာများ					
20.6 အခြား (ဖော်ပြပေးပါရန်)					

21. သင် မည်သည့် ထိုင်းစီးရီးအမျိုးအစားမျိုးကိုပို၍ ကြိုက်နှစ်သက်ပါသလဲ?

- 1) မြန်မာလို နောက်ခံစကားပြော (Dubbing)
- 2) မြန်မာ စာတန်းထိုးထားသော (Subtitle) ထိုင်းလိုနဂိုစကားသံအတိုင်းထားသော

.....
ပါဝင်ဖြေကြားပေးခြင်းအတွက် အထူးကျေးဇူးတင်ရှိပါသည်။



ภาคผนวก ค

ตัวอย่างภาพโปรโมทละครโทรทัศน์ไทย
ที่ออกอากาศอย่างเป็นทางการในประเทศไทย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตัวอย่างภาพโปรโมทละครโทรทัศน์ไทย
ที่ออกอากาศอย่างเป็นทางการในประเทศเมียนมา



ภาพที่ 1 ละครเรื่อง รักคุณเท่าฟ้า



ภาพที่ 2 ละครเรื่อง สามมี



ภาพที่ 3 ละครเรื่อง ทราวยสี่เพลิง



ภาพที่ 4 ละครเรื่อง ไฟรักเพลิงแค้น



ภาพที่ 5 - 6 ละครชุดสามทหารเสือ เรื่อง มายาตะวัน



ภาพที่ 7 - 8 ละครเรื่อง สามมิติตรา



ภาพที่ 9 ละครชุด สุภาพบุรุษจุฬาเทพ เรื่อง คุณชายรณพีร์



ภาพที่ 10 ละครเรื่อง มางกามเทพ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 11 ละครเรื่อง มาตามด้น



ภาพที่ 12 ละครเรื่อง แอบรักออนไลน์



CHULANORNTHONGYAY
ภาพที่ 13 ละครเรื่อง ต้นรักริมรั้ว



ภาพที่ 14 ละครเรื่อง รักเกิดในตลาดสด



ภาพที่ 15 ละครเรื่อง รုံးนั๊ก...รักเต็มบ้าน และเรื่อง ขวัญผวา



ภาพที่ 16 ละครเรื่อง ป่วง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 17 ละครเรื่อง ห้องหูน

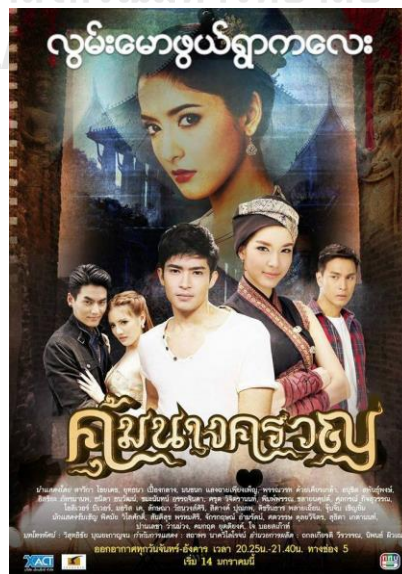


ภาพที่ 18 ละครเรื่อง รากบุญ



ภาพที่ 19 - 20 ละครเรื่อง ภาพรัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY



ภาพที่ 21 ละครเรื่อง คຸ້ມนางครวญ



ภาพที่ 22 ละครเรื่อง มายาพิศวาส



ภาพที่ 23 ละครเรื่อง อุบติรักเทว



ภาพที่ 24 ละครเรื่อง ร่างใหม่... หัวใจเดิม

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวกมลรัตน์ กิจรุ่งไพศาล เกิดวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ.2528 จบชั้นประถมศึกษา และมัธยมศึกษาจากโรงเรียนอัสสัมชัญคอนแวนต์ ศิลป์ภาษาอังกฤษ-ภาษาฝรั่งเศส สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี ด้วยเกียรตินิยมอันดับ2 จากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เอกวิทยุและโทรทัศน์ ในปีพ.ศ.2550

เริ่มทำงานที่บริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน ในปีพ.ศ.2550 ด้วย ตำแหน่งประสานงานฝ่ายต่างประเทศและเลขานุการของผู้บริหารฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ แผนกบางกอกดราม่า จากนั้นในปีเดียวกันเริ่มทำงานในตำแหน่งครีเอทีฟรายการโทรทัศน์ของ แผนกบางกอกดราม่า เพื่อผลิตรายการออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3

ประมาณปีพ.ศ.2555 ทางบริษัท บีอีซี-เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน ได้ มอบหมายให้เดินทางไปยังนครย่างกุ้ง ประเทศเมียนมาพร้อมกับทีมงานอีกหลายท่านเพื่อเริ่มงาน ในตำแหน่งโปรดิวเซอร์ โดยทำหน้าที่ผลิตรายการโทรทัศน์ในประเทศเมียนมาเพื่อออกอากาศทาง ช่อง MRTV4 และ Channel7 พร้อมทั้งเป็นที่ปรึกษาด้านการทำงานให้กับทีมงานชาวเมียนมา ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์

ปีพ.ศ.2559 เดินทางกลับมาประเทศไทย และเข้าศึกษาต่อในระดับปริญญาโท หลักสูตร นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการการสื่อสารแบบบูรณาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย