

สรุปผลงานวิทยานิพนธ์นักศึกษาศรีสุริยราชวิทยาลัยศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยสุริยราชวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2542



เรียบเรียงโดย

* ณัฐสิทธิ์ พุฒิสารทภาคย์

ยุคสังคมข่าวสารหรือสังคมสารสนเทศ เป็นผลมาจากพัฒนาการด้านเทคโนโลยีสื่อสาร โทรคมนาคมและคอมพิวเตอร์ หรือที่เรียกว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) เทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนสำคัญมากที่สุดในการนำพาโลกเข้าสู่ยุคสังคมข่าวสาร และผลักดันให้เกิดปรากฏการณ์โลกาภิวัตน์ (Globalization)

กระแสโลกาภิวัตน์ทำให้โลกมีลักษณะไร้พรมแดน มีการข้ามแดนในการค้าที่มีระบบการ เมืองแบบเปิดการค้าเสรี การเคารพในสิทธิมนุษยชน และการรักษาสภาพแวดล้อม อันเนื่องมาจากการพัฒนาของวิทยาการข่าวสารข้อมูล

การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของการสื่อสาร และเข้ามามีบทบาทกับหน่วยงานสถาบันหรือองค์กร ซึ่งงานทุกประเภทเป็นอย่างมาก ช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับสาธารณชนและสร้างภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์แก่องค์กร ก่อให้เกิดความ

เชื่อถือ ศรัทธา อันนำมาซึ่งการสนับสนุนองค์กรหรือสถาบันนั้นๆ

การประชาสัมพันธ์ยุคปัจจุบัน เริ่มจากการที่มนุษย์ปรับปรุงพัฒนาและประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือเครื่องใช้สื่อสารใหม่ๆ มาช่วยส่งเสริมให้ งานประชาสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น วิทยุ โทรทัศน์ โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร การสื่อสารด้านดาวเทียมและอื่นๆ เครื่องมือและสื่อเหล่านี้ ทำให้งานประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันรวดเร็วฉับไวและกว้างไกลขึ้น

นักประชาสัมพันธ์ ถือเป็นปัจจัยและองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญมากกับงานประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารขององค์กร นักประชาสัมพันธ์ คือ บุคคลที่ทำหน้าที่เป็น “สื่อกลาง” ในการติดต่อเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องระหว่างองค์กร สถาบันกับประชาชน เพื่อสร้างความเข้าใจ ความรู้สึก สร้างทัศนคติ ความศรัทธา ให้เกิดแก่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายสื่อสาร จูงใจให้เกิดความร่วมมือ

* บรรณารักษ์ประจำแผนกบริการสนเทศ ศูนย์สนเทศและหอสมุด มหาวิทยาลัยสุริยราชวิทยาลัย : ศศ.บ. (บรรณารักษศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

สนับสนุนกิจกรรม สินค้าหรือบริการขององค์กร หรือสถาบันต่างๆ กัน สำหรับนักประชาสัมพันธ์ ย่อมต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรุนแรง ของกระแสโลก ในช่วงเริ่มศตวรรษที่ 20 อย่างไม่ต้องสงสัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาระบบสื่อสารซึ่งดำเนินไปอย่างรวดเร็วมาก ล้วนแต่เป็นเรื่องที่นักประชาสัมพันธ์ต้องติดตามอย่างใกล้ชิด และต่อเนื่องในยุคการสื่อสารไร้พรมแดน (Global Communication) เช่นที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้

สิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งและน่าจะให้ความสำคัญนอกเหนือจากบทบาทหน้าที่ควรปฏิบัติของ

