

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมชม รายการข้าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
ในเขตกรุงเทพมหานคร

สารนิพนธ์
ของ
นายสมเกียรติ สุขธนกิจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
ในเขตกรุงเทพมหานคร

บทคัดย่อ
ของ
นายสมเกียรติ สุขธนกิจ

- 6 - 6. 2546

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
พฤษภาคม 2546

สมเกียรติ

สมเกียรติ สุขชนกิจ. (2546). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาว่าอะไรเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชม “รายการข่าว” ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร ประกอบด้วย อายุและรายได้ และระดับความคิดเห็นของการนำเสนอข่าวด้านต่างๆของไอทีวี ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่นำเสนอ ลักษณะของข่าวที่นำเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงความคิดต่อปัจจัยด้านต่างๆ และทราบพฤติกรรมและข้อเสนอแนะของผู้ชมรายการข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่เคยชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่อยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน จำแนก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรม SPSS PC เพื่อหาค่าสถิติ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ด้วยสมการ Multiple Regression

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-59 ปี เป็นโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า เงินเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท และส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน/ห้างร้าน ผลการศึกษาพบว่า

- 1) จากการวัดระดับความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อความน่าเชื่อถือของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อลักษณะของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และความคิดเห็นโดยเฉลี่ยต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่าในคำถามในเชิงบวก ผู้ตอบแบบสอบถามจะเห็นด้วย และเห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่คำถามในเชิงลบ ผู้ตอบแบบสอบถาม รู้สึกเฉยๆ โดยไม่มีความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วย หรือ ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งเลย
- 2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับชมรายการข่าวของไอทีวี ทุกวัน แต่ส่วนใหญ่ชมครั้งละไม่เกิน 30 นาที โดยส่วนใหญ่ชมรายการข่าวภาคค่ำพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว
- 3) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ กับ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งได้แก่ คุณค่าของข่าวที่นำเสนอ ลักษณะของข่าวที่นำเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร มีผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทั้งนี้ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเลย

- 4) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และการเลือกสรรข่าวสาร มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทั้งนี้ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านลักษณะของข่าวที่น่าสนใจ ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเลย

Factors Affecting the Behavior of Viewing ITV News in Bangkok Metropolitan
area.

AN ABSTRACT
BY
MR. SOMKIAT SUKTHANAKIJ

Presented in Partial Fulfillment of the requirement for the
Master of Business Administration in Management
at Srinakharinwirot University
May 2003.

Somkiat Sukthanakij. (2003). *Factors Affecting the Behavior of Viewing ITV News in Bangkok Metropolitan area*. Master thesis, M.B.A. (Management). Bangkok:Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor : Prof. Advisor Sirivan Serirat.

The purpose of this research is to understand what contributing factors effect the behavioral patterns for watching ITV "news programs". Such possible factors include the demographic profile, age and salary, and caliber of presentation of different news. In addition, credibility of source of information, value of the news presented, the form of news presentation, beneficial usage of the news and satisfaction are also components which will ascertain the behavior and possible options from viewers of ITV news programs.

The sample group selected for this research consists of 400 individuals who have watched ITV news programs before and live in the Bangkok area. A questionnaire was used to gather the data and was analyzed using a computer program SPSS PC to find the frequency, percentages and averages. To find the relationship between factors effecting the behavioral pattern for watching ITV news programs, multiple regression was used.

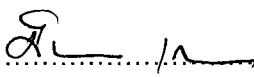
Results from the research found that a majority of the sample group was female, ages between 25-59, single, has a bachelor degree or equivalent, salary range of 10,000 – 20,000 Baht and most are working in private companies. The results from the analysis found that:

1. From measuring the average of the opinion towards the reliability of the source of information, the average of the opinion towards the value of the news presented, the average of the opinion towards the beneficial usage of the news, and the average of the opinion towards the satisfaction of the news presentation from ITV, showed that on a scaled questioning, positive responses were marked as agree or strongly agree. Negative responses were marked in neutral/no opinion or strongly disagree.
2. Most of the respondents watch ITV news programs everyday, but generally not more than 30 minutes. The most frequent program watched is 19.00 News along with family members.
3. The analysis indicated the factor effecting frequency of viewing ITV news program is the demographic profile of age and the factors effecting the behavioral pattern for watching ITV news program are value of the news presentation, the form of news presentation, beneficial usage of the news and satisfaction. The aforementioned factors also have an effect on frequency of viewing ITV news programs; however, credibility of the source of news was found not to have any effect on the frequency of viewing ITV news programs.
4. The results of the analysis found that credibility of the source of news, value of the news presented, beneficial usage of the news, and satisfaction of news to have an effect on the

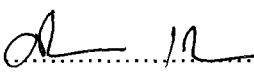
time duration of viewing ITV news programs. Factors that do not have an effect on the time duration for viewing ITV news programs were demographic profile and form of the news presented.

อาจารย์ที่ปรึกษา ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้ แล้วเห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

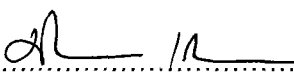
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

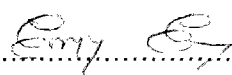

.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

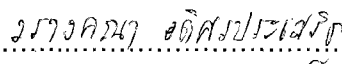
ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร


.....
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)

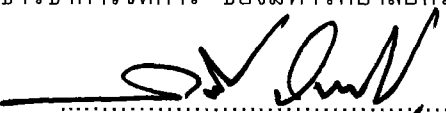
คณะกรรมการสอบ


.....ประธาน
(รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา)


.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.วรางคณา อติศรประเสริฐ)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ


.....คณบดีคณะสังคมศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กวี วรกวิน)

วันที่ 3 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2546

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รองศาสตราจารย์ศิริวรรณ เสรีรัตน์ รวมทั้งรองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา, อาจารย์ ดร. วรางคณา อติศรประเสริฐ และ อาจารย์ ดร. สุภิญญา ดัชฌาภิรมย์ ที่ได้เสียสละเวลาให้คำปรึกษา ชี้แนะนำ ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อการปรับปรุง เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ด้วยความเคารพอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์คณะสังคมศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้มอบความรู้อันเป็นทุนชีวิตแก่ผู้วิจัย

ขอขอบพระคุณ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว รวมทั้งเพื่อให้สามารถเสนอข้อควรปรับปรุงรูปแบบในการนำเสนอรายการข่าว

ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัย ทุกท่าน ตลอดจนผู้มีส่วนสำเร็จต่องานวิจัยนี้ทุกท่าน

กราบขอบพระคุณ คุณแม่ และขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจ และคอยช่วยเหลือเป็นอย่างดี ตลอดจน พี่น้อง MBA (การจัดการ) ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างดี

ท้ายสุดนี้ คุณงามความดีและประโยชน์อันเกิดจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาคุณบิดามารดาและบูรพนาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาอบรมสั่งสอน ข้าพเจ้า จนกระทั่งประสบผลสำเร็จในวันนี้

สมเกียรติ สุขนกกิจ

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	2
	ความสำคัญของการวิจัย	2
	ขอบเขตของการวิจัย.....	2
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	3
	ตัวแปรที่ศึกษา	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ	5
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
	สมมุติฐานในการวิจัย.....	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
	แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์.....	8
	แนวคิดความน่าเชื่อถือของแหล่งสารและแหล่งข่าว.....	11
	แนวความคิดเรื่องข่าว.....	14
	ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์, ความคาดหวังและความพึงพอใจ	18
	ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร.....	24
	แนวความคิดเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรม的开รับสารจากสื่อมวลชน.....	26
	ข้อมูลบริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน)	27
	ความเป็นมาของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	27
	รางวัล และผลการสำรวจเรตติ้งของทางไอทีวี.....	28
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
3	วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า	34
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	34
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	39
	การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	39
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
	สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
5	
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	71
ความมุ่งหมายของการศึกษาค้นคว้า.....	71
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	72
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า.....	72
วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล.....	73
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	73
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า.....	73
การอภิปรายผล.....	78
ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย.....	79
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	80
บรรณานุกรม.....	81
ภาคผนวก ก.....	84
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	84
การวิเคราะห์แบบสอบถาม.....	89
ภาคผนวก ข.....	91
หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ.....	91
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม.....	92
ประวัติของผู้วิจัย.....	93

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงตัวแปรแบ่งส่วนการตลาดผู้บริโภค : ประชากรศาสตร์ (Demographic).....	10
2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคำถามที่ใช้วิเคราะห์กระบวนการติดต่อสื่อสารที่เรียกว่า 5Ws และคำตอบที่ต้องการทราบ.....	13
3 ผลสำรวจความนิยมประเภทรายการของแต่ละสถานีโทรทัศน์.....	29
4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ.....	46
5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ.....	46
6 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อายุ.....	47
7 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส.....	47
8 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	48
9 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้.....	48
10 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ยของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้.....	49
11 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	49
12 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อบัณฑิตจบความน่าเชื่อถือของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	50
13 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	52
14 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อลักษณะของข่าวที่นำเสนอของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	53
15 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจจากการ นำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	55
16 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	56
17 แสดงความถี่ในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	58
18 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ย ความถี่ในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	58
19 แสดงระยะเวลาในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	59
20 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ยระยะเวลาในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	59
21 แสดงช่วงเวลาในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี.....	60
22 แสดงจำนวนบุคคลที่ชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีด้วย.....	61

บัญชีตาราง(ต่อ)

ตาราง	หน้า
23	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศของผู้ชมโดยรวม..... 62
24	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพของผู้ชม 63
25	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ชม..... 64
26	เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในด้านต่าง ๆ จำแนกตามอาชีพของผู้ชม 65
27	แสดงสมการ Multiple Regression ด้านความถี่..... 66
28	แสดงค่า Standardized Coefficients ด้านความถี่..... 67
29	แสดงสมการ Multiple Regression ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการชม..... 69
30	แสดงค่า Standardized Coefficientsด้านระยะเวลาที่ใช้ในการชม 69
31	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน 76

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงส่วนประกอบในกระบวนการติดต่อสื่อสาร	12
2 Expectancy - Value Theory	18
3 แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อและตัวกำหนดต่าง ๆ	23
4 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน.....	23

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การสื่อสารเป็นระบบที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในชีวิตประจำวันของเรา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการดำเนินชีวิตส่วนตัว หรือการติดต่อกันในเรื่องธุรกิจทั้งใน และ ต่างประเทศ การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารเป็นไปอย่างไร้ขีดจำกัด โดยอาศัยความทันสมัยของเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย ทำให้ผู้คนต่างแสวงหาข้อมูล เพื่อให้สามารถติดตามรับข้อมูลข่าวสารเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งความบันเทิง โดยผ่านสื่อและเครื่องมือต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์, โทรทัศน์, วิทยุ, ภาพยนตร์, ทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์มือถือ ฯลฯ กระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้น จะมีสื่อมวลชน ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่สำคัญในการนำข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน ดังนั้นสื่อมวลชนจะต้องสื่อสารข้อมูลความจริง และเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ในจำนวนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ นั้น สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลสูงต่อการสร้างทัศนคติ พฤติกรรม และเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร ความบันเทิงที่หลากหลาย ซึ่งสามารถเข้าถึงประชาชนได้ทุกเพศทุกวัย

สำหรับประเทศไทย มีสถานีโทรทัศน์หลักที่จัดเป็นประเภท “ฟรีทีวี” ซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสาร สาร และความบันเทิง ให้แก่ผู้ชมโดยไม่เสียค่าบริการ ซึ่งในปัจจุบันมีสถานีโทรทัศน์ประเภทนี้อยู่ 6 สถานี คือ

1. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 3 อ.ส.ม.ท.
2. สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5
3. สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7
4. สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสี ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.
5. สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11
6. สถานีโทรทัศน์สี ไอทีวี (ทีวีเสรี)

นอกจากนี้ยังมีสถานีโทรทัศน์ระบบบอกรับเป็นสมาชิก ซึ่งผู้ชมต้องเสียค่าบริการในการรับชมรายการ จำนวน 1 สถานี คือ United Broadcasting Communication (UBC)

ในสภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมืองในปัจจุบัน ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งสภาพภายในประเทศ และ ต่างประเทศ เป็นสิ่งซึ่งบุคคลในสังคมต้องการที่จะได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ข้อเท็จจริง ของเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เพื่อที่จะนำข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นมาปรับใช้ในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม ดังนั้นสื่อมวลชนผู้ทำหน้าที่ในการนำเสนอข่าว จึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อเท็จจริงให้แก่ผู้คนในสังคม และช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแก่สังคม จึงทำให้สื่อมวลชนจำต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพให้สามารถแข่งขันได้สภาวะปัจจุบัน ดังนั้นหน้าที่ของสื่อมวลชน จึงมีด้วยกัน 4 ประการ (ปรมะ สตะเวทิน, 2540, น. 136-137) คือ

1. การสอดส่องระวังระไวเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หมายถึง การแสวงหาและเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อม ทั้งเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในและภายนอกสังคมหนึ่ง ๆ หน้าที่ในด้านนี้ คือ การรายงานข่าว (news reporting) หรือการแจ้งข่าวสาร (informing) นั่นเอง
2. การประสานส่วนต่าง ๆ ในสังคม หมายถึง การที่สื่อมวลชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่เกิด

เป็นข่าว เป็นการวิเคราะห์ และเสนอแนะว่าควรทำอย่างไรกับสิ่งนั้น ๆ หน้าที่นี้ เรียกว่า หน้าที่ในการชักจูงใจ (persuasion) หรือบทบรรณาธิการ (editorial)

3. การถ่ายทอดมรดกทางสังคม หมายถึง การเผยแพร่ความรู้ ค่านิยม และบรรทัดฐานของสังคม แก่สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคม เพื่อให้วิทยาการและวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ คงอยู่ต่อไปนี้ นี่คือนหน้าที่ด้านการให้การศึกษา (educational function) ของสื่อมวลชน

4. การให้ความบันเทิง หมายถึง การเผยแพร่การแสดง ดนตรี และศิลปะ เพื่อสร้างความเพลิดเพลินใจแก่มวลชน

ดังนั้นสถานีโทรทัศน์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชน แขนงหนึ่ง ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารและความบันเทิง ได้พยายามแข่งขันกันในด้านของการนำเสนอข่าวสาร ให้รวดเร็ว ถูกต้อง และเชื่อถือได้แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารที่มีประโยชน์ โดยไม่บิดเบือนความจริง จึงได้เกิดสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ขึ้นซึ่งเป็นสถานีโทรทัศน์ที่เกิดขึ้นภายใต้การนำเสนอข่าวโดยเสรี โดยไม่ตกอยู่ภายใต้อำนาจหรือถูกควบคุมโดยรัฐบาล ทำให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีชื่อเรียกโดยทั่วไปว่า “ไอทีวี ทีวีเสรี” และนับว่าเป็นสถานีโทรทัศน์ที่สามารถทำให้ผู้ชม รวมทั้งสื่อมวลชน ในแขนงต่าง ๆ ยอมรับได้ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว จากรางวัลต่าง ๆ ที่ทางไอทีวีได้รับทางด้านรายการข่าว นอกจากนี้ไอทีวี ยังได้รับรางวัลทางด้านอื่น ๆ อีกจำนวนมาก รวมทั้งผลที่ได้รับจากการสำรวจของสถาบันอิสระ เช่น บริษัท เอซีเนลสัน จำกัด, สเวนดิสต์โพลล์ ซึ่งผลจากการสำรวจประชาชนได้ให้ไอทีวี เป็นสถานีโทรทัศน์อันดับ 1 ในด้านของรายการข่าว จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจเป็นอย่างมากที่ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาว่าอะไรเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชม “รายการข่าว” ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จึงทำให้รายการข่าวของไอทีวี ได้รับการยอมรับ และสามารถแข่งขันเป็นผู้นำสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ๆ ทั้งที่มีประสบการณ์ ในการดำเนินงานมากกว่า ได้อย่างภาคภูมิใจ และเพื่อนำไปพิจารณาปรับปรุง พัฒนา รูปแบบ ของรายการข่าว ให้ดียิ่งขึ้น ท่ามกลางการแข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบันเพื่อให้ประชาชน ได้รับข้อมูลอย่างมีคุณภาพ ถูกต้องตามความเป็นจริง และเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านต่าง ๆ ในการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร และระดับความคิดเห็นของการนำเสนอข่าวด้านต่าง ๆ ของไอทีวี ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. เพื่อทราบพฤติกรรมและข้อเสนอแนะของผู้ชมรายการข่าว เพื่อนำไปปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงกลุ่มของประชากรที่ให้ความสนใจในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. เพื่อนำผลวิจัยที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไข พัฒนารูปแบบในการนำเสนอรายการข่าวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้สมกับการเป็นสถานีโทรทัศน์ทางด้านข่าว อันดับ 1

4. เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเสริมสร้างกลยุทธ์ในการบริหารงานทางด้านรายการข่าว เพื่อใช้ในการพัฒนาการผลิตรายการที่เกี่ยวข้องกับทางด้านข่าวต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งประกอบด้วย

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน อาชีพ เป็นต้น
2. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว
3. คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ
4. คุณลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ
5. การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร
6. ความพึงพอใจของผู้ชม
7. การเลือกสรรข่าวสาร
8. พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 4,210,566 คน (ที่มา : ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรปี 2544,กรมการปกครอง, ที่เว็บไซต์ www.dola.go.th)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่(Yamane. 1973 : 725) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ราย ซึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 50 เขต(ที่มา : www.bma.go.th/body_page318.html) ผู้วิจัยจึงได้นำกลุ่มตัวอย่างมากำหนดด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน(Multi-stage Sampling) ดังนี้

2.2.1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

โดยใช้วิธีการจับฉลาก เพื่อคัดเลือกตัวแทนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 เขต จากประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งสิ้น 50 เขต

2.2.2 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การพิจารณาจัดเก็บแบบสอบถาม โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้ง 10 เขต ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในแต่ละเขต โดยจะให้แบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยชมรายการข่าวของทางไอทีวี ในแต่ละเขต เพื่อให้ได้เขตละ 40 ตัวอย่างเพื่อให้ได้ความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน 400 คน

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่

3.1 ตัวแปรอิสระ

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกได้ดังนี้

1.1 เพศ

1.1.1 ชาย

1.1.2 หญิง

1.2 อายุ (ปี)

1.3 สถานภาพสมรส

1.3.1 โสด

1.3.2 สมรส

1.3.3 หม้าย/หย่าร้าง

1.4 ระดับการศึกษา

1.4.1 อนุปริญญาหรือต่ำกว่า

1.4.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

1.4.3 ปริญญาโท

1.4.4 สูงกว่าปริญญาโท

1.5 อาชีพ

1.5.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

1.5.2 รับราชการ

1.5.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ

1.5.4 พนักงานเอกชน/ห้างร้าน

1.5.5 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

1.5.6 พ่อบ้านแม่บ้าน

1.5.7 อื่น ๆ (โปรดระบุ)

1.6 รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน (บาท)

2. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการชม รายการข่าว

2.1 ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว

2.2 คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ

2.3 คุณลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ

2.4 การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร

2.5 ความพึงพอใจของผู้ชม

2.6 การเลือกสรรข่าวสาร

3.2 ตัวแปรตาม

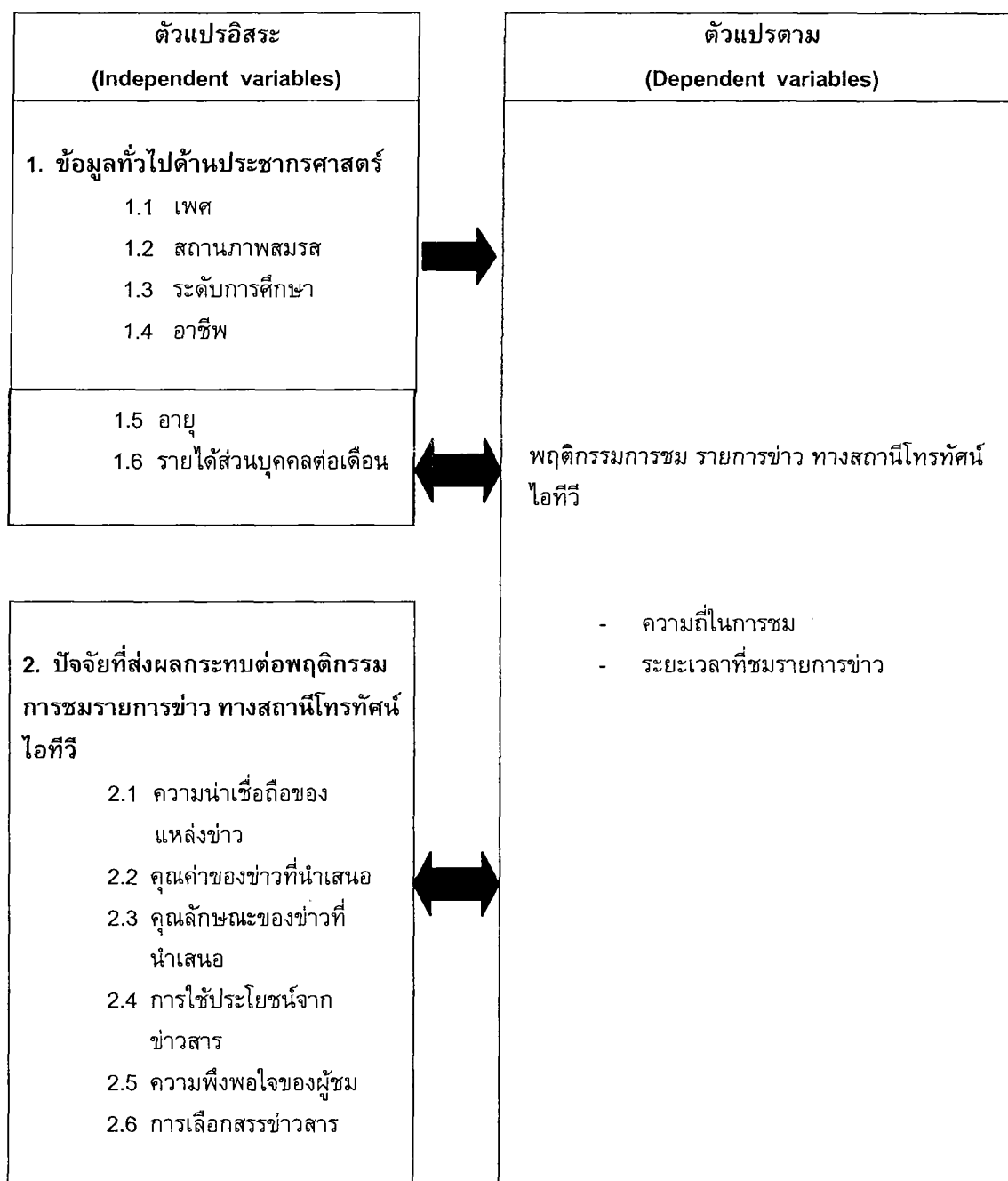
พฤติกรรมกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้แก่ ความถี่ในการชม, และ ระยะเวลาที่ชมรายการข่าว

นิยามศัพท์

1. โทรทัศน์ฟรีทีวี,โทรทัศน์รับชมฟรี หมายถึง การที่ผู้ชมโทรทัศน์สามารถเปิดเครื่องรับโทรทัศน์ชมรายการต่าง ๆ จากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3,ช่อง 5,ช่อง 7, ช่อง 9, ช่อง 11 และ ช่องไอทีวี โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเปิดรับชม
2. การสื่อสาร หมายถึง การนำข่าวสารหรือ หนังสือติดต่อให้ทราบทั่วถึงกัน
3. ผู้ชม หมายถึง ผู้ที่ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจ และ หมายรวมถึงผู้ซึ่งได้ รับการเสนอ หรือ ชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อให้ชมรายการ
4. ผู้ประกาศข่าว หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการอ่านรายงานข่าว ทางโทรทัศน์หรือทางวิทยุ เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสาร
5. รายการข่าว หมายถึง เหตุการณ์ ซึ่งเกิดขึ้นทั้งภายในประเทศ ต่างประเทศซึ่งรวมทั้งข่าวที่เกี่ยวข้องกับพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ชั้นสูง, การรายงานการดำเนินงานของรัฐบาล, พรรคการเมือง, สภาวะการเงิน การลงทุน การพัฒนาประเทศทั้งทางด้านเกษตรกรรม, อุตสาหกรรม, การแข่งขันกีฬาต่างๆ, สาระและความบันเทิง
6. พฤติกรรมการชม หมายถึง ความถี่ในการชม ความสนใจในการชม ระยะเวลาในการติดตามชม
7. ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ผู้ชมได้รับการตอบสนองความต้องการจากการชมรายการข่าว เพื่อให้ได้รับประโยชน์, ข้อมูล ข่าวสาร ทันต่อเหตุการณ์
8. คุณค่าของข่าว หมายถึง เป็นข่าวที่มีความสำคัญ ซึ่งมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน เป็นสิ่งที่น่าสนใจและควรรับรู้
9. สื่อมวลชน หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ในการนำข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน
10. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว หมายถึง ความเชื่อถือได้ของบุคคล หรือองค์กร หน่วยงาน ที่กระทำการส่งข่าว ให้ข่าว หรือแพร่กระจายข่าวแก่บุคคลอื่น
11. ช่วงเวลาในการชม หมายถึง ช่วงเวลาการออกอากาศ รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี ซึ่งผู้ชมสามารถชมรายการข่าว ทางสถานีได้
12. คุณลักษณะของข่าว หมายถึง เป็นข่าวที่มีความถูกต้อง มีความเป็นกลาง ชัดเจน รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์
13. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว, คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ ลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ, การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร, ความพึงพอใจของผู้ชม และการเลือกสรรข่าวสาร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้มีการกำหนดตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินการวิจัย และเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง ซึ่งแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้



สมมติฐานในการวิจัย

1. ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
2. ผู้ชมที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
3. ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
4. ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
5. อายุ มีผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
6. รายได้ มีผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
7. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
8. คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
9. คุณลักษณะของข่าวที่น่าสนใจ มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
10. การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
11. ความพึงพอใจของผู้ชม มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
12. การเลือกสรรข่าวสาร มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำมาเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์
- ✓ 2. แนวคิดเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร และแหล่งข่าว
3. แนวความคิดเรื่องข่าว
4. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์, ความคาดหวัง และความพึงพอใจ
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรข่าวสารและแสวงหาข่าวสาร
6. แนวความคิดเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน
7. ความเป็นมาของสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี
8. รางวัล และ ผลการสำรวจเรตติ้ง ของทางไอทีวี
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

✓ 1. แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารตามลักษณะทางประชากรศาสตร์

เนื่องด้วยงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงผู้รับสารเป็นสำคัญ และได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสารด้วย (Demographic Characteristics of Audiences) ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้กำหนดตัวแปรทางประชากรศาสตร์ที่จะศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

การวิเคราะห์ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้รับสาร เกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารต้องการที่จะรู้จักและเข้าใจผู้รับสารที่เป็นเป้าหมายของตน โดยลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์จะบอกผู้รับสารเป็นใคร อายุเท่าไร เพศอะไร มีฐานะอย่างไร ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาจะบอกว่าใครนั้น มีความรู้สึกนึกคิดอย่างไร มีรสนิยมและความต้องการอย่างไร โดยมีสมมุติฐานว่ามวลชนผู้รับสารที่อยู่ในกลุ่มลักษณะทางประชากรศาสตร์อย่างเดียวกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาลักษณะคล้ายคลึงกัน และคนที่มีความลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันจะมีลักษณะทางจิตวิทยาต่างกัน (ปรมะ สตะเวทิน. การสื่อสารมวลชน : 105) โดยวิเคราะห์จากปัจจัย ดังนี้

1. อายุ อายุเป็นปัจจัยที่ทำให้คนแตกต่างกัน ด้านความคิด พฤติกรรม โดยทั่วไปคนอายุน้อยมักมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์ ใจร้อน มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนมีอายุมาก ในขณะที่คนมีอายุมากมีความคิดอนุรักษนิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนมีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนั้น เนื่องจาก คนที่มีอายุ มีประสบการณ์ชีวิต ผ่านปัญหาต่าง ๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อย

ลักษณะการใช้สื่อมวลชนของเด็กและวัยรุ่นก็แตกต่างกัน เด็กจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง เด็กวัยรุ่นมักนิยมฟังเพลงตามสมัยนิยมมากกว่าดูโทรทัศน์ ส่วนผู้ใหญ่ การเปิดรับโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์ มีมากพอ ๆ กัน แต่อายุ 40 ปีขึ้นไป ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์จะลดลง แต่การดูโทรทัศน์จะเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีเวลาว่างมากขึ้น(ยุบล เบญจรงค์กิจ. 2534, น. 55) ซึ่งคนที่มีอายุมาก มักจะใช้สื่อมวลชนเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าเพื่อความบันเทิง

2. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือ เพศหญิงมีแนวโน้ม มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย(Will, Goldhabers and Yates. 1980, p. 87)

จากการวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องแสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงและผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของหญิงชายไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงจึงมักเป็นคนที่มีความละเอียดอ่อนไหว หรือเจ้าอารมณ์ โอนอ่อนผ่อนตาม และเป็นแม่บ้านแม่เรือน และมักจะถูกชักจูงได้ง่ายกว่าผู้ชาย (ปรมะ สตะเวทิน. 2540, น. 106)

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนั้น เพศหญิงใช้เวลาในการดูโทรทัศน์ และฟังวิทยุมากกว่าเพศชาย โดยนิยมดูรายการละคร ในขณะที่เพศชายนิยมการอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า ถ้าหากดูโทรทัศน์ เพศชายจะนิยมดูรายการข่าวและกีฬา และเด็กวัยรุ่นชายจะสนใจภาพยนตร์สงครามและจารกรรมมากที่สุด ในขณะที่วัยรุ่นหญิงสนใจภาพยนตร์วิทยาศาสตร์ก้าวหน้ามากที่สุด

3. การศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่แตกต่างกันย่อมจะมีความรู้สึกนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการที่ต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดีกว่าเพราะมีความรู้กว้างขวาง เข้าใจมากกว่า ไม่เชื่ออะไรง่าย ๆ โดยทั่วไป คนที่มีการศึกษาสูงจะใช้สื่อมวลชนมากกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำและคนที่มีการศึกษาสูงมักจะใช้สื่อประเภทสิ่งพิมพ์มากกว่าสื่อชนิดอื่น

✓ 4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ จากการวิจัยพบว่า สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วย อาชีพ รายได้ เชื้อชาติ และภูมิหลังทางครอบครัว มีอิทธิพลต่อปฏิกิริยาของผู้รับสารที่มีต่อผู้ส่งสารและสาร เพราะคนที่มีสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจที่ต่างกันจะมีวัฒนธรรมประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายที่ต่างกัน

งานวิจัยของ Schramm and White (1949) ซึ่งศึกษาการเปิดรับสารของผู้รับสารและสังคมอเมริกัน พบว่าผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นผู้นิยมเปิดรับสิ่งพิมพ์และนิยมเนื้อหาที่ค่อนข้างหนัก ไม่ค่อยสนใจเนื้อหาด้านความบันเทิง McNell and others (1968) พบว่าคนมีฐานะดีและมีการศึกษาสูงเป็นกลุ่มที่ได้รับข่าวสารที่มีเนื้อหาสาระจากสื่อมวลชนมากที่สุด งานวิจัยของ Greenberg and Kumata (1968) ก็ได้รับผลในทำนองเดียวกัน คือ ผู้รับสารที่มีรายได้สูง และมีการศึกษาสูง จะอ่านหนังสือพิมพ์มาก ผลที่ได้จากการวิจัยในลักษณะนี้ สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกับกรณีของการศึกษาว่า ผู้ที่มีรายได้สูงมักจะเป็นคนมีการศึกษาสูงและมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี จึงมักถูกผลักดันให้จำเป็นต้องเรียนรู้ หาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ทันเหตุการณ์อยู่เสมอ (ยุบล เบญจรงค์กิจ. 2534, น. 55)

การแบ่งส่วนตลาดตามประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation)

การแบ่งส่วนการตลาดตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ ขนาด ครอบครัว รายได้ การศึกษา อาชีพ วัฏจักรชีวิตครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ ตัวแปรทางประชากรศาสตร์เป็นหลักเกณฑ์ที่ใช้กันแพร่หลายมานาน เนื่องจากช่วยให้เห็นถึงกลุ่มตลาดที่สำคัญ เนื่องจากความต้องการของผู้บริโภคหรืออัตราการบริโภคที่แตกต่างกัน จะมีความเกี่ยวข้องอย่างสูงกับตัวแปรทางประชากรศาสตร์ ซึ่งตัวแปรทางประชากรศาสตร์วัดได้ง่ายมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 188-189)

ตาราง 1 แสดงตัวแปรการแบ่งส่วนการตลาดผู้บริโภค : ประชากรศาสตร์ (Demographic)

ตัวแปร	ตัวอย่างการแบ่งส่วนตลาด
1. อายุ (Age)	* ต่ำกว่า 6, 6-11, 12-19, 20-34, 35-49, 50-64 และ 65 ขึ้นไป
2. เพศ (Sex)	* หญิง , ชาย
3. ขนาดครอบครัว (Family size)	* 1-2, 3-4, 5 ขึ้นไป
4. วงจรชีวิตครอบครัว (Family life cycle)	* โสดและยังหนุ่ม, แต่งงานแล้วและยังไม่มีบุตร แต่งงานแล้วมีบุตรยังเล็กอยู่ (เป็นบุตรอายุต่ำกว่า 6 ขวบ), แต่งงานแล้วมีบุตรโตแล้ว (อายุ 6 ขวบขึ้นไป) แต่ยังคงศึกษาเล่าเรียนอยู่กับพ่อแม่, แต่งงานมานานแล้วก่อนข้างมีอายุมีบุตรโตแล้วแต่ยังไม่แต่งงาน, พ่อแม่อายุมากอยู่คนเดียว, อื่น ๆ
5. อาชีพ (Occupation)	* มีความรู้และความชำนาญในวิชาชีพ, ผู้จัดการ, เจ้าของกิจการ, เสมียน, พนักงาน, ช่างฝีมือ, ช่างนา, ว่างงาน, นักศึกษา, แม่บ้าน
6. การศึกษา (Education)	* ประถมศึกษา มัธยมศึกษา ปริญญาตรี ปริญญาโทขึ้นไป
7. ศาสนา (Religion)	* พุทธ คาทอลิก โปรเตสแตนต์ อิสลาม
8. ผิว (Race)	* ขาว ดำ เหลือง
9. เชื้อชาติ (Nationality)	* อเมริกัน อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน ไทย จีน ญี่ปุ่น
10. รายได้ (Income)	* สูง กลาง ต่ำ

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 188-189

DeFleur, M.L. (1966) (DeFleur, Melvin, "Theories Of Mass Communication," อ้างใน พีระ จิรโสภณ "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร," ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร : 645-646) ได้เสนอทฤษฎีที่กล่าวถึงตัวแปรแทรก (Intervening Variables) ที่มีอิทธิพลในกระบวนการสื่อสารมวลชนระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยให้เห็นว่าข่าวสารมิได้ไหลผ่านจากสื่อมวลชนถึงผู้รับสาร และเกิดผลโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับตัวผู้รับสารแต่ละคน เช่น ปัจจัยทางจิตวิทยา และสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น DeFleur ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้ คือ

ทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล (Individual Differences Theory)

DeFleur (1966) ได้เสนอหลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคล

ดังนี้

1. มนุษย์เรามีความแตกต่างอย่างมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยานบุคคล
2. ความแตกต่างนี้ บางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้
3. มนุษย์ซึ่งถูกซบเลี้ยงภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
4. จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อมทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข(Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กระบวนการเลือกสรรในการเปิดรับสื่อมวลชน หรือการเลือกจดจำข่าวสารมีบทบาทอย่างสำคัญต่อการรับรู้ข่าวสาร

2. แนวคิดความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร และแหล่งข่าว

ความหมายและองค์ประกอบของปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร คำว่า “แหล่งสาร” (Source) นั้นหมายถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่ทำการส่งข่าวสาร (Message) ไปยังบุคคลอื่น ทั้งโดยความตั้งใจและไม่ได้ตั้งใจ และคำว่า “แหล่งข่าว” (News source) หมายถึงบุคคลหรือองค์กร หน่วยงาน ที่กระทำการส่งข่าว(News) ให้ข่าวหรือแพร่กระจายข่าวแก่บุคคลอื่น (Ronald L. Applbaum et.al., Fundamental Concepts in Human Communication. 1973 : p. 124)

ความหมายของคำว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ถูกระบุชัดเจนขึ้นเกี่ยวกับคุณลักษณะของแหล่งสารหรือผู้ส่งสาร ที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือ Moisier และ Ahlgren ได้ทำการศึกษาความน่าเชื่อถือของแหล่งสารใน 3 องค์ประกอบ คือ ความชัดเจนเข้าใจง่าย (Clarity) ความถูกต้องหรือมีการสนับสนุนด้วยข้อมูล (Accuracy) และความเชื่อถือได้ของข้อมูลข่าวสาร (Trustworthiness) พร้อมกันนี้ ก็ศึกษาองค์ประกอบอื่น ๆ ที่มีการค้นพบก่อนแล้วด้วย ทั้งสองสรุปไว้ในการศึกษาของเขาว่าองค์ประกอบความน่าเชื่อถือของแหล่งสารที่มีจะพบเหมือน ๆ กัน ไม่ว่าจะเป็นการวิจัยแหล่งสารประเภทใด มีอยู่ 3 องค์ประกอบ คือ Expertise, Trustworthiness และ Dynamism (Nancy R. Moisier and Andrew Ahlgren. p. 375)

การวัดความน่าเชื่อถือของแหล่งสารจากความชอบในสื่อที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เป็นข่าวมากขึ้น และการเลือกแหล่งข่าวสารเพียงแหล่งเดียว ซึ่งการศึกษาของ Gaziano และ McGrath เขาทั้งสองยังได้สร้างข้อความขึ้นใช้เป็นมาตรวัดความน่าเชื่อถือของสื่อหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ต่างหากขึ้นอีก 12 ข้อ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้ว มาตรวัดทั้ง 12 ข้อเป็นองค์ประกอบย่อย ๆ ในการประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งสารนั่นเอง มาตรวัดดังกล่าวได้แก่

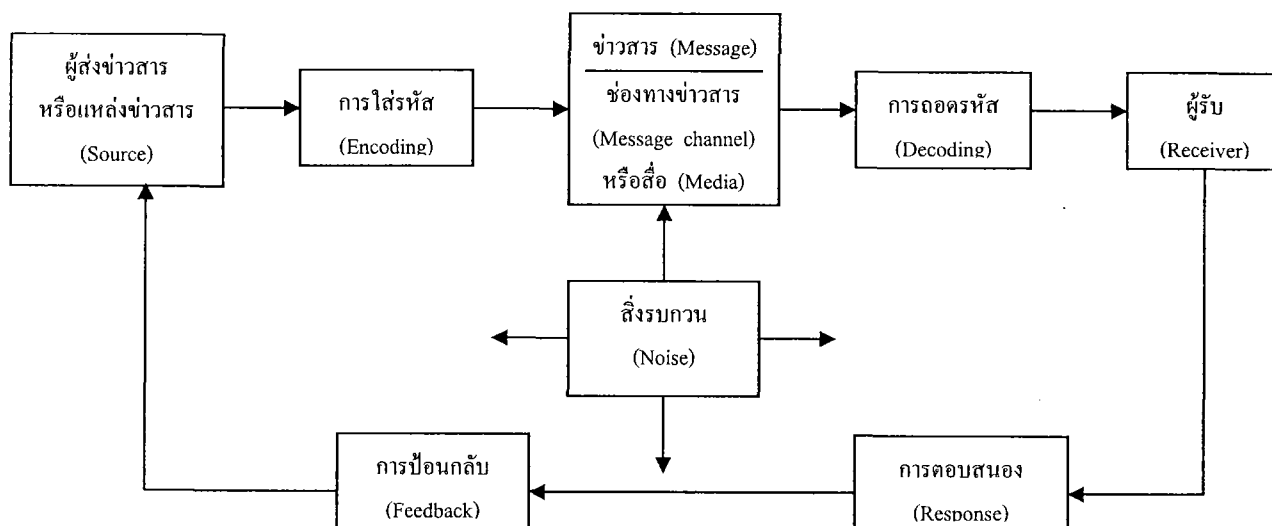
- มีความยุติธรรม
- ไม่ลำเอียง
- บอกเรื่องราวทั้งหมด
- ให้ข้อมูลถูกต้อง
- มีความเคารพสิทธิส่วนบุคคล
- รักษาผลประโยชน์ของประชาชนส่วนรวม
- คำนึงถึงความยุติธรรมของชุมชน
- แยกความเห็นและข้อเท็จจริงออกจากกัน

- ไว้วางใจได้
- ให้ข้อเท็จจริง
- คำนึงถึงผลประโยชน์ของสาธารณชน
- มีผู้สื่อข่าวที่ผ่านการอบรมมาอย่างดี (Cecilie Gaziano and Kristin McGrath. p.456)

กระบวนการติดต่อสื่อสาร

กระบวนการติดต่อสื่อสาร (Communication process) หมายถึง ระบบซึ่งแหล่งข่าวสาร (ผู้ส่งข่าวสาร) ส่งข่าวสารไปยังผู้รับ หรือ หมายถึง การแสดงวิธีการซึ่งแหล่งข่าวสารพยายามเข้าถึงผู้รับโดยอาศัยข่าวสาร โดยกระบวนการติดต่อสื่อสารจะเริ่มจากผู้ส่งข่าวสารใส่รหัส (Encoding) ลงในข่าวสาร (Receiver) ซึ่งผู้รับข่าวสารต้องทำการถอดรหัส (Decoding) เมื่อผ่านขั้นตอนการถอดรหัสแล้วผู้รับข่าวสารจะมีการตอบสนอง (Response) และส่งข้อมูลหรือข่าวสารป้อนกลับ (Feedback) มายังผู้ส่งข่าวสาร

การติดต่อสื่อสารจะเกี่ยวข้องกับคำถาม 5 คำถาม ซึ่งเรียกว่า 5Ws ซึ่งประกอบด้วย (1) ใคร (Who?) (2) จะกล่าวถึงอะไร (Say what?) (3) ช่องทางอะไร (In what channel?) (4) กับใคร (To whom?) (5) มีผลกระทบกับอะไรบ้าง (In what effect?) ซึ่งจะเห็นว่าในกระบวนการติดต่อสื่อสารนั้นเมื่อผู้ส่งข่าวสารส่งข้อมูลผ่านสื่อเครื่องมือข่าวสารไปยังผู้รับซึ่งมีการตอบสนองแล้ว ผู้ชำนาญการติดต่อสื่อสารจะใช้เวลาในการวิเคราะห์แหล่งข้อมูล (Source) วิเคราะห์ข่าวสาร (Message) วิเคราะห์สื่อหรือช่องทาง (Media or channel) วิเคราะห์ผู้ฟัง (Audience) และวิเคราะห์การตอบสนอง (Response) ตูรายละเอียดในรูปที่ 1 และตารางที่ 1 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 450-451)



ภาพประกอบ 1 แสดงส่วนประกอบในกระบวนการติดต่อสื่อสาร (Elements in the communication process)

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 450-451

- ✓ ตาราง 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างคำถามที่ใช้วิเคราะห์กระบวนการติดต่อสื่อสารที่เรียกว่า 5Ws และคำตอบที่ต้องการทราบ

คำถามที่ใช้วิเคราะห์กระบวนการติดต่อสื่อสาร 5Ws	คำตอบที่ต้องการทราบ
1.ใคร (Who?)	ผู้ส่งข่าวสาร (Sender) หรือผู้ติดต่อสื่อสาร (Communicator) ถือว่าเป็นแหล่งข่าวสาร (Source) ส่งข้อมูลไปยังอีกฝ่ายหนึ่ง
2.กล่าวถึงอะไร (Say what?)	การเข้ารหัส (Encoding) เป็นกระบวนการนำความคิดมาจัดอยู่ในรูปสัญลักษณ์ (Symbol) ข่าวสาร (Message) เป็นกลุ่มของสัญลักษณ์ที่ผู้ส่งข่าวสารตีความออกมาเป็นข่าวสารเพื่อใช้ส่งไปยังผู้รับ
3.ช่องทางอะไร (In what channel?)	ช่องทางข่าวสาร (Message channel) เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสาร ซึ่งอาจเป็นบุคคล (Personal) หรือสื่อ (Media หรือ nonpersonal) ที่ข่าวสารผ่านจากผู้ส่งไปยังผู้รับ
4.กับใคร (To whom?)	ผู้รับข่าวสาร (Receiver หรือ audience) บุคคลที่เป็นเป้าหมายให้ได้รับข่าวสาร อาจเป็นผู้ฟัง ผู้ชม หรือผู้อ่าน การถอดรหัส (Decoding) เป็นการแปลความหมายของผู้รับข่าวสารจากสัญลักษณ์ที่ผู้ส่งข่าวสารส่งมาให้
5.มีผลกระทบอะไรบ้าง (In what effect)	การตอบสนอง (Response) เป็นปฏิกิริยาที่ผู้รับข่าวสารแสดงออกมาหลังจากรับข่าวสารแล้ว การป้อนกลับ (Feedback) เป็นส่วนของการตอบสนองของผู้รับ ข่าวสารที่ส่งข้อมูลหรือข่าวสารกลับมายังผู้ส่งข่าวสาร สิ่งรบกวน (Noise) เป็นอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างการติดต่อสื่อสาร

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์. การบริหารการตลาดยุคใหม่ : 450-451

3. แนวความคิดเรื่องข่าว

1. ความหมายของข่าว

ความหมายของคำว่า “ข่าว” อาจมีความแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละคนจะให้ความสำคัญแก่สิ่งไหนมาเรียงกันอย่างไร จึงทำให้นิยามของคำว่า “ข่าว” เป็นไปอย่างกว้างขวางตามคุณลักษณะที่ปรากฏอยู่ในตัวของมันเอง ความพยายามในการจำกัดความปรากฏออกมาหลายรูปแบบ (Metz. 1977 : 7 - 9) เช่น

ข่าว คือ เหตุการณ์ หรือ ข้อเท็จจริง หรือเรื่องราวที่ประชาชนสนใจใคร่รู้

ข่าว คือ เหตุการณ์ หรือ “ข่าวสาร” ที่รายงานให้ผู้อ่านทราบ

ข่าว คือ รายงานของเหตุการณ์ปัจจุบันที่มีความยุติธรรม ทันเหตุการณ์ ถูกต้อง กะทัดรัด และเที่ยงตรง

ข่าว คือ สิ่งที่ประชาชนสนใจ

ข่าว คือ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและมีความสำคัญ

จากนิยามข้างต้นพอสรุปได้ว่า “ข่าว” ควรประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน 3 ประการ คือ ความน่าสนใจ (Interest) ข้อเท็จจริง (Fact) และผู้อ่าน (Reader) กล่าวคือ ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับการอ่านหนังสือพิมพ์ ดังนั้นผู้สื่อข่าวจำเป็นต้องรายงานข้อเท็จจริงให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้อ่าน

ข้อสรุปข้างต้นพอจะชี้ให้เห็นได้ว่า หากเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงได้เกิดขึ้นแล้ว แต่ไม่ได้รับความสนใจหรือไม่น่าสนใจ ผู้สื่อข่าวก็จะไม่นำไปเสนอให้ผู้อ่านได้มีโอกาสรู้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นบ้าง ผู้อ่านจะไม่มีโอกาสได้รับทราบเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเลย ความสนใจย่อมไม่บังเกิด เมื่อเป็นดังนี้เหตุการณ์จะอยู่ตรงไหนก็อยู่ตรงนั้น ผู้อ่านจะทราบก็ต่อเมื่อมีบุคคลหยิบยกเหตุการณ์ทั้งหมดมาเล่าหรือรายงาน หรือพิมพ์ให้คนอื่นได้รับรู้ ก็จะทำให้เกิดความสนใจขึ้นมาได้ สิ่งนั้นจึงเป็นข่าว

“ข่าว” คือ รายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่น่าสนใจ ในที่นี้ขอเน้นว่า “ข่าว” คือ “รายงาน” มิใช่เหตุการณ์หนึ่งเหตุการณ์ใดเท่านั้น แต่ข่าวจะเป็นเรื่องราว มีคนรายงานให้เราทราบ สาระสำคัญของข่าว ต้องเป็นรายงานของปัจจุบัน ที่ผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการเห็นพ้องต้องกันว่าประชาชนควรรับทราบเหตุการณ์หรือเรื่องราวนั้น ๆ

ทั้งผู้สื่อข่าวและบรรณาธิการข่าว จึงเป็นบุคคลที่มีบทบาทอย่างมากในการตัดสินใจและวินิจฉัยว่าเหตุการณ์ใดควรได้รับการรายงานหรือไม่ จากบทบาทสำคัญนี้ ทำให้ต้องยึดหลักพิจารณาคุณค่าข่าว หลักใหญ่ที่ถือปฏิบัติกันมาเสมอคือ ความสด ความทันสมัยต่อเหตุการณ์ “เป็นที่น่าสนใจ” ของมนุษย์นอกเหนือไปจาก ความสำคัญของเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อชีวิตของผู้อ่าน

ความน่าสนใจ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่จะเป็นแนวทางกำหนดว่าข่าวนั้นมีคุณค่า (News Worthiness) สมควรแก่การรายงานหรือไม่

2. คุณค่าข่าว

คุณลักษณะที่สำคัญอย่างหนึ่งของข่าว คือ ความน่าสนใจและความสำคัญ ทั้ง 2 ประการ ผู้สื่อข่าวต้องพิจารณาในทัศนะของผู้อ่าน คือ ข่าวนั้นจะต้องน่าสนใจสำหรับผู้อ่าน มีความสำคัญต่อผู้อ่าน และต้องเป็นข้อเท็จจริง ที่มีความสด ทันสมัยสำหรับผู้อ่าน

ข่าวที่มีคุณค่าสูง มักจะมีทั้งความสำคัญ (Significance) และความน่าสนใจ (Interest) อยู่ในตัวของมันเอง (Chamley. 1975 : 44 - 45)

ความสำคัญ หมายถึง เหตุการณ์อะไรก็ตามที่เกิดขึ้น และมีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ผลกระทบดังกล่าวจะมีในวงกว้าง เช่น การปรับอัตราภาษีที่มีผลต่อรายได้ค่าครองชีพของประชาชน การเสียเปรียบดุลการค้ากับต่างประเทศมีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศ เรื่องเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญมี

ผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อมต่อความเป็นอยู่และค่าครองชีพของประชาชนทั้งประเทศ จึงจัดว่าเป็นข่าวที่มีความสำคัญ เพราะหากไม่รายงานให้ผู้อ่านทราบก็อาจเกิดผลเสียต่อส่วนรวมทั้งหมดได้

ความสำคัญนั้น นอกจากจะพิจารณาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อประชาชนแล้ว บางทีข่าวที่สำคัญในสังคมหนึ่งหรือประเทศหนึ่งอาจไม่สำคัญต่อสังคมหนึ่งก็ได้ เช่น ข่าวการเสียชีวิตของบุคคลต่างประเทศ จำนวนมหาศาลนั้น เป็นข่าวที่มีความสำคัญมากกับประเทศไทย แต่เมื่อมองในทัศนะของชาวญี่ปุ่นแล้ว ข่าวนี้ไม่มีความสำคัญเลย เพราะไม่มีผลกระทบต่อชาวญี่ปุ่น เพราะฉะนั้นการเลือกรายงานข่าวของสื่อมวลชนใน 2 ประเทศนี้จึงไม่เหมือนกัน เห็นได้ว่าการวินิจฉัยคุณค่าข่าว ต้องคำนึงถึงสภาพแวดล้อม ความเป็นจริง สังคม และองค์ประกอบอื่น ๆ อีก

โดยมากข่าวที่มีความสำคัญ มักเป็นข่าวที่จัดในประเภท Hard news หรือข่าวหนัก คือ เป็นข่าวที่มีผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง ผลกระทบนั้นอาจไม่ทันที่ทันใด แต่อาจเกิดขึ้นได้ในระยะยาว ต้องอาศัยเทคนิคการรายงานข่าวอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อความเข้าใจในเรื่องรายนั้น ๆ ส่วนมากข่าวประเภทนี้ จะมีลักษณะเป็นข่าวสถานการณ์ (Situation news) มากกว่าข่าวประเภทเหตุการณ์ (Event news) ซึ่งตอบสนองความใคร่รู้ได้อย่างฉับพลัน แต่ข่าวในเหตุการณ์บางประเภท ก็มีความสำคัญพอที่จะส่งผลกระทบต่อถึงคนหมู่มาก เช่น ข่าวโรงงานแก๊สระเบิดในอินเดีย คนตายเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้ประชาชนต้องหวาดระแวงเกี่ยวกับความปลอดภัย และญาติพี่น้องทรัพย์สินที่สูญเสียไป มีผลให้รัฐบาลต้องจัดสรรงบประมาณมาช่วยเหลือเป็นจำนวนมหาศาล ทั้ง ๆ ที่เป็นประเทศยากจน หรือแม้แต่ข่าวเครื่องบินพาณิชย์ชนตึก World Trade Center ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการกระทำของผู้ก่อการร้าย ทำให้ความสูญเสียและเสียหายต่อภาวะเศรษฐกิจ และเกิดภาวะฉุกเฉินการเมือง เป็นต้น

ความน่าสนใจ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วทำให้ประชาชนสนใจใคร่รู้ อยากติดตาม คุณสมบัติข้อนี้จะเป็นข้อที่สำคัญของการรายงานข่าว เพราะข่าวที่ขาดความน่าสนใจแล้วคนก็จะไม่อ่าน ผู้สื่อข่าวที่มีความชำนาญและมีประสบการณ์จะพยายามเขียนข่าวให้น่าสนใจและน่าอ่าน โดยไม่บิดเบือนข้อเท็จจริง ข่าวที่น่าสนใจ คือ ข่าวที่ผู้อ่านมีความตั้งใจต้องการจะอ่านมากที่สุด ปัญหาจึงเกิดขึ้นว่าอะไรคือ สิ่งที่น่าสนใจ นักหนังสือพิมพ์หรือบุคคลที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับข่าว ได้กำหนดการวัดความสนใจของผู้อ่านไว้หลายประการ โดยพิจารณาตามองค์ประกอบของข่าว (News elements) กล่าวคือ ผู้อ่านทั่วไปมักให้ความสนใจเป็นพิเศษในสิ่งต่อไปนี้