นักประชาสัมพันธ์ คือเรื่องของคุณสมบัติที่เหมาะสมทั้งด้านความรู้ ความสามารถ คุณลักษณะต่างๆ รวมถึงภาพลักษณ์ของนักประชาสัมพันธ์ มีความจำเป็นและสำคัญมากต่อการสร้างประสิทธิภาพ และประสิทธิผลให้การสื่อสารขององค์กรหรือสถาบันต่างๆ ในขณะนี้ จึงได้มีผู้สนใจศึกษาคุณลักษณะที่เหมาะสมของนักประชาสัมพันธ์ ยุคข้อมูลข่าวสารในทศวรรษนี้ ภาวชิ พกั บนักวิชาการ ดังต่อไปนี้

จิราพร จิรวัดน์, “ทัศนะของนักวิชาชีพกับนักวิชาการเกี่ยวกับคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.พีระ จิรโสภณ

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. นักวิชาชีพกับนักวิชาการมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร โดยภาพรวมส่วนใหญ่มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือในด้านทักษะและด้านความรู้ประสบการณ์ของนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 2 กลุ่ม มีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยนักวิชาการมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมากกว่านักวิชาชีพ ส่วนในด้านบุคลิกภาพนักวิชาชีพกับนักวิชาการมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. นักวิชาชีพกับนักวิชาการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทต่อองค์กรและบทบาทหน้าที่ต่อสังคมของนักประชาสัมพันธ์แตกต่างกันอย่าง

มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ โดยทั่วไปนักวิชาชีพมีความคิดเห็นมุ่งให้ความสำคัญกับบทบาทหน้าที่ต่อองค์กรของนักประชาสัมพันธ์มากกว่านักวิชาการ ซึ่งมีความคิดเห็นที่มุ่งให้ความสำคัญกับบทบาทหน้าที่ต่อสังคมของนักประชาสัมพันธ์มากกว่านักวิชาชีพ

3. นักวิชาชีพที่มีคุณวุฒิทางด้านนิเทศศาสตร์กับผู้ที่มีคุณวุฒิมิใช่ทางด้านนิเทศศาสตร์โดยทั่วไปมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะด้านต่างๆ ของนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่น คุณลักษณะด้านทักษะและด้านความรู้ และประสบการณ์ของนักประชาสัมพันธ์

ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ต่อองค์กร ต่อสังคม และบทบาททั่วไปของนักประชาสัมพันธ์ทั้ง 2 กลุ่มมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กล่าวคือ นักประชาสัมพันธ์สมัยใหม่ควรจะต้องมีคุณลักษณะทางบุคลิกภาพที่สำคัญดังนี้

1. นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องมีความกระตือรือร้น อยากรู้ อยากเห็น และสนใจเปิดรับข่าวสารจากภายในและข่าวสารจากต่างประเทศจากสื่อต่างๆ สม่าเสมอ

2. นักประชาสัมพันธ์จะต้องสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ ได้ดี

3. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์สิ่งแปลกๆ ใหม่ ๆ

4. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีกิจกรรมรณนำประทับใจและมีศิลปะในการโน้มน้าวใจ

5. นักประชาสัมพันธ์จะต้องรู้จักเป็นนักฟังที่ดี

6. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความกล้าและเชื่อมั่นใจตนเอง

นักประชาสัมพันธ์สมัยใหม่จำเป็นต้องเพิ่มทักษะความสามารถและความชำนาญหลายด้านให้กับตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะด้านการสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในประเด็นต่อไปนี้

1. ทักษะด้านการผลิตสื่อ และจัดกิจกรรมเพื่องานประชาสัมพันธ์ให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย

2. ทักษะความสามารถในการใช้การสื่อสารหลากหลายรูปแบบในเชิงบูรณาการ Inter-grated Communication และมีทักษะด้านการใช้สื่อประเภท Website, Internet, E-mail รวมถึงการใช้สื่อเทคโนโลยีประเภท Multimedia

3. นักประชาสัมพันธ์ควรจะต้องมีทักษะความรู้เกี่ยวกับระบบสารสนเทศเพื่อผู้บริหาร

4. ทักษะด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ และสามารถพูด อ่าน เขียนภาษาอังกฤษได้ระดับดี