2.1 ความสด (Immediacy) หมายถึง ความรวดเร็วในการรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นให้ผู้อ่านได้ทราบอย่างทันทีหรือทันควัน คือ นับจากระยะเวลาของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับการรายงานข่าว ควรเป็นไปอย่างรวดเร็ว ยิ่งรายงานได้เร็วเท่าไร คุณค่าของความสดของข่าวก็จะมีมากขึ้น

2.2 ความใกล้ชิด (Proximity) หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใกล้ตัวกับผู้อ่านหนังสือพิมพ์ทั้งด้านระยะทาง เวลา และความคิด ถ้าใกล้มากก็จะมีคุณค่าทางข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่ไกลออกไป ความใกล้ชิดอาจเป็นความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางจิตใจ ความคิด สถานที่ หรือบุคคล ซึ่งมีความผูกพันทางใดทางหนึ่งกับผู้อ่าน

2.3 ความเด่น (Prominence) ครอบคลุมถึงความเด่นของบุคคล สถานที่ หรือเวลาของเหตุการณ์ หรือบุคคลในเหตุการณ์ เช่น ช่วงเวลาของการเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร ช่วงเวลาของการโยกย้ายเปลี่ยนแปลงตำแหน่ง นายกรัฐมนตรีเดินทางไปต่างประเทศ นางสาวไทยเดินทางไปประกวดนางงามจักรวาล เป็นต้น เหตุการณ์ใดที่มีองค์ประกอบของความเด่นดังกล่าวมาก ก็มักได้รับความสนใจในคุณค่าเชิงข่าวสูง ได้รับการพิจารณาตัดสินใจให้ลงพิมพ์ก่อนเสมอ

2.4 ความผิดปกติ (Unusualness) โดยธรรมชาติของมนุษย์แล้ว มักสนใจต่อสิ่งใดก็ตามที่มีความแปลก หรือไม่เคยเห็นมาก่อน เช่น แม่คนหนึ่งให้กำเนิดลูกแฝดถึง 8 คน หรือเด็กอายุ 5 ขวบสามารถคำนวณเลขหลักล้านได้ภายใน 5 วินาที เป็นเรื่องที่ไม่เกิดขึ้นบ่อยนัก คนจึงอยากรู้ในรายละเอียดมากกว่าเหตุการณ์ปกติ เหตุการณ์ประเภทนี้จะปรากฏบนหน้าหนังสือพิมพ์เป็นครั้งคราวแล้วแต่ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด

2.5 สิ่งที่น่าสนใจหรือเป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ (Human interest) สิ่งที่เกิดขึ้นกับตัวมนุษย์ด้วยกันเอง หรือเกิดขึ้นกับสิ่งมีชีวิตในโลก องค์ประกอบข้อนี้เป็นเรื่องราวของความสัมพันธ์ทางอารมณ์ จิตใจ เกี่ยวกับความเป็นอยู่ของมนุษย์ทั่วไป เป็นเหตุการณ์ที่ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกร่วมทางอารมณ์กับบุคคลในข่าวด้วย เช่น ข่าวแด่น้องผู้หิวโหย หรือข่าวเด็กยากจนหิวโหยอยากเรียนหนังสือต่อให้สูง แต่ไม่มีผู้อุปการะ จนต้องฆ่าตัวตาย ข่าวแม่ฆ่าลูกเพราะความรัก ฯลฯ

2.6 ความขัดแย้ง (Conflict) ข่าวจากหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ เกิดจากความขัดแย้งไม่ลงรอยกันระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย เช่น ความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ขัดแย้งทางอุดมการณ์ ทางเพศ ความขัดแย้งมีคุณค่าทางข่าวสูง เพราะเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่อยากรู้ อยากรู้อากจะเกิดเหตุของความขัดแย้ง กระแสที่จะติดตามถึงที่สุด ตัวอย่างใกล้ชีวิตที่เห็นได้ชัด ก็คือ หากเกิดอุบัติเหตุรถยนต์ชนกัน ณ ถนนสายหนึ่งสายใด จะมีคนเข้าไปมุงดูกันมากมาย เพียงเพื่ออยากทราบวาทะทั้งสองฝ่ายจะตกลงกันได้อย่างไร ใครผิด ใครถูก เพราะนั่นคือเหตุการณ์ของการขัดแย้งอย่างหนึ่ง หรือข่าวฆาตกรรมที่เกิดขึ้นจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ เช่น ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างพรรคการเมืองเป็นเหตุการณ์ที่สร้างความสนใจได้เสมอ

2.7 ความลึกลับซับซ้อน (Suspense) เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้วยังไม่สามารถคลี่คลายให้กระจ่าง หรือยังไม่สามารถเสาะหาสาเหตุที่แท้จริงแล้วมักกระตุ้นให้ผู้อ่านสงสัยใคร่ติดตามให้ถึงที่สุด จากกรณีตัวอย่างรถชนกัน ถ้าทั้งสองฝ่ายไม่สามารถตกลงกันได้ในเวลาอันรวดเร็ว ผู้คนก็มักจะรี ๆ รอ ๆ ฟังจนทั้งสองฝ่ายแยกย้ายกันไป หรือข่าวเกี่ยวกับฆาตกรรมลึกลับซ่อนเงื่อน ต้องเสาะแสวงหาหลักฐานพยาน ผู้สื่อข่าวจะต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง ละเอียดลออและคลี่คลายปมจนหายสงสัยหรือคลายความน่าสนใจ ซึ่งทำให้ข่าวนั้นอ่านคุณค่าสูง ก็จะ ทำให้การวินิจฉัยคุณค่าตกอยู่ในลำดับรอง ๆ ลงไป

2.8 ความกระทบกระเทือน (Consequence) เป็นผลกระทบของเหตุการณ์ที่เกิดกับมวลชน อาจเป็นผลกระทบทางความเป็นอยู่ การครองชีพหรือทางสังคม ผลกระทบกระเทือนนี้อาจเกิดโดยตรงหรือทางอ้อม เช่น การปรับอัตราภาษีมีผลกระทบต่อรายได้ของประชาชนผู้มีรายได้น้อย ไฟไหม้ย่านสลัมทำให้คนขาดที่อยู่อาศัยเป็นจำนวนมาก ข่าวอุทกภัยพิบัติ เป็นต้น รายละเอียดของผลกระทบดังกล่าว จะได้รับการรายงาน ทั้งในเรื่องความเสียหายทางทรัพย์สินและชีวิต ตลอดจนสาเหตุ การป้องกัน

2.9 ความก้าวหน้า (Progress) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งในการพิจารณาคุณภาพข่าว โดยเฉพาะการพัฒนาความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ เทคโนโลยีสมัยใหม่ความเปลี่ยนแปลงของสังคม การศึกษา ฯลฯ ย่อมเป็นผลต่อความเป็นอยู่ของประชาชนทั้งสิ้น มนุษย์ย่อมมีความสนใจอยากเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้น ในหนังสือพิมพ์หลายฉบับจึงเปิดคอลัมน์วิทยาการก้าวหน้าขึ้น เพื่อรายงานความก้าวหน้าของวิทยาการทางการแพทย์ การค้นพบวิจัย การประดิษฐ์ อุตสาหกรรมหรือเครื่องทุ่นแรงที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านในอาชีพต่างๆ เพราะความก้าวหน้าทางวิทยาการย่อมมีผลต่อความหวังใหม่ในชีวิตประชาชน

2.10 เพศ (Sex) ในโลกนี้สิ่งมีชีวิตทั้งหลายมีเพียง 2 เพศ คือ ชายและหญิง ความสนใจในเพศตรงข้ามจึงเป็นธรรมชาติของมนุษย์และสัตว์ จัดว่าเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวมากที่สุดก็ได้ ความผิดปกติทางเพศ หรือพฤติกรรมที่เบี่ยงเบน จึงมักได้รับความสนใจเป็นพิเศษ องค์ประกอบข้อนี้มีได้หมายถึง เฉพาะเรื่องราวระหว่าง

หญิงและชายเท่านั้น แต่รวมไปถึงกิจกรรมต่างๆทางสังคมด้วย เช่น การต่อสู้เพื่อแก้กฎหมายที่เสียเปรียบของสตรี การเรียกร้องความเสมอภาคระหว่างหญิงกับชาย การเรียกร้องให้เป็นที่ยอมรับของสังคม เป็นต้น

3. คุณลักษณะของข่าว

ข่าวจะต้องมีลักษณะและคุณภาพเฉพาะในตัวมันเอง แตกต่างจากการเขียนเรื่องโดยทั่วไป คุณลักษณะต่อไปนี้จะปรากฏอยู่ในข่าว(มาลี บุญศิริพันธ์. 2526 : 20 - 22)

3.1 ความถูกต้อง (Accuracy) ข่าวจะต้องมีความถูกต้อง เทียบเท่าแน่นอนในเรื่องต่างๆที่ได้รับการรายงานออกไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ชื่อนามสกุล อายุ บุคคล สถานที่ เวลา ตัวสะกดต่างๆชื่อบุคคลอาจสะกดได้หลายแบบ ผู้สื่อข่าวจะต้องเช็คแล้วเช็คอีกเพื่อให้ถูกต้องตลอดจนรายละเอียดของข้อเท็จจริง (Fact) อื่นๆ ในเนื้อหาข่าว

3.2 ความสมดุลย์ (Balance) ความสมดุลย์เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของการรายงานข่าว ความสมบูรณ์ของข่าวอยู่ที่การเสนอข้อเท็จจริงที่สมดุลย์ เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจในเหตุการณ์ได้ เช่น การเสนอข่าวกีฬา ผู้สื่อข่าวต้องทำให้เป็นกลางเสมอ จุดอ่อน จุดเด่น ของคู่แข่งกันทั้งสองฝ่าย การเสนอข้อมูลของฝ่ายเดียวจะทำให้ผู้อ่านไม่ได้ข้อเท็จจริงที่แท้จริง ความสมดุลย์นี้ไม่ได้ หมายถึงการเสนอรายละเอียดทุกบททุกตอน แต่ต้องเน้นในเรื่องการเลือกข้อเท็จจริงที่เป็นผลของเหตุการณ์อย่างถูกต้อง เช่น การเสนอข่าวศาลต้องต้องรายงานถึงผลการพิจารณาของศาลให้ผู้อ่านได้ทราบและให้ความเป็นธรรมแก่ผู้กล่าวหา เป็นต้น วัตถุประสงค์หลักของการรายงานข่าวให้สมดุลย์ก็เพื่อให้ผู้อ่านได้เกิดภาพพจน์ที่ถูกต้องของเหตุการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เป็นการขัดแย้งต้องเปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายได้รับการรายงานข้อเท็จจริงอย่างเท่าเทียมกัน

3.3 ความเป็นกลาง (Objectivity) ความเที่ยงตรงหรือเป็นกลาง เป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดของข่าว ซึ่งหมายถึง การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีอคติ หรือใส่ความคิดเห็นของผู้เขียน โดยปกติแล้วความเที่ยงตรงเป็นสิ่งที่ปฏิบัติได้ยาก จึงต้องระมัดระวังมากเป็นพิเศษ ควรพยายามเสนอข่าวที่เกิดขึ้นในทุกแง่มุมให้มากที่สุด พยายามไม่เอาใจตัวเองเข้าไปผูกพันกับเหตุการณ์หรือรายงาน

3.4 กะทัดรัดและชัดเจน (Concise and Clear) ข่าวที่ดีควรมีรูปแบบการเขียนที่กระชับแจ่ม เช่น รูปแบบสามเหลี่ยมปิรามิดหัวกลับ (Inverted Pyramid) โดยใช้ภาษาที่สั้นรัดกุม และแจ่มแจ้งอ่านแล้วเข้าใจทันทีทันใด การเขียนข่าวที่ดีต้องเขียนอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจนในภาษา และความหมาย และต้องมีความสมดุลย์ในตัวมันเอง (Balance and Fair)

3.5 ทันต่อเหตุการณ์ (Recentness) ความทันต่อเหตุการณ์เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นอย่างยิ่งในการรายงานข่าว ข่าวที่มีคุณค่าต้องปัจจุบันเกิดขึ้นเร็ว ๆ นี้ หรือวันนี้ ข่าวบางข่าวอาจไม่จำเป็นต้องมีเหตุการณ์เกิดขึ้นก็อาจนำรายงานได้ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมถูกต้องกับกาลเวลาปัจจุบันได้ เช่น ข่าวคำครองชีพข่าวผลกระทบของการขึ้นราคาน้ำมัน เป็นต้น

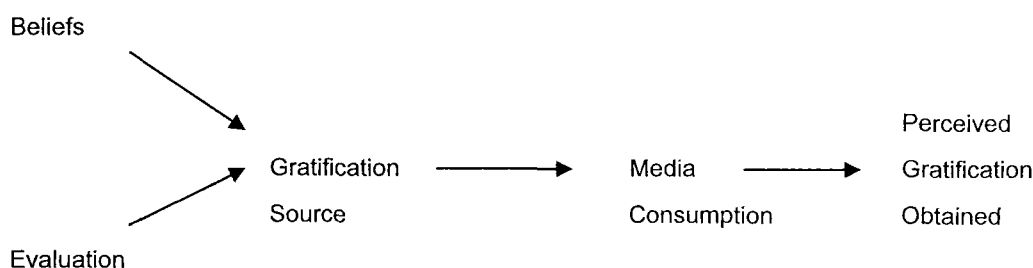
จากแนวความคิดเรื่องข่าวที่กล่าวถึง ความหมายของข่าว คุณค่าของข่าว (ความน่าสนใจ และความสำคัญ) และคุณสมบัติของข่าว ผู้ศึกษาวิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการศึกษาพิจารณา เนื่องจากในรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ผู้สื่อข่าว และบรรณาธิการบริหารข่าว เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการตัดสินใจว่าข่าวใดควรนำเสนอให้ประชาชนได้รับรู้ สำหรับหลักการที่นำมาพิจารณาข่าวคือ ข่าวนั้นต้องมีความสำคัญ และมีความน่าสนใจ ในด้านของความกระทบกระเทือน (Consequence) โดยผลกระทบนั้นเกิดขึ้นกับประชาชนส่วนใหญ่ในสังคม ซึ่งการที่ผู้สื่อข่าว และบรรณาธิการบริหารข่าว เป็นผู้ที่มีบทบาทในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวนั้นถือได้ว่าเป็นผู้เปิดปิดประตูข่าวสาร และทำหน้าที่ในการกำหนดวาระข่าวสาร

4. ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์, ความคาดหวัง และความพึงพอใจ

การศึกษาเรื่องความต้องการรับข่าวสาร ในทางการสื่อสารมีทฤษฎีสำคัญ คือ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) (Katz, Elihu and Others, The Uses of Mass Communication, in Current Perspective on Gratification Research (Beverly Hills : p. 1974) ซึ่งจะเน้นและให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ และเลือกรับเนื้อหาของข่าวสาร เพื่อสนองความต้องการของตนเอง เป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการจำเป็นของบุคคล และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าวสารอื่น ๆ แล้วนำไปสู่การเปิดรับสื่อสารมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ กัน อันก่อให้เกิดผล คือ การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และผลอื่นๆ ที่ตามมา ซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้

แนวคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ เป็นแนวคิดที่มีความเชื่อว่าผู้รับสารเป็นผู้กำหนดว่าตนต้องการอะไร สื่ออะไร และสารอะไร จึงจะสนองความพอใจของตนได้ ผู้รับสารจะเลือกใช้สื่อและรับสารที่สามารถสนองความต้องการและความพอใจของตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหนึ่งทางด้านการสื่อสารในแง่ที่ผู้รับสารคือตัวจักรที่จะตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลัก (ยุบล เบญจรงค์กิจ, “การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ : ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ,” นิเทศศาสตร์ 6 (สิงหาคม 2528) : 32)

เรย์เบิร์น และ พาล์มกรีน (J.D. Rayburn and Philip Palmgreen) ได้ร่วมกันศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาแบบหนึ่ง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์เกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ตามแนวคิดนี้เรียกว่า Expectancy – Value (J.D. Rayburn and Philip Palmgreen, : Merging Used and Gratification and Expectancy – Value Theory, in Communication Research and International Quarterly 11 (October 1984) : 537 - 560) ซึ่งมีภาพประกอบดังนี้ คือ



ภาพประกอบ 2 Expectancy – Value Theory

ที่มา : (J.D. Rayburn and Philip Palmgreen, : Merging Used and Gratification and Expectancy – Value Theory, in Communication Research and International Quarterly 11 (October 1984) : 537 - 560)

เรเบิร์ต และพาล์มกรีน อธิบายถึงความเชื่อหรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อใด ๆ ว่า สื่อชนิดนั้น ๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่าทางอารมณ์ เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะ ที่มีอยู่ในสื่อ นั้นเป็นตัวแปรที่สำคัญของแรงจูงใจที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อนั้น ๆ และหากการบริโภคสื่อดังกล่าวทำให้ได้รับความพึงพอใจ ผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อหรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงานตามรูปแบบนี้ต่อไป

เรเบิร์ต และ พาล์มกรีน ยังได้อธิบายความหมายของความคาดหวังว่า หมายถึง ความน่าจะเป็นในการรับรู้บางสิ่งบางอย่างมีคุณลักษณะเฉพาะ หรือรับรู้ว่าการพฤติกรรมบางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา ส่วนคาทซ์ (Katz)(E.Katz, J.G.Blumler and M.Gurevitch (1973), and quoted in "An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications," By Plamgreen and Rayburn II, in Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner, Philip Palmgreen, Media Gratifications Research : Current Perspectives (Beverly Hills : 1985). p. 62) กล่าวว่าความคาดหวัง ก็คือการแสวงหาความพอใจนั่นเอง

สำหรับคำว่า ความพึงพอใจนั้น ใน Longman Dictionary of Contemporary English อธิบายว่า หมายถึงภาวะที่มีความพอใจ หรือภาวะที่ได้รับการตอบสนองความพอใจซึ่งก็คล้ายกับที่ แม็คคอมส์ และ เบคเกอร์ (Maxwell E. McCombs and Lee B.Becker, Using Mass Communication Theory (1979). p. 50 - 52) พยายามอธิบายไว้ โดยแม็คคอมส์กล่าวว่า คนเรามีเหตุผลในการใช้สื่อหรือเปิดรับสื่อมวลชนแตกต่างกันไป และเหตุผลนั้นทำให้คนเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนต่างประเภทกัน คำว่าเหตุผลนี้หมายถึงอะไรบางอย่างที่สื่อมวลชนนั้น ๆ สามารถตอบสนองและสร้างความพอใจให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะบุคคลและนี่คือสิ่งที่เรียกว่าความพอใจ

จากความหมายที่มีผู้พยายามอธิบายไว้มากมาย อาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวัง และความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกนึกคิดภายในของบุคคลซึ่งสะท้อนออกมาเป็นสิ่งที่วัดหรือสังเกตได้จากความต้องการ หรือเหตุผลในการใช้สื่อของบุคคลต่าง ๆ นั่นเอง และในความหมายของคำว่าประโยชน์กับความพึงพอใจ โรเซนเกรน (Karl Erik Rosengren) (Karl Erik Rosengren, "Use and Gratifications : A paradigm outlined," in The Uses of Mass Communications : Current Perspectives on Gratifications Research, eds. J.G. Blomler and E. Katz (Beverly Hills : 1985). p. 269 – 285) กล่าวไว้ว่าทั้ง 2 คำ มีความสัมพันธ์กันอยู่บนแง่ที่ว่า ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพึงพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์ เพราะฉะนั้น นักวิจัยอาจศึกษาเฉพาะตัวหนึ่งตัวใด โดยมีเป้าหมายถึงทั้ง 2 ตัวก็ได้

งานวิจัยเกี่ยวกับการจำแนกองค์ประกอบ หรือกลุ่มของการวัดความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีการอ้างอิง และกล่าวถึงกันมากอีกชิ้นหนึ่งเป็นผลงานของเบคเกอร์ (Lee B. Becker) (Lee B.Becker, "The Measurement of Gratifications," Communication Research 6 (January 1979). : p. 54 - 73)

เบคเกอร์ วิเคราะห์องค์ประกอบของความพึงพอใจ 3 องค์ประกอบ คือ

1 การติดตามข่าวสารและการแนะนำพฤติกรรม (Surveillance / Guidance) ซึ่งสะท้อนให้เห็นขอบเขตที่ปัจเจกชนใช้สื่อมวลชน เพื่อจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ และเพื่อให้รู้เท่าทันเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

2. การใช้ประโยชน์ทางการติดต่อสื่อสาร ความตื่นเต้น และเสริมย้ำความเชื่อ (Communicatory Utility/Excitement/Reinforcement) ซึ่งครอบคลุมถึงการหลบหนีจากงานประจำ การพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารจากผู้อื่น และการซึมซับข่าวสารเข้าชีวิตประจำวัน

3. การหลีกเลี่ยงไม่ใช้สื่อ (Media Avoidance) สะท้อนให้เห็นแนวโน้มที่คนไม่ใช้สื่อไม่รับข่าวสารจากสื่อเป็นต้น

เบคเกอร์ ศึกษาพบว่า องค์ประกอบเรื่องการติดตามข่าวสาร (Surveillance) เป็นองค์ประกอบที่มีความมั่นคงสูง ในการวัดตัวแปรการคาดหวังผลตอบแทน ความพึงพอใจ หรือ การแสวงหาความพึงพอใจ (Gratification Sought) แม้ว่าเวลา หรือสถานการณ์จะเปลี่ยนไปก็ตาม

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่ง คืองานของเวนเนอร์ (Lawrence A. Wenner) (Lawrence A. Wenner, "The Nature of News Gratifications," in Media Gratifications Research : Current Perspectives (eds.) Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner, and Philip Palmgreen, Palmgreen (Beverly Hills : Sage Publications, ,1985). : p. 171 - 193) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) โดยเฉพาะการรวบรวมผลงานวิจัยที่มีผู้ทำไว้มากมาย แล้วสร้างออกมา เป็นแผนที่แสดงความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (Media News Gratifications Map)

เวนเนอร์ แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. Orientational Gratifications หมายถึง การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูลเพื่อการอ้างอิง และเพื่อเป็นแรงเสริมในความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร (Surveillance) หรือ การได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decisional Utility)
2. Social Gratifications เป็นการใช้นำข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคล เช่น การนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ
3. Para - Social Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล หรือเพื่อการอ้างอิงผ่านตัวบุคคลที่เกี่ยวข้องกับสื่อ หรือปรากฏในเนื้อหาของสื่อ เช่น การยึดถือหรือชื่นชมผู้อ่านข่าว เป็นแบบอย่างในทางพฤติกรรม
4. Para - Orientational Gratifications หมายถึง กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลดหรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์หรือเพื่อปกป้องตนเอง เช่น เป็นการใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงจากสิ่งที่ไม่พึงพอใจอย่างอื่น

สำหรับความพึงพอใจที่จะทำให้เกิดการรับสารนั้น บลูมเลอร์ (Jay G. Blumler) (Jay G. Blumler, The Social Character of Media Gratifications" in Media Gratifications Research : Current Perspectives Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner, and Philip Palmgreen, Palmgreen (Beverly Hills : 1985). : p. 50) ได้จำแนกความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ความเพลิดเพลิน (Diversion) ซึ่งจะออกมาในรูปแบบของการใช้สื่อ เพื่อหลบหนีปัญหา หรือเพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำ และเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ เป็นต้น
2. มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relations) เช่น ใช้สื่อเพื่อให้มีเรื่องราวไปพูดคุยกับผู้อื่น หรือเพื่อมีโอกาสได้ใช้เวลาอยู่กับคนในครอบครัว เป็นต้น
3. เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity) ได้แก่ การอ้างอิงบุคคล (Personal Reference) การค้นหาความจริง (Reality Exploration) และเพื่อให้ได้ข้อมูลมาเป็นแรงเสริมย้ำความเชื่อของตน เป็นต้น
4. รู้เหตุการณ์ (Surveillance)

นอกจากนี้ ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ, ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน (ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ม.ป.ป.). น. 110 - 112) ได้ศึกษาตัวแปรความต้องการที่ผู้รับสารต้องการจากสื่อมวลชนที่ แมคควอล (McQuail) และคณะ (D. McQuail, J.G.Blumler, and J. Brown, "The Television Audience : A Revised Perspective, in D.McQuail (Ed.) Sociology of Mass Communication (Harmondsworth : pengiun, 1972) ได้ศึกษาไว้และได้ปรับปรุงขึ้นใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับการใช้สื่อมวลชนโดยผ่านผู้รับสาร ดังนี้

1. ความต้องการสารสนเทศ
 - (1) เพื่อทราบถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง สภาพปัจจุบันที่อยู่รอบตัวและสภาพปัจจุบันของสังคมและโลก
 - (2) เป็นเครื่องมือในการแสวงหาข้อแนะนำในการปฏิบัติ หรือความคิดเห็น และในการตัดสินใจ
 - (3) สนองความอยากรู้อยากเห็นและความสนใจ
 - (4) ให้การเรียนรู้ เป็นการศึกษด้วยตนเอง
 - (5) สร้างความรู้สึกที่มั่นคง โดยใช้ความรู้ที่ได้มาจากสื่อมวลชน
2. ความต้องการสร้างควมมีเอกลักษณ์ให้แก่บุคคล
 - (1) ให้แรงเสริมค่านิยมส่วนบุคคล
 - (2) ให้แบบอย่างทางพฤติกรรม
 - (3) แสดงออกร่วมกับค่านิยมของคนอื่น ๆ (ในสื่อมวลชน)
 - (4) มองทะลุลึกเข้าไปภายในตนเอง
3. ความต้องการรวมตัวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - (1) มองทะลุลึกเข้าไปในสภาพแวดล้อมของผู้อื่น
 - (2) แสดงออกร่วมกับผู้อื่น และเกิดความรู้สึกในลักษณะที่เป็นเจ้าของ
 - (3) นำไปใช้ในการสนทนาและปฏิสัมพันธ์ทางสังคม
 - (4) ใช้แทนเพื่อน
 - (5) ช่วยในการดำเนินตามบทบาททางสังคม
 - (6) สร้างสายสัมพันธ์กับครอบครัว เพื่อน และ สังคม
4. ความต้องการทางบันเทิง
 - (1) เพื่อหลีกเลี่ยง หรือหลีกเลี่ยงจากปัญหาต่าง ๆ
 - (2) เพื่อผ่อนคลาย
 - (3) เพื่อได้วัฒนธรรมที่เป็นของแท้ ได้ความสนุกสนานทางสุนทรีย์
 - (4) เพื่อใช้เวลาให้หมดไป
 - (5) เพื่อปลดปล่อยอารมณ์
 - (6) เพื่อการกระตุ้นทางเพศ

ส่วนแมกซ์เวลล์ อี แมคคอมบส์ และ ลี บี เบคเกอร์ (Maxwell E.McCombs and Lee B. Becker) (Maxwell E.McCombs and Lee B. Becker, Using Mass Communication Theory. (Englewood Cliffs. N.J. Prentice Hall, 1979). p. 51 - 52) ได้อธิบายถึงการใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความต้องการโดยเน้นด้านการดำรงชีวิตในสังคมทั่วไป ดังนี้

1. มนุษย์ต้องการรู้เห็นเหตุการณ์ (Surveillance) โดยการสังเกตการณ์และติดตามความเคลื่อนไหวต่าง ๆ จากสื่อมวลชนเพื่อให้รู้เท่าทันต่อเหตุการณ์ให้ทันสมัย และรู้ว่าอะไรมีความสำคัญพอที่จะเรียนรู้
2. มนุษย์ต้องการการสื่อสารเพื่อช่วยในการตัดสินใจ (Decision) โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน โดยการรับสื่อจากสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตนต่อสภาวะหรือเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว
3. มนุษย์ต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการสนทนาในชีวิตประจำวัน (Discussion) โดยการรับสื่อจากสื่อมวลชน ทำให้บุคคลมีข้อมูลนำไปใช้พูดคุยกับผู้อื่น
4. มนุษย์ต้องการมีส่วนร่วม (Participating) ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว
5. มนุษย์ต้องการสื่อสารเพื่อเสริมความคิดเห็น หรือ สนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)
6. มนุษย์ต้องการความบันเทิงเพื่อความเพลิดเพลิน และ ผ่อนคลายอารมณ์ (Relaxing and Entertainment)

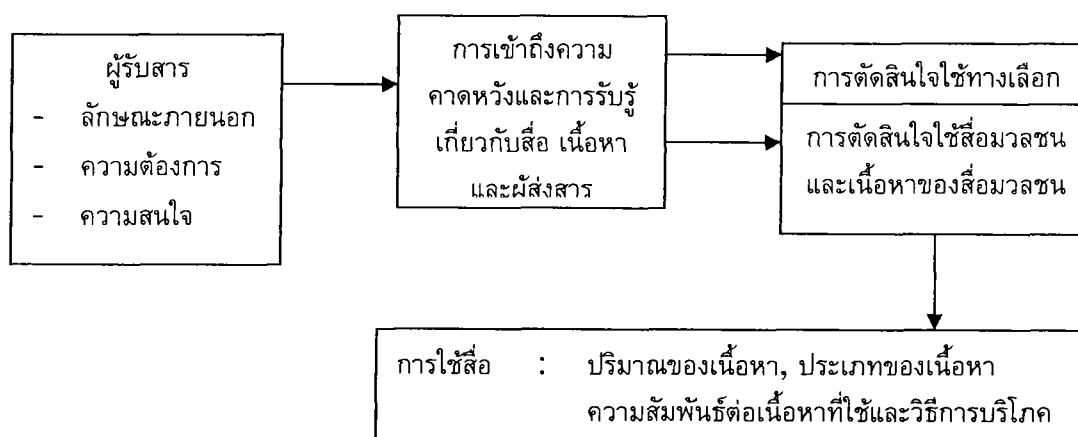
แนวความคิดว่าด้วยการใช้ประโยชน์

วินดาห์ล (Sven Windahl) (Denis Mcquail and Sven Windahl, Communication Models. New York : Longman. 1981, p. 81 - 84) ได้ศึกษาและเสนอแนะแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และการได้รับการตอบสนองโดยจุดสำคัญอยู่ที่ “ความรู้ว่าด้วยการใช้สื่อและจุดกำเนิดของการใช้ ที่จะช่วยให้เกิดความเข้าใจและคาดคะเนผลของกระบวนการสื่อสารมวลชนได้”

“การใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน” มีความหมายได้หลายประการ อาจมีความหมายเช่นเดียวกับ “การเปิดรับสาร” ซึ่งเป็นเพียงแต่แสดงอาการรับรู้เท่านั้น และอาจหมายถึง กระบวนการที่ค่อนข้างจะสลับซับซ้อน ซึ่งเนื้อหาถูกบริโภคภายใต้เงื่อนไขอย่างหนึ่ง อันเป็นการทำหน้าที่บางประการ และยังเป็นกระบวนการที่ผูกพันอยู่กับความคาดหวังในอันที่จะได้รับการตอบสนอง

วินดาห์ล พบว่าแนวความคิดประการหลังมีประโยชน์มากกว่า กล่าวคือ “การใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน” อาจพิจารณาได้ในแง่ของปริมาณของเนื้อหาที่ถูกใช้ ประเภทของเนื้อหาที่ใช้ประโยชน์ ความสัมพันธ์ต่อสื่อที่ใช้และวิธีการใช้สื่อนั้น ๆ

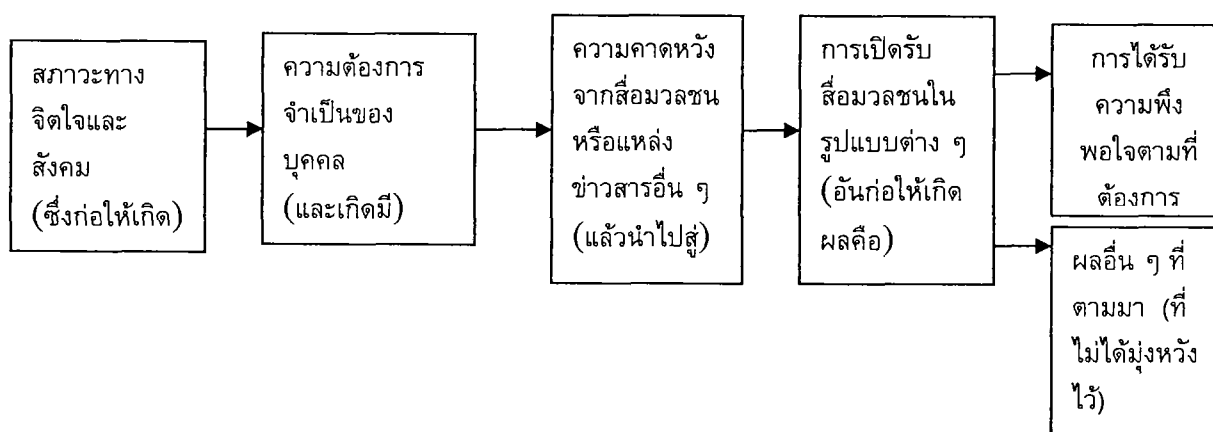
ในแบบจำลองการใช้ประโยชน์ และการได้รับการตอบสนองการใช้สื่อมวลชนจะถูกกำหนดโดยความต้องการจำเป็นขั้นพื้นฐานของปัจเจกบุคคลเป็นสำคัญ ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 แนวความคิดเกี่ยวกับการใช้สื่อและตัวกำหนดต่าง ๆ

ที่มา : The Concept of Use and its determinants (Windahl, 1979)

จากทฤษฎีและแนวความคิดเหล่านี้ จะพบว่าความต้องการข่าวสารของผู้รับสาร ที่ส่งผ่านมาจากสื่อมวลชน จะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคลด้วยแรงจูงใจและเหตุผลที่แตกต่างกันไป



ภาพประกอบ 4 องค์ประกอบของการใช้ประโยชน์และการได้รับความพึงพอใจจากสื่อมวลชน

ที่มา : สุโขทัยธรรมาราช, มหาวิทยาลัย, 2538, น. 635-640

แบบจำลองนี้อาจจะยกเป็นตัวอย่างให้เห็นได้ในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่ง ซึ่งมีความต้องการจำเป็นทางสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ต้องการเป็นคนรอบรู้ทันสมัย เพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่าการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองความต้องการเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ ฟังข่าวจากวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจตามที่เขาต้องการได้ คือ เป็นคนรอบรู้และทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจาก

สื่อมวลชนทุก ๆ วัน ก็อาจมีผลอื่น ๆ ตามมา นอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ หรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรข่าวสารและแสวงหาข่าวสาร

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสาร สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการวิจัยเรื่องนี้ได้ เพราะเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเน้นในเรื่องพฤติกรรม的开รับข่าวสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด และทำไมบุคคลจึงเลือกหรือหลีกเลี่ยงที่จะรับข่าวสารบางอย่าง

ทฤษฎีนี้บอกว่กระบวนการเลือกข่าวสาร เป็นการอธิบายพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลว่า ความแตกต่างกันทางสถานภาพส่วนบุคคล หรือ สภาพจิตวิทยาของบุคคลที่ต่างกันออกไปเป็นผลมาจากกระบวนการเลือกสรร และแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารที่ต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ของแต่ละบุคคล (พีระ จิโรโสภณ. 2529 : 169)

1. การเลือกสรรข่าวสาร

ปัจจัยในการสื่อสารที่มักกล่าวถึงบ่อย ๆ ว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการส่งสารไปยังผู้รับสาร ก็คือ กระบวนการเลือกสรร (Selective processes) ของผู้รับสาร ข่าวสารต่าง ๆ แม้ว่าจะได้รับการเตรียมมาอย่างพิถีพิถัน ใช้ผู้ถ่ายทอดที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือสูง หรือใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพมากก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้ก็ไม่ได้ยืนยันความสำเร็จของการสื่อสารไปยังผู้รับสารตามที่ผู้ส่งสารต้องการได้ เพราะผู้รับสารจะมีกระบวนการเลือกรับรู้ข่าวสารที่ต่างกันไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดที่ไม่เหมือนกัน

กระบวนการเลือกสรรสาร ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนสำคัญ ซึ่งมีความต่อเนื่องและเกี่ยวข้องกันตามลำดับดังนี้ (Michael Burgoon. 1974 : 58 - 59)

1.1 การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นกระบวนการภายในบุคคลที่พิจารณาว่าพร้อมจะเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกเปิดรับสารหรือไม่ จะเลือกรับสารประเภทไหนจากสื่ออะไร และเวลาใด ในชีวิตประจำวันของประชาชนนั้น แต่ละคนมีโอกาที่จะรับสารจากแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ จำนวนมากมาย แต่ประชาชนมีเวลาและความสามารถที่จำกัดในการจะรับสารจากแหล่งต่าง ๆ รวมทั้งประชาชนมีความพอใจหรือไม่พอใจแหล่งหรือผู้ส่งสารต่าง ๆ ต่างกันออกไป ดังนั้นในการสื่อสารมวลชน ประชาชนจึงเลือกที่จะเปิดรับหรือเลือกที่จะใช้สื่อมวลชนตามความปรารถนาของตน เช่น ในการดูทีวี มีโทรทัศน์อยู่ 5 สถานีในกรุงเทพมหานคร เมื่อถึงเวลาเสนอข่าว เราจะเลือกดูข่าวจากช่องไหน จะดูละครช่องใด เมื่อจะฟังวิทยุจะหมุนไปฟังสถานีไหน จะอ่านหนังสือพิมพ์ฉบับใด ในการใช้สื่อมวลชนเพื่อการแสวงหาข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ความคิดเห็น ตลอดจนโฆษณาสินค้าเราจะเลือกใช้สื่อใด วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร หรือหนังสือพิมพ์ โดยปกติแล้วเราจะเลือกใช้สื่อมวลชนที่เสนอข่าวสาร และความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดและทัศนคติของเรา ทั้งนี้เพราะโดยธรรมชาติแล้วคนเรามีความต้องการอย่างยิ่งที่จะปกป้อง รักษา และส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (Self-Concept)

1.2 การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) หลังจากการเลือกใช้สื่อมวลชนแล้ว ขั้นตอนมาคือการเลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชนที่ตนเลือกใช้ โดยปกติเรามักจะเลือกให้ความสนใจกับสิ่งที่เราสนใจ ชอบและสอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อของเรา เช่น เมื่อเราอ่านหนังสือพิมพ์เรามักจะเลือกอ่านเพียงบางหน้า บางข่าว บางคอลัมน์ บางบทความ เราอาจจะอ่านข่าวหน้าหนึ่งเพียงบางข่าว อ่านข่าวในหน้า

สังคม หน้าบ้านเทিং หน้ากีฬาเพียงบางข่าว อ่านบทความที่สอดคล้อง ส่งเสริมสนับสนุนความคิด ความเชื่อของเรา ในการดูทีวีเราก็เลือกดูรายการบางรายการ เช่น ดูข่าว ดูรายการวาไรตี้ เกมโชว์ ฯลฯ

1.3 การเลือกรับรู้หรือการเลือกตีความหมาย (Selective Perception or Selective Interpretation) การรับรู้ (Perception) และการตีความหมาย (Interpretation) มีความเกี่ยวข้องกันจนเกือบจะเป็นสิ่งเดียวกัน การรับรู้ คือ กระบวนการตีความหมายสิ่งที่เราพบเห็น ขั้นตอนที่สามของกระบวนการในการเลือกของผู้รับสาร คือ การเลือกรับรู้หรือเลือกตีความหมายของสื่อมวลชนที่ตนเลือกให้ความสนใจ คนเราจะเลือกตีความหมายของสิ่งที่ตนอ่าน ดู ฟัง ตามทัศนคติและความนึกคิดของตน เนื้อหาของสื่อมวลชนจึงจะถูกตีความหมายบิดเบือนไปโดยที่เราไม่รู้ตัว การเลือกตีความหมายเกิดขึ้นตามธรรมชาติของมนุษย์ เช่น คนที่สูบบุหรี่ เมื่ออ่านบทความในหนังสือพิมพ์ที่พูดถึงผลร้ายของการสูบบุหรี่ที่อาจทำให้เป็นมะเร็งได้ มักจะไม่ค่อยเชื่อว่าการสูบบุหรี่จะทำให้คนเป็นมะเร็งได้จริง คนที่มีทัศนคติในเรื่องเชื้อชาติ เมื่อได้รับข่าวสารที่ตำหนิเรื่องการแบ่งแยกผิว กลับตีความไปว่าสารนั้นส่งเสริมการแบ่งแยกผิว เป็นต้น

1.4 การเลือกจดจำ (Selective Retention) เป็นขั้นตอนสุดท้าย โดยเราจะเลือกจดจำสิ่งที่ตนได้จากการใช้สื่อมวลชน ในการจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชน ผู้รับสารจะทำการเลือกเช่นเดียวกับการเลือกใช้สื่อมวลชน เลือกให้ความสนใจกับเนื้อหาของสื่อมวลชน และเลือกตีความหมายเนื้อหาของสื่อมวลชน นั่นคือ ผู้รับสารจะเลือกจดจำเฉพาะเนื้อหาที่สอดคล้องกับบรรทัดคติ ทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนค่านิยมของตน ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นว่าคนเราสามารถจดจำสิ่งที่สอดคล้องกัน หรือสนับสนุนความคิดเห็นของเราได้ดีกว่าเรื่องที่ขัดแย้งกัน หรือต่อต้านความคิดเห็นของเรา ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงเท่ากับเป็นการช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้ทัศนคติเดิมหรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงยิ่งขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น

พฤติกรรมในการเลือกในการสื่อสาร เป็นการอธิบายให้เห็นถึงลักษณะความกระตือรือร้น (Active) ของผู้รับสารแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชนไม่ได้เป็นผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive Audience) ที่รับผลจากการกระทำของสื่อมวลชน

2. การแสวงหาข่าวสาร

แนววิธีการศึกษาในเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ อาจจะต้องจัดอยู่ในหัวข้อเดียวกับแนวทางการศึกษาทฤษฎีเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนได้ ทั้งนี้เพราะมุ่งการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลต่าง ๆ ที่มีผลต่อการเลือกบริโภคหรือแสวงหาข่าวสารจากสื่อมวลชน ในการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนนั้น ชี้ให้เห็นว่าปัจเจกบุคคลเป็นผู้เลือกใช้สื่อมวลชนเพื่อสนองความพึงพอใจต่าง ๆ ของตนเอง สำหรับการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสาร เน้นเรื่องพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับข่าวสารว่ามีปัจจัยอะไรบ้างเป็นตัวกำหนด ทำไมบุคคลจึงเลือก หรือหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารบางอย่าง

(Charles Atkin. 1978) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับ (เช่น การได้รับข่าวสาร หรือความบันเทิงตามที่ต้องการ) สูงกว่าการลงทุนลงแรง (เช่น การต้องลงทุนซื้อหาเพื่อให้ได้มา) หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้ หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจจะเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นจะก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น ทำให้เกิดความไม่พอใจไม่สบายใจ หรือความไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจจะใช้วิธีหลีกเลี่ยงข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้ง ๆ ที่ไม่เต็ม

ใจ (Information Yielding) เช่น การที่เรายอมดูโฆษณาที่ซ้ำๆ ซากๆ ในโทรทัศน์ก็เนื่องจากซีก็เยจเปลี่ยนช่อง หรือเพราะว่าหม่นไปช่องไหนๆ ก็เจอแต่โฆษณาก็เลยจำใจต้องนั่งดูทั้ง ๆ ที่ไม่ชอบ Charles Atkin ซีให้เห็นว่า การแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment)

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ (Uncertainty) ของปัจเจกบุคคลที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความต้องการที่อยากรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่าง ความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลนั้น กับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้น มาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้ (Intrinsic Desire)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจ ที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้น แอดคิน เรียกว่า “ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค” (Immediate Consummatory Gratifications) ส่วนข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) นั้น แอดคิน ให้ชื่อว่า “ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจช่วยเพิ่มพูนความรู้ ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ” (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิง ขณะเดียวกัน

โดยสรุปแล้ว กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารหรือการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติ หรือความคิด และความเข้าใจเดิมที่มีอยู่แล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ในทางอื่น ๆ เช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงใจด้วย นอกจากนี้การที่บุคคลใดจะตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร เจาะจงต่อข่าวสาร หรือหลีกเลี่ยงการเปิดรับข่าวสารนั้น ก็ขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบถึงความพยายามที่ใช้ และผลตอบแทนในการที่จะรับรู้ข่าวสารใด ๆ ด้วย ทฤษฎีเกี่ยวกับการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสาร จึงใช้เป็นทฤษฎีพื้นฐานอย่างหนึ่งในการที่ผู้วิจัยใช้ศึกษาว่า ผู้ชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีการเลือกสรรและแสวงหาข่าวสารเพื่อประโยชน์ใด และส่งผลต่อพฤติกรรมชมรายการข่าวอย่างไร

6. แนวความคิดเกี่ยวกับการวัดพฤติกรรมการเปิดรับสารจากสื่อมวลชน

การชมข่าวสาร หรือการรับฟังข่าวสาร เป็นพฤติกรรมทางการสื่อสารอย่างหนึ่ง ที่อาจจัดอยู่ในกลุ่มพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) หรือพฤติกรรมการใช้สื่อ (Media Use) เพียงแต่ระบุอย่างเจาะจงถึงเนื้อหาหรือประเภทของรายการลงไปว่าเป็นรายการที่เสนอสาระเกี่ยวกับข่าว ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาเฉพาะรายการข่าว ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งแพร่ภาพรายการข่าวในแต่ละช่วงเวลา เช่น สี่แยกข่าว 6 นาฬิกา, สี่แยกข่าวไอทีวี, เกาะติดข่าว, ข่าวเที่ยงไอทีวี, ข่าวภาคค่ำ, ข่าวต่างประเทศ, ข่าว 22.30 น., ข่าว

เที่ยงคืน เป็นต้น โดยผู้วิจัยได้สำรวจศึกษาพฤติกรรมการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีของคนกรุงเทพมหานคร โดยเน้นการวัดในเรื่องดังนี้

1. ความถี่ในการรับชมรายการข่าว คิดเป็นจำนวนครั้งใน 1 สัปดาห์
2. ช่วงเวลาในการชมรายการข่าว เพื่อดูว่าช่วงเวลาใดที่ผู้ชมเลือกชมมากที่สุด
3. ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวในแต่ละครั้ง โดยคิดเฉลี่ยเป็นนาที หรือ ชั่วโมง

สำหรับผลงานวิจัยในต่างประเทศ McLeod(1972, pp. 123) ที่บอกถึง ตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the media)
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

McLeod กล่าวว่า การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อ มีข้อเสียตรงที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Medium)

ดังนั้นจึงทำให้การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อนั้น ไม่สามารถที่จะแปลความหมายได้ในด้านของจิตวิทยา และมักจะให้ผลที่ไม่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ จึงได้มีการวัดในเรื่องของการเปิดรับสื่อ โดยวัดจากความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในการชม เช่น การวัดความถี่ของการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ , วัดความถี่จากการรับฟังข่าวทางวิทยุ เป็นต้น

7. ความเป็นมาของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี (ทีวีเสรี) ได้ถือกำเนิดขึ้นจากแนวความคิดของรัฐบาลในสมัย ฯพณฯ นายอานันท์ ปันยารชุน ดำรงตำแหน่ง ซึ่งได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้สื่อ อันเนื่องมาจาก เหตุการณ์ พฤษภาทมิฬในปี 2535 ที่ประชาชนถูกปิดกั้นข่าวสาร ไม่ได้รับรู้ความจริง โดยเฉพาะสื่อทางโทรทัศน์

ด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของนายอานันท์ ปันยารชุน ซึ่งมีแนวคิดพื้นฐานว่า “ประชาชนผู้อยู่ในสังคมระบอบประชาธิปไตย จะต้องมีสิทธิเสรีภาพในการรับรู้รับฟัง เหตุการณ์ ข่าวสาร และความเป็นไป ต่าง ๆ ในสังคมอย่างเต็มที่ถูกต้อง และครบถ้วนโดยปราศจากการบิดเบือน” จึงได้เกิดสถานีวิทยุโทรทัศน์เสรีขึ้น โดยรัฐบาลได้เปิดโอกาสให้เอกชนที่สนใจ เข้าร่วมประมูลรับสัมปทานเป็นผู้ดำเนินการ และเมื่อวันที่ 4 เมษายน 2538 บริษัท สยามอินโฟเทนเมนท์ จำกัด เป็นผู้ได้รับอนุมัติสัมปทานในการดำเนินการโทรทัศน์ระบบ UHF(Ultra High Frequency) จากทางสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี โดยใช้ชื่อ “สถานีโทรทัศน์ไอทีวี” โดยลักษณะของรายการทางไอทีวี จะมีความแตกต่างจากช่องอื่น ๆ คือจะมีสัดส่วนรายการข่าวสาร และสาระประโยชน์ 70% และรายการบันเทิง 30% ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนดของทางสำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน), เว็บไซต์ www.itv.co.th)

ดังนั้น ในฐานะสื่อมวลชน สถานีโทรทัศน์ไอทีวี จึงได้พยายามที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสาร อย่างตรงไปตรงมา ไม่บิดเบือน เพื่อให้ประชาชนสามารถรับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง รวมทั้งการเป็นสื่อกลางในการรับเรื่องราวทุกข์จากประชาชนไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นสื่อกลางในการช่วยเหลือคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น อีกทั้ง มีการตีแผ่การทุจริต, ส่วย, การฉ้อราษฎร์บังหลวงของข้าราชการ อย่างไม่เกรงกลัวอิทธิพลใด ๆ จึงทำให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้รับความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับจากประชาชนอย่างรวดเร็ว ใน

การเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอข่าว ได้ถูกต้อง รวดเร็ว รวมทั้งเป็นสถานีโทรทัศน์น้องใหม่ ที่สามารถสร้างการยอมรับจากประชาชน ได้ภายในเวลาเพียง 2 ปี เท่านั้น

8. รางวัล และ ผลการสำรวจเรตติ้ง ของทางไอทีวี

สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ถือได้ว่าเป็นสถานีโทรทัศน์คุณภาพที่ประสบความสำเร็จในระยะเวลาอันสั้น และเป็นที่ยอมรับของประชาชน ผู้ทรงคุณวุฒิ รวมทั้งสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ซึ่งทำให้ไอทีวี ได้รับรางวัลทางรายการข่าวต่าง ๆ จำนวนมาก ดังนี้

ปี 2540 รางวัลด้านสื่อมวลชนดีเด่น ประจำปี 2540

- จากการรณรงค์และนำเสนอข่าวสาร ให้ตระหนักถึงปัญหาโรคเอดส์ โดยพระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนิตดา มาตุ

รางวัลข่าวโทรทัศน์ยอดเยี่ยม ประจำปี 2539-2540

- จากเรื่อง "ส่วยทางหลวง" ของมูลนิธิแสงชัย สุนทรวัฒน์ การประกวดข่าวยอดเยี่ยมครั้งที่ 1

รางวัลชมเชย อันดับ 1 ประจำปี 2539-2540

- จากเรื่อง "ไล่ล่าขบวนการค้าสิ่งของหนีภาษี" ของมูลนิธิแสงชัย สุนทรวัฒน์

ปี 2541 รางวัลโทรทัศน์ทองคำ ประจำปี 2540

- สถานีดีเด่นด้านรายการข่าว และสถานการณ์ปัจจุบัน
- รายการสตรีดีเด่น "ผู้หญิง 2000"
- รายการสารคดี ส่งเสริมสิ่งแวดล้อมดีเด่น กฎหมายสิ่งแวดล้อม

รางวัลเมขลา ประจำปี 2540

- จากรายการชื่นชมไทย สาขารางวัลรายการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมดีเด่น

ปี 2542 รางวัลโทรทัศน์ทองคำ ปี 2541

- รางวัลดีเด่นด้านรายการข่าว และสถานการณ์ปัจจุบัน
 - รางวัลผู้ประกาศข่าวหญิงดีเด่น คุณนารากร ตียายน
 - รางวัลผู้ประกาศข่าวชายดีเด่น คุณกิตติ สิงหาปัด
 - รางวัลรายการสารคดีเชิงข่าวดีเด่น "รายการถอดรหัส"
 - รางวัลผู้วิจารณ์การแข่งขันกีฬาดีเด่น ประเภทกีฬาโยนนาสติก คุณเกื้อกูล นุตเวช
- รางวัลเชิดชูเกียรติ "เพชรกรุงเทพ" ครั้งที่ 2 ปี 2541 สาขาสื่อสารมวลชน และประชาสัมพันธ์

รางวัลเมขลา ปี 2542

- รางวัลรายการสารคดีเชิงข่าวดีเด่น "รายการฟังความรอบข้าง"
- รางวัลรายการสนับสนุนข่าวและสาระทั่วไปดีเด่น "สาระชน"
- รางวัลรายการส่งเสริมข่าวและสถานการณ์ปัจจุบันดีเด่น "สายตรงไอทีวี"

ปี 2543 รางวัลโทรทัศน์ทองคำ ปี 2542

- รางวัลสถานีโทรทัศน์ดีเด่นด้านรายการกีฬา
- รางวัลผู้ประกาศข่าวชายดีเด่น คุณเทพชัย หย่อง
- รางวัลประเภทสารคดี และส่งเสริมความรู้ทั่วไปดีเด่น "รายการใต้ฟ้าสีฟ้า"

รางวัลข่าวโทรทัศน์ยอดเยี่ยม ประจำปี 2542

- จาก "ข่าวโศกการเลือกตั้งที่ อ.ปากน้ำ จ.สมุทรปราการ" ของมูลนิธิแสงชัย สุนทรวัฒน์

ปี 2544 รางวัลโทรทัศน์ทองคำ ปี 2543

- รางวัลผู้ประกาศข่าวชายดีเด่น คุณกิตติ สิงหาปัด
- รางวัลข่าวโทรทัศน์ยอดเยี่ยม ประจำปี 2543
- จาก “ข่าวพระวันชัย” ของมูลนิธิแสงชัย สุนทรวัฒน์