5. ทักษะด้านการเขียนข่าว บทความ รายงานต่างๆ รวมถึงการเขียนสุนทรพจน์

ส่วนคุณลักษณะด้านความรู้และประสบการณ์ที่มีความจำเป็นสำหรับนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสารมีดังนี้

1. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล

2. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้และเข้าใจเรื่องการตลาดสมัยใหม่

3. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับการตลาดเพื่อสังคม

4. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้ทางด้านการวิจัยและประเมินผล

5. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและเข้าใจในวัฒนธรรมที่หลากหลายของสังคมโลก

6. นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความรู้และเข้าใจด้านธุรกิจต่างประเทศ

7. นักประชาสัมพันธ์ควรจบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรีทางด้านนิเทศศาสตรวารสารศาสตร์สาขาการประชาสัมพันธ์

สำหรับบทบาทหน้าที่ที่ควรเป็นของนักประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร ควรมีบทบาทและมุ่งมั่นในการทำหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ควรตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อกลางของการลดความขัดแย้งและแก้ไขปัญหาด้านสังคมและการเป็นสื่อกลางในการประสานวัฒนธรรมที่หลากหลายของสังคมให้มากขึ้น โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ โดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมของสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยความรับผิดชอบ

ดังนั้น นักประชาสัมพันธ์ในยุคข้อมูลข่าวสาร ควรต้องยึดมั่นในบทบาทของวิชาชีพตน มีความตั้งใจจริงดำเนินการและปฏิบัติหน้าที่จะ

ต้องอยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง ยุติธรรม ซื่อสัตย์ และจริงใจ ยึดหลักจรรยาบรรณและจริยธรรมในการประชาสัมพันธ์ อยู่บนบรรทัดฐานวัฒนธรรม กฎระเบียบที่ดีของสังคมไว้

นอกจากการสื่อสารโดยใช้นักประชาสัมพันธ์ดังกล่าวแล้ว ยังมีเครื่องมือของการสื่อสารอีกหลายประเภท เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ และอื่นๆ ที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน ในปัจจุบัน ข่าวสารเป็นที่นิยมอย่างสูงของผู้รับสื่อเพราะทำให้ทราบความเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ทันสมัย ทั่วทุกมุมโลก ข่าวโทรทัศน์ก็เป็นหนึ่งในการใช้สื่อที่สามารถให้ทั้งภาพและเสียงในเวลาเดียวกัน สำหรับข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำนั้นยังได้รับความสนใจจากประชาชนส่วนใหญ่เพราะต่างเลิกทำงานและกลับบ้านจะนั่งดูโทรทัศน์กันทุกครัวเรือน จึงมีผู้ให้ความสำคัญของข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ โดยได้ศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

สร้อยญา ยุทธสารประสิทธิ์.

“การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี,” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา

รศ.อรนุช เลิศจรยารักษ์

ผลการศึกษาวิจัยสรุปได้ดังนี้ ลักษณะการบริหารและลักษณะองค์กรที่ต่างกัน มีผลทำให้นโยบายการผลิตข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์

กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี แตกต่างกัน เนื่องจากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการบริหารเป็นแบบราชการ จึงต้อง

เสนอข่าวที่มีความเป็นราชการสูง และต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาสู่หน่วยงานต่างจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีการบริหารงานเป็นแบบเอกชน จึงมุ่งเน้นการเสนอข่าวที่มีชีวิตชีวา มีสีสัน เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนและความสนใจของประชาชน การเสนอข่าวต้องสะท้อนให้เห็นถึงสภาพของสังคมในขณะนั้น เสนอข่าวให้มีความน่าสนใจ และไม่กระทบกระเทือนกับข้อเท็จจริง

นโยบายการผลิตข่าวที่ต่างกัน มีผลทำให้กระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน เนื่องจาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 เน้นการเสนอข่าวแบบราชการ สนับสนุนกิจกรรมของรัฐบาลและของกองทัพ หลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์การเมือง แต่ไม่ใช้การปิดกั้นทางความคิด อีกทั้งในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เป็นปีที่มีปัญหาทางเศรษฐกิจ จากนโยบายดังกล่าวส่งผลให้การทำงานต้องเป็นไปตามสายการบังคับบัญชาตามแบบราชการ การคัดเลือกข่าวจึงต้องขึ้นอยู่กับหัวหน้าฝ่ายข่าวเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของข่าว ก่อนที่จะนำเสนอ ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของข่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายการผลิตข่าว ซึ่งแตกต่างจากของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี การบริหารงานเป็นแบบเอกชน ต้องการเสนอข่าวที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่และความสนใจของประชาชน และสะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาของสังคมในขณะนั้น จากนโยบายดังกล่าวส่งผลให้การคัดเลือกข่าวเป็นการพิจารณาร่วมกันของหลายฝ่าย ในอันที่จะแสดงความคิดเห็นและ

ตัดสินใจร่วมกัน เพื่อที่จะคัดเลือกข่าวนั้นๆ ออกสู่สายตาประชาชน ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของข่าวจะต้องจัดให้มีความสอดคล้องกับนโยบายการผลิตข่าวนั้น

นโยบายการนำเสนอที่ต่างกัน มีผลทำให้ประเภทของข่าวที่ออกอากาศในช่วงเดียวกันของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีความแตกต่างกัน เนื่องจาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 มีการบริการเป็นแบบราชการ จึงต้องเสนอข่าวที่มีความเป็นราชการสูง จากนโยบายการนำเสนอข่าวดังกล่าวส่งผลให้ประเภทของข่าวการเมืองถูกจัดลำดับของข่าวไว้เป็นอันดับที่ 1 ถึง 19 ครั้ง และข่าวเศรษฐกิจถูกจัดลำดับของข่าวไว้เป็นอันดับที่ 1 ถึง 2 ครั้ง จะเห็นได้ว่า สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 ให้ความสำคัญเสนอข่าวการเมืองมากที่สุด คือ 3 ชั่วโมง 17 นาที 15 วินาที

ข่าวราชสำนัก 2 ชั่วโมง 34 นาที 45 วินาที ในขณะที่เดียวกันก็เสนอข่าวเศรษฐกิจ 1 ชั่วโมง 57 นาที 55 วินาที ข่าวทหาร 30 นาที 10 วินาที ให้ความสำคัญในการเสนอข่าวอาชญากรรมกับข่าวปัญหาสังคม น้อยกว่า 30 นาที ซึ่งแตกต่างจากของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีการบริหารเป็นแบบเอกชน จึงมุ่งเน้นการเสนอข่าวที่มีชีวิตชีวา มีสีสัน เป็นข่าวที่มีผลกระทบต่อความเป็นอยู่และความสนใจของประชาชนสะท้อนให้เห็นถึงสภาพปัญหาของสังคมขณะนั้น จากนโยบายการเสนอข่าวดังกล่าว ส่งผลให้ การจัดประเภทของข่าวอาชญากรรมถูกจัดลำดับของข่าวไว้เป็นอันดับที่ 1 ถึง 7 ครั้ง ข่าวปัญหาสังคมถูกจัดลำดับไว้เป็นอันดับที่ 1 ถึง 5 ครั้ง ข่าวเศรษฐกิจถูกจัดไว้เป็น

อันดับที่ 1 ถึง 5 ครั้ง และข้าราชการเมืองถูกจัดลำดับไว้เป็นอันดับที่ 1 ถึง 2 ครั้ง แต่สถานีโทรทัศน์ไอทีวีกลับให้เวลาในการเสนอข่าวเศรษฐกิจมากที่สุด 3 ชั่วโมง 35 นาที 50 วินาที ข้าราชการเมือง 3 ชั่วโมง 26 นาที 15 วินาที ส่วนข่าวปัญหาสังคม ข่าวอาชญากรรมและข่าวราชสำนัก สถานีโทรทัศน์ไอทีวีให้เวลาในการเสนอข่าวน้อยกว่า 2 ชั่วโมง 45 วินาที สำหรับข่าวความมั่นคง สถานีโทรทัศน์ไอทีวีให้เวลาการนำเสนอข่าวน้อยกว่า 50 นาที