ปี 2545 รางวัลข่าวโทรทัศน์ยอดเยี่ยม ประจำปี 2544

- รางวัลข่าวสืบสวนสอบสวนยอดเยี่ยม ได้แก่ ข่าว “บ่อนป่า” ของมูลนิธิแสงชัย สุนทรวัฒน์
 - รางวัลสารคดีเชิงข่าวยอดเยี่ยม ได้แก่ ข่าว “อิสระมูนี่” ของมูลนิธิแสงชัย สุนทรวัฒน์
- สมาคมนักข่าวบันเทิงพิจารณาผลงานรางวัลบันเทิงดีเด่น “รางวัลโทรทัศน์”

(STAR ENTERTAINMENT AWARDS 2002)

- สถานีดีเด่นด้านรายการข่าวและสถานการณ์ปัจจุบัน
- สถานีดีเด่นด้านรายการกีฬา
- ผู้ประกาศข่าวหญิงดีเด่น คือ คุณสายสวรรค์ ขยันยิ่ง

รางวัลเมขลา ปี 2544

- รายการสารคดีเชิงข่าวดีเด่น “รายการย้อนรอย” (บริษัท ไอทีวี จำกัด(มหาชน) เว็บไซต์

www.itv.co.th)

นอกจากรางวัลที่ทางไอทีวี ได้รับแล้ว ยังมีผลการสำรวจวิจัยของหน่วยงานอิสระ เช่น ผลสำรวจจาก สวนดุสิตโพลล์ ดังตาราง ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นสถานีโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมจากประชาชน ทางด้าน รายการข่าว อันดับหนึ่ง

ตาราง 3 ผลสำรวจความนิยมประเภทรายการของแต่ละสถานีโทรทัศน์ (คะแนนเต็ม 5)

ประเภทรายการ	โดย สวนดุสิตโพลล์ ณ กรกฎาคม ปี 2545					เรตติ้ง	
	ช่อง 3	ช่อง 5	ช่อง 7	ช่อง 9	ช่อง 11	ไอทีวี	ITV
ข่าว	4.01	3.57	4.05	3.65	3.34	4.37	1
ละครไทย	4.31	3.55	4.08	2.73	2.24	3.39	4
ละครต่างประเทศ	3.74	2.74	3.90	2.61	2.20	3.47	4
กีฬา	3.62	3.32	3.93	3.62	3.17	3.86	2
สารคดี	3.04	3.35	3.27	4.00	3.27	3.76	2

ที่มา : สวนดุสิตโพลล์, กรกฎาคม 2545

9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการรับชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในครั้งนี้ ผู้วิจัยนอกจากจะใช้ทฤษฎีและแนวความคิดที่ได้กล่าวในข้างต้น สำหรับสร้างกรอบความคิดของการศึกษา และอธิบายปรากฏการณ์ตามผลการศึกษาแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อเรื่อง โดยมีผู้วิจัยไว้อีกหลายท่าน ดังนี้

ชิบ จิตนิยม (2534) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชนผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี” ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของ บริษัท อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล บรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (ไอบีซี) พบว่า ระดับการศึกษาซึ่งเป็นตัวแปรด้านคุณลักษณะทางประชากรและสังคมเพียงตัวแปรเดียวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการทาง ไอบีซี โดย ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีแนวโน้มในการชมรายการของทาง ไอบีซี มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับต่ำ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า การคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการรับชมรายการของสมาชิกไอบีซี และเมื่อวิเคราะห์การจัดลำดับของปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรแล้วพบว่า การศึกษาเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญมากที่สุด ส่วนปัจจัยทางด้านการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจเพื่อการนำข่าวสารไปสนทนากับผู้อื่นเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการทำนายพฤติกรรมการรับชมรายการของทางไอบีซี ส่วนเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเป็นสมาชิกของไอบีซี เนื่องจากทางไอบีซีมีรายการต่าง ๆ ที่น่าสนใจให้เลือกชมมากเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนเหตุผลรองมา คือ โอกาสรับข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์ และเป็รรายการโทรทัศน์ปกติตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะรับชมรายการของไอบีซีทุกวัน แต่ปริมาณการรับชมใกล้เคียงกับการรับชมโทรทัศน์ปกติ สมาชิกส่วนใหญ่มีความคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจในการรับชมสูงถึง 95.2 เปอร์เซนต์ โดยมีความคาดหวังเพื่อติดตามข่าวสารมากที่สุด

ธิตมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรม การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้ชมรายการสายตรงไอทีวี” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอย่างมาก ในด้านเนื้อหาของรายการ ข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ และทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด ส่วนในด้านของผู้ดำเนินรายการสามารถใช้คำถามได้ตรงประเด็น ทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอย่างมาก ส่วนการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ในด้านการรับข่าวสาร ความเคลื่อนไหวเหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคมในระดับมาก สำหรับการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรทางด้านลักษณะทางประชากร คือ ผู้ที่มีสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน จะมีการใช้ประโยชน์แตกต่างกัน นอกจากนี้ ลักษณะทางประชากร ในด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และสถานภาพสมรส ไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ และไม่มีผลกับความพึงพอใจโดยรวม ส่วนพฤติกรรมในการรับชม ในด้านเหตุผลที่รับชม ผู้ที่ร่วมชมด้วย สถานที่ที่เปิดรับชม การแสดงปฏิกิริยา และวิธีการแสดงปฏิกิริยานั้น ไม่มีผลต่อการใช้ประโยชน์ และไม่มีผลกับความพึงพอใจด้านเนื้อหารายการ และความพึงพอใจโดยรวมแต่ในขณะที่พฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม และระยะเวลาในการชมนั้น มีผลต่อ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในด้านเนื้อหารายการ และความพึงพอใจโดยรวม

วิดา เกียวกุล (2538) ศึกษาเรื่อง “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกทม.” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านเพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกัน นั้นจะมีการเปิดรับรายการข่าวทางโทรทัศน์ และการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่แตกต่างกัน คือ เพศหญิง จะดูรายการข่าวมากกว่าเพศชาย อันเนื่องมาจากมีเวลาว่างมากกว่า นอกจากนี้ผู้ที่มีการศึกษาสูงก็จะเปิดรับชมรายการข่าวมากกว่า และการเปิดรับชมรายการข่าวทำให้เกิดการนำไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการชมที่แตกต่างกัน โดยประชาชนที่มีการเปิดรับชมรายการข่าวทางโทรทัศน์มาก

ก็จะมีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อข่าวสารที่ได้รับมากเช่นกัน ส่วนประชาชนที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและนำสิ่งที่ได้รับจากการชมรายการข่าวไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ในระดับปานกลางเช่นกัน

ศุภวรรณ สัจพงษ์ (2532) ศึกษาเรื่อง “ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ความคาดหวัง ผลตอบแทน ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร” พบว่า รายการข่าวทั้ง 4 ภาคของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ช่วงข่าวภาค 7 โมงเช้า เป็นช่วงข่าวที่มีผู้ฟังมากที่สุด ส่วนข่าวภาค 2 หุ่มีจำนวนผู้ฟังน้อยที่สุด ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ได้รับการประเมินว่า มีความน่าเชื่อถือสูงในฐานะที่เป็นแหล่งข่าว เพราะคุณสมบัติสำคัญ คือการนำเสนอข่าวได้รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ กว่าสื่ออื่น ๆ การให้ข้อมูลที่ถูกต้องเชื่อถือได้ และความปลอดภัยในการนำข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไปพูดคุยโดยไม่ต้องกลัวว่าจะมีความผิด ส่วนคุณสมบัติที่ทำให้ได้รับความเชื่อถือต่ำ คือ การขาดความกล้าหาญที่จะนำเสนอข่าวเพื่อผดุงความยุติธรรมของสังคม ความไม่สามารถในการรายงานข่าวได้อย่างละเอียดเจาะลึก และการเสนอข่าวแบบไม่ตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง นอกจากนี้ ผู้ฟังที่มีความเชื่อถือต่อสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในฐานะแหล่งข่าวสาร มีแนวโน้มที่จะรับฟังรายการข่าวของทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยมาก อันเนื่องจากผู้ฟังมีความเชื่อถือในแหล่งข่าว รูปแบบการนำเสนอที่น่าสนใจ รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

นุชรี ดันติวิจิต (2537) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาการรับรู้ประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร” พบว่า ตัวแปรทางด้านความบ่อยครั้ง และระยะเวลาในการชม การนำไปสนทนากับบุคคลต่าง ๆ และความพึงพอใจ มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ด้านคุณลักษณะส่วนตัว และการรับรู้ประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในสังคมเป็นตัวแปรสำคัญที่สุดที่อธิบายการรับรู้ประโยชน์ทั้ง 3 ด้าน

สุภาวรรณ จรูญเมธา (2538, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้ประชาชนรับฟังรายการข่าววิทยุในลักษณะสนทนาข่าว ศึกษาเฉพาะกรณี: รายการวิทยุเนชั่นนิวส์ทอล์ค,” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ ที่เป็นเพศชาย มีอายุอยู่ในระดับวัยทำงาน มีรายได้ค่อนข้างสูง มีอาชีพมั่นคง และเป็นอาชีพที่ต้องพบปะผู้คนอยู่เป็นประจำ มีรถยนต์เป็นพาหนะ และฟังรายการเนชั่นนิวส์ทอล์คขณะขับรถและที่บ้าน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจในเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งผลสรุปปัจจัยทางด้านรายได้ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการรับฟังรายการ ส่วนปัจจัยทางด้านอายุ ความพึงพอใจ และ การใช้ประโยชน์จากข่าวที่ได้รับจากการฟังรายการ มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับฟังรายการเนชั่นนิวส์ทอล์ค

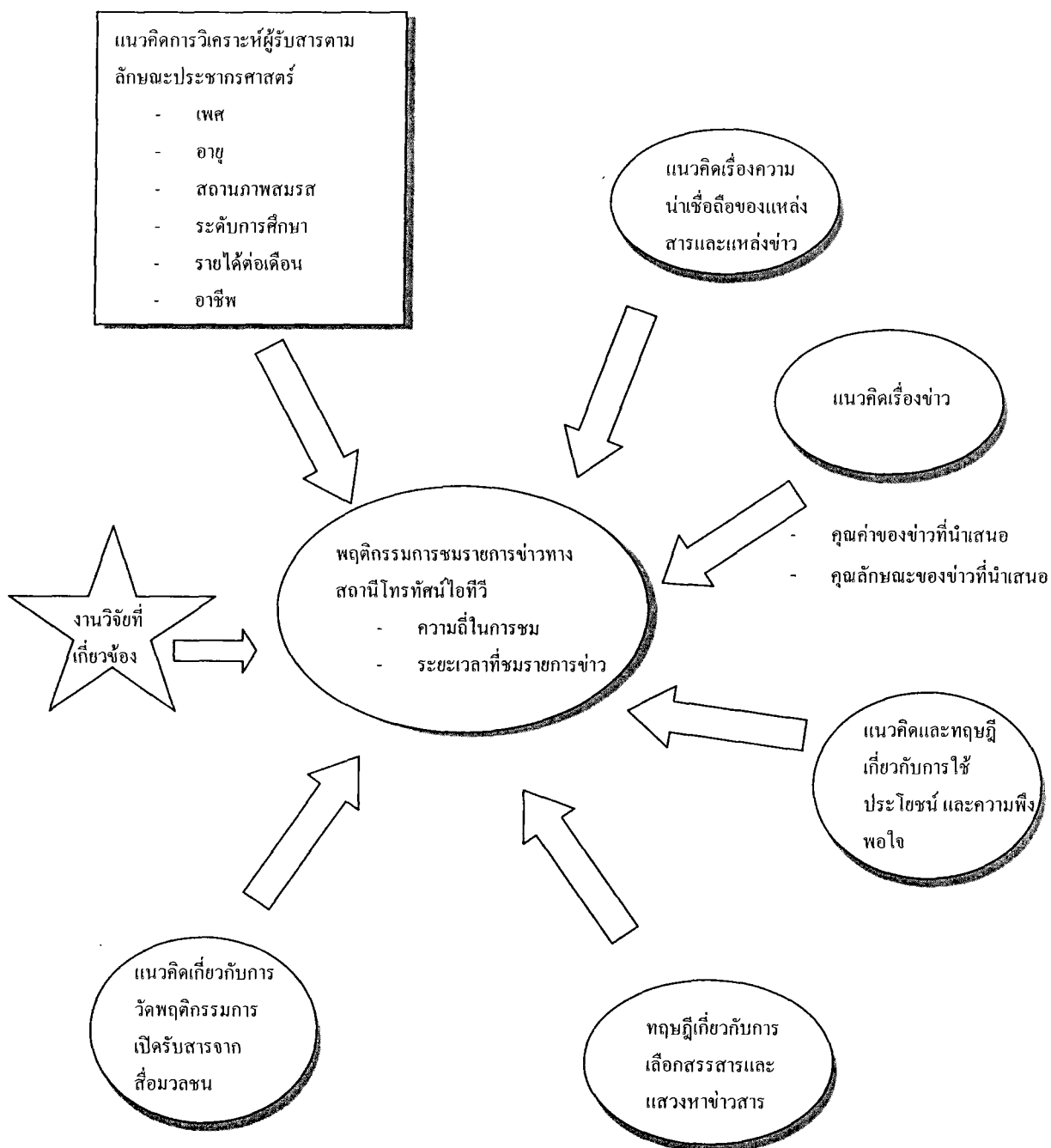
นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง (2540, บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง (3,5,7,9,11) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านเพศ อายุ การศึกษา ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อความเชื่อถือและความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ แต่ในขณะที่ปัจจัยทางด้านอาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความน่าเชื่อถือ แต่ไม่มีผลต่อความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำ สำหรับผลวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างชอบชมรายการข่าวภาคค่ำของทางช่อง 7 มากที่สุด คือ ร้อยละ 66.5 รองลงมาคือ ช่อง 3 ร้อยละ 25.3 , ช่อง 5 ร้อยละ 4.2 , ช่อง 9 ร้อยละ 3.5 และช่อง 11 ร้อยละ 0.5 นอกจากนี้ยังพบว่า การปรับเปลี่ยนเวลาออกอากาศ รูปแบบ และวิธีการนำเสนอรายการข่าว มีผลกระทบต่อความเชื่อถือ และความพึงพอใจของประชาชน โดยผู้รับสารจะมีความเชื่อถือและความพึงพอใจของแต่ละสถานีแตกต่างกันไป

รัชนก ธนาคุณ (2542) ศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจของประชาสัมพันธ์จังหวัดต่อการรับชมข่าว ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 : ศึกษากรณีรายการข่าวช่วยชาวบ้าน” พบว่า ตัวแปรด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่า มีสถานภาพสมรสแล้ว และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จะมีความถี่ในการรับชม

รายการข่าวช่วยชาวบ้านสัปดาห์ละ 5-6 ครั้ง และมีลักษณะการรับชมแบบตั้งใจชมตั้งแต่ต้นจนจบข่าว โดยมีระยะเวลาการติดตามชมรายการประมาณ 5-6 เดือนแล้ว นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับความพึงพอใจต่อการรับชมรายการข่าวช่วยชาวบ้านทั้ง 3 ด้าน อยู่ในเกณฑ์สูง โดยด้านคุณค่ารายการมากที่สุด รองลงมาคือด้านเนื้อหาสาระ และ องค์ประกอบของรายการ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตัวแปรด้านระดับการศึกษาและลักษณะการรับชมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของประชาชนพื้นที่จังหวัดต่อการรับชมรายการข่าวช่วยชาวบ้าน ส่วนตัวแปรเพศ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ความถี่ในการรับชม และระยะเวลาในการติดตามชม ไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าและได้นำมาใช้อ้างอิงในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาถึง ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่มีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี นอกจากนี้ยังได้พิจารณาถึงปัจจัยที่สำคัญ เช่น ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว, คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ คุณลักษณะของข่าวที่น่าสนใจ, การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และความพึงพอใจของผู้ชม, และการเลือกสรรสารว่าปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของผู้ชมอย่างไร โดยอาศัยทฤษฎีแนวความคิดรวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบในการวิจัยครั้งนี้ด้วย

สรุปแนวคิดและทฤษฎีในการวิจัยครั้งนี้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาถึง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยได้ดำเนินการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยตาม ขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป มีทั้งสิ้น 4,210,566 คน (ที่มา : ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรปี 2544, กรมการปกครอง, ที่เว็บไซต์ www.dola.go.th)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จากประชากร 4,210,566 คน โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane. 1973 : 725) ความคลาดเคลื่อนในการเลือก ตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ราย นำกลุ่มตัวอย่างมากำหนดด้วย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน(Multi-stage Sampling) ตามลำดับดังนี้

1. กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่(Yamane. 1973 : 725)

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อน = 0.05

$$\text{แทนค่า} \quad n = \frac{4,210,566}{1 + 4,210,566(0.05)^2}$$

n = 400 ราย

2. การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ผู้วิจัยใช้วิธีการจับฉลาก เพื่อคัดเลือกตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีทั้งสิ้น 50 เขต เขตดังนี้

1. สำนักงานเขตคลองสาน
2. สำนักงานเขตคลองเตย
3. สำนักงานเขตคลองสามวา
4. สำนักงานเขตคันนายาว
5. สำนักงานเขตจตุจักร
6. สำนักงานเขตจอมทอง
7. สำนักงานเขตดอนเมือง
8. สำนักงานเขตดินแดง
9. สำนักงานเขตดุสิต
10. สำนักงานเขตตลิ่งชัน
11. สำนักงานเขตทวีวัฒนา
12. สำนักงานเขตทุ่งครุ
13. สำนักงานเขตธนบุรี
14. สำนักงานเขตบางกะปิ
15. สำนักงานเขตบางกอกน้อย
16. สำนักงานเขตบางกอกใหญ่
17. สำนักงานเขตบางขุนเทียน
18. สำนักงานเขตบางเขน
19. สำนักงานเขตบางคอแหลม
20. สำนักงานเขตบางแค
21. สำนักงานเขตบางซื่อ
22. สำนักงานเขตบางนา
23. สำนักงานเขตบางบอน
24. สำนักงานเขตบางพลัด
25. สำนักงานเขตบางรัก
26. สำนักงานเขตบึงกุ่ม
27. สำนักงานเขตปทุมวัน
28. สำนักงานเขตประเวศ
29. สำนักงานเขตป้อมปราบฯ
30. สำนักงานเขตพญาไท
31. สำนักงานเขตพระนคร
32. สำนักงานเขตพระโขนง
33. สำนักงานเขตภาษีเจริญ
34. สำนักงานเขตมีนบุรี
35. สำนักงานเขตยานนาวา

36. สำนักงานเขตราษฎร์เทพ
37. สำนักงานเขตราษฎร์บุรี
38. สำนักงานเขตลาดกระบัง
39. สำนักงานเขตลาดพร้าว
40. สำนักงานเขตวังทองหลาง
41. สำนักงานเขตวัฒนา
42. สำนักงานเขตสะพานสูง
43. สำนักงานเขตสาทร
44. สำนักงานเขตสายไหม
45. สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์
46. สำนักงานเขตสวนหลวง
47. สำนักงานเขตหนองจอก
48. สำนักงานเขตหนองแขม
49. สำนักงานเขตหลักสี่
50. สำนักงานเขตห้วยขวาง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีจับฉลาก เพื่อคัดเลือกตัวแทนเขต จากจำนวน 50 เขต เพื่อให้ได้จำนวน 10 เขต โดยได้เขตตัวอย่าง ดังนี้

1. สำนักงานเขตจตุจักร
2. สำนักงานเขตวังทองหลาง
3. สำนักงานเขตสาทร
4. สำนักงานเขตบางรัก
5. สำนักงานเขตบางแค
6. สำนักงานเขตบางกะปิ
7. สำนักงานเขตหลักสี่
8. สำนักงานเขตยานนาวา
9. สำนักงานเขตคลองสาน
10. สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์

3. การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

เมื่อได้กลุ่มตัวแทนเขต ทั้งหมด 10 เขต ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในแต่ละเขต เพื่อให้ได้ตัวอย่างเขตละ 40 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยจะให้แบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเท่านั้น โดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างก่อนการแจกแบบสอบถาม และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม โดยสุ่มเก็บตัวอย่างตามแหล่งชุมชน เช่น สถานที่ทำงาน ห้างสรรพสินค้า สถานที่ราชการ ตลาดสด เป็นต้น เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างที่ได้มีความหลากหลาย

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อเป็นการศึกษาถึง ปัจจัยต่าง ๆ ไต่บ้างที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการชม รายการข่าว ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของประชาชนผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และอาชีพ จำนวน 6 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นการเลือกตอบ (Check List) และ คำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแยกเป็นปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว
2. คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ
3. คุณลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ
4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร
5. ความพึงพอใจของผู้ชม
6. การเลือกสรรข่าวสาร

โดยแบบสอบถามเป็นในรูปแบบมาตรลิกเคิร์ต (Likert Scale) มีจำนวน 30 ข้อ โดยมีคำตอบให้เลือก 5 ตัวเลือก คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, เฉย ๆ, ไม่เห็นด้วย, ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความคิดเห็นในเชิงบวก

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	5
เห็นด้วย	ค่าคะแนน	4
เฉย ๆ	ค่าคะแนน	3
ไม่เห็นด้วย	ค่าคะแนน	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	1

ความคิดเห็นในเชิงลบ

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	1
เห็นด้วย	ค่าคะแนน	2
เฉย ๆ	ค่าคะแนน	3
ไม่เห็นด้วย	ค่าคะแนน	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ค่าคะแนน	5

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมาพิจารณาระดับความถี่ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (พัชรี ศรีสุข 2542 : 31-32)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{(\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{(5 - 1)}{5} = 0.8 \end{aligned}$$

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	หมายถึง ระดับความเห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	หมายถึง ระดับความเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	หมายถึง ระดับความเห็นเฉย ๆ
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	หมายถึง ระดับความเห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	หมายถึง ระดับความเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเพื่อวัดพฤติกรรมการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และข้อเสนอแนะ มีจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด ได้แก่ ความถี่ในการชม, ระยะเวลาที่ชมรายการข่าว และข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาวิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น มาใช้สำหรับการศึกษาวิจัยไปทดสอบความเที่ยงตรงและทดสอบ ความเชื่อมั่นก่อนที่จะนำไปใช้จริงโดยวิธีการดังนี้

1. การหาความเที่ยงตรง(Validity) โดยนำแบบสอบถามไปเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องตรงในเชิงเนื้อหา(Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาวิจัยหรือไม่ และก็นำมาทำการแก้ไขตามที่คณะกรรมการแนะนำแล้วดำเนินการในขั้นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น(Reliability) ผู้ศึกษาวิจัยจะหาความเชื่อมั่นโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรที่จะทำการศึกษา จำนวน 40 รายโดยการวิเคราะห์เป็นรายข้อ (Item Analysis) และใช้วิธีการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยสูตรของ Pearson Product moment Correlation Coefficient และหาความเชื่อมั่นรวมโดยวิธีการของ Cronbach (ประกอบ กรรณสูตร , 2529 : 33 – 43) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .9277

สูตรการวัดความเที่ยงของแบบสอบถาม

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

สถิติที่ใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามการหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability of test) โดยใช้วิธีค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟา (Alpha –Coefficient) ของ Cronbach (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2546)

$$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1 + (k-1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

k แทน จำนวนคำถามของแบบสอบถาม

covariance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่าง ๆ

variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถาม

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ดำเนินการสร้างดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของ การวิจัย และสร้างเครื่องมือ ในการวิจัย ให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายการวิจัย
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถาม จากเอกสาร สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาแบบทดสอบ จะได้มีความชัดเจนตามความมุ่งหมายการวิจัยยิ่งขึ้น
3. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ ไปขอคำปรึกษาจากประธาน และกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ พิจารณา ตรวจสอบ และขอคำแนะนำ ในการแก้ไข ปรับปรุงเพื่อให้อ่านแล้วมีความเข้าใจง่ายและชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย
5. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำ แล้วมาดำเนินการทดสอบ (Pre-test) กับประชาชนในกรุงเทพมหานคร
6. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม เพื่อแก้ไขปรับปรุงจนได้เครื่องมือวัดที่มีประสิทธิภาพ
7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลจากเอกสาร ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนในแต่ละเขตที่ได้เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงข้อมูลและรอกับแบบสอบถามด้วยตนเองตามพื้นที่ในการวิจัย
3. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

4. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้ว มาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกเข้า file โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการประมวลผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistic Package for Social Sciences (SPSS)) และการแจกแจงความถี่ของทุกตัวแปร แล้วคำนวณค่าร้อยละ (Percentage)
4. การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้ การวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา ใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) การทดสอบความแตกต่างของข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ต่อพฤติกรรมกรรมกรชม รายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี กรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้

สถิติทดสอบ t-test และกรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1

5. การวิเคราะห์การพยากรณ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบ สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการชมรายการข่าว ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณทดสอบ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-9

6. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะ

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยข้อมูลใช้สถิติ และอักษรย่อดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านต่างๆ และ พฤติกรรมการชมรายการข่าว ประกอบด้วย

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.2 สูตรค่าเฉลี่ย/มัธยฐานเลขคณิต (Arithmetic mean หรือ $\bar{X}$) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 40)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n} \times$$

$\bar{X}$ = คะแนนเฉลี่ยหรือค่าเฉลี่ย
 $\sum X$ = ผลรวมของคะแนนข้อมูล
 n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 สูตรส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.) (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 40)

$$S.D = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

2. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

2.1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มตามตัวแปร เพศ โดยใช้สถิติ t-test ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่มใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 180)

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t – distribution

$\bar{X}_1, \bar{X}_2$ แทน ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

S_1^2, S_2^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนของกลุ่มตัวอย่างที่ 1 และกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ตาม ลำดับ

n_1, n_2 แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ตามลำดับ

2.2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่า 2 กลุ่ม ตามตัวแปร สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา และอาชีพ โดยใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA)(ประครอง กรรณสูต 2542 : 179-289)

สูตร

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

F แทน ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาใน F – distribution

MS_b แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

2.3 การเปรียบเทียบพหุคูณ ตามวิธี LSD (Least Significant Difference) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545 : 332-335)

สูตร

$$LSD = t_{\frac{\alpha}{2}; n-k} \sqrt{MSE} \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}$$

เมื่อ LSD แทน ค่าผลต่างนัยสำคัญที่คำนวณสำหรับการทดสอบ

MSE แทน ค่า Mean Square Error ที่ได้จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน ค่าจำนวนกลุ่มทั้งหมดที่ใช้ทดสอบ

n แทน ค่าจำนวนข้อมูลตัวอย่างทั้งหมด

2.4 การวิเคราะห์ผลกระทบของตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และ

รายได้ต่อเดือน และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชมรายการข่าว ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ ลักษณะของข่าวที่น่าสนใจ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้สูตร (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543. 345)

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \dots + e \quad ; i = 1, 2, \dots, N$$