นอกจากข่าวโทรทัศน์ที่ได้รับรางวัลข่าวโทรทัศน์ยอดเยี่ยม เรื่อง “อาชญากรรมชุดส่วย

ทางหลวง” ส่งโดยสถานีโทรทัศน์ไอทีวี จากสมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทยและมูลนิธิแสงชัยสุนทรวัฒน์ ประจำปี พ.ศ. 2539-2540 สถานีโทรทัศน์ไอทีวียังได้รับรางวัลชมเชย จากเรื่อง “ไล่ล่าขบวนการค้าสิ่งของหนีภาษี” อีก 1 รางวัล จะเห็นว่าผลงานของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีซึ่งเป็นทีวีเสรีนั้น ได้รับการยอมรับและความสนใจอย่างมากจากประชาชน จึงทำให้มีผู้วิจัยพฤติกรรมกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ดังนี้

ภทรียา ปรัชามารณ, “พฤติกรรมกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์ประจวบ อินออด

ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีลักษณะประชากรดังนี้ เป็นชาย ร้อยละ 50.00 และหญิง ร้อยละ 50.00 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 32.50 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 53.00 มีรายได้ต่อเดือน 5,001-15,000 บาท ร้อยละ 51.80 และมีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 26.30

2. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีพฤติกรรมกรรมการรับชม ดังนี้ รับชมทุกวัน ร้อยละ 40.20 ใช้เวลาการรับชมในแต่ละ

วัน 31-60 นาที ร้อยละ 44.70 ชมสลับไปมาทุกช่อง ร้อยละ 51.70 ชมพร้อมสมาชิกครอบครัว ร้อยละ 63.70 และชมที่บ้าน ร้อยละ 89.70

3. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี มีทัศนคติต่อรายการข่าวแต่ละรายการและรวมทุกรายการอยู่ในระดับชอบปานกลาง

4. ลักษณะประชากร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการประเภทข่าว ของสถานีโทรทัศน์ไอทีวีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. ลักษณะประชากร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. พฤติกรรมการรับชม มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. ผู้ชมรายการประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกันมีทัศนคติต่อรายการข่าวภาคค่ำของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี อย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนตัวแปรอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ในช่วงเวลาของรายการข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำ ส่วนใหญ่แบ่งรายการออกเป็น ข่าวราชการ ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวราชการ ข่าวอาชญากรรม ข่าวปัญหาสังคมและข่าวกีฬา เป็นต้น ปัจจุบันนี้ประชาชนสนใจทางด้านกีฬามาก จึงมักจะติดตามเปิดรับชมข่าวกีฬาช่วงเวลาข่าวภาคค่ำเหมือนกัน ซึ่งมีผู้สนใจศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์ ดังต่อไปนี้

ณัฐชัย หลวงพรหม, “พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.
อาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร.สมควร กวียะ

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจกีฬาประเภทฟุตบอลมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างเกินร้อยละ 90 สนใจชมข่าวกีฬาโดยส่วนใหญ่จะชมข่าวกีฬาเด่นประจำวันทั้งในและต่างประเทศ ใช้เวลาในการชมข่าวกีฬาวินละ 10-30 นาที โดยเปิดชมรายการข่าวกีฬาช่วงเวลา 20.00-20.20 น. มากที่สุด

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุดในลักษณะของข่าวกีฬา โดยเฉพาะรูปแบบการนำเสนอข่าวกีฬา