Y = ตัวแปรตาม

X = ตัวแปรอิสระ

β_0 = ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับสมการตัวอย่าง

e = ความคลาดเคลื่อนที่เกิดจากตัวอย่าง ระหว่างค่าจริง y และ ค่าที่ได้จากสมการ $\hat{y}$ (hat)

β_1 = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระตัวที่ $i(x)$ และใช้สัญลักษณ์ b_1 สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยคงที่ในรูปของสมการตัวอย่าง

2.5 การทดสอบความสามารถของตัวแปรอิสระ ในการอธิบายตัวแปรตามด้วยค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination) ซึ่งได้มาจากการคำนวณด้วยสูตร (ศิริชัย พงษ์วิชัย. 2543. 338)

$$R^2 = \frac{\sum (\hat{y} - \bar{y})^2}{\sum (y - \bar{y})^2}$$

$$\text{Or} = \frac{\text{ความแปรปรวนที่อธิบายได้}}{\text{ความแปรปรวนทั้งหมด}}$$

ค่า R^2 ที่ได้ เป็นค่าที่ใช้ในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของค่า y ที่เกิดจากค่า x

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่ 1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ t-test

ข้อที่ 2 ผู้ชมที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ข้อที่ 3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ข้อที่ 4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีที่แตกต่างกัน

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA)

ข้อที่ 5 อายุ มีผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ข้อที่ 6 รายได้ มีผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ข้อที่ 7 ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ข้อที่ 8 คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ข้อที่ 9 คุณลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ข้อที่ 10 การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ข้อที่ 11 ความพึงพอใจของผู้ชม มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ข้อที่ 12 การเลือกสรรข่าวสาร มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ

ในสมการถดถอยเชิงซ้อน ใช้สถิติ t-test ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย β ของตัวแปร X แต่ละตัว

โดย $H_0 : \beta_1 = 0$

$H_a : \beta_1 \neq 0$

สถิติทดสอบ t-test

เขตปฏิเสธ จะปฏิเสธ H_0 ถ้า $\text{Sig} < \text{ระดับนัยสำคัญที่กำหนด}$ ในที่นี้กำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ความหมาย เมื่อ $\text{Sig} < 0.05$ แสดงว่า ปฏิเสธ H_0 นั่นคือ ตัวแปร X_1 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลผล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
F-Prob., p	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
df	แทน	ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
SS	แทน	ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Square)
MS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนยกกำลังสอง (Mean Square)
R Square	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ/สัมประสิทธิ์ความแปรผันพหุคูณ
B	แทน	ค่าคงที่และสัมประสิทธิ์ความถดถอยจากคะแนนดิบ
Beta	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
**	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ

ตอนที่ 2 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การชม รายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของ แหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่นำเสนอ ลักษณะของข่าวที่นำเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร

ตอนที่ 3 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และ ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏตาม ตารางต่อไปนี้

ตาราง 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	172	43.0
1.2 หญิง	228	57.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 สามารถอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ในด้านเพศ ได้ดังนี้ เมื่อพิจารณาตามเพศ พบว่า มีกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามที่เป็นเพศชาย มีจำนวน 172 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 43.0 และ เป็นเพศหญิง จำนวน 228 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 57.0 โดยสรุปผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มากกว่าเพศชาย

ตาราง 5 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
2. อายุ		
1.1 15-19 ปี	8	2.0
1.2 20-24 ปี	67	16.8
1.3 25-29 ปี	104	26.1
1.4 30-34 ปี	90	22.6
1.5 35-39 ปี	65	16.3
1.6 40-45 ปี	29	7.3
1.7 46 ปีขึ้นไป	36	9.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 สามารถอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้เติมข้อมูล ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยจึงได้จัดกลุ่มของกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาตามอายุ พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง อายุ 15-19 ปี จำนวน 8 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.0 มีอายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 67 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.8 มีอายุระหว่าง 25-29 ปี จำนวน 104 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 26.1 มีอายุระหว่าง 30-34 ปี จำนวน 90 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 22.6 มีอายุระหว่าง 35-39 ปี จำนวน 65 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16.3 มีอายุระหว่าง 40-45 ปี จำนวน 29 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.3 และมีอายุระหว่าง 46 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9 โดยสรุปผู้ตอบแบบสอบถามอายุระหว่าง 25-29 ปี มีจำนวนมากเป็นอันดับ 1, กลุ่มอายุระหว่าง 30-34 ปี เป็นอันดับ 2 และกลุ่มอายุระหว่าง 20-24 ปี เป็นอันดับ 3

ตาราง 6 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ข้อมูลส่วนตัว	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
อายุ	15	66	32

จากตาราง 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำสุด 15 ปี และอายุมากที่สุด 66 ปี โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ย 32 ปี

ตาราง 7 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานภาพสมรส		
1.1 โสด	249	62.3
1.2 สมรส	140	35.0
1.3 หม้าย / หย่าร้าง	11	2.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 สามารถอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรส เมื่อพิจารณาตามสถานภาพสมรส พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสถานภาพสมรสโสด จำนวน 249 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 62.3 สมรส จำนวน 140 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 35.0 และ เป็นหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 11 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.8 โดยกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีสถานภาพโสด มีมากเป็นอันดับ 1, สถานภาพสมรส เป็นอันดับ 2 และ หม้าย/หย่าร้าง เป็นอันดับ 3

ตาราง 8 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
1.1 อนุปริญญาหรือต่ำกว่า	97	24.3
1.2 ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	257	64.3
1.3 ปริญญาโท	46	11.5
1.4 สูงกว่าปริญญาโท	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 8 สามารถอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา เมื่อพิจารณาตามระดับการศึกษา พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจบการศึกษาระดับการศึกษานุปริญญาหรือต่ำกว่า จำนวน 97 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 24.3 จบการศึกษาศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 257 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 64.3 จบการศึกษาศึกษาปริญญาโท จำนวน 46 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.5 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามคนใดจบการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาโท โดยสรุปผู้ตอบแบบสอบถามจบระดับการศึกษาศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นอันดับ 1,อนุปริญญาหรือต่ำกว่า เป็นอันดับ 2 และปริญญาโท เป็นอันดับ 3

ตาราง 9 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้		
1.1 น้อยกว่า 10,000 บาท	145	36.3
1.2 10,001 - 20,000 บาท	156	39.0
1.3 20,001 - 30,000 บาท	55	13.7
1.4 30,001 - 40,000 บาท	16	4.0
1.5 40,001 - 50,000 บาท	14	3.5
1.6 มากกว่า 50,000 บาท	14	3.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 9 สามารถอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ต่อเดือน เมื่อพิจารณาตามรายได้ต่อเดือน พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่อเดือน รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 145 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.3 รายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 156 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 39 รายได้ระหว่าง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 55 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.7 รายได้ระหว่าง 30,001 - 40,000 บาท จำนวน 16 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4 รายได้ระหว่าง 40,001 - 50,000 บาท จำนวน 14 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 และ รายได้ มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 14 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.5 โดยสรุปผู้ตอบ

แบบสอบถามมีรายได้ 10,001 – 20,000 บาท เป็นอันดับ 1, รายได้น้อยกว่า 10,000 บาท เป็นอันดับ 2, และ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท เป็นอันดับ 3

ตาราง 10 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ย ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

ข้อมูลส่วนตัว	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
รายได้	1,500	125,000	18,202

จากตาราง 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้ต่ำสุด 1,500 บาท และมีรายได้สูงสุด 125,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ย 18,202 บาท

ตาราง 11 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม อาชีพ

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
6. อาชีพ		
1.1 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	41	10.3
1.2 รับราชการ	17	4.3
1.3 พนักงานรัฐวิสาหกิจ	64	16.0
1.4 พนักงานเอกชน/ห้างร้าน	239	59.8
1.5 เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	10	2.5
1.6 พ่อบ้าน/แม่บ้าน	13	3.3
1.7 อื่น ๆ	16	4.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 11 สามารถอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ เมื่อพิจารณาตามอาชีพ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นอาชีพนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 41 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 10.3 มีอาชีพรับราชการ จำนวน 17 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.3 มีอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 64 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 16 มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/ห้างร้าน จำนวน 239 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 59.8 เป็นเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 10 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 เป็นพ่อบ้าน/แม่บ้าน จำนวน 13 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.3 และ มีอาชีพอื่นๆ ประกอบด้วย พระภิกษุ 12 และตัวแทนประกันชีวิต 4 คน รวม 16 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.0 โดยสรุปผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพ พนักงานเอกชน/ห้างร้าน เป็นอันดับ 1, พนักงานรัฐวิสาหกิจ เป็นอันดับ 2 และ นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา เป็นอันดับ 3

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจุบันต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีของผู้ตอบแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ โดยจำแนกตามปัจจัยที่มีผลต่อการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทางด้าน ความน่าเชื่อถือจากการวิเคราะห์ปรากฏข้อมูลตารางต่อไปนี้

ตาราง 12 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อปัจจัยความน่าเชื่อถือของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายการ	ความถี่ (คน)					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉยๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
ความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี							
1. มีทีมงานข่าวที่มีความรู้ประสบการณ์สูง	0	4	82	261	53	3.91	เห็นด้วย
2. กล้าเสนอข่าวเพื่อความยุติธรรมในสังคม	1	5	23	216	155	4.30	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้	1	4	77	259	59	2.93	เฉยๆ
4. มุ่งรักษาผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวม	0	7	103	224	66	3.87	เห็นด้วย
5. เสนอข่าวตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง	0	8	58	250	84	4.03	เห็นด้วย
6. การเสนอข่าว มีความเป็นกลาง #	20	83	185	86	25	3.03	เฉย ๆ
7. ผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ	2	10	117	222	49	3.77	เห็นด้วย
8. รางวัลที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้รับจากสมาคมต่าง ๆ	1	4	154	203	38	3.68	เห็นด้วย

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 12 แสดงความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเชื่อถือต่อสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทีมงานข่าวที่มีความรู้ประสบการณ์สูง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.91 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 4 คน เฉย ๆ จำนวน 82 คน เห็นด้วย จำนวน 261 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 53 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวี กล้าเสนอข่าวเพื่อความยุติธรรมในสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.3 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 5 คน เฉย ๆ จำนวน 23 คน เห็นด้วย จำนวน 216 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 155 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเฉย ๆ กับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 2.93 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 4 คน เฉย ๆ จำนวน 77 คน เห็นด้วย จำนวน 259 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 59 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มุ่งรักษาผลประโยชน์ของประชาชนโดยส่วนรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.87 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 7 คน เฉย ๆ จำนวน 103 คน เห็นด้วย จำนวน 224 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 66 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เสนอข่าวตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.03 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 8 คน เฉย ๆ จำนวน 58 คน เห็นด้วย จำนวน 250 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 84 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเฉย ๆ กับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในการเสนอข่าว มีความเป็นกลาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.03 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 20 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 83 คน เฉย ๆ จำนวน 185 คน เห็นด้วย จำนวน 86 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 25 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.77 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 2 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 10 คน เฉย ๆ จำนวน 117 คน เห็นด้วย จำนวน 222 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 49 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าสถานีโทรทัศน์ไอทีวี รางวัลที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้รับจากสมาคมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.68 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 4 คน เฉย ๆ จำนวน 154 คน เห็นด้วย จำนวน 203 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 38 คน

ตาราง 13 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอ ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายการ	ความถี่ (คน)					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
ความคิดเห็นต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี							
9. การนำเสนอเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความผาสุกของประชาชน	2	18	97	228	55	3.79	เห็นด้วย
10. รายงานเหตุการณ์ข่าวสดที่เกิดขึ้นได้รวดเร็ว ทันทั่วถึง	0	2	33	235	130	4.23	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
11. เป็นเหตุการณ์ที่ผู้ชมให้ความสนใจเป็นอย่างมาก	0	2	37	269	92	4.13	เห็นด้วย
12. สามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เจาะลึกถึงต้นสายปลายเหตุ	0	5	66	226	103	4.07	เห็นด้วย
13. การนำเสนอข่าวใหม่ ๆ ไม่ซ้ำซาก #	11	69	194	107	19	3.14	เฉย ๆ

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 13 แสดงความคิดเห็นต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีคุณค่า ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีคุณค่าเพราะการนำเสนอเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความผาสุกของประชาชน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.79 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 2 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 18 คน เฉย ๆ จำนวน 97 คน เห็นด้วย จำนวน 228 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 55 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่ง ว่าการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีคุณค่าเพราะรายงานเหตุการณ์ข่าวสดที่เกิดขึ้นได้รวดเร็ว ทันทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.23 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 2 คน เฉย ๆ จำนวน 33 คน เห็นด้วย จำนวน 235 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 130 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีคุณค่าเพราะนำเสนอเหตุการณ์ที่ผู้ชมให้ความสนใจเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.13 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 2 คน เฉย ๆ จำนวน 37 คน เห็นด้วย จำนวน 269 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 92 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีคุณค่าเพราะสามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เจาะลึกถึงต้นสายปลายเหตุ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.07 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 5 คน เฉย ๆ จำนวน 66 คน เห็นด้วย จำนวน 226 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 103 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเฉย ๆ กับการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีคุณค่าเพราะการนำเสนอข่าวใหม่ ๆ ไม่ซ้ำซาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.14 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 11 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 69 คน เฉย ๆ จำนวน 194 คน เห็นด้วย จำนวน 107 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 19 คน

ตาราง 14 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อลักษณะของข่าวที่นำเสนอ ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายการ	ความถี่ (คน)					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
ความคิดเห็นต่อลักษณะของข่าวที่น่าเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี							
14. การเสนอข่าวเหตุการณ์ มีรายละเอียดถูกต้อง ครบถ้วน	0	14	83	258	45	3.84	เห็นด้วย
15. มีความเป็นกลาง ในด้านข้อเท็จจริงของเหตุการณ์	0	14	106	232	48	3.79	เห็นด้วย
16. การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ยุติธรรม	0	15	84	227	74	3.90	เห็นด้วย
17. การรายงานข่าว กระชับรัด ชัดเจน	0	11	76	254	59	3.90	เห็นด้วย
18. การรายงานข่าว สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน	0	4	42	274	80	4.08	เห็นด้วย
19. เทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ #	8	46	168	156	22	3.35	เฉย ๆ

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 14 แสดงความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีคุณลักษณะของการนำเสนอในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าลักษณะการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มี การเสนอข่าวเหตุการณ์ มีรายละเอียดถูกต้อง ครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.84 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 14 คน เฉย ๆ จำนวน 83 คน เห็นด้วย จำนวน 258 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 45 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าลักษณะการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความเป็นกลาง ในด้านข้อเท็จจริง ของเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.79 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 14 คน เฉย ๆ จำนวน 106 คน เห็นด้วย จำนวน 232 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 48 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าลักษณะการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มี การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.90 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 15 คน เฉย ๆ จำนวน 84 คน เห็นด้วย จำนวน 227 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 74 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าลักษณะการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มี การรายงานข่าว กระชับรัด ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.90 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 11 คน เฉย ๆ จำนวน 76 คน เห็นด้วย จำนวน 254 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 59 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยว่าลักษณะการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มี การรายงานข่าวสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.08 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 4 คน เฉย ๆ จำนวน 42 คน เห็นด้วย จำนวน 274 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 80 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเฉย ๆ กับลักษณะการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีเทคนิคการนำเสนอที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.35 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 8 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 46 คน เฉย ๆ จำนวน 168 คน เห็นด้วย จำนวน 156 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 22 คน

ตาราง 15 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายการ	ความถี่ (คน)					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
ความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี							
20. ทำให้เกิดความรู้สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่นได้รับทราบต่อได้	0	1	53	289	57	4.01	เห็นด้วย
21. ทำให้ทราบข้อเท็จจริงของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาและการป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดขึ้น	0	2	42	271	85	4.10	เห็นด้วย
22. ท่านได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น	0	6	148	214	32	3.68	เห็นด้วย
23. การเสนอข่าวน่าสนใจ ไม่กตัญ และ ไม่ทำให้ท่านเบื่อหน่าย #	15	53	189	123	20	3.20	เฉย ๆ
24. ทุกครั้งที่ชมข่าวทางไอทีวี ท่านรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก	0	11	116	224	49	3.78	เห็นด้วย
25. ท่านพอใจในตัวผู้ประกาศข่าว ทุกครั้งที่ชมรายการ	3	25	183	156	33	3.48	เห็นด้วย

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 15 แสดงความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีการนำไปใช้ประโยชน์จากข่าวสาร และความพึงพอใจการนำเสนอ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าได้ประโยชน์จากการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตรงที่ทำให้เกิดความรู้สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่นได้รับทราบต่อไป มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.01 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 1 คน เฉย ๆ จำนวน 53 คน เห็นด้วย จำนวน 289 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 57 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าได้ประโยชน์จากการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ตรงที่ทำให้ทราบข้อเท็จจริงของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาและการป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.1 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 2 คน เฉย ๆ จำนวน 42 คน เห็นด้วย จำนวน 271 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 85 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าได้ประโยชน์จากการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ตรงที่ท่านได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.68 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 6 คน เฉย ๆ จำนวน 148 คน เห็นด้วย จำนวน 214 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 32 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเฉย ๆ กับการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีการเสนอข่าวที่น่าสนใจไม่กดดัน และไม่ทำให้ท่านเกิดเบื่อหน่าย มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.2 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 15 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 53 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 189 คน เห็นด้วย จำนวน 123 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 20 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าทุกครั้งที่ชมข่าวทางไอทีวี ท่านรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.78 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 11 คน เฉย ๆ จำนวน 116 คน เห็นด้วย จำนวน 224 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 49 คน

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าท่านพอใจในตัวผู้ประกาศข่าว ทุกครั้งที่ชมรายการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.48 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 3 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 25 คน เฉย ๆ จำนวน 183 คน เห็นด้วย จำนวน 156 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 33 คน

ตาราง 16 เปรียบเทียบแสดงความคิดเห็นต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

รายการ	ความถี่ (คน)					ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เฉย ๆ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
ความคิดเห็นต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี							
26. ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ มีความน่าเชื่อถือ	0	7	70	282	41	3.89	เห็นด้วย
27. การเลือกเสนอข่าวสาร เป็นที่น่าสนใจของผู้ชม	0	3	49	299	49	3.98	เห็นด้วย
28. การเสนอข่าวสารที่มีการวิเคราะห์เจาะลึกได้ดีกว่าช่องอื่น ๆ	0	14	82	194	110	4.00	เห็นด้วย
29. ข้อมูล ข่าวสารที่น่าเสนอ ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ทุกครั้ง	0	4	54	263	79	4.04	เห็นด้วย
30. นำเสนอข่าวสาร มีความแตกต่างจากช่องอื่น ๆ #	10	75	143	151	21	3.24	เฉย ๆ

เป็นคำถามเชิงลบ ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับสเกลแล้ว

จากตาราง 16 แสดงความคิดเห็นต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าการเลือกสรรข่าวสาร จากการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าการเลือกสรรข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดีตรงที่ ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.89 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 7 คน เฉย ๆ จำนวน 70 คน เห็นด้วย จำนวน 282 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 41 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าการเลือกสรรข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดีตรงที่ การเลือกเสนอข่าวสาร เป็นที่น่าสนใจของผู้ชม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.98 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 3 คน เฉย ๆ จำนวน 49 คน เห็นด้วย จำนวน 299 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 49 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าการเลือกสรรข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดีตรงที่ การเสนอข่าวสารที่มีการวิเคราะห์เจาะลึกได้ดีกว่าช่องอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 14 คน เฉย ๆ จำนวน 82 คน เห็นด้วย จำนวน 194 และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 110 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วย ว่าการเลือกสรรข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดีตรงที่ ข้อมูลข่าวสารที่น่าสนใจ ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ทุกครั้ง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 4.04 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 0 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 4 คน เฉย ๆ จำนวน 54 คน เห็นด้วย จำนวน 263 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 79 คน
- ผู้ตอบแบบสอบถามเฉย ๆ กับการเลือกสรรข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดีตรงที่ นำเสนอข่าวสาร มีความแตกต่างจากช่องอื่น ๆ เฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 3.24 โดยมีผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 10 คน ไม่เห็นด้วย จำนวน 75 คน เฉย ๆ จำนวน 143 คน เห็นด้วย จำนวน 151 คน และเห็นด้วยอย่างยิ่ง จำนวน 21 คน

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏดังนี้

ตาราง 17 แสดงความถี่ในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ต่อสัปดาห์

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ความถี่ในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี		
ไม่ดูเลย	1	0.3
1 วัน/สัปดาห์	13	3.3
2 วัน/สัปดาห์	39	9.8
3 วัน/สัปดาห์	54	13.5
4 วัน/สัปดาห์	32	8.0
5 วัน/สัปดาห์	74	18.5
6 วัน/สัปดาห์	10	2.5
7 วัน/สัปดาห์ (ดูทุกวัน)	177	44.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 17 แสดงความถี่ในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชมรายการข่าวของไอทีวี ไม่ดูเลย มีจำนวน 1 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.25 ชมรายการข่าวของไอทีวี 1 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 13 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.25 ชมรายการข่าวของไอทีวี 2 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 39 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.75 ชมรายการข่าวของไอทีวี 3 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 54 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 13.5 ชมรายการข่าวของไอทีวี 4 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 32 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 8 ชมรายการข่าวของไอทีวี 5 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 74 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.5 ชมรายการข่าวของไอทีวี 6 วัน/สัปดาห์ มีจำนวน 10 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 2.5 และ ชมรายการข่าวของไอทีวี 7 วัน/สัปดาห์ (ดูทุกวัน) มีจำนวน 177 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 44.25 สรุปความถี่ในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี 7 วันต่อสัปดาห์ อันดับ 1, 5 วันต่อสัปดาห์ อันดับ 2 และ 3 วันต่อสัปดาห์ เป็นอันดับ 3

ตาราง 18 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ย ความถี่ในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ข้อมูลส่วนตัว	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
ความถี่ในการชม (วัน)	1	7	5

จากตาราง 18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามค่าความถี่ในการชมต่ำสุด 1 วันต่อสัปดาห์ และมีค่าความถี่ในการชมสูงสุด 7 วันต่อสัปดาห์ ซึ่งโดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามจะชมรายการอยู่ที่ 5 วันต่อสัปดาห์

ตาราง 19 แสดงระยะเวลาในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ต่อวัน

รายการ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่ใช้ในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี		
น้อยกว่า 30 นาที/วัน	205	51.3
31 - 60 นาทีต่อวัน	134	33.5
61 - 90 นาทีต่อวัน	26	6.5
91 - 120 นาทีต่อวัน	20	5.0
มากกว่า 120 นาทีต่อวัน	15	3.7
รวม	400	100.0

จากตาราง 19 แสดงระยะเวลาที่ใช้ในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชมรายการข่าวของไอทีวี น้อยกว่า 30 นาทีต่อวัน มีจำนวน 205 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 51.3 ชมรายการข่าวของไอทีวี 31 - 60 นาทีต่อวัน มีจำนวน 134 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 33.5 ชมรายการข่าวของไอทีวี 61 - 90 นาทีต่อวัน มีจำนวน 26 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.5 ชมรายการข่าวของไอทีวี 91 - 120 นาทีต่อวัน มีจำนวน 20 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5 และ ชมรายการข่าวของไอทีวี มากกว่า 120 นาทีต่อวัน มีจำนวน 15 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.7 โดยสรุประยะเวลาที่ใช้ในการชมรายการข่าว น้อยกว่า 30 นาทีต่อวัน เป็นอันดับ 1, 31-60 นาทีต่อวัน เป็นอันดับ 2 และ 61-90 วัน เป็นอันดับ 3

ตาราง 20 แสดงค่าต่ำสุด สูงสุด และค่าเฉลี่ย ระยะเวลาในการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ข้อมูลส่วนตัว	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
ระยะเวลาในการชม (นาทีต่อวัน)	1	360	51

จากตารางที่ 20 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการชมรายการข่าวต่ำสุด 1 นาทีต่อวัน และใช้เวลาในการชมรายการข่าวสูงสุด 360 นาทีต่อวัน ซึ่งโดยเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามใช้เวลาในการชมรายการข่าว 51 นาทีต่อวัน

ตาราง 21 แสดงช่วงเวลาในการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (แบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รายการ	ไม่ได้ชม		ชม	
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
ช่วงเวลาชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี				
เวลา 06.00 น. สี่แยกข่าว 6 นาฬิกา	325	81.3	75	18.8
เวลา 07.00 น. สี่แยกข่าวไอทีวี	329	82.3	71	17.8
เวลา 10.00 น. เกาะติดข่าว	350	87.5	50	12.5
เวลา 11.00 น. เกาะติดข่าว	369	92.3	31	7.8
เวลา 12.00 น. ข่าวเที่ยงไอทีวี	290	72.5	110	27.5
เวลา 14.00 น. เกาะติดข่าว	371	92.8	29	7.3
เวลา 15.00 น. เกาะติดข่าว	382	95.5	18	4.5
เวลา 16.00 น. เกาะติดข่าว	308	77.0	92	23.0
เวลา 17.00 น. เกาะติดข่าว	330	82.5	70	17.5
เวลา 19.00 น. ข่าวภาคค่ำ	89	22.3	311	77.8
เวลา 22.30 น. ข่าวภาคค่ำ	273	68.3	127	31.8
เวลา 24.00 น. ข่าวเที่ยงคืน	325	81.3	75	18.8

จากตาราง 21 ช่วงเวลาที่ชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชมรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในแต่ละช่วงเวลาตลอดทั้งวัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วงเวลา 06.00 น. (รายการสี่แยกข่าว 6 นาฬิกา) มีจำนวน 75 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.75
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 07.00 น. (รายการสี่แยกข่าวไอทีวี) มีจำนวน 71 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.75
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 10.00 น. (รายการเกาะติดข่าว) มีจำนวน 50 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.5
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 11.00 น. (รายการเกาะติดข่าว) มีจำนวน 31 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.75
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 12.00 น. (รายการข่าวเที่ยงไอทีวี) มีจำนวน 110 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.5
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 14.00 น. (รายการเกาะติดข่าว) มีจำนวน 29 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 7.25

- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 15.00 น. (รายการเกาะติดข่าว) มีจำนวน 18 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 4.5
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 16.00 น. (รายการเกาะติดข่าว) มีจำนวน 92 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 23
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 17.00 น. (รายการเกาะติดข่าว) มีจำนวน 70 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.5
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 19.00 น. (รายการข่าวภาคค่ำ) มีจำนวน 311 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 77.75
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 22.30 น. (รายการข่าวภาคค่ำ) มีจำนวน 127 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 31.75
- ชมรายการข่าวของไอทีวีช่วง เวลา 24.00 น. (รายการข่าวเที่ยงคืน) มีจำนวน 75 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 18.75