เนื้อหา ช่วงเวลา ระยะเวลาการออกอากาศ ตลอดจนผู้อ่านข่าวชายและหญิง

3. ผลการทดสอบสมมุติฐาน

3.1 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความถี่ในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.2 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับการใช้เวลาในการเปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.3 ตัวแปร อายุ อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่เปิดรับชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.4 ตัวแปร เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในลักษณะข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.5 ตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อเหตุผลของการดูรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.6 ตัวแปร เพศ อาชีพ และรายได้ประจำเดือน มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อรูปแบบ เนื้อหา ช่วงเวลาปริมาณ ผู้อ่าน ข่าวกีฬาและผู้รายงานข่าวของรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์

3.7 พฤติกรรมการเปิดรับชมข่าวกีฬา กับความพึงพอใจจากการชมรายการข่าวกีฬาทางโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กัน

สำหรับสถานีวิทยุที่เน้นการรายงานข่าวสารการจราจร ซึ่งได้รับความนิยมจากประชาชนเป็นอย่างมาก คือ สถานีวิทยุ จส. 100 รองลงมาคือ สถานีวิทยุ สวพ. 91 ซึ่งได้เปรียบเรื่องข้อมูลโดยตรงจากทุกศูนย์ข่าวของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ จึงเป็นที่น่าสนใจของประชาชนที่มีความจำเป็นต้องเดินทางในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ได้มีการศึกษา พฤติกรรมเปิดรับฟังและมีส่วนร่วมในรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงโดยทั่วไป และสถานีวิทยุ สวพ. 91 ของผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมและความต้องการข่าวสารหรือความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ จากการเปิดรับฟังขณะเดินทาง ดังต่อไปนี้

ศราลักษณ์ จันทรากุล, “ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานครได้รับจากสถานีวิทยุ สวพ. 91” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, 2542.

อาจารย์ที่ปรึกษา

รศ.ดร.สมควร กวียะ

ผลจากการวิจัยพบว่า

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยเพศชายและเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ในช่วง 18-40 ปี และส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ด้านพฤติกรรมการเปิดรับฟังรายการทางสถานีวิทยุกระจายเสียงขณะเดินทางนั้น ผู้ฟังส่วนใหญ่เลือกติดตามรับฟังรายการประเภทเพลง

มากที่สุด รองลงมาคือ การรายงานข่าวสารการจราจรและร้องเรียน อันดับที่ 3 คือ การรายงานข่าวและสรุปวิเคราะห์ข่าว โดยส่วนใหญ่ติดตามรับฟังรายการวิทยุที่ชอบประมาณ 1-3 ชั่วโมง ต่อวัน และติดตามรับฟังรายการที่ชอบในสถานที่อื่นๆ นอกเหนือจากขณะเดินทางด้วย ซึ่งผู้ฟัง

ส่วนใหญ่ไม่เคยติดต่อสื่อสารหรือมีส่วนร่วมในรายการที่ชอบเลย

ส่วนพฤติกรรมการติดตามรับฟังการรายงานข่าวสารการจราจรจากสถานีวิทยุ สวพ. 91 ของผู้ไชรถยนต์นั้นพบว่าส่วนใหญ่เพียงจะติดตามรับฟังรายการไม่นานนัก คือต่ำกว่า 1 ปี ในการเปิดรับฟังรายการนั้นบางสัปดาห์ผู้ไชรถยนต์ไม่เปิดรับฟังรายการเลย โดยแต่ละครั้งจะเปิดรับฟังรายการวันละไม่เกิน 1 ชั่วโมง ส่วนใหญ่จะเปิดฟังเฉพาะช่วงที่มีการจราจรติดขัดหรือในเวลาเร่งด่วนทั้งในช่วงเช้าและช่วงเย็น นอกเหนือจากขณะเดินทางแล้วไม่ติดตามรับฟังรายการที่อื่นเลย โดยมีผู้ฟังจำนวนน้อยมากที่เคยโทรศัพท์ไปยังรายการ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพียง 3 กิจกรรมเท่านั้นคือ การรายงานข่าวหรือแจ้งข่าวสารต่างๆ การแสดงความคิดเห็น และการขอความช่วยเหลือ