โดยสรุปช่วงเวลาที่ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ชมรายการข่าว ช่วงรายการเกาะติดข่าว เวลา 15:00 น. เป็นอันดับ 1, ช่วงรายการเกาะติดข่าว เวลา 14:00 น. เป็นอันดับ 2 และ ช่วงรายการเกาะติดข่าว เวลา 11:00 น. เป็นอันดับ 3 ส่วนช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามได้ชมรายการข่าวมากที่สุด คือช่วงรายการข่าวภาคค่ำ เวลา 19:00 น. เป็นอันดับ 1, ช่วงรายการข่าวภาคค่ำ เวลา 22:30 น. เป็นอันดับ 2 และ ช่วงรายการข่าวเที่ยง เวลา 12:00 น. เป็นอันดับ 3

ตาราง 22 แสดงจำนวนบุคคลที่ชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีด้วย (แบบสอบถามตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รายการ	ไม่ใช่		ใช่	
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
บุคคลที่ชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีด้วย				
ชมเพียงคนเดียว	319	79.8	81	20.3
ชมกับเพื่อน	350	87.5	50	12.5
ชมกับสมาชิกในครอบครัว	114	28.5	286	71.5
อื่นๆ	395	98.8	5	1.3

จากตาราง 22 แสดงจำนวนบุคคลที่ชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีด้วย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ชมรายการข่าวของไอทีวีชมเพียงคนเดียว มีจำนวน 81 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.25 ชมรายการข่าวของไอทีวีชมกับเพื่อน มีจำนวน 50 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.5 ชมรายการข่าวของไอทีวีชมกับสมาชิกในครอบครัว มีจำนวน 286 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 71.5 และ ชมรายการข่าวของไอทีวีอื่นๆ ประกอบด้วย ชมกับแฟน มีจำนวน 5 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 1.25 โดยสรุปผู้ตอบแบบสอบถามชมรายการข่าว ร่วมกับสมาชิกในครอบครัว มากเป็นอันดับ 1, ชมเพียงคนเดียว เป็นอันดับ 2 และ ชมกับเพื่อน เป็นอันดับ 3

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำคำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ และทดสอบสมมติฐาน ปรากฏผลดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบค่าโดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระกัน (Independent T-test) ใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ 2-tailed Prob. (p) มีค่าน้อยกว่า .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 23

ตาราง 23 เปรียบเทียบพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีในด้านต่าง ๆ จำแนกตามเพศของผู้ชมโดยรวม

พฤติกรรม	เพศชาย		เพศหญิง		T-test for Equality of Means		
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.	t	df	p
ความถี่ในการรับชม	5.37	1.86	4.94	2.03	2.193	398	0.029*
ระยะเวลาในการรับชม	54.53	46.80	49.14	50.60	1.090	398	0.276

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ผล ในตาราง 23 โดยใช้สถิติ Independent Samples t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Probability (p) ของพฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.029 น้อยกว่า .05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน ส่วนของพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการรับชม พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น (Probability) เท่ากับ 0.276 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ผู้ชมที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาว่าค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 24

ตาราง 24 เปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามสถานภาพของผู้ชมในด้าน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	F-Prob
ความถี่ในการรับชม	ระหว่างกลุ่ม	2.006	2	1.003	0.258	0.772
	ภายในกลุ่ม	1541.744	397	3.883		
	รวม	1543.750	399			
ระยะเวลาในการรับชม	ระหว่างกลุ่ม	2841.588	2	1420.794	0.59	0.555
	ภายในกลุ่ม	955693.6	397	2407.289		
	รวม	958535.2	399			

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานภาพของผู้ชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) เมื่อพิจารณาพฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.772 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการรับชม พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.555 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน เช่นกัน

สมมติฐานที่ 3 ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 25

ตาราง 25 เปรียบเทียบพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านต่าง ๆ จำแนกตามระดับการศึกษาของผู้ชมในด้าน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	F-Prob
ความถี่ในการรับชม	ระหว่างกลุ่ม	14.850	2	7.425	1.928	0.147
	ภายในกลุ่ม	1528.900	397	3.851		
	รวม	1543.750	399			
ระยะเวลาในการรับชม	ระหว่างกลุ่ม	9867.251	2	4933.626	2.065	0.128
	ภายในกลุ่ม	948667.900	397	2389.592		
	รวม	958535.200	399			

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการศึกษาของผู้ชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) เมื่อพิจารณาพฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.147 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการรับชม พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.128 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน เช่นกัน

สมมติฐานที่ 4 ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน

H_1 : อาชีพที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์ค่าความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance : One Way ANOVA) และการทดสอบสมมติฐานใช้ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ ค่า F-Prob. น้อยกว่า .05 และถ้าสมมติฐานข้อใดปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) ที่มีค่าเฉลี่ยอย่างน้อยหนึ่งคู่ที่แตกต่างกัน จะนำไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตาราง 26

ตาราง 26 เปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านต่างๆ จำแนกตามอาชีพของผู้ชมในด้าน

พฤติกรรม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	F-Prob
ความถี่ในการรับชม	ระหว่างกลุ่ม	13.144	6	2.191	0.562	0.760
	ภายในกลุ่ม	1530.606	393	3.895		
	รวม	1543.750	399			
ระยะเวลาในการรับชม	ระหว่างกลุ่ม	23002.770	6	3833.795	1.611	0.143
	ภายในกลุ่ม	935532.400	393	2380.490		
	รวม	958535.200	399			

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับอาชีพของผู้ชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One Way ANOVA (Analysis of Variance) เมื่อพิจารณาพฤติกรรมด้านความถี่ในการรับชม พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.760 ซึ่งมีความมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีอาชีพที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน ส่วนพฤติกรรมด้านระยะเวลาในการรับชม พบว่า มีค่า F-Prob. เท่ากับ 0.128 ซึ่งมีความมากกว่า .05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีไม่แตกต่างกัน เช่นกัน

สำหรับสมมติฐานที่ 5 – 12 สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้การทดสอบด้วยการวิเคราะห์โดยใช้สมการ Multiple Regression ในการหาความสัมพันธ์ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมกรรมการรับชม รายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแบ่งได้ดังนี้

4.1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ผู้วิจัยได้ใช้สมการ Multiple Regression ในการหาความสัมพันธ์ โดยมีตัวแปรที่ต้องการพยากรณ์ คือ ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (วันต่อสัปดาห์) และตัวแปรที่จะใช้ในการพยากรณ์ คือ

ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ และรายได้ต่อเนื่อง กับ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ ลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า

อายุ ซึ่งเป็นลักษณะทางประชากร มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ยิ่งอายุมากขึ้น ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มมากขึ้น โดยถ้าอายุเพิ่มขึ้น 1 ปี จะทำให้ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 0.030 วันต่อสัปดาห์

สำหรับปัจจัยด้านอื่นๆที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ คือ การนำเสนอข่าวที่กระทบกับความผาสุกของประชาชน พบว่า มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นลบ กล่าวคือ ยิ่งไอทีวีนำเสนอข่าวที่กระทบกับความผาสุกของประชาชนมากขึ้น ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะลดลง โดยถ้าระดับความเห็นด้วยในเรื่องการนำเสนอข่าวที่กระทบกับความผาสุกของประชาชนเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีลดลง 0.291 วันต่อสัปดาห์

ปัจจัยด้านลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ คือ การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมาและยุติธรรม พบว่า มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ยิ่งไอทีวีรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมาและยุติธรรมมากขึ้น ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มขึ้น โดยถ้าระดับความเห็นด้วยในเรื่องการรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมาและยุติธรรมเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 0.329 วันต่อสัปดาห์

ปัจจัยด้านความพึงพอใจในรายการข่าวของไอทีวี คือ มีความพอใจเป็นอย่างมากทุกครั้งที่การชมข่าวไอทีวี พบว่า มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ถ้ามีความพอใจในการชมข่าวไอทีวีมากขึ้น ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มขึ้น โดยถ้าระดับความเห็นด้วยว่ามีความพอใจเป็นอย่างมากทุกครั้งที่การชมข่าวไอทีวี เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 0.337 วันต่อสัปดาห์

ปัจจัยด้านการเลือกสรรข่าวสารของไอทีวี คือ การนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความทันต่อเหตุการณ์ พบว่า มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ยิ่งถ้าไอทีวีนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีความทันต่อเหตุการณ์มากขึ้น ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มขึ้น โดยถ้าระดับความเห็นด้วยว่าการนำเสนอข้อมูลข่าวสารของไอทีวีมีความทันต่อเหตุการณ์เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 0.495 วันต่อสัปดาห์ ดังตาราง สมการ Multiple Regression ดังนี้

ตาราง 27 แสดงสมการ Multiple Regression ด้านความถี่

Model	R	R Square	Adjusted R Square
5	.342 ^e	0.117	0.105

e. Predictors: (Constant), F24, F29, P2, F9, F16

ตาราง 28 แสดงค่า Standardized Coefficients ด้านความถี่

	Model	B	Std. Error
5	(Constant)	.719	.834
	F24	.337	.158
	F29	.495	.176
	P2	2.977E-02	.011
	F9	-.291	.128
	F16	.329	.147

ทั้งนี้แม้ว่าจะไม่มีปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จะอยู่ที่ 0.719 วันต่อสัปดาห์ ดังสมการที่ 1

ความถี่ = $a + b_1$ อายุ + b_2 ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวการนำเสนอเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความผาสุกของประชาชน + b_3 ปัจจัยด้านลักษณะของข่าวการรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมายุติธรรม + b_4 ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจทุกครั้งที่ชมข่าวทางไอทีวีรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก + b_5 ปัจจัยการเลือกสรรข่าวสารข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ทุกครั้ง → สมการที่ 1

$$B_1 = 0.719 + 0.030 P_2 - 0.291 F_9 + 0.329 F_{16} + 0.337 F_{24} + 0.495 F_{29} \rightarrow \text{สมการที่ 1}$$

R square = 0.117

กำหนดให้	B_1	= ความถี่
	0.719	= a
	0.030	= b_1
	P_2	= อายุ
	0.291	= b_2
	F_9	= ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวการนำเสนอเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความผาสุกของประชาชน
	0.329	= b_3
	F_{16}	= ปัจจัยด้านลักษณะของข่าวการรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมายุติธรรม
	0.337	= b_4
	F_{24}	= ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจทุกครั้งที่ชมข่าวทางไอทีวีรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก
	0.495	= b_5
	F_{29}	= ปัจจัยการเลือกสรรข่าวสารข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ทุกครั้ง

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านต่างๆ ทั้ง อายุ, ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ, ปัจจัยด้านลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ, ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในรายการข่าวของไอทีวี และ ปัจจัยด้านการเลือกสรรข่าวสารของไอทีวี ยังคงใช้พยากรณ์ ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้ไม่ได้นัก เนื่องจาก สามารถพยากรณ์ความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้ถูกต้องเพียงร้อยละ 11.7 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่นๆ อีก ถึงร้อยละ 88.3 ที่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

และจากผลการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นว่า ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเลย

4.2 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ผู้วิจัยได้ใช้สมการ Multiple Regression ในการหาความสัมพันธ์ โดยมีตัวแปรที่ต้องการพยากรณ์ คือ ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี (นาทิต่อวัน) และตัวแปรที่จะใช้ในการพยากรณ์ คือ ลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ และรายได้ต่อเดือน กับ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมมารับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ ลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า

ปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมมารับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คือ มีทีมงานข่าวที่มีความรู้ประสบการณ์สูง การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ และการมีผู้ประกาศข่าวที่มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ พบว่า การมีทีมงานข่าวที่มีความรู้ประสบการณ์สูง มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ยิ่งไอทีวีมีทีมงานข่าวที่มีความรู้ประสบการณ์สูงมากขึ้น ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มขึ้น โดยถ้าระดับความเห็นด้วยในเรื่องการมีทีมงานข่าวที่มีความรู้ประสบการณ์สูงเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 11.605 นาทีต่อวัน

การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นลบ กล่าวคือ ยิ่งไอทีวีมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เชื่อถือได้สูงมากขึ้น ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะลดลง โดยถ้าระดับความเห็นด้วยในเรื่องการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เชื่อถือได้ของไอทีวี เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีลดลง 13.028 นาทีต่อวัน

การมีผู้ประกาศข่าวที่มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ยิ่งไอทีวีมีการมีผู้ประกาศข่าวที่มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือมากขึ้น ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มขึ้น โดยถ้าระดับความเห็นด้วยในเรื่องการที่ไอทีวีมีผู้ประกาศข่าวที่มีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 8.048 นาทีต่อวัน

ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวที่นำเสนอ คือ การนำเสนอข่าวซ้ำซาก เรื่องเดิม หลาย ๆ ครั้ง พบว่า มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นลบ กล่าวคือ ยิ่งไอทีวีมีการนำเสนอข่าวซ้ำซาก เรื่องเดิม หลาย ๆ ครั้ง มากขึ้น ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะลดลง โดยถ้าระดับความเห็นด้วยในเรื่องการนำเสนอข่าวซ้ำซาก เรื่องเดิม หลาย ๆ ครั้ง เพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีลดลง 6.994 นาทีต่อวัน

ปัจจัยด้านความพึงพอใจในรายการข่าวของไอทีวี คือ มีความพอใจเป็นอย่างมากทุกครั้งที่การชมข่าวไอทีวี พบว่า มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ยิ่งมีความพอใจเป็นอย่างมากทุกครั้งที่การชมข่าวไอทีวี มากขึ้น ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มขึ้น โดยถ้าระดับความเห็นด้วยว่ามีความพอใจเป็นอย่างมากทุกครั้งที่การชมข่าวไอทีวีเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 8.970 นาทีต่อวัน

ปัจจัยด้านการเลือกสรรข่าวสาร ของไอทีวี คือ การเลือกเสนอข่าวสาร เป็นที่น่าสนใจของผู้ชม พบว่า มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในทิศทางที่เป็นบวก กล่าวคือ ยิ่งมีการเลือกเสนอข่าวสาร เป็นที่น่าสนใจของผู้ชมมากขึ้น ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีจะเพิ่มขึ้น โดยถ้าระดับความเห็นด้วยว่าไอทีวีมีการเลือกเสนอข่าวสาร เป็นที่น่าสนใจของผู้ชมเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้ระยะเวลาที่ใช้ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเพิ่มขึ้น 12.768 นาทีต่อวัน ดังตาราง สมการ Multiple Regression ดังนี้

ตาราง 29 แสดงสมการ Multiple Regression ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการชม

Model	R	R Square	Adjusted R Square
6	.325 ^f	0.106	0.092

f. Predictors: (Constant), F27, F7, F13, F1, F3, F24

ตารางที่ 30 แสดงค่า Standardized Coefficients ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการชม

Model	B	Std. Error
6 (Constant)	-35.720	22.644
F27	12.768	5.047
F7	8.048	3.738
F13	-6.994	2.782
F1	11.605	4.548
F3	-13.028	4.525
F24	8.970	4.052

ทั้งนี้ถ้าไม่มีปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จะไม่มีผู้รับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเลย ดังสมการ
ที่ 2

ระยะเวลาที่ใช้ในการชม = $a + b_1$ ปัจจัยความน่าเชื่อถือมีทีมงานที่มีความรู้ประสบการณ์สูง + b_2 ปัจจัยความน่าเชื่อถือการให้ข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้ + b_3 ปัจจัยความน่าเชื่อถือด้านผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ + b_4 ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวการนำเสนอข่าวที่ไม่ซ้ำซาก หลายครั้ง + b_5 ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจทุกครั้งที่ชมรายการข่าวทางไอทีวี + b_6 ปัจจัยการเลือกสรรข่าวสารการเลือกเสนอข่าวสารเป็นที่น่าสนใจของผู้ชม → สมการที่ 2

$B_2 = -35.720 + 11.605 F_1 - 13.028 F_3 + 8.048 F_7 - 6.994 F_{13} + 8.970 F_{24} + 12.768 F_{27}$ → สมการที่ 2
R square = 0.106

กำหนดให้

B_2	=	ระยะเวลาที่ใช้ในการชม
-35.720	=	a
11.605	=	b_1
F_1	=	ปัจจัยความน่าเชื่อถือมีทีมงานที่มีความรู้ประสบการณ์สูง
-13.028	=	b_2
F_3	=	ปัจจัยความน่าเชื่อถือการให้ข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้
8.048	=	b_3
F_7	=	ปัจจัยความน่าเชื่อถือด้านผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ
-6.994	=	b_4
F_{13}	=	ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวการนำเสนอข่าวที่ไม่ซ้ำซาก หลายครั้ง
8.970	=	b_5
F_{24}	=	ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจทุกครั้งชม
12.768	=	b_6
F_{27}	=	ปัจจัยการเลือกสรรข่าวสารการเลือกเสนอข่าวสารเป็นที่น่าสนใจของผู้ชม

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านต่างๆ ทั้ง ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวทางด้านทีมงานข่าวที่มีความรู้ ประสบการณ์สูง, ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวในการให้ข่าวสารที่ถูกต้อง, ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวในด้านของผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกดี, ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวที่นำเสนอ, ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในรายการข่าวของไอทีวี, และ ปัจจัยด้านการเลือกสรรข่าวสารของไอทีวี ยังคงใช้พยากรณ์ ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้ไม่มากนัก เนื่องจาก สามารถพยากรณ์ระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีได้ถูกต้องเพียงร้อยละ 10.6 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ายังมีปัจจัยอื่นๆ อีก ถึงร้อยละ 89.4 ที่มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

และจากผลการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านลักษณะของข่าวที่นำเสนอ ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเลย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาว่าอะไรเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชม “รายการข่าว” ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

เนื่องจากรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้รับการยอมรับ และสามารถแข่งสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ เป็นผู้นำทางด้านการนำเสนอรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ ทั้งที่มีประสบการณ์ ในการดำเนินงานมีน้อยกว่าคู่แข่ง

ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงควรสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี เพื่อนำไปพิจารณาปรับปรุง พัฒนา รูปแบบ ของรายการข่าว ให้ดียิ่งขึ้น ท่ามกลางการแข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบันเพื่อให้ประชาชน ได้รับข้อมูลอย่างมีคุณภาพ ถูกต้องตามความเป็นจริง และเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในปัจจัยด้านต่าง ๆ ในการนำเสนอข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะทางประชากร และระดับความคิดเห็นของการนำเสนอข่าวด้านต่างๆของไอทีวี ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
3. เพื่อทราบพฤติกรรมและข้อเสนอแนะของผู้ชมรายการข่าว เพื่อนำไปปรับปรุงรูปแบบการนำเสนอให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมมติฐานของการศึกษาค้นคว้า

1. ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
2. ผู้ชมที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
3. ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
4. ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน
5. อายุ มีผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
6. รายได้ มีผลในทางบวกต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
7. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
8. คุณค่าของข่าวที่นำเสนอ มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
9. คุณลักษณะของข่าวที่นำเสนอ มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

10. การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
11. ความพึงพอใจของผู้ชม มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
12. การเลือกสรรข่าวสาร มีผลต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และมีอายุตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 4,210,566 คน (ที่มา : ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรปี 2544,กรมการปกครอง, ที่เว็บไซต์ www.dola.go.th)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป โดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน(Yamane. 1973 : 725) ความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 จะได้กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้นจำนวน 400 ราย ซึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 50 เขต(ที่มา : www.bma.go.th/body_page318.html) ผู้วิจัยจึงได้นำกลุ่มตัวอย่างมากำหนดด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน(Multi-stage Sampling) ดังนี้

1.2.1 การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

โดยใช้วิธีการจับฉลาก เพื่อคัดเลือกตัวแทนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 เขต จากประชากรในจังหวัดกรุงเทพมหานครทั้งสิ้น 50 เขต

1.2.2 การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

การพิจารณาจัดเก็บแบบสอบถาม โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทั้ง 10 เขต ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญในแต่ละเขต โดยจะให้แบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยชมรายการข่าวของทางไอทีวีในแต่ละเขต เพื่อให้ได้เขตละ 40 ตัวอย่างเพื่อให้ได้ความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่างครบตามจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

สำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อเป็นการศึกษาถึง ปัจจัยต่าง ๆ โดยบ้างที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามข้อมูลพื้นฐานส่วนตัวของประชาชนผู้ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน และอาชีพ จำนวน 6 ข้อ ซึ่งมีลักษณะเป็นการเลือกตอบ (Check List) และ คำถามปลายเปิด

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับตัวแปรอิสระที่ใช้ในการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยแยกเป็นปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว
2. คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ
3. คุณลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ
4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร
5. ความพึงพอใจของผู้ชม
6. การเลือกสรรข่าวสาร

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเพื่อวัดพฤติกรรมการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และข้อเสนอแนะ มีจำนวน 5 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด และปลายเปิด ได้แก่ ความถี่ในการชม, ระยะเวลาที่ชมรายการข่าว และข้อเสนอแนะ

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลจากเอกสาร ศึกษาจากตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามตามจำนวนในแต่ละเขตที่ได้เป็นตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งชี้แจงข้อมูลและรอบเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองตามพื้นที่ในการวิจัย
3. เมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้ การวิเคราะห์เพื่อนำไปใช้ในการแก้ปัญหา ใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

การวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และ อาชีพ โดยการใช้การทดสอบค่าที (t-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่าเอฟ (F-test) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป และเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี LSD (Least significant Different) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-4

การวิเคราะห์การพยากรณ์ของลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ และ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน รวมทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบ สามารถพยากรณ์พฤติกรรมชมรายการข่าว ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณทดสอบ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 5-12

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยขอเสนอสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และ อาชีพ

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 228 คน อายุระหว่าง 25-29 ปี จำนวน 104 คน สถานภาพโสด 294 คน จบการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า 254 คน เงินเดือนระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท 156 คน และส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชนห้างร้าน 239 คน

ตอนที่ 2 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่างๆที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมชม รายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่นำเสนอ ลักษณะของข่าวที่นำเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร

1. จากการวัดระดับความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการที่ ไอทีวีกล้าเสนอข่าวเพื่อความยุติธรรมในสังคม
2. จากการวัดระดับความคิดเห็นต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการที่ ไอทีวีรายงานเหตุการณ์ข่าวสดที่เกิดขึ้นได้รวดเร็วทันทั่วถึง
3. จากการวัดระดับความคิดเห็นต่อลักษณะของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยกับการที่ ไอทีวีมีการรายงานข่าว กะทัดรัด ชัดเจน
4. จากการวัดระดับความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยกับการที่ ไอทีวีทำให้เกิดความรู้สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่นได้รับทราบต่อไปได้
5. จากการวัดระดับความคิดเห็นต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยกับการที่ไอทีวี มีการเสนอข่าวที่มีการวิเคราะห์จากลึกใต้ดีกว่าสถานีช่องอื่น ๆ

ตอนที่ 3 นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และข้อเสนอแนะ

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รัชชมรายการข่าวของไอทีวี ทุกวัน โดยส่วนใหญ่ชมครั้งละไม่เกิน 30 นาที โดยส่วนใหญ่ชมรายการข่าวภาคค่ำพร้อมกับสมาชิกในครอบครัว
2. ส่วนข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ได้เสนอแนะ ส่วนใหญ่จะเป็นความคิดเห็นในด้านบวก ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของการนำเสนอ ความรวดเร็ว ฉับไว ในการนำเสนอ นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะ ควรมีรายการที่เกี่ยวข้องกับข่าว รวมทั้งการเจาะลึก วิเคราะห์ถึงปัญหา เพื่อให้ประชาชนได้รับรู้ข้อมูล

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

1. การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่จะมีผลกระทบต่อ พฤติกรรมชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านเพศ พบว่า เพศชาย และเพศหญิง จะมีผลกระทบต่อ พฤติกรรมชม ด้านความถี่ในการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนทางด้านระยะเวลาในการรับชม พบว่า เพศชาย และเพศหญิง จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2. การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่จะมีผลกระทบต่อ พฤติกรรมชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านสถานภาพ พบว่า ผู้ชมที่มีสถานภาพ แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมชม ทั้งด้านความถี่ในการชม และระยะเวลาในการรับชม รายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

3. การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่จะมีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านระดับการศึกษา พบว่า ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม ทั้งด้านความถี่ในการชม และระยะเวลาในการรับชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4. การวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ที่จะมีผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในด้านอาชีพ พบว่า ผู้ชมที่มีอาชีพ แตกต่างกัน จะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม ทั้งด้านความถี่ในการชม และระยะเวลาในการรับชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
5. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ อายุ กับ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งได้แก่ คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ ลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร มีผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทั้งนี้ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวไม่มีผลต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเลย
6. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ และ การเลือกสรรข่าวสาร มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ทั้งนี้ปัจจัยด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ และปัจจัยด้านลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ ไม่มีผลต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีเลย

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 31 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐานที่ทดสอบ	ผลการทดสอบ	
		ความถี่ในการรับชม	ระยะเวลาในการรับชม
1	ผู้ชมที่มีเพศแตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชม รายการข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2	ผู้ชมที่มีสถานภาพแตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชม รายการข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
3	ผู้ชมที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชม รายการข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
4	ผู้ชมที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะมีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชม รายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
5	ลักษณะทางประชากร ทางด้านอายุ มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
6	ลักษณะทางประชากร ทางด้านรายได้ มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
7	ความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน	เป็นไปตามสมมติฐาน
8	ความคิดเห็นต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	เป็นไปตามสมมติฐาน	เป็นไปตามสมมติฐาน
9	ความคิดเห็นต่อลักษณะของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตาราง 31 (ต่อ) แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ข้อที่	สมมติฐานที่ทดสอบ	ผลการทดสอบ	
		ความถี่ในการรับชม	ระยะเวลาในการรับชม
10	ความคิดเห็นต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสารจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	เป็นไปตามสมมติฐาน	เป็นไปตามสมมติฐาน
11	ความคิดเห็นต่อความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	เป็นไปตามสมมติฐาน	เป็นไปตามสมมติฐาน
12	ความคิดเห็นต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีผลต่อพฤติกรรมการรับชมรายการข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี	เป็นไปตามสมมติฐาน	เป็นไปตามสมมติฐาน

การอภิปรายผล

ผลจากการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 25-29 ปี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 10,000 – 20,000 บาท และมีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน/ห้างร้าน พบว่าอายุ มีผลทางบวกต่อพฤติกรรมการชมในส่วนของการชม ซึ่งสอดคล้องกับสุภาวรรณ จรุงเมธา (2538) ซึ่งผลสรุปปัจจัยทางด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับฟังรายการ เนชั่นนิวส์ทอล์ค

2. ระดับความคิดเห็นในปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร

2.1 ปัจจัยความน่าเชื่อถือทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จากการวัดระดับความคิดเห็นต่อความน่าเชื่อถือ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการที่ ไอทีวีกล้าเสนอข่าวเพื่อความยุติธรรมในสังคม เนื่องจากรายการข่าวที่น่าเสนอจะเป็นสิ่งที่บางสถานีไม่กล้าทำซึ่งอาจจะเกรงกลัวอิทธิพล เช่น ส่วยทางหลวง, คนทรงเจ้า ฯลฯ แต่ทางไอทีวีสามารถที่จะเก็บภาพเพื่อให้เกิดความยุติธรรมในสังคม ให้สังคมได้รับรู้ถึงความจริงที่เกิดขึ้นในสังคมไทย ส่วนข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น เจย ๆ ทั้งนี้เนื่องจากไม่แน่ใจว่า สิ่งที่ทางไอทีวีนำเสนอเป็นสิ่งที่ถูกต้อง 100% หรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับสุภาวรรณ สัจจพงษ์ (2532) การมีความน่าเชื่อถือสูงในฐานะของแหล่ง เพราะคุณสมบัติสำคัญ คือ การนำเสนอข่าวได้รวดเร็วต่อเหตุการณ์ กว่าสื่ออื่น ๆ และความปลอดภัยในการนำเสนอข่าวสารที่ได้รับไปพูดคุยโดยไม่ต้องกลัวว่าจะมีความผิด ส่วนคุณสมบัติที่ทำให้ได้รับความเชื่อถือต่ำ คือ การขาดความกล้าหาญที่จะนำเสนอข่าวเพื่อผดุงความยุติธรรมของสังคม