ในเรื่องของการเปิดรับฟังการรายงานข่าวสารการจราจรนอกเหนือจากสถานีวิทยุ สวพ. 91 พบว่าเป็นกลุ่มเดียวกับผู้ที่ติดตามรับฟังสถานีวิทยุ จส. 100 ด้วย โดยจะเลือกฟังเรื่องที่สนใจในขณะนั้น หากเปรียบเทียบทั้ง 2 รายการแล้วพบว่า ผู้ฟังครึ่งหนึ่งชอบติดตามรับฟังการรายงานข่าวสารการจราจรจากสถานีวิทยุ สวพ. 91 มากกว่า เนื่องจากเหตุผลอันดับแรกคือ สวพ. 91 มีข่าวสารน่าเชื่อถือเพราะเป็นการรายงานข่าวสารจราจรจากเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยตรง

ผู้ไชรถยนต์ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจจากการเปิดรับฟังรายการจากสถานีวิทยุ สวพ. 91 ในระดับปานกลางค่อนข้างสูงเท่านั้น โดยเรื่องที่ได้รับประโยชน์และความพึงพอใจมากที่สุด คือ การได้รับทราบข้อมูลข่าวสารด้านการจราจรที่ต้องแม่นยำน่าเชื่อถือจากเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยตรง จากการศึกษาทำให้ทราบว่าความแตกต่างของตัวแปร ด้านเพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อระดับประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับฟังการรายงานข่าวสารการจราจรจากสถานีวิทยุ สวพ. 91 ที่แตกต่างกันด้วย ยกเว้นตัวแปรด้านอาชีพเป็นตัวแปรเดียวที่ไม่มีความสัมพันธ์ต่อประโยชน์และความพึงพอใจที่ได้รับจากการเปิดรับฟังการรายงานข่าวสารการจราจรจากสถานีวิทยุ สวพ. 91

ไม่ว่าจะเป็นสื่อประเภทใด สื่อมวลชนต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคม ชี้นำในทางที่ถูกต้อง มีจรรยาบรรณ ส่งเสริมคนดี มีน้ำใจต่อส่วนรวม ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตัว ต้องใช้วิจารณญาณใคร่ครวญข้อมูลข่าวสารให้ถี่เสียก่อนที่จะเผยแพร่สู่ประชาชน ส่วนประชาชนผู้บริโภคข้อมูลข่าวสารจึงต้องยิ่งพินิจพิเคราะห์ให้ถ่องแท้ทั้งสองฝ่าย แม้เปรียบเทียบกันได้แล้วก็ยิ่งจะทราบด้วยตนเองว่าสิ่งใดดี สิ่งใดถูกต้องแล้ว คัดเลือกสิ่งที่ดี มีประโยชน์และช่วยกันสร้างสรรค์สังคมให้เจริญยิ่งขึ้น พร้อมทั้งจะก้าวสู่ยุคปี 2000 ♦♦

บรรณานุกรม

จิราพร จิรวัดน์, “ทัศนะของนักวิชาชีพกับนักวิชาการเกี่ยวกับคุณลักษณะของนัก
ประชาสัมพันธ์ยุคข้อมูลข่าวสาร” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

ณัฐชัย หลวงพรหม, “พฤติกรรมการเปิดรับชมและความพึงพอใจของผู้ชมรายการ
ข่าวกีฬาทัวร์ทัศน์” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

ภทริยา ปรีชามารณ, “พฤติกรรมการรับชมและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อรายการ
ประเภทข่าวของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

ศราลักษณ์ จันทรากุล, “ประโยชน์และความพึงพอใจที่ผู้ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพ-
มหานคร ได้รับจากสถานีวิทยุ สวพ. 91” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตร
มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.

สรัญญา ยุทธสารประสิทธิ์, “การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการคัดเลือกและจัด
ลำดับความสำคัญของข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก
ช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, 2542.