2.2 ปัจจัยด้านคุณค่าของข่าวที่น่าเสนอ จากการวัดระดับความคิดเห็นต่อคุณค่าของข่าว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยอย่างยิ่ง กับการรายงานเหตุการณ์ข่าวสดที่เกิดขึ้นได้รวดเร็ว ทันทั่วถึง ซึ่งเมื่อเกิดเหตุการณ์ใด ๆ ขึ้น จะเห็นว่าทางไอทีวีสามารถรายงานข่าวเหตุการณ์นั้น ๆ ได้รวดเร็วกว่าสถานีช่องอื่น ๆ จึงทำให้ผู้ชมส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ความรวดเร็วในการนำเสนอ ทำให้ข่าวนั้นมีคุณค่ามาก ซึ่งสอดคล้องกับ ธิติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) ได้กล่าวว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอย่างมาก ในด้านเนื้อหา รายการข่าวที่เสนออยู่ในความสนใจ และทันต่อเหตุการณ์มากที่สุด

2.3 ปัจจัยด้านลักษณะของข่าวที่น่าเสนอ จากการวัดระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นด้วยกับการที่ไอทีวีมีการนำเสนอข่าวที่มีลักษณะการรายงานข่าวที่กะทัดรัด ชัดเจน ซึ่งทำให้ผู้ชมเข้าใจเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีคุณลักษณะของข่าว (มาลี บุญศิริพันธ์.2526) ที่กำหนดคุณลักษณะของข่าว ควรมีความกะทัดรัดและชัดเจน

2.4 ปัจจัยด้านการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จากการวัดระดับความคิดเห็นผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยกับการที่ข่าวที่ทางไอทีวีเสนอนั้น ทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่นได้รับทราบต่อไปได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิบ จิตนิยม (2534) ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจเพื่อการ

นำข่าวสารไปสนทนากับผู้อื่นเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการทำนายพฤติกรรมการรับชมรายการของทางไอทีวี

2.5 ปัจจัยด้านการเลือกสรรข่าวสาร ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จากการวัดระดับความคิดเห็น ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นด้วยกับการที่มีการวิเคราะห์เจาะลึกได้ดีกว่าสถานีช่องอื่น ๆ เนื่องจากข่าวของทางไอทีวี มีการเจาะลึก อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับศุภวรรณ สัจจพงษ์ (2532) คุณสมบัติที่ทำให้ได้รับความเชื่อถือต่ำ คือความสามารถในการรายงานข่าวได้อย่างละเอียดเจาะลึก

3. จากปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ ความถี่ในการรับชมรายการข่าว ได้แก่ ปัจจัยทางประชากร คือ อายุ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ได้แก่ คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ ลักษณะของข่าวที่น่าสนใจ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และการเลือกสรรข่าวสาร จะมีผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ ระยะเวลาในการรับชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และการเลือกสรรข่าวสาร มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

จากผลการวิเคราะห์ข้อ 3 และ ข้อ 4 ซึ่งสอดคล้องกับชิตติมา ปิยะศิริศิลป์ (2544) ซึ่งกล่าวว่าพฤติกรรมการความถี่ในการรับชม และระยะเวลาในการชม นั้น มีผลต่อการใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจโดยรวม

ดังนั้นสรุปผลการอภิปราย ปัจจัยทางประชากร ได้แก่ อายุ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ได้แก่ คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ ลักษณะของข่าวที่น่าสนใจ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และการเลือกสรรข่าวสาร จะมีผลกระทบต่อความถี่ในการรับชมรายการข่าว ส่วนปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ และการเลือกสรรข่าวสาร มีผลกระทบต่อระยะเวลาในการรับชมรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

จากการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพ รูปแบบ การนำเสนอรายการข่าวของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดังนี้

1. ปัจจัยความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว ซึ่งในบางเหตุการณ์ที่น่าสนใจข่าว นั้น ควรที่จะหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนกับเหตุการณ์ที่น่าสนใจให้มาก เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข่าวนั้น

2. จากการนำเสนอรายการข่าว ของทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่เผยแพร่สู่ประชาชนผู้รับข้อมูลข่าวสาร นั้น ควรคำนึงถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านสังคม, วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน, วัฒนธรรมไทย
3. ควรเพิ่มการวิเคราะห์ข่าว ให้มีประเด็นมากขึ้น ลึกซึ้ง และมีความถูกต้อง โดยคำนึงถึงความเร็วและความเหมาะสมของการนำเสนอข่าว
4. สำหรับสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ถึงผู้ถือหุ้นรายใหญ่ของทางสถานี ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการเมือง ดังนั้นทางสถานีฯ ควรจะคำนึงถึงในประเด็นนี้ เพื่อรักษาภาพพจน์ ความเป็นสื่อในการนำเสนอข่าวเป็นอันดับแรก
5. ในการนำเสนอข่าว ประเภทอื่น ๆ เช่น ข่าวกีฬา ควรมีการเจาะลึก เช่นเดียวกับประเด็นข่าวอื่น ๆ นอกจากนี้ควรเสนอรายการที่เกี่ยวข้องกับประเภทข่าว เช่น รายการย้อนรอย, รายการถอดรหัส, รายการทูบโตะ, รายการพันธง
6. ประเด็นสำคัญที่ทำให้สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ยังคงความเป็นหนึ่งในด้านการนำเสนอข่าวซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้ชม ได้แก่ ความรวดเร็ว ความถูกต้อง การเจาะลึก รวมทั้งในตัวผู้ประกาศข่าวที่มีลักษณะการนำเสนอที่จูงใจ ซึ่งทางสถานีฯ ควรรักษาคุณภาพนี้ไว้
7. ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ควรมีการสรุปข่าวเด่นประจำสัปดาห์ เฉพาะประเด็นสำคัญ ๆ เพื่อให้ผู้ชมได้รับประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารได้อย่างครบถ้วน ถูกต้อง
8. จากการใช้สมการ Multiple Regression ทำให้สามารถพยากรณ์พฤติกรรมความถี่ในการชม และระยะเวลาในการชม รายการข่าวทางไอทีวีได้ ซึ่งควรที่จะค้นหา ปัจจัยอื่น ๆ นอกจากที่ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้เพิ่มเติม เพื่อให้ได้ปัจจัยที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมของผู้ชมได้ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษารoundต่อไป ควรศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับสถานีโทรทัศน์ช่องอื่น ด้วยว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับปัจจัยด้านต่าง ๆ อย่างไร ในการนำเสนอข่าวของแต่ละช่อง เพื่อให้ทราบว่า ไอทีวีมีจุดเด่นเหนือกว่า สถานีโทรทัศน์ช่องอื่นในด้านใด ถึงเป็นเหตุให้คนส่วนใหญ่เลือกชมข่าวของไอทีวี
2. ควรศึกษาความคิดเห็นของผู้ชมรายการของไอทีวี ในทุก ๆ ประเภทรายการไม่เฉพาะแต่รายการข่าว เพื่อให้ไอทีวี ได้พัฒนาและปรับปรุงรายการอื่นๆ ให้เป็นที่ยอมรับของผู้ชมมากขึ้น
3. ควรศึกษาโดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ทั้งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่น ๆ ด้วย
4. ควรพิจารณาปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากงานวิจัยชิ้นนี้ ซึ่งอาจจะเป็นปัจจัยที่สำคัญ และมีผลต่อพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- ชิบ จิตนิยม. (2534). ความต้องการข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของกลุ่มประชาชน ผู้ใช้บริการเคเบิลทีวี : ศึกษาเฉพาะกรณีสมาชิกของบริษัท อินเทอร์เน็ตชั้นนำ บรรดาศาสตรัง คอรัปอเรชั่น จำกัด. วิทยานิพนธ์ วศ.ม (วิชาการสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธิดิมา อุ่นเมตตาจิต. (2541). การศึกษาความคาดหวัง และความพึงพอใจของผู้ชมในเขต กรุงเทพมหานคร ที่มีต่อรายการ ฟุต ฟิด ฟอ ไฟ กับแสงชัย สุนทรวินน์ ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิลาวัณย์ พาณิชย์รุ่งเรือง. (2540). ความน่าเชื่อถือและความพึงพอใจที่มีต่อรายการข่าวภาคค่ำทางสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 ช่อง(3,5,7,9,11) ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นุชรี ตันติวิจิตร. (2537). การศึกษาการรับประโยชน์จากละครโทรทัศน์ของผู้หญิงในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ประมะ สดะเวทิน. (2540). การสื่อสารมวลชนกระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภาพพิมพ์. ประครอง กรณสูต. (2529). สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์(ฉบับปรับปรุงแก้ไข). กรุงเทพฯ : บริษัท ศูนย์หนังสือ ดร.ศรีสง่า จำกัด.
- พีระ จิระโสภณ. (2531). หลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 9-15. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมาราช.
- พีระ จิระโสภณ. (2538). หลักและทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 11. นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัย-ธรรมาราช.
- ยุบล เบญจรงค์กิจ. (2534). การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ----- (2528). การใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ: ทฤษฎีงานวิจัยและข้อเสนอแนะต่อการศึกษานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. กรุงเทพฯ : วารสารนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัชนก ธนาคุณ. (2542). ความพึงพอใจของประชาชนสัมพันธ์จังหวัดต่อการรับชมข่าว ทางสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 : ศึกษากรณีรายการข่าวช่วยชาวบ้าน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (ศิลปศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิดา เกียวกุล. (2538). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สวนดุสิตโพลล์. (2545). รายการผลการสำรวจความนิยมประเภทรายการของแต่ละสถานีโทรทัศน์. กรุงเทพฯ : บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน).

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. คณะนิเทศศาสตร์. (2538). เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร, หน่วยที่ 9-15. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2543). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์(พิมพ์ครั้งที่ 10), กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ. ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : วีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศุภวรรณ สัจจงพงษ์. (2532). ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร ความคาดหวัง ผลตอบแทน ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภวรรณ จรูญเมธา. (2538). ปัจจัยที่ทำให้ประชาชนรับฟังรายการข่าววิทยุในลักษณะสนทนาข่าวศึกษาเฉพาะกรณี : รายการวิทยุเนชั่นนิวส์ ทอล์ค. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต (วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Applbaum, Ronald L., et.al. (1973). *Fundamental Concepts in Human Communication*. San Francisco : Canfield Press.
- Becker, Lee B. (1979, January). *The Measurement of Gratifications*. *Communication Research* 6 : 54-73.
- Blumler, J.G. (1985). *The Social Character of Media Gratifications*. In *Media Gratification Research : Current Perspectives*, p. 50 Edited by Karl Erick Rosengren, Lawrence A. Winner and Philip Palmgreen Beverly Hills : Sage Publication.
- Charles Atkin. (1990). *Mass Communication and Public Health : complexities and conflicts* C.A. Lawrence Wallack, editors, Newbury Park : Sage Publication.
- Chamly, Mitchell V. (1975). *Reporting*. New York : Halt Rinehart and Winston.
- Gaziano, Cecilia and McGrath, Kristin. *Measuring the Concept of Credibility*. *Journalism Quarterly* (Autumn 1986) : p. 456-457.
- Greenberg, B.S. and H. Kumata. *National sample predictors of mass media use*. *Journalism Quarterly* 45, 1 : 641-646
- [Http://www.bma.go.th/body_page318.html](http://www.bma.go.th/body_page318.html). (2545). เว็บไซต์ที่ว่ากรุงเทพมหานคร.
- [Http://www.dola.go.th](http://www.dola.go.th). (2545). เว็บไซต์กรมการปกครอง.
- [Http://www.itv.co.th](http://www.itv.co.th). (2545). เว็บไซต์บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน).
- Katz, Elihu and Others. (1974). *The Uses of Mass Communication*. In *Current Perspective on Gratification Research*. Beverly Hills : Sage.
- Katz, E., Blumler, J.G. and Gurevitch, M.(1973), quoted in *An Expectancy-Value Approach to Media Gratifications*. By Palmgreen and Rayburn II, in *Media Gratifications Research : Current Perspectives*, p. 62. Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner, Philip Palmgreen. Beverly Hills : Sage.

- McCombs, Maxwell E. and Becker, Lee B. (1979). *Using Mass Communication Theory*. Englewood Cliffs. N.J. Prentice Hall.
- McLeod, Jack., and Garrett J. O' Keefe. (1972). *The Socialization Perspective and Communication Behavior*. In Gerald Kline and Philip J. Tichenor. 9eds. *Current Perspectives in Mass Communication Research*. London : Sage Publications.
- McNelly, J.T, R. Bush, and M.E. Bishoop. (1979). *Cosmopolitan media usage in the Diifusion of International affairs news*. *Journalism Quarterly* 45, 349-358.
- Mcquail, Denis and Windahl, Sven. (1981). *Communication Models*. The Study of Mass Communication. New York : Longman.
- Mcquail, D., Blumler, J.G. and Brown, J. (1972). *The Television Audience : A Revised Perspective*. In *Sociology of Mass Communication*. Edited by D. McQuail. Harmondswirth : Penguin.
- Metz, William. (1977). *Newswriting : From Lead to "30"*. Englewood Cliffs : N.J. Prentice-Hall.
- Michael Burgoon. (1974). *Approaching Speech/Communication*. New York : Holt, Rinchart and Winston, Inc. 58-59.
- Moisier, Nancy R. and Ahlgren, Andrew. *Credibility of Precision Journalism*. *Journalism Quarterly* (Autumn 1981) : 375.
- RayBurn, J. D., and Palmgreen, Philip. *Merging Uses and Gratifications and Expectancy-Value Theory*. *Communication Research: and International Quarterly* 11 (October 1984) : 537-560
- ✓ Schramm, W. and D. White. (1949). *age, education, economic status : factors in newspaper reading*. *Journalism Quarterly* 26 : 149-162.
- Taro Yamane. (1973). *Statistic : An Introductory Analysis*. Tokyo Harper International Edition.
- Wenner, Lawrence A. (1985). *The Nature of News Gratifications*. In *Media Gratifications Research : Current Perspectives*, pp. 171-193. Edited by Karl Erik Rosengren, Lawrence A. Wenner, And Philip Palmgreen. Beverly Hills : Sage.
- Willo, O.A., Goldhabers, G.M. and Yates. (1980). *M.P. Organization Communication Research : Time For Reflection*. In Dan Nimmo (ed.), *Communication Yearbook 4*. New Jersey : International Communication Association.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

การหาค่าความเชื่อมั่นรายข้อและโดยรวมของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

คำชี้แจง

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี สำหรับรายการข่าวนั้น เป็นรายการข่าว ทุกรายการที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี โดยมีรายละเอียดดังนี้

- | | |
|-----------------------------|------------------|
| - รายการสื่แยกข่าว 6 นาฬิกา | - ข่าวภาคค่ำ |
| - รายการสื่แยกข่าวไอทีวี | - ข่าวต่างประเทศ |
| - รายการเกาะติดข่าว | - ข่าว 22.30 น. |
| - ข่าวเที่ยงไอทีวี | - ข่าวเที่ยงคืน |

แบบสอบถามชุดนี้มี 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมชม รายการข่าว โดยสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว
2. คุณค่าของข่าวที่น่าสนใจ
3. คุณลักษณะของข่าวที่น่าสนใจ
4. การใช้ประโยชน์จากข่าวสาร
5. ความพึงพอใจของผู้ชม
6. การเลือกสรรข่าวสาร

ส่วนที่ 3 : แบบสอบถามพฤติกรรมชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และข้อเสนอแนะ

ในการตอบแบบสอบถาม

1. โปรดอ่านคำถามโดยละเอียดก่อนตอบ และเลือกคำตอบที่ท่านต้องการเพียง 1 ข้อ และโปรดตอบให้ครบทุกข้อ
2. โปรดตอบตามความเป็นจริง หรือความคิดเห็นที่แท้จริงของท่าน เพื่อความถูกต้องในการศึกษา และนำไปเป็นแนวทางที่จะนำไปพัฒนารูปแบบการนำเสนอข่าว สาระ เพื่อให้ประชาชนได้รับข่าวสารที่มีคุณภาพ

ท่านอยู่ในเขต

1. สำนักงานเขตจตุจักร
2. สำนักงานเขตวังทองหลาง
3. สำนักงานเขตสาทร
4. สำนักงานเขตบางรัก
5. สำนักงานเขตบางแค

☐
☐
☐
☐
☐

6. สำนักงานเขตบางกะปิ
7. สำนักงานเขตหลักสี่
8. สำนักงานเขตยานนาวา
9. สำนักงานเขตคลองสาน
10. สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์

☐
☐
☐
☐
☐

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ในช่อง ☐ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่าน

1 เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง

2 อายุ ปี

3 สถานภาพสมรส

☐

โสด

☐

สมรส

☐

หม้าย/หย่าร้าง

4 ระดับการศึกษา

☐

อนุปริญญาหรือต่ำกว่า

☐

ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐

ปริญญาโท

☐

สูงกว่าปริญญาโท

5 รายได้ต่อเดือน บาท

6 อาชีพ

☐

นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา

☐

รับราชการ

☐

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐

พนักงานเอกชน/ห้างร้าน

☐

เจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย

☐

พ่อบ้าน/แม่บ้าน

☐

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

วนที่ 2 : แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อความน่าเชื่อถือของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าว	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. มีทีมงานข่าวที่มีความรู้ประสบการณ์สูง					
2. กล้าเสนอข่าวเพื่อความยุติธรรมในสังคม					
3. ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องเชื่อถือได้					
4. มุ่งรักษาผลประโยชน์ของประชาชนโดยรวม					
5. เสนอข่าวตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง					
6. การเสนอข่าวเพื่อช่วยเหลือผู้ที่ให้ผลประโยชน์แก่สถานี					
7. ผู้ประกาศข่าวมีบุคลิกที่น่าเชื่อถือ					
8. รางวัลที่สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ได้รับจากสมาคมต่าง ๆ					

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อคุณค่าของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

คุณค่าของข่าวที่นำเสนอ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
9.การนำเสนอเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อความผาสุกของประชาชน					
10.รายงานเหตุการณ์ข่าวสดที่เกิดขึ้นได้รวดเร็ว ทันที่					
11.เป็นเหตุการณ์ที่ผู้ชมให้ความสนใจเป็นอย่างมาก					
12.สามารถวิเคราะห์เหตุการณ์ที่เจาะลึกถึงต้นสายปลายเหตุ					
13.การนำเสนอข่าวซ้ำซาก เรื่องเดิม หลาย ๆ ครั้ง					

ที่ 2 : แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อลักษณะของข่าวที่นำเสนอทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

ลักษณะของข่าวที่นำเสนอ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
14. การเสนอข่าวเหตุการณ์ มีรายละเอียดถูกต้อง ครบถ้วน					
15. มีความเป็นกลาง ในด้านข้อเท็จจริง ของเหตุการณ์					
16. การรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมา ยุติธรรม					
17. การรายงานข่าว กระชับรัด ชัดเจน					
18. การรายงานข่าว สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน					
19. เทคนิคการนำเสนอไม่น่าสนใจ					

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจจากการนำเสนอข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

การใช้ประโยชน์จากข่าวสารและความพึงพอใจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
20. ทำให้เกิดความรู้สามารถนำข้อมูลข่าวสารไปเผยแพร่ให้กับ บุคคลอื่นได้รับทราบต่อไปได้					
21. ทำให้ทราบข้อเท็จจริงของปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งจะมี ประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาและการป้องกันปัญหาไม่ให้เกิดขึ้น					
22. ท่านได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการทำงานให้ดีขึ้น					
23. การเสนอข่าวที่กดดัน เครียด ทำให้ท่านเกิดเบื่อหน่าย					
24. ทุกครั้งที่ชมข่าวทางไอทีวี ท่านรู้สึกพอใจเป็นอย่างมาก					
25. ท่านพอใจในตัวผู้ประกาศข่าว ทุกครั้งที่ชมรายการ					

หน้าที่ 2 : แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ พฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี 88

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย X ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเลือกสรรข่าวสารทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี

การเลือกสรรข่าวสาร	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เฉย ๆ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
26. ข้อมูลข่าวสารที่น่าเสนอ มีความน่าเชื่อถือ					
27. การเลือกเสนอข่าวสาร เป็นที่น่าสนใจของผู้ชม					
28. การเสนอข่าวสารที่มีการวิเคราะห์เจาะลึกได้ดีกว่าช่องอื่น ๆ					
29. ข้อมูล ข่าวสารที่น่าเสนอ ได้รวดเร็วทันเหตุการณ์ทุกครั้ง					
30. นำเสนอข่าวสาร ไม่มีความแตกต่างจากช่องอื่น ๆ					

หน้าที่ 3 : แบบสอบถามพฤติกรรมการชม รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี และข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง โปรดตอบคำถามตรงตามที่ท่านได้ชมรายการข่าว

1. ท่านชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี วัน ต่อ สัปดาห์ *ค.ด. ๕-๖ ครั้ง*
2. ท่านใช้เวลาชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีประมาณ นาที ต่อ วัน *ค.ด. ๕-๖ ชม*
3. ท่านชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในช่วงเวลาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| ☐ เวลา 06.00 น. สี่แยกข่าว 6 นาฬิกา | ☐ เวลา 15.00 น. เกาะติดข่าว |
| ☐ เวลา 07.00 น. สี่แยกข่าวไอทีวี | ☐ เวลา 16.00 น. เกาะติดข่าว |
| ☐ เวลา 10.00 น. เกาะติดข่าว | ☐ เวลา 17.00 น. เกาะติดข่าว |
| ☐ เวลา 11.00 น. เกาะติดข่าว | ☐ เวลา 19.00 น. ข่าวภาคค่ำ |
| ☐ เวลา 12.00 น. ข่าวเที่ยงไอทีวี | ☐ เวลา 22.30 น. ข่าวภาคค่ำ |
| ☐ เวลา 14.00 น. เกาะติดข่าว | ☐ เวลา 24.00 น. ข่าวเที่ยงคืน |

4. ท่านชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ท่าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ชมเพียงคนเดียว
- ☐ ชมกับเพื่อน
- ☐ ชมกับสมาชิกในครอบครัว
- ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. ท่านมีข้อเสนอแนะ ในการปรับปรุง รายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวีอย่างไร (โปรดระบุ)

การวิเคราะห์แบบสอบถาม

ผู้ศึกษาวิจัย ได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ โดยทดสอบหาความเชื่อมั่นรวม โดยวิธีการของ Conbach โดยทดลองแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรเป้าหมาย จำนวน 40 รายทดสอบแบบสอบถามในส่วนที่ 2 เป็นคำถามที่วัดพฤติกรรมการชมรายการข่าว ทางสถานีโทรทัศน์ ไอทีวี จำนวน 30 ข้อ จากการทดสอบแบบสอบถามจำนวน 30 ข้อ แสดงค่าความเชื่อมั่นรายข้อ (Item Analysis) ดังนี้

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นรายข้อ (Item Analysis)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

ข้อที่	Mean	Std Dev	Cases
1	3.8500	0.6622	40.0
2	4.3250	0.6938	40.0
3	3.9250	0.5256	40.0
4	3.8500	0.6622	40.0
5	4.0250	0.6197	40.0
6	2.9750	0.7334	40.0
7	3.8500	0.7355	40.0
8	3.6500	0.6998	40.0
9	3.8500	0.6622	40.0
10	4.1250	0.5633	40.0
11	4.2000	0.5164	40.0
12	4.0750	0.7299	40.0
13	3.1750	0.7808	40.0
14	3.9250	0.6155	40.0
15	3.8000	0.7579	40.0
16	3.9750	0.7675	40.0
17	4.0000	0.6794	40.0
18	4.0750	0.6155	40.0
19	3.3500	0.9753	40.0
20	3.9000	0.4961	40.0
21	3.9500	0.5524	40.0
22	3.6000	0.6325	40.0
23	3.3000	0.9661	40.0
24	3.8250	0.7472	40.0
25	3.7000	0.9115	40.0

ข้อที่	Mean	Std Dev	Cases
26	3.9750	0.5768	40.0
27	4.0000	0.6405	40.0
28	3.9750	0.8317	40.0
29	4.0750	0.6155	40.0
30	3.2250	0.9470	40.0

แสดงความเชื่อมั่นรวม (Reliability) ของแบบสอบถามได้ดังนี้

Reliability Coefficients

N of Cases = 40.0

N of Items = 30

Alpha = .9277

จากการทดสอบค่าความเชื่อมั่นทั้งหมด (30 ข้อ) ได้ค่า Alpha = .9277 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถาม ที่นำมาทดสอบมีค่าความเชื่อมั่นในเกณฑ์สูง

ภาคผนวก ข

หนังสือขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ
รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ บัณฑิตวิทยาลัย มศว โทร. 5731, 5618

ที่ ทบ 1012/ ๕๔๐2

วันที่ ๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๔๕

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญ

เรียน คณบดีคณะสังคมศาสตร์

เนื่องด้วย นายสมเกียรติ สุขธนกิจ นิสิตระดับปริญญาโท วิชาเอกการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้รับอนุมัติให้ดำเนินการทำสารนิพนธ์ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยมี รองศาสตราจารย์สิริวรรณ เตวีรัตน์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัยขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุลตา และ อาจารย์สุกัญญา คัชฌาภิรมย์ เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการชมรายการข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ในเขตกรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ ได้โปรดพิจารณาให้ข้าราชการในสังกัดเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถามให้ นายสมเกียรติ สุขธนกิจ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้ด้วย

(รองศาสตราจารย์สิริวรรณ เตวีรัตน์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุดตา	รองประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. อาจารย์ ดร. สุภิญญา ตัชฌาภิรมย์	อาจารย์ประจำ ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล	นายสมเกียรติ สุขชนกิจ
วันเดือนปีเกิด	8 พฤศจิกายน พ.ศ. 2509
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	188/229 หมู่บ้าน 84 แนนชั้น ซ.ลาดพร้าว 84 ถ. ลาดพร้าว แขวงลาดพร้าว เขตวังทองหลาง กรุงเทพมหานคร 10230
ตำแหน่งหน้าที่ในปัจจุบัน	Procurement & Facilities Management Manager
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	แผนกจัดซื้อและธุรการกลาง ฝ่ายบริหาร บริษัท ไอทีวี จำกัด (มหาชน) 1010 อาคาร ชินวัตร 3 ชั้น 13 ถ.วิภาวดีรังสิต แขวง ลาดยาว เขตจตุจักร จ.กรุงเทพมหานคร 10900
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2532	บัญชีบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 สาขาการบัญชีการเงิน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
พ.ศ. 2546	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